

Pelaksanaan Kegiatan Market Day Dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik Paket A di PKBM Insan Cerdas Indonesia

Salsabila Rizki Andriani¹, Gunarti Dwi Lestari²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya, Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding author, e-mail: salsabila.20042@mhs.unesa.ac.id

Received 2024;
Revised 2024;
Accepted 2024;
Published Online 2024

Abstrak: Kemiskinan tetap menjadi permasalahan utama di Indonesia. Salah satu faktor yang mempengaruhinya ialah tingginya tingkat pengangguran di kalangan usia muda. Untuk mengatasinya perlu adanya kolaborasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan program pelatihan dan pendidikan keterampilan yang relevan seperti pendidikan kewirausahaan. Melalui pendidikan kewirausahaan, pemerintah dapat mempersiapkan individu agar dapat berkembang di bidang wirausaha. Salah satunya ialah melalui kegiatan Market Day, peserta didik dapat mempraktikkan berbagai aspek kewirausahaan seperti perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran produk. Selain itu, Market Day juga menjadi platform untuk membangun keterampilan sosial seperti komunikasi, negosiasi, dan kerja sama tim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan kegiatan market day dan mendeskripsikan upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik paket A. Penelitian ini berfokus pada pelaksanaan kegiatan Market Day dan dampaknya terhadap perkembangan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yakni teori miles and huberman diantaranya pengumpulan data, pengurangan data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indonesia terbukti efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, minat berwirausaha, serta mengajarkan keterampilan hidup bagi peserta didik Paket A.

Kata Kunci: *Market Day*, Jiwa Kewirausahaan, Peserta Didik Paket A

Abstract: Poverty remains a major problem in Indonesia. One of the influencing factors is the high unemployment rate among young people. To overcome this, there is a need for collaboration between the government and other stakeholders to create relevant skills training and education programs such as entrepreneurship education. Through entrepreneurship education, the government can prepare individuals to develop in the entrepreneurial field. One of them is through Market Day activities, students can practice various aspects of entrepreneurship such as planning, managing, and marketing products. In addition, Market Day is also a platform for building social skills such as communication, negotiation, and teamwork. This study aims to analyze the implementation of market day activities and describe efforts to foster the entrepreneurial spirit of package A students. This research focuses on the implementation of Market Day activities and their impact on the development of the entrepreneurial spirit of Package A students. This type of research is descriptive research with a qualitative approach. The data collection techniques used were in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The data analysis used is the miles and huberman theory including data collection, data reduction, data presentation, and verification or conclusion drawing. The results showed that the implementation of market day activities at PKBM Insan Cerdas Indonesia proved effective in fostering entrepreneurial spirit, entrepreneurial interest, and teaching life skills for Package A students.

Keywords: Market Day, Entrepreneurial Spirit, Package A Students

Alamat Penyunting dan Tata Usaha:
Laboratorium Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Ilmu Pendidikan
Gedung O-1 Lantai 2 Jalan Lidah Wetan
Sby Kode Pos 60213
Telp. 031-7532160 Fax. 031-7532112
E-mail: jpus@unesa.ac.id

Pendahuluan

Bagian Latar belakang penelitian muncul dari realitas kemiskinan yang menjadi tantangan serius bagi bangsa Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) di bulan Maret 2023, terdapat 26,19 juta jiwa penduduk miskin di Indonesia. Meskipun angka ini mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, namun kemiskinan tetap menjadi permasalahan utama yang membutuhkan solusi konkret. Kemiskinan dipengaruhi oleh faktor ilmiah dan non-ilmiah, termasuk tingginya Tingkat pengangguran di kalangan usia muda.

Data BPS Februari 2022 mencatat bahwa 60% lulusan pendidikan formal kesulitan mendapatkan pekerjaan karena kurangnya keterampilan praktis yang sesuai dengan syarat dunia kerja. Oleh karena itu, perlu adanya kolaborasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan program pelatihan dan pendidikan keterampilan yang relevan.

Pendidikan kewirausahaan menjadi solusi strategis dalam mengatasi masalah sosial dan ekonomi, khususnya terkait perekonomian dan kemiskinan. Melalui pendidikan kewirausahaan, pemerintah dapat mempersiapkan individu agar dapat berkembang di bidang wirausaha. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memandang aspek bisnis, tetapi juga membentuk jiwa kewirausahaan. Hal ini dikarenakan pendidikan kewirausahaan dapat membantu meningkatkan lapangan pekerjaan untuk mengurangi tingkat pengangguran di suatu negara (Chun-mei et al., 2011).

Kewirausahaan merupakan keterampilan yang sangat penting untuk ditanamkan dalam pendidikan peserta didik sejak kecil. Menurut (Zimmerer & Scarborough, 2008a), kewirausahaan adalah proses memikirkan dengan cara yang inovatif dan kreatif untuk memecahkan masalah dan menemukan cara baru untuk meningkatkan kualitas hidup. Prawirokusumo (Sumarti, 2008) menyatakan bahwa wirausaha adalah orang yang berusaha secara kreatif dan inovatif dengan mengembangkan ide dan mengumpulkan sumber daya untuk menemukan peluang dan memperbaiki hidupnya, dimana pernyataan ini bertentangan dengan pendapat Zimmerer.

Market Day menjadi platform unik untuk melibatkan peserta didik dalam kegiatan bisnis, memungkinkan mereka mengembangkan keterampilan kewirausahaan secara langsung. Selain itu, kegiatan ini juga memiliki potensi sebagai media pendidikan nilai-nilai sosial, membangun sikap tanggung jawab, bekerja keras, dan inovasi. Market Day bukan hanya sekadar ajang praktik bisnis, tetapi juga merupakan bentuk pendidikan holistic yang mendukung pengembangan moral peserta didik di lingkungan pendidikan non formal.

Market Day, dari sudut pandang pendidikan non formal, merupakan inisiatif yang memadukan pendidikan dan praktek langsung dalam konteks kehidupan nyata. Lembaga-lembaga pendidikan non formal seperti Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) atau sekolah-sekolah informal sering mengadakan Market Day. Melalui kegiatan Market Day, peserta didik memiliki kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari dalam lingkungan simulatif. Melalui kegiatan ini, peserta didik dapat mempraktikkan berbagai aspek kewirausahaan, seperti perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran produk yang mereka hasilkan. Selain itu, Market Day juga menjadi platform untuk membangun keterampilan sosial seperti komunikasi, negosiasi, dan kerja sama tim, yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Munawaroh & Marmoah, 2023), Market Day dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan peserta didik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa siswa yang mengikuti Market Day memiliki peningkatan nilai jiwa kewirausahaan, seperti disiplin, kerja sama, tanggung jawab, mandiri, jujur, kreatif, dan percaya diri.

Jiwa kewirausahaan adalah jiwa yang mampu melihat peluang di tengah keterbatasan dan memanfaatkannya untuk menciptakan nilai tambah (Sulastri, 2017). Menurut (Suryana, 2007), jiwa kewirausahaan dapat dimiliki oleh siapa saja yang memiliki kompetensi kreatif dan inovatif, serta menggemari perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Jiwa kewirausahaan adalah memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai tambahan dengan memanfaatkan peluang bisnis dan mengelola sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkannya. Modal tidak selalu harus dalam bentuk uang. Modal utama untuk memulai bisnis adalah otak kita yang kreatif.

Menurut (Hartanti, 2008), jaringan persahabatan (*network*) juga tergolong dalam modal. Menurut (Hartanti, 2008), jiwa kewirausahaan adalah sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh kewirausahaan, yang pada dasarnya adalah sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh kewirausahaan. Sikap ini ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki keinginan untuk mengimplementasikan ide inovatif secara kreatif ke dalam kehidupan nyata.

Menurut (Suryana, 2007), menumbuhkan jiwa wirausaha adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan ide-ide baru yang menguntungkan. Menurut (Zimmerer & Scarborough, 2008b), menumbuhkan jiwa wirausaha adalah upaya untuk mengembangkan kemampuan seseorang dalam menciptakan usaha baru dengan memanfaatkan keterbatasan sumber daya yang ada. Sedangkan, (Mulyasa, 2013) menyatakan bahwa mengembangkan jiwa wirausaha adalah upaya untuk mengembangkan kemampuan seseorang dalam melihat dan memanfaatkan peluang usaha, mengelola usaha, dan mengambil risiko yang wajar dalam menjalankan usahanya.

Kegiatan *Market Day* melibatkan berbagai pihak dari dalam dan luar sekolah. Dengan bantuan tutor, peserta didik membuat rancangan programnya. Hal ini termasuk menghitung modal awal, keuntungan, dan bahan yang dibutuhkan. Mereka juga belajar cara memasarkan produk dengan cara yang menarik. Peserta didik juga diberitahu cara untuk menampilkan hasil kegiatan di depan kelas. Untuk memastikan bahwa tutor dan orang tua bekerja sama dengan baik dalam proses pendidikan, program ini secara langsung melibatkan orang tua peserta didik. Karena peserta didik memiliki kesempatan untuk terlibat secara langsung dan berinteraksi dengan berbagai pihak, kegiatan *Market Day* dapat menjadi cara yang bagus untuk menerapkan pendidikan jiwa kewirausahaan. Kegiatan ini akan melatih moral dan mental mereka. Dengan bantuan dan bimbingan tutor, peserta didik dapat membuat kegiatan *Market Day* bermakna dengan menanamkan nilai-nilai positif (Febriyanti et al., 2021).

Bersumber pada data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64 juta unit. Jumlah ini merupakan mayoritas dari total usaha di Indonesia, yaitu 99,99%. UMKM juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, yaitu sejumlah 97%. Hal ini membuktikan UMKM mempunyai peranan penting bagi perekonomian bangsa Indonesia. Untuk meningkatkan jumlah dan kualitas UMKM, diperlukan jiwa kewirausahaan yang kuat dari para pelakunya. Jiwa kewirausahaan dapat dikembangkan sedari dini, dengan jalur pendidikan formal maupun non formal.

Jiwa kewirausahaan juga dapat membantu menciptakan lapangan kerja baru. Hal ini dikarenakan para wirausahawan dapat membuka usahanya sendiri dan menampung tenaga kerja. Bersumber dari data Badan Pusat Statistika tahun 2022, presentase penduduk Indonesia yang tidak bekerja dan sedang mencari pekerjaan mencapai 5,83%. Angka ini masih tergolong tinggi. Untuk menekan angka pengangguran, diperlukan upaya untuk menciptakan lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk mengatasi masalah pengangguran adalah memiliki jiwa kewirausahaan.

PKBM Insan Cerdas Indonesia adalah lembaga pendidikan non formal yang bertujuan untuk menciptakan generasi muda Indonesia yang beriman dan bertakwa, memiliki keterampilan dan kompetensi, kreatif, dan berjiwa kewirausahaan selaras dengan minat dan bakat mereka, serta mampu bersaing di dunia global. Insan muda berjiwa wirausaha dikembangkan khusus melalui kegiatan yang bernama *Market Day* yaitu bentuk implementasi dari program pemberdayaan di PKBM Insan Cerdas Indonesia. *Market Day* adalah kegiatan yang menggabungkan pendidikan dan kewirausahaan, dimana semua peserta didik ikut terlibat ketika proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Kegiatan produksi dimasukkan ke dalam mata pelajaran *creativepreneurship* tata boga, di mana peserta didik dibimbing untuk membuat produk yang memiliki nilai jual dan bermanfaat bagi seluruh program akademik sekolah dan masyarakat sekitarnya. Untuk kegiatan distribusi peserta didik juga diikutsertakan mempromosikan dan menjual produknya sedangkan guru dan masyarakat sekitar PKBM Insan Cerdas Indonesia berperan sebagai konsumen.

Di PKBM Insan Cerdas Indonesia, kegiatan ekstrakurikuler *Market Day* adalah kegiatan rutin setiap sebulan sekali dalam waktu satu hari. Kegiatan ini dikemas seperti pasar sekolah, yang berlangsung di halaman PKBM Insan Cerdas Indonesia dari pukul 08.00 hingga 12.00. Kegiatan *Market Day* dinaungi oleh IC Entrepreneur Day (ICED), yang merupakan wadah dan sarana untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan dan keterampilan kewirausahaan bagi peserta didik di PKBM Insan Cerdas Indonesia.

Selain bertujuan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia juga dikaitkan dengan kegiatan Entrepreneur Journey yakni kegiatan pembelajaran di luar kelas dengan biaya uang hasil peserta didik berjualan di kegiatan Market Day. Hal tersebut memiliki tujuan untuk membentuk peserta didik yang mandiri. Dengan adanya kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia dinantikan dapat memberikan dampak positif bagi peserta didik dan bisa menjadi bekal dalam kehidupannya di masa depan nanti untuk menghadapi berbagai perkembangan zaman.

Sangat relevan dengan fenomena sosial dan ekonomi di Indonesia, terutama mengingat latar belakang peserta didik Paket A di PKBM Insan Cerdas Indonesia, di mana hampir setengahnya datang dari keluarga tidak mampu dan tidak pernah mendapatkan pendidikan formal. Hal ini menunjukkan urgensi dan relevansi dari penelitian ini untuk membantu meningkatkan kualitas hidup mereka melalui kegiatan Market Day. Pertama, Indonesia menghadapi masalah kemiskinan yang telah lama menjadi isu krusial, dan kegiatan kewirausahaan seperti Market Day dapat menjadi salah satu solusi konkrit. Kedua, tingginya Tingkat pengangguran di kalangan usia muda menjadi penyebab kemiskinan yang signifikan. Dalam konteks ini, kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia menjadi relevan karena merupakan implementasi nyata dari pendidikan kewirausahaan. Tujuan kegiatan ini bukan hanya untuk mengajarkan aspek bisnis, tetapi juga membentuk jiwa kewirausahaan, yang pandai memberikan kontribusi positif bukan hanya bagi individu tetapi juga bagi masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Kegiatan Market Day dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik Paket A di PKBM Insan Cerdas Indonesia” dengan maksud untuk menganalisis bagaimana pelaksanaan kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A. rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pelaksanaan kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A? (2) Bagaimana upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A melalui kegiatan Market Day?.

Metode

Pada Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan permasalahan dan focus penulisan. Penelitian yang dilakukan penulis merupakan tentang pelaksanaan kegiatan Market Day dalam memunculkan jiwa kewirausahaan peserta didik. Dalam hal ini, penulis mencoba mengambil fokus permasalahan dan memusatkan perhatian terhadap permasalahan yang actual sebagaimana adanya saat penulis melakukan kegiatan penulisan. Penulisan deskriptif memungkinkan penulis untuk memberikan deskripsi yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi.

Penelitian ini dilaksanakan di PKBM Insan Cerdas Indonesia yang beralamatkan di Jl. Ngagel Tirtosari No. 5, Ngagelrejo, Kec. Wonokromo, Surabaya, Jawa Timur 60254. Lokasi penulisan ini dipilih karena melihat latar belakang peserta didik Paket A di PKBM Insan Cerdas Indonesia, di mana hampir setengahnya datang dari keluarga tidak mampu dan tidak pernah mendapatkan pendidikan formal. Subjek penelitian ini yaitu wali murid dari peserta didik Paket A PKBM Insan Cerdas Indonesia yang mengikuti kegiatan Market Day. Sedangkan objek penelitian yaitu peserta didik Paket A PKBM Insan Cerdas Indonesia yang mengikuti kegiatan Market Day. Subjek lainnya pada penelitian ini adalah tutor sebagai pendukung data pada penelitian ini.

Penulisan ini menggunakan teknik pengumpulan data yakni (1) wawancara mendalam merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang dilaksanakan secara lisan antara dua orang atau lebih dengan melihat langsung suatu informasi. Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala PKBM Insan Cerdas Indonesia, Koordinator Paket A, Peserta didik Paket A serta wali murid Paket A yang terlibat secara langsung dengan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indonesia ; (2) observasi partisipatif agar penulis mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kesesuaian antara hasil wawancara terhadap peserta didik terkait pelaksanaan kegiatan Market Day sebagai upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan

dengan hasil observasi yang dilakukan penulis; (3) dokumentasi yakni penulis melakukan pengumpulan data berupa catatan dari kegiatan wawancara yang telah dilakukan. Adapun bentuk dokumen lain yaitu foto.

Penulis menggunakan dokumentasi yang didapatkan sebagai alat pelengkap untuk mendukung metode pengumpulan data lain, yaitu observasi dan wawancara.

Selanjutnya terdapat teknik keabsahan data yakni triangulasi data sebagai teknik dalam pengumpulan data yang memiliki sifat menggabungkan dari berbagai teknik data dan sumber data yang telah ada. Kemudian juga ada member check yaitu untuk memastikan bahwa data yang didapatkan akurat dan sebanding dengan pemahaman informan. Apabila data yang diberikan oleh informan disepakati menunjukkan bahwa data tersebut valid.

Adapun tahapan dalam analisis data dalam penulisan kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Pertama, pengumpulan data diperoleh dari hasil catatan wawancara dan observasi kemudian penulis akan menguraikan temuan tersebut dan menulis catatan refleksi. Kedua, penulis akan meninjau seluruh data yang didapat dengan mengkaji dan memilah data-data tersebut untuk memfokuskan terhadap tema penulisan. Ketiga, data yang telah direduksi akan dipaparkan untuk meningkatkan pemahaman dalam permasalahan yang diangkat serta sebagai referensi untuk tindakan yang didasarkan pada pemahaman dan analisis data. Kelima, verifikasi data yakni penulis menarik kesimpulan dari kegiatan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari kesimpulan tersebut akan disesuaikan dengan teori-teori yang ada

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan membahas tentang fokus penelitian yang diteliti yakni: (1) Pelaksanaan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indoensia dan (2) Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A melalui kegiatan Market Day. Pada pembahasan ini akan penyesuaian antara teori dan hasil temuan penelitian, kemudian akan dianalisis secara mendalam.

1. Kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia

Market Day merupakan suatu pendidikan yang bertujuan untuk memberikan contoh pemahaman dan kesadaran tentang kehidupan yang relative, yang dapat menghasilkan struktur mental dan emosi yang lebih stabil, serta perilaku atau sikap sehari-hari yang lebih tercerah. Menurut Mashud, Market Day adalah salah satu contoh aplikasi pendidikan terintegrasi pendidikan kewirausahaan di mana semua siswa terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Memberikan tanggung jawab kepada peserta didik untuk membuat barang yang bermanfaat dan memiliki nilai jual adalah bagian dari kegiatan produksi.

Kegiatan Market Day merupakan bentuk implementasi dari program pemberdayaan di PKBM Insan Cerdas Indonesia. Kegiatan ini dilakukan rutin setiap sebulan sekali dalam waktu satu hari. Kegiatan ini dikemas selayaknya pasar sekolah yang digelar di halaman PKBM Insan Cerdas Indonesia mulai pukul 08.00 hingga pukul 12.00. Kegiatan Market Day membantu peserta didik menumbuhkan sifat kewirausahaan, seperti berani mengambil resiko, penuh percaya diri, semangat berprestasi, dan kepemimpinan.

Dalam hal ini, Bu Yuni selaku ketua PKBM Insan Cerdas Indonesia memilih kegiatan Market Day sebagai sarana untuk menerapkan program pemberdayaan dan menanamkan semangat kewirausahaan di kalangan peserta didik sehingga mereka dapat memperoleh pengetahuan dan bekal untuk kehidupan nanti. Kegiatan Market Day ini bagian dari program lifeskill atau kecakapan hidup, dan sasaran utamanya adalah peserta didik. Dalam prosesnya, kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia memiliki sejumlah ruang lingkup yaitu sebagai berikut:

a. Perencanaan Kegiatan

Proses perencanaan kegiatan Market Day di PKBM Insan Indonesia dilakukan dengan langkah-langkah terstruktur. Pertama, tutor melakukan pengecekan terhadap capaian pembelajaran yang telah ditetapkan, kemudian mengumpulkan berbagai macam Capaian Pembelajaran (CP) terkait, seperti keterampilan tata boga, konten creator, dan pengelolaan sampah, yang kemudian digabungkan menjadi satu tujuan utama Market Day. Selanjutnya, mereka menyusun rencana pembelajaran (ATP) dan tujuan pembelajaran spesifik. Setelah tahap perencanaan, dilakukan pembagian langkah-langkah kegiatan mulai dari persiapan hingga praktik memasak sesuai dengan

masing-masing CP keterampilan. Proses ini melibatkan coordinator Paket A, tutor pengajaran keterampilan, dan tutor lainnya. Dengan demikian, proses perencanaan yang terstruktur ini memastikan bahwa Market Day dapat berjalan lancar dan efektif, serta memberikan peluang peserta didik untuk belajar dengan menyenangkan dan mendalam.

Proses perencanaan yang dilakukan PKBM berdasarkan temuan data yang didapat peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi ialah PKBM menyusun perencanaan, alat dan bahan, tutor, dan anggaran. Hal tersebut direncanakan agar proses berjalannya kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Menurut (Sudjana, 2008) perencanaan dalam pendidikan non formal adalah proses penyusunan rangkaian kegiatan sistematis untuk mencapai tujuan suatu organisasi, dengan mempertimbangkan sumber daya yang ada atau yang tersedia (Hidayah & Nusantara, 2020). Pendapat ini juga sejalan dengan pandangan beberapa ahli lain, seperti yang dicatat dalam (Majid, 2011) yang menyatakan bahwa perencanaan melibatkan penyusunan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian di atas, menurut pendapat peneliti, PKBM telah melaksanakan perencanaan sesuai dengan teori. Ini terbukti dari data yang dikumpulkan, dimana upaya PKBM dalam menjalankan kegiatan dengan efektif telah mencerminkan perencanaan yang matang. Dalam pelaksanaan market day, PKBM telah merencanakan secara detail alur pembelajaran, peralatan dan bahan yang diperlukan, tutor, serta anggaran. Ini juga merupakan bagian penting dalam mencapai tujuan kegiatan tersebut.

b. Implementasi Kegiatan

1) Perencanaan

Pada langkah ini, peserta didik mendapatkan pembekalan tentang kegiatan yang akan diikuti, termasuk sosialisasi saat kegiatan parents meeting bulanan untuk mendapatkan dukungan semangat dan motivasi. Mereka kemudian dibagi menjadi tiga kelompok sesuai dengan fase kelas mereka. Tutor memberikan bimbingan dalam perencanaan kegiatan, termasuk materi tentang keterampilan konten creator, tata boga, dan literasi keuangan. Peserta didik diminta merencanakan produk makanan dan minuman, serta modal usaha, harga jual, dan pembuatan iklan. Tahap ini berlangsung selama satu bulan untuk memungkinkan peserta didik mencoba membuat berbagai produk sebelum dipasarkan.

Berikut beberapa tahapan perencanaan yang dilakukan peserta didik: (1) Penentuan Produk. Untuk menentukan barang yang akan dijual di Market Day, tutor dan peserta didik melakukan brainstorming dan diskusi. Mereka melakukan seleksi produk berdasarkan dua kriteria utama, yaitu sesuai dengan tingkat capaian pembelajaran anak-anak per fase dan tingkat penguasaan anak-anak terhadap produk tersebut. Setelah menentukan produk, mereka kemudian menghitung modal dan menetapkan harga jualnya dalam rangka pembelajaran literasi keuangan. (2) Praktik membuat produk. Setelah menentukan produk yang akan dijual, peserta didik akan mengikuti pembelajaran ketrampilan tata boga dengan praktik membuat produk. Tahapan praktik pembuatan produk meliputi pembelian bahan dan persiapan alat sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan, kemudian mereka akan menerapkan resep yang telah disiapkan. Sebelum memulai praktik, tutor akan memberikan materi mengenai keterampilan tata boga kepada peserta didik. (3) Setelah praktik membuat produk, peserta didik akan diajarkan pembelajaran konten creator. Mereka akan dibimbing dalam membuat logo produk yang mencerminkan identitas dan keunikan produk. Selain membuat logo, peserta didik juga akan membuat brosur yang akan disebar ke masyarakat sekitar sekolah. Setelah pembuatan logo, mereka akan menyiapkan kemasan produk dengan menempelkan logo yang telah dibuat.

2) Pelaksanaan

Pada Langkah ini, peserta didik memulai membuat produk yang akan dijual dan memasarkannya. Produk-produk makanan dijual dengan harga Rp. 5000 dan sebelum menjual, peserta didik menyiapkan tempat berjualan di depan sekolah agar pengunjung dapat dengan mudah melihat dan membeli produk. Seluruh peserta didik, tutor, orang tua

murid, dan masyarakat sekitar merupakan target pasarnya. Penjualan dilakukan dari pukul 08.00 hingga 12.00, dan pengunjung terus berdatangan sehingga semua produk cepat terjual.

3) Evaluasi

Setelah berjualan, peserta didik bersama dengan tutor melakukan refleksi untuk mengevaluasi proses Market Day serta memperbaiki kelemahan yang teridentifikasi. Ini mencakup menghitung hasil keuntungan penjualan dan mengidentifikasi kendala yang dialami peserta didik selama pelaksanaan kegiatan Market Day. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mengenai keterkaitan teori dengan pelaksanaan kegiatan market day yang diselenggarakan PKBM sudah memenuhi aspek yang menjadi patokan dalam proses pelaksanaan kegiatan. Jadi kegiatan market day sudah berjalan dengan efisien dan terstruktur.

c. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

(Kamil, 2012) menyatakan hasil dari pelaksanaan kegiatan merupakan titik fokus utama, yang mencakup proses interaksi antara sumber belajar dan peserta didik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keberhasilan suatu kegiatan tergantung pada kesesuaian dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Tujuan dari pelaksanaan market day adalah untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan peserta didik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama pelaksanaan kegiatan market day, terjadi penyaluran pengetahuan dari tutor kepada peserta didik. Melalui proses ini, peserta didik mampu menghasilkan produk makanan yang dapat dijual. Menurut peneliti, tutor berhasil menyampaikan materi dengan efektif kepada peserta didik, yang kemudian dapat menerima materi tersebut. Akibatnya, hasil dari proses ini adalah terciptanya produk dan peningkatan kemampuan peserta didik setelah mereka mengikuti kegiatan tersebut.

d. Evaluasi Pelaksanaan

(Sudjana, 2008) menyatakan bahwa evaluasi adalah proses mengumpulkan, mengelola, dan menyajikan data untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan terkait kegiatan yang sedang berlangsung atau sudah dilaksanakan. Evaluasi kegiatan diperlukan untuk menilai sejauh mana peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan terjadi. Berdasarkan temuan penelitian, evaluasi menjadi penentu keberhasilan kegiatan dengan mengukur kemampuan peserta didik dalam memahami materi, menerapkannya, serta mengamati perubahan dalam jiwa kewirausahaan mereka.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi dalam pelaksanaan sebuah kegiatan sangat krusial untuk menilai pencapaian dan perbaikan yang dibutuhkan. Evaluasi dilakukan oleh peserta didik bersama tutor sesuai dengan prinsip teori yang berlaku. Sebagai bagian dari upaya untuk mencapai keberhasilan kegiatan, PKBM melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan output yang baik.

2. Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik Paket A Melalui Kegiatan Market Day

Menurut (Hananta, 2015), kegiatan Market Day dapat membantu menumbuhkan semangat kewirausahaan dengan memungkinkan siswa membuat dan menjual produk mereka sendiri. Kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia adalah salah satu kegiatan yang dirancang untuk menumbuhkan semangat usaha pada. Kewirausahaan yaitu kombinasi dari inovasi, kreativitas, dan keberanian yang dikombinasikan dengan kerja keras untuk menghasilkan bisnis baru atau membentuk dan memeliharanya.

Keterlibatan peserta didik dalam kewirausahaan sangat penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang entrepreneur dan memungkinkan jiwa kewirausahaan mereka berkembang secara mandiri. Bukan hanya pengetahuan tentang penjualan dan pemasaran barang, tetapi memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kehidupan. Maka dengan pelaksanaan Market Day ini peserta didik dapat mengembangkan bakat mereka mulai dari sekolah dasar hingga jenjang yang lebih tinggi.

Tabel 1. Jiwa Kewirausahaan

No	Indikator Jiwa Kewirausahaan	Keterangan
1.	Penuh percaya diri	Peserta didik mempresentasikan produk yang akan dijualnya dengan penuh keyakinan, berinteraksi dengan calon pembeli. Peserta didik membagikan brosur kepada masyarakat sekitar untuk mempromosikan produk yang akan dijual saat kegiatan Market Day.
2.	Memiliki inisiatif	Peserta didik inisiatif dalam menyiapkan seluruh serangkaian kegiatan Market Day mulai dari datang tepat waktu, sebelum acara Market Day dimulai peserta didik menyiapkan semua produk yang akan dijual. Peserta didik memikirkan dan melakukan sesuatu untuk membuat produk yang unik atau yang sudah ada, seperti membuat nama produk yang menarik pelanggan.
3.	Memiliki motif berprestasi	Peserta didik menetapkan target penjualan dengan berusaha keras untuk mencapai target ketika produk masih tersisa peserta didik berkeliling menawarkan produk kepada pengunjung yang ada. Setelah kegiatan selesai peserta didik mengevaluasi kinerja mereka dengan menghitung keuntungan, serta merencanakan perbaikan untuk kegiatan Market Day selanjutnya
4.	Memiliki jiwa kepemimpinan	Dalam menghitung uang kembalian dan bertransaksi dengan pembeli, peserta didik harus jujur. Peserta didik berkoordinasi dengan tuor dan pihak lain yang terlibat dalam kegiatan Market Day, memastikan semua rencana berjalan lancar.
5.	Berani mengambil resiko	Mereka berani mengambil resiko, seperti memutuskan produk mana yang akan mereka jual, meskipun nantinya penjualan produk itu tidak pasti. Namun pada saat produk masih tersisa peserta didik berkeliling menawarkan produk kepada pengunjung yang ada.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Suryana, 2007) ciri-ciri jiwa kewirausahaan seperti berikut: (1) Sangat percaya diri, kuat, ketekunan, dan berani mengambil resiko; (2) Mengambil inisiatif, bekerja keras, dan memiliki dorongan yang kuat; (3) Memiliki motivasi untuk berprestasi dan memiliki tekad dan ketekunan untuk mengutamakan nilai-nilai inovasi dan kreativitas; (4) Harus memiliki jiwa kepemimpinan, sifat-sifat kepemimpinan, dan keteladanan dengan menggunakan kemampuan inovasi dan kreativitas untuk menjadi pemimpin dalam proses produksi dan pemasaran; (5) Menyukai tantangan dan berani mengambil resiko.

Menurut The Officer of Advocacy Small Business Administration dalam (Suryana, 2013) menyebutkan bahwa salah satu cara untuk mengetahui apakah kegiatan Market Day berhasil adalah jika peserta didik kreatif dan mampu mengidentifikasi peluang untuk berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan Market Day tidak hanya memberikan kesempatan bagi peserta didik untuk berjualan, tetapi juga mendorong mereka untuk mengembangkan kreativitas dan inisiatif dalam berwirausaha. Dengan diimplementasikan kegiatan Market Day di PKBM Insan Cerdas Indonesia ini, para peserta didik tidak hanya dapat menanamkan jiwa kewirausahaan pada diri mereka sendiri, tetapi mereka juga akan belajar bagaimana menggunakan pengetahuan mereka untuk membuka peluang bisnis atau berwirausaha. Sejalan dengan ungkapan Bu Yuni yang berperan sebagai ketua PKBM. Dengan terlaksananya kegiatan Market Day satu bulan sekali peserta didik bisa belajar dalam berwirausaha. Jiwa kewirausahaan peserta didik di PKBM Insan Cerdas Indonesia

sangat bagus. Sebagai hasil dari wawancara dengan koordinator paket A, terlihat bahwa peserta didiknya memiliki semangat inisiatif yang luar biasa.

Jiwa kewirausahaan yang dominan muncul pada peserta didik Paket A di PKBM Insan Cerdas Indonesia adalah memiliki inisiatif. Hal ini terbukti 8 dari 15 peserta didik yang telah menjalankan bisnis sendiri ada yang berjualan marshmellow, berjualan manik-manik, berjualan mie lidi, dan berjualan makanan. Mereka mengambil langkah proaktif untuk memulai bisnis mereka tanpa menunggu arahan atau intruksi dari orang lain. Kegiatan Market Day ini diharapkan dapat mendorong minat peserta didik untuk berwirausaha dan mengajarkan keterampilan hidup kepada peserta didik yang belum memiliki usaha sendiri.

Simpulan

1. Pelaksanaan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indonesia

Pelaksanaan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indonesia menunjukkan hasil yang signifikan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada peserta didik Paket A. Hal ini terbukti dengan 8 dari 15 peserta didik yang telah memiliki bisnis mandiri setelah mengikuti kegiatan ini. Keberhasilan ini dapat diraih berkat perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang terstruktur. Koordinator Paket A dan tutor pengampu menyusun alur pembelajaran yang disesuaikan dengan kemampuan setiap peserta didik. Melalui serangkaian kegiatan market day, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, para peserta didik dilatih untuk mengembangkan berbagai keterampilan wirausaha seperti : keterampilan perencanaan meliputi menentukan produk yang akan dijual, menghitung modal dan keuntungan, menyusun strategi pemasaran. Keterampilan produksi meliputi memproduksi produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Dan keterampilan pemasaran meliputi menawarkan produk kepada konsumen.

2. Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik Paket A melalui kegiatan market day

Kegiatan market day dapat membantu menumbuhkan semangat kewirausahaan dengan peserta didik membuat dan menjual produk yang mereka buat sendiri. Keterlibatan peserta didik dalam kewirausahaan sangat penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dalam entrepreneur dan memungkinkan jiwa kewirausahaan mereka berkembang secara mandiri. Pelaksanaan kegiatan market day di PKBM Insan Cerdas Indonesia terbukti efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada peserta didik Paket A. Kegiatan ini mendorong minat mereka untuk berwirausaha dan mengajarkan keterampilan hidup penting bagi mereka yang belum memiliki usaha sendiri. Salah satu jiwa kewirausahaan dominan yang muncul pada peserta didik adalah memiliki inisiatif. Kegiatan market day mendorong mereka untuk mengenali peluang usaha dan mengambil tindakan proaktif dalam memulai bisnis mereka.

Daftar Rujukan

- Aini, & Kurniawati. (2022). Implementasi Jiwa Kewirausahaan melalui Program Market Day pada Siswa Sejak Dini di SDIT Khoitu Ummah Yogyakarta.
- Ambarwati, A., & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi ahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.736>
- Anggito, & Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Anita, L. (2003). 101 Cara Menumbuhkan Rasa Percaya Diri Anak. PT. Elek Media Kumpulan Do Gramedia.
- Anwar. (2006). *Pendidikan Kecakapan Hidup*. Alfabeta.
- Bogdan, Robert, & Taylor, S. (1992). *Pengantar Metode Kualitatif*. Usaha Nasional.

-
- Chun-mei, C., Chien-hua, S., & Hsi-chi, H. (2011). The influence of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial learning behavior - using Entrepreneurial intention as the mediator variable. *CSCanada International Business and Management*, 3(2), 7–11. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820110302.4Z0145>
- Ekawati, A. (2018). *Market Day sebagai Upaya Pembiasaan untuk Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Siswa Sejak Dini di SD IT Alam Harum Purbalingga*. Skripsi.
- Fadillah, M., & Khorida, L. M. (2019). Pendidikan Karakter Anak Usia Dini. *AR-RUZZ MEDIA*.
- Farichah, S., & Abidin, M. (2023). Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Di Sd Islam Nurul Izzah Kota Malang. 5.
- 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. <https://doi.org/10.17509/pedadidaktika.v8i1.32926>
- Hananta, A. T. (2015). Studi Eksplorasi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah Dasar Unggulan Aisyah Bantul. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 4(16), 1–11.
- Hartanti. (2008). *Manajemen Pengembangan Kewirausahaan (Entrepreneurship) Siswa SMK 4 Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hartati, S., Ansari, M. I., & Hafiz, H. A. (2020). Upaya Sekolah dalam Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Siswa melalui program Market Day Kelas Tinggi SDIT Al Firdaus Banjarmasin.
- Hidayah, N., & Nusantara, W. (2020). Pengelolaan PKBM dalam Perspektif Pengembangan Potensi Sumber Daya Manusia Lokal. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua*, 4(2), 26-35. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpls/article/view/9069>
- Kamil, M. (2012). *Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Kamilah, R. F., & Trihantoyo, S. (2020). IMPLEMENTASI PROGRAM BUSINESS DAY DALAM MEMBANGUN JIWA KEWIRAUSAHAAN DI SD AL HIKMAH SURABAYA.
- Luecke, R., & Katz, R. (2003). *Managing Creativity and Innovation*. Harvard Business School Press.
- Majid, A. (2011). *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mashud, I. (2015). Membangun Jiwa Wirausaha Siswa Melalui Kegiatan Jual Beli (Analisis Kegiatan Market Day Sekolah Dasar Islam YAKMI Kota Tangerang). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*, 501–510. <https://doi.org/https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snip/article/view/8970/6530>
- Muhaimin. (2003). *Arah Baru Pengembangan Pendidikan Islam*. Nuansa. Mulyasa. (2013). *Pengembangan dan Implentasi Pemikiran Kurikulum*. Rosdakarya.
- Munawaroh, I., & Marmoah, S. (2023). Implementasi Program Kewirausahaan “Market Day” Sebagai Sarana Penanaman Karakter Siswa di SD Negeri Gayam 5. *OSF Preprints*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/yd7v9>
- Mustika, M., Yusuf, N., & Taruh, V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 82–96.

-
- Patmah, S. (2022). Implementasi Program Market Day dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Peserta Didik di SD IT Permata Jannati Banjarmasin. Skripsi.
- Putri, N. A., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Menerapkan Jiwa Entrepreneur Melalui Kegiatan Market Day Bagi Siswa di UPT SD Negeri 206 Gresik. *JCSR*, 1(6).
- Rahman. (2008). *Actuating dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Negeri Lampung.
- Ratih, I. (2009). *Super Confident Child: Tips Agar Anak Pemberani dan Percaya Diri*. Imperium.
- Saroni. (2013). *Mendidik & Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik*. AR- RUZZ MEDIA.
- Sastropoetro, S. (1982). *Pelaksanaan Latihan*. Gramedia.
- Sudjana. (2008). *Pendidikan dan Pelatihan*. Bandung: Falah Production.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastris, S. (2017). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Susu Kedelai. *Jurnal Damaika*, 3(2).
- Sumarti, S. S. (2008). Peningkatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Calon Guru Kimia dengan Pembelajaran Praktikum Kimia Dasar Berorientasi Chemoentrepreneurship. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Suryana. (2007). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008a). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008b). *Kewirausahaan dan Manajemen. Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Zultiar, I., & Siwiyanti, L. (2017). Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 6(11), 13–30.