

Membangun jiwa wirausaha sejak dini: Pembekalan persiapan *market day*Aan Nurhasanah¹, Marlina Eliyanti Simbolon², Albertus Devin Okta Pratama³,Alifa Syahda Zahra⁴, Rayhan Aliyudi⁵^{1,2,3,4,5}Universitas Kuningan*aan.nurhasanah@uniku.ac.id**ABSTRAK**

Pendidikan kewirausahaan sejak dini memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir kreatif, inovatif, dan mandiri pada anak-anak. Artikel ini membahas strategi pembekalan siswa dalam persiapan Market Day sebagai upaya menanamkan jiwa wirausaha di tingkat sekolah dasar. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik, siswa diperkenalkan pada konsep perencanaan produk, strategi pemasaran, serta manajemen keuangan sederhana. Hasil implementasi menunjukkan bahwa pembekalan ini meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kepercayaan diri siswa dalam berwirausaha. Artikel ini memberikan rekomendasi bagi pendidik dalam mengembangkan program serupa untuk membentuk generasi muda yang siap menghadapi tantangan ekonomi masa depan

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pendidikan, *Market Day*, siswa SD**ABSTRACT**

Early entrepreneurship education plays a crucial role in fostering creative, innovative, and independent mindsets in children. This article discusses strategies for equipping students in preparation for Market Day as an effort to instill an entrepreneurial spirit at the elementary school level. Through a practice-based learning approach, students are introduced to the concepts of product planning, marketing strategies, and simple financial management. Implementation results indicate that this training enhances students' understanding, skills, and confidence in entrepreneurship. This article provides recommendations for educators in developing similar programs to prepare a younger generation ready to face future economic challenges.

Kata Kunci: Entrepreneurship, Education, Market Day, Elementary School Students**Articel Received:** 20/11/2025; **Accepted:** 15/01/2026**How to cite:** Nurhasanah, A., Simbolon, M. E., Pratama, A. D. O., Zahra, A. S., & Aliyudi, R. (2026). Membangun jiwa wirausaha sejak dini: Pembekalan persiapan market day. *Abdimas Siliwangi*, Vol 9 (1), 40-49. doi:<http://dx.doi.org/xx.xxxxx/abdimas-siliwangi.xxxx.xxxxx>

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu keterampilan abad ke-21 yang penting untuk dikembangkan sejak usia dini (Hafiz et al., 2024). Selain memberikan bekal keterampilan ekonomi, pendidikan kewirausahaan juga berperan dalam membentuk karakter peserta didik yang mandiri, kreatif, inovatif, serta mampu mengambil inisiatif dan menghadapi risiko (Schunk, 1989; Trilling & Fadel, 2009). Di tengah dinamika sosial dan ekonomi yang semakin kompleks, kemampuan berwirausaha tidak hanya relevan bagi calon pelaku usaha, tetapi juga menjadi bagian penting dari pembentukan

profil pelajar Pancasila yang adaptif dan solutif (Kemdikbudristek, 2021). Namun, pada kenyataannya, pendidikan kewirausahaan di tingkat sekolah dasar masih belum mendapatkan porsi yang memadai, baik dalam kurikulum formal maupun dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari. Kurangnya integrasi materi kewirausahaan dalam pembelajaran membuat siswa belum banyak mendapatkan pengalaman langsung dalam menerapkan nilai-nilai dan keterampilan kewirausahaan (Widayati et al., 2019).

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa secara menyenangkan dan kontekstual adalah melalui kegiatan *Market Day*. Kegiatan ini merupakan simulasi pasar di lingkungan sekolah yang melibatkan siswa secara aktif dalam merancang, memproduksi, memasarkan, dan menjual produk buatan mereka sendiri (Gaul, 2024). Melalui kegiatan tersebut, siswa tidak hanya belajar mengenai konsep jual beli, tetapi juga terlibat dalam proses pengambilan keputusan, kerja sama tim, pengelolaan keuangan sederhana, dan komunikasi dengan pelanggan. Hal ini relevan dengan visi dan misi SDN 2 Bayuning, yaitu “Beprestasi Dalam Ilmu Luhur, Akhlak Sehat, Mandiri dan berwawasan lingkungan Pada Tahun 2025”.

Namun demikian, efektivitas kegiatan *Market Day* sangat bergantung pada pembekalan yang diberikan kepada siswa sebelum pelaksanaan kegiatan tersebut. Tanpa pemahaman dasar yang memadai, siswa cenderung hanya menjalankan *Market Day* sebagai kegiatan seremonial tanpa makna pembelajaran yang mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses pembekalan sebelum pelaksanaan *Market Day* dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan dan menumbuhkan keterampilan dasar yang relevan dengan dunia bisnis. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis praktik, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi media pembelajaran yang efektif sekaligus menyenangkan bagi siswa sekolah dasar. Artikel ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang strategi pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif dan kontekstual, sehingga para pendidik memiliki rujukan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan sejak dini.

B. LANDASAN TEORI

1. Pendidikan Kewirausahaan Sejak Dini

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses sistematis dalam menanamkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang berkaitan dengan kemampuan mengenali peluang, mengambil inisiatif, serta menciptakan nilai melalui aktivitas produktif (Hafiz et al., 2024). Pada jenjang sekolah dasar, pendidikan kewirausahaan tidak diarahkan untuk mencetak pelaku bisnis, melainkan untuk membangun pola pikir (entrepreneurial mindset) yang meliputi kemandirian, kreativitas, keberanian mengambil keputusan, dan tanggung jawab (Widayati et al., 2019).

Pengenalan kewirausahaan sejak dini dinilai efektif karena anak berada pada fase perkembangan kognitif dan afektif yang sangat responsif terhadap pembentukan karakter. Melalui pengalaman belajar yang konkret dan kontekstual, siswa dapat mengembangkan sikap percaya diri, pantang menyerah, serta kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan sosial dan ekonomi (Gaul, 2024). Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan nasional yang menekankan pengembangan potensi peserta didik secara utuh, baik aspek pengetahuan, keterampilan, maupun karakter.

2. Market Day sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan

Market Day merupakan salah satu bentuk pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam kegiatan kewirausahaan sederhana. Melalui kegiatan ini, siswa terlibat secara aktif dalam proses perencanaan produk, produksi, pemasaran, hingga evaluasi hasil penjualan (Rosyida et al., 2025). Keterlibatan langsung tersebut menjadikan Market Day tidak hanya sebagai kegiatan seremonial, tetapi sebagai media pembelajaran yang bermakna.

Beberapa hasil pengabdian dan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan Market Day mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep dasar kewirausahaan seperti modal, keuntungan, promosi, dan pelayanan pelanggan (Aini et al., 2022). Selain itu, Market Day juga menjadi wahana penguatan nilai-nilai karakter, seperti kejujuran, kerja keras, tanggung jawab, dan kerja sama, yang sangat penting dalam pembentukan sikap wirausaha sejak dini.

3. Pembelajaran Berbasis Praktik dan Experiential Learning

Pembelajaran kewirausahaan melalui Market Day didasarkan pada pendekatan experiential learning, yaitu pembelajaran yang menekankan pengalaman langsung sebagai sumber utama pembentukan pengetahuan. Menurut Kolb dalam (Ramadhan et al., 2025) pembelajaran akan lebih bermakna ketika peserta didik mengalami, merefleksikan, memahami, dan menerapkan pengetahuan dalam konteks nyata.

Dalam konteks sekolah dasar, pendekatan ini sangat relevan karena siswa cenderung belajar lebih efektif melalui aktivitas konkret dibandingkan abstraksi konsep semata. Melalui simulasi jual beli dan praktik kewirausahaan sederhana, siswa tidak hanya memahami konsep secara kognitif, tetapi juga mengembangkan keterampilan sosial dan emosional yang mendukung kesiapan hidup mereka di masa depan.

4. Contextual Teaching and Learning dalam Kewirausahaan

Pendekatan Contextual Teaching and Learning (CTL) menekankan keterkaitan antara materi pembelajaran dengan kehidupan nyata siswa. (Johnson, 2007) menyatakan bahwa pembelajaran kontekstual memungkinkan siswa membangun pemahaman melalui pengalaman langsung yang relevan dengan lingkungan mereka. Kegiatan Market Day merupakan implementasi nyata dari CTL karena siswa belajar kewirausahaan melalui situasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan ini, siswa tidak hanya menghafal konsep kewirausahaan, tetapi mampu mengaitkannya dengan pengalaman konkret, seperti menentukan harga, melayani pembeli, dan mengelola hasil penjualan. Proses ini mendorong terbentuknya pembelajaran bermakna dan meningkatkan motivasi belajar siswa.

5. Pengembangan Keterampilan Abad ke-21 dan Profil Pelajar Pancasila

Pendidikan kewirausahaan melalui kegiatan Market Day juga berkontribusi terhadap pengembangan keterampilan abad ke-21, yang meliputi komunikasi, kolaborasi, kreativitas, dan berpikir kritis (Zubaidah, 2016). Selama kegiatan berlangsung, siswa dilatih untuk berkomunikasi dengan pelanggan, bekerja sama dalam tim, serta menciptakan produk yang menarik dan bernilai jual.

Selain itu, kegiatan ini selaras dengan penguatan Profil Pelajar Pancasila, khususnya pada dimensi mandiri, kreatif, dan gotong royong (Kemdikbudristek, 2021). Dengan demikian, Market Day tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan kewirausahaan, tetapi

juga sebagai sarana pembentukan karakter dan kompetensi holistik siswa sekolah dasar.

C. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses pembelajaran kewirausahaan melalui kegiatan *Market Day* di sekolah dasar. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara kontekstual pemahaman, pengalaman, serta keterampilan kewirausahaan yang berkembang pada siswa selama mengikuti rangkaian kegiatan. Sejalan dengan pendapat Creswell dalam (Ishtiaq, 2019) bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna yang diberikan oleh individu terhadap suatu fenomena sosial, dalam hal ini adalah proses pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik. Data dalam pengabdian ini diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur dengan siswa dan guru, serta analisis dokumentasi berupa catatan proses pelatihan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan *Market Day*. Pengabdian dilaksanakan melalui empat tahapan sistematis, yaitu:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal penelitian difokuskan pada pemetaan kebutuhan dan pemahaman awal siswa terhadap konsep kewirausahaan. Teknik yang digunakan meliputi survei sederhana, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan observasi awal terhadap perilaku siswa. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat dalam merancang bentuk pembekalan yang sesuai dengan latar belakang, usia, dan tingkat pemahaman siswa (Hashimov, 2015). Hasil identifikasi ini juga menjadi dasar penyusunan indikator penguasaan keterampilan kewirausahaan dasar.

2. Pelatihan dan Simulasi

Berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi, siswa diberikan pelatihan kewirausahaan yang disusun secara tematik dan berbasis praktik langsung. Materi pelatihan mencakup pembuatan produk sederhana, penentuan harga jual, strategi pemasaran, serta pengelolaan keuangan dasar. Dalam tahap ini, siswa dilibatkan dalam simulasi interaktif, yang dirancang untuk menumbuhkan keterampilan berpikir kreatif, pengambilan keputusan, dan kolaborasi (Mutia et al., 2025). Simulasi ini juga bertujuan

membangun kesiapan siswa dalam menghadapi kegiatan Market Day yang sesungguhnya.

3. Pelaksanaan Market Day

Kegiatan Market Day menjadi puncak implementasi pembelajaran kewirausahaan. Siswa menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dengan menjual produk hasil karya mereka di lingkungan sekolah. Kegiatan ini memberi pengalaman langsung tentang proses produksi hingga pemasaran, dan secara tidak langsung juga menumbuhkan nilai-nilai karakter seperti kemandirian, tanggung jawab, dan kejujuran (Rosyida et al., 2025). Lingkungan sekolah disulap menjadi pasar mini, dan siswa berperan aktif sebagai pelaku usaha dalam skala kecil.

4. Evaluasi dan Refleksi

Tahapan terakhir dari penelitian ini adalah evaluasi dan refleksi, yang dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan memahami dampaknya terhadap pemahaman serta keterampilan kewirausahaan siswa. Refleksi dilakukan melalui wawancara dan diskusi kelompok, serta pengisian jurnal reflektif oleh siswa. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong siswa merefleksikan proses belajar yang mereka alami, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta menyadari nilai-nilai pembelajaran yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Anggraeni, 2023). Selain itu, evaluasi ini memberikan masukan penting bagi guru dan sekolah dalam mengembangkan model pembelajaran serupa di masa mendatang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peningkatan Pemahaman Kewirausahaan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa setelah mendapatkan pembekalan, siswa lebih memahami konsep dasar kewirausahaan, seperti bagaimana memilih produk yang sesuai, strategi pemasaran yang efektif, serta pencatatan keuangan sederhana. Hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep dasar kewirausahaan. Sekitar 82% siswa mampu menjelaskan dengan benar pengertian *modal* sebagai sumber daya awal dalam memulai usaha, baik dalam bentuk uang, bahan, maupun tenaga. Sebanyak 78% siswa memahami bahwa *keuntungan* merupakan selisih antara pendapatan dan biaya produksi atau operasional. Selain itu, 85% siswa mampu mengidentifikasi dan

menguraikan strategi sederhana dalam menarik pelanggan, seperti memberikan pelayanan yang baik, menawarkan harga yang menarik, serta melakukan promosi melalui media visual sederhana seperti poster pada status *whatsapp*. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan kemampuan siswa dalam menghafal istilah-istilah sederhana tentang kewirausahaan, tetapi juga mengindikasikan kemampuan mereka dalam mengaitkan konsep tersebut dengan konteks kehidupan nyata. Hal ini terlihat dalam pelaksanaan simulasi jual beli dan kegiatan *Market Day*, di mana siswa tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjalankan peran sebagai pelaku usaha kecil secara aktif. Pengalaman langsung ini memberikan makna belajar yang lebih dalam karena siswa belajar melalui keterlibatan emosional, sosial, dan kognitif yang merupakan karakteristik utama dari pendekatan *experiential learning* (Ramadhan et al., 2025).

Selain itu proses ini sejalan dengan prinsip *Contextual Teaching and Learning*, di mana pengetahuan dibangun melalui pengalaman nyata dan relevan dalam kehidupan siswa (Johnson, 2007). Secara tidak langsung, kegiatan ini juga mendorong perkembangan dimensi *Profil Pelajar Pancasila*, khususnya dalam aspek mandiri, kreatif, dan bergotong royong, karena siswa belajar mengatur usaha mereka sendiri, menciptakan produk, serta bekerja sama dengan teman dalam tim produksi dan penjualan (Kemdikbudristek, 2021).

2. Pengembangan Keterampilan Sosial:

Pembelajaran kewirausahaan melalui kegiatan *Market Day* terbukti memberikan dampak positif terhadap perkembangan keterampilan sosial siswa. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa kegiatan yang mengharuskan siswa berinteraksi langsung dengan pembeli dan teman sebaya membuka ruang bagi siswa untuk mengasah berbagai aspek kompetensi sosial yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Keterampilan sosial yang berkembang pada saat kegiatan *market day* di SDN 2 Bayuning ini mencakup kemampuan komunikasi, kerja sama, empati, dan penghargaan terhadap perbedaan.

a. Kemampuan Berkomunikasi Secara Efektif dan Sopan

Selama pelaksanaan *Market Day*, siswa ditugaskan untuk menyapa pelanggan, menawarkan produk, menjelaskan manfaat produk, serta merespons pertanyaan dengan bahasa yang jelas dan sopan. Hal ini menjadi sarana konkret bagi siswa untuk mempraktikkan keterampilan berbicara dan mendengarkan dalam konteks nyata.

“Awalnya siswa malu-malu, tapi setelah beberapa pembeli datang dan mereka mulai bisa menjelaskan produknya, terlihat mereka makin percaya diri,” ujar salah satu guru pendamping. Kegiatan ini sejalan dengan pandangan Vygotsky (1978), yang menekankan pentingnya interaksi sosial dalam membentuk perkembangan kognitif dan sosial anak.



Gambar 1. Komunikasi Jual Beli Siswa

b. Kemampuan Kerja Sama dan Kolaborasi

Siswa tidak bekerja secara individu, tetapi dalam tim kecil yang bertanggung jawab atas jenis produk tertentu. Mereka harus berbagi tugas, mulai dari produksi, penataan barang, promosi, hingga pelayanan pelanggan. Dalam proses ini, mereka belajar saling mendengarkan, membagi peran, serta menyelesaikan konflik kecil yang muncul secara mandiri. Hal ini memperkuat keterampilan kolaboratif, yang merupakan bagian dari *kompetensi sosial emosional* dan menjadi pilar utama dalam pembelajaran abad ke-21 (Zubaidah, 2016). Selain itu, sikap gotong royong ini juga selaras dengan nilai-nilai *Profil Pelajar Pancasila*, khususnya dalam dimensi “bergotong royong” dan “berkebinekaan global” (Kemdikbudristek, 2021).

c. Meningkatnya Empati dan Penghargaan terhadap Perbedaan.

Dalam proses interaksi dengan pelanggan, siswa menghadapi berbagai tipe orang dengan beragam kebutuhan dan gaya komunikasi. Situasi ini memberi mereka pengalaman untuk bersikap sabar, memahami perspektif orang lain, dan menyesuaikan cara komunikasi secara situasional. Pengalaman ini membantu mengembangkan empati

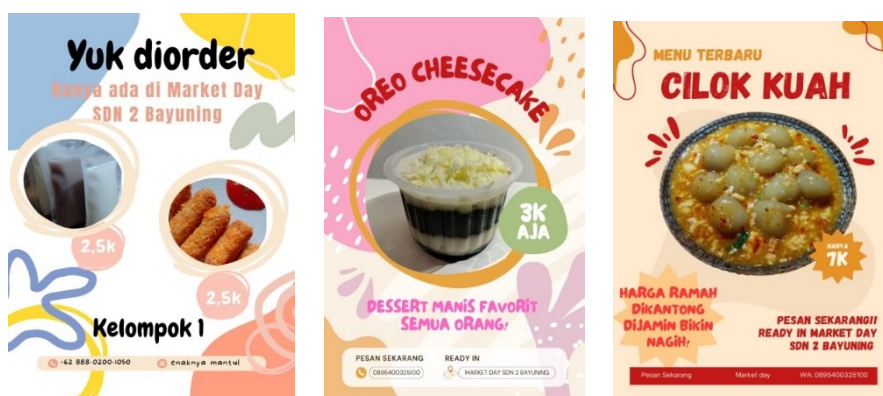
sebagai dasar penting dari hubungan sosial yang sehat, yang juga memperkuat pembentukan karakter siswa sebagai warga yang toleran dan adaptif.

3. Peningkatan Kreativitas

Kegiatan *Market Day* memberikan ruang yang luas bagi siswa untuk mengembangkan kreativitas dalam berbagai aspek, mulai dari produksi hingga pemasaran produk. Pembelajaran berbasis praktik yang kontekstual terbukti mendorong siswa untuk berpikir *out-of-the-box*, mengeksplorasi ide-ide baru, dan mengubah bahan sederhana menjadi produk yang memiliki nilai estetika dan ekonomi.

a. Eksplorasi Ide dan Inovasi Produk

Selama proses perencanaan dan produksi, siswa menunjukkan keberanian dalam mencoba berbagai jenis makanan ringan sebagai produk kewirausahaan. Mereka mulai mengeksplorasi variasi rasa, tekstur, bentuk, dan kemasan untuk menciptakan produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menggugah selera. Beberapa kelompok siswa, misalnya, memodifikasi PUDOT (puding sedot) dengan berbagai rasa seperti vanila, coklat yang kemudian dikemas dalam pouch dan di beri label berbagai emotion seperti *emotion senang, konyol, berfikir*. Kreativitas juga terlihat dalam penyusunan slogan pemasaran seperti *"hanya ada di Market Day SDN 2 Bayuning atau "Harga ramah dikantong, dijamin bikin nagih!"* yang menunjukkan kemampuan siswa memadukan unsur bahasa dalam pemasaran secara sederhana namun efektif.



Gambar 2. Flayer Promosi Produk

Proses ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya meniru produk yang sudah ada, tetapi mampu mengembangkan ide baru berdasarkan pengalaman dan preferensi konsumen anak-anak. Kegiatan ini menjadi ruang nyata bagi pengembangan imajinasi dan daya cipta siswa dalam konteks yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Menurut Guilford dalam (Wahyuni et al., 2025), kreativitas tidak hanya terletak

pada hasil akhir, melainkan juga pada proses berpikir *divergen* yaitu kemampuan menghasilkan berbagai alternatif solusi dari satu situasi. Dalam konteks ini, eksplorasi siswa dalam menciptakan varian makanan ringan mencerminkan penerapan nyata dari proses kreatif tersebut.

b. Desain Kemasan, Nama Produk, dan Slogan

Selain produk, siswa juga memperlihatkan kreativitas dalam mendesain kemasan yang menarik dan membuat slogan yang persuasif. Beberapa siswa bahkan menambahkan sentuhan humor atau permainan kata dalam slogan yang mereka buat, misalnya: "Harga Ramah Dikantong Dijamin Bikin Nagih!". Proses ini mengajarkan siswa untuk mengaitkan aspek estetika dengan strategi pemasaran sederhana, sekaligus melatih keterampilan komunikasi visual dan verbal mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan (Sit & others, 2024) bahwa kreativitas berkembang saat anak diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri dalam konteks yang mendukung.

c. Kepercayaan Diri dalam Menuangkan Ide

Kegiatan *Market Day* juga berperan dalam menumbuhkan kepercayaan diri siswa dalam menyampaikan dan mengeksekusi ide. Dengan melihat ide mereka diwujudkan dalam bentuk produk nyata yang diapresiasi oleh pembeli, siswa merasa bahwa gagasan mereka bernilai dan layak untuk dikembangkan. Proses ini menjadi bentuk konkret dari *learning by doing* yang tidak hanya melatih keterampilan berpikir kritis dan kreatif, tetapi juga membentuk sikap percaya diri dan tanggung jawab terhadap karya sendiri (Aini et al., 2022).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pembekalan kewirausahaan sebelum pelaksanaan *Market Day* memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis siswa di bidang kewirausahaan. Melalui serangkaian kegiatan seperti pelatihan, simulasi, perencanaan produk, dan refleksi, siswa tidak hanya memahami istilah seperti modal, keuntungan, dan promosi, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata. Selain itu, kegiatan ini juga secara bersamaan mendorong tumbuhnya keterampilan penting abad ke-21, seperti komunikasi, kolaborasi, kreativitas, dan kemampuan mengambil inisiatif.

Oleh karena itu, program serupa sangat direkomendasikan untuk diterapkan di berbagai sekolah dasar, baik sebagai bagian dari penguatan proyek penguatan profil pelajar Pancasila (P5) maupun sebagai pendekatan kontekstual dalam pembelajaran lintas mata pelajaran. Implementasi program ini secara berkelanjutan dan terstruktur dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam menanamkan budaya kewirausahaan sejak dini, sekaligus mempersiapkan generasi muda untuk menjadi individu yang adaptif dan produktif dalam menghadapi tantangan masa depan.

F. ACKNOWLEDGMENTS

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang ikut serta demi kelancaran menyusun artikel pengabdian masyarakat yang berjudul “Membangun Jiwa Wirausaha Sejak Dini: Pembekalan Persiapan Market Day”, terkhusus kepada Prof. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor dan Dr. Toto Supartono, S.Hut., M.Si., selaku Kepala LPPM Universitas Kuningan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bermitra dalam kegiatan ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Aini, P., Wahyu Kurniawati, U. P. Y., & others. (2022). Implementasi Jiwa Kewirausahaan melalui Program Market Day pada Siswa Sejak Dini di SDIT Khoitu Ummah Yogyakarta. *Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Anggraeni, F. U. (2023). Analisis nilai-nilai karakter pada kegiatan market day di SD IT Alam Harapan Ummat Purbalingga. *Puwokerto: Skripsi UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Gaul, M. M. L. (2024). *Mengasah jiwa wirausaha sejak dini*. Penerbit P4I.
- Hafiz, M., Aziz, A. R. A., & Hamli, H. (2024). Pengembangan Kurikulum Berbasis Keterampilan Abad Ke-21 untuk Sekolah Dasar. *Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah*, 1(2).
- Hashimov, E. (2015). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and The Coding Manual for Qualitative Researchers: Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2014. 381 pp. Johnny Saldaña. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2013. 303 pp.* Taylor & Francis.
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, JW (2014). *Research Design: Qualitative,*

- Quantitative and Mixed Methods Approaches . Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40.
- Johnson, E. B. (2007). *Contextual Teaching&learning*. Mizan Learning Center.
- Mutia, T., Suharto, Y., Sahrina, A., Wahyudi, A., Atmaja, M. A. R., & Aprilia, R. (2025). Efektivitas e-modul interaktif berbasis project based learning terhadap kemampuan berfikir kreatif siswa. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi*, 9(1), 42–51.
- Ramadhan, D., Nurlaili, I., Primastuti, K. P., Widyawati, R., Farida, V., & Muhtarom, T. (2025). Mengembangkan Karakter Aktif dan Mandiri Dengan Metode Experiental Learning di SD IT Alam Nurul Islam. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 1672–1685.
- Rosyida, M., Fithriyah, D. N., Choiriyah, M., Alfia, S. M., & Ariani, F. D. E. A. (2025). Implementasi Projek P5 Melalui Kegiatan Market Day Untuk Meningkatkan Karakter Kemandirian Peserta Didik Sekolah Dasar. *Jurnal Pengajaran Sekolah Dasar*, 4(2), 252–267.
- Schunk, D. H. (1989). Self-efficacy and achievement behaviors. *Educational Psychology Review*, 1(3), 173–208.
- Sit, M., & others. (2024). Analisis Perkembangan Kreativitas Anak Usia 5-6 Tahun. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 844–852.
- Trilling, B., & Fadel, C. (2009). *21st century skills: Learning for life in our times*. John Wiley & Sons.
- Wahyuni, D., Antoro, B., & Amalia, M. M. (2025). *Teknik Pengembangan Tes Berpikir Kreatif Dalam Pendidikan Menengah*. Deepublish.
- Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. (2019). Pengembangan kewirausahaan dengan menciptakan wirausaha baru dan mandiri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2).
- Zubaidah, S. (2016). Keterampilan abad ke-21: Keterampilan yang diajarkan melalui pembelajaran. *Seminar Nasional Pendidikan*, 2(2), 1–17.