

IMPLEMENTASI PROGRAM MARKET DAY SEBAGAI SARANA MENGEMBANGKAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN SISWA SDIT ALAM NURUL ISAM

THE IMPLEMENTATION OF MARKET DAY PROGRAM AS ENTREPRENEURSHIP CHARACTER BUILDING FOR SDIT ALAM NURUL ISLAM STUDENTS

Oleh: Manisya Lis Pratitis, Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, email:manisya.titis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi program *market day* dan ketercapaian program *market day* sebagai sarana mengembangkan karakter kewirausahaan siswa SDIT Alam Nurul Islam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitiandeskriptif-kualitatif. *Setting* penelitian di SDIT Alam Nurul Islam Yogyakarta pada bulan September sampai November 2017. Subyek penelitian adalah guru, penanggungjawab program *market day*, kepala sekolah, orang tua, dan siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi serta asesmen diri. Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program *market day* di SDIT Alam Nurul memiliki lima tahapan pelaksanaan yakni tahap eksplorasi, tahap perencanaan, tahap produksi, tahap penjualan, dan tahap refleksi. Hasil ketercapaian program *market day* menunjukkan peningkatan secara keseluruhan dari nilai-nilai karakter kewirausahaan sesuai dengan tingkatan kelas.

Kata kunci: karakter kewirausahaan, *market day*, sekolah dasar

Abstract

The aim of this study is to describe how the realization and the achievement of a market day program for entrepreneurship character building in the SDIT Alam Nurul Islam students. In this research, the researcher applied descriptive-qualitative method taking SDIT Alam Nurul Islam for September to November 2017. The study subject were teachers, head master, parents, and students in SDIT Alam Nurul Islam. The data were collected by observation, interview, self-asesment and documentary study.. The data were validated by using sources triangulation and technique triangulation. The result of study showed that the program of market day in SDIT Alam Nurul Islam have had five stages including exploring, planning, producing, marketing and reflecting. There was improvement of entrepreneurship character values among students tailored by class level

Keyword : entrepreneurship character, market day, elementary school

PENDAHULUAN

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat menentukan bagi perkembangan dan perwujudan diri individu, terutama bagi pembangunan bangsa dan negara. Hal ini dijelaskan dalam undang-undang 1945 (amandemen) Pasal 31 ayat 3 menyebutkan bahwa “Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang.” Kemudian, Pasal 31 ayat 5 menyebutkan bahwa “Pemerintah memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan

menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan persatuan bangsa untuk kemajuan peradaban serta kesejahteraan umat manusia.”

Berdasarkan isi dari pasal tersebut diketahui bahwa pada hakikatnya pendidikan bukan sekedar sebagai pewarisan budaya. Namun, pendidikan adalah daya upaya untuk menolong manusia memperoleh kesejahteraan hidup. Kesejahteraan hidup pribadi manusia dapat dicapai apabila manusia mengalami perkembangan pribadi secara maksimal. Pendidikan dilangsungkan untuk membantu perkembangan seluruh aspek kepribadian manusia sehingga dengan demikian

manusia dapat mengusahakan kehidupannya sendiri yang sejahtera serta mewujudkan tujuan pendidikan dalam membangun pribadi-pribadi yang mampu menolong diri sendiri ataupun orang lain.

Seharusnya dengan berpedoman pada undang-undang tersebut, kualitas pribadi lulusan pendidikan akan menjadi semakin baik dan mampu membangun Indonesia. Namun, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015 menyatakan bahwa tingkat pendidikan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang menganggur naik paling tinggi yakni 9,05%. Kondisi tersebut diikuti oleh pengangguran dari lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) 8,2% dan lulusan Diploma III serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) masing-masing 7,5% dan 7,14%. Sedangkan lulusan Sarjana yang menanggur naik 5,34%, dan Sekolah Dasar (SD) ke bawah naik 3,61%. Hal ini menjadi ironi mengingat tingkat pengangguran lebih banyak ditemukan di kalangan mereka yang mengenyam pendidikan tinggi.

Pengangguran yang tinggi merupakan pemborosan sumber daya dan potensi yang ada. Pengangguran bisa menjadi sumber utama kemiskinan, dapat mendorong peningkatan keresahan social, kriminal dan dapat menghambat pembangunan jangka panjang. Pengangguran yang terjadi pada pemuda menjadi permasalahan bagi perekonomian Indonesia.

Alma (2006:) menyatakan pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasannya. Oleh karena itu,

wirausahawan merupakan potensi untuk meningkatkan pembangunan, baik dalam jumlah maupun mutu wirausaha itu sendiri. Namun, tingginya akan kebutuhan wirausahawan di Indonesia tidak diimbangi dengan pertumbuhan jumlah wirausahawan.

Lemahnya pertumbuhan wirausahawan di Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Muhammad Jufri (2014 : 9) menyatakan berdasarkan pandangan ilmu psikologi, ketidak inginan menjadi seorang pengusaha yang mandiri disebabkan karena pola pikir yang tidak tertanam. Mental pengusaha tidak terbentuk dengan baik sehingga dorongan untuk menjadi seorang pencipta kerja juga kurang. Pembentukan jiwa seorang pengusaha tentunya tidak terbentuk dalam satu atau dua hari dalam jenis pelatihan apapun. Diperlukan waktu untuk dapat membentuk jiwa pengusaha dalam diri seseorang. Berdasarkan pernyataan di atas diketahui menumbuhkan jiwa wirausahawan tidak dapat dilakukan secara *instant* namun membutuhkan pelatihan dan penanaman karakter kewirausahaan sejak dini. Salah satunya adalah melalui jalur pendidikan formal yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Sekolah dasar merupakan jenjang pendidikan formal yang paling dasar dan dirasa tepat untuk mulai diterapkan pendidikan kewirausahaan (Barnawi dan Mohammad Arifin, 2012: 58). Melalui penanaman karakter dari tingkat pendidikan paling dasar diharapkan mampu memberikan pengaruh besar pengembangan pendidikan kewirausahaan. Hal ini dilakukan sebagai upaya memasyarakatkan kewirausahaan dan proses internalisasi serta aktualisasi nilai-nilai karakter kewirausahaan di ranah pendidikan.

Sebagaimana pemaparan di atas disimpulkan

perlunya menumbuhkan karakter kewirausahaan sejak dini melalui lembaga pendidikan agar dapat mewujudkan fungsi dan tujuan pendidikan yaitu kesejahteraan manusia. Kegiatan ekstrakurikuler diharapkan dapat mengembangkan kemampuan dan rasa tanggung jawab sosial, serta potensi dan prestasi peserta didik melalui *market day*. Menurut Muhammad Saroni (2012:147) kegiatan *market day* di sekolah dapat dijadikan penanaman jiwa pendidikan kewirausahaan. Peserta didik berlatih untuk mengelola usahanya untuk mendapatkan keuntungan. Dengan cara ini akan tumbuh kesadaran dan dapat memicu semangat untuk berwirausaha. Beberapa lembaga pendidikan di Yogyakarta telah memberikan keterampilan kewirausahaan kepada peserta didik sejak dini melalui program *market day* diantaranya yaitu SD Juara, SDIT Lukmanul Hakim Internasional dan SDIT Alam Nurul Islam. Namun, pada penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di SDIT Nurul Islam. Sebab bila dibandingkan dengan kedua sekolah tersebut, program *market day* di SDIT Alam Nurul Islam telah rutin dilaksanakan dan bersifat wajib bagi setiap siswa. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dan lebih dalam mengenai kewirausahaan yang telah dilakukan oleh Arif Tri Hanantayang berjudul Studi Eksplorasi Pendidikan Kewirausahaan Di Sekolah Dasar Unggulan Aisyah Bantul pada tahun 2015.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan di SDIT

Alam Nurul Islam Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan semester ganjil tahun ajaran 2017/2018 yang dilaksanakan pada bulan September-November 2017.

Populasi dan Sampel Penelitian

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Populasi penelitian adalah sebagai berikut: (1) Kepala sekolah SDIT Alam Nurul Islam, (2) penanggungjawab program *market day*, (3) Guru kelas II-VI, (4) Orang tua siswa, (5) Siswa.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi serta asesmen diri.

Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data antara lain sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

2. Display Data

Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat agar lebih mudah untuk dideskripsikan dan ditarik kesimpulan.

3. Pengambilan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berangkat dari rumusan

masalah, tujuan penelitian kemudian diperiksa kebenarannya untuk menjamin keabsahan data tersebut.

4. Analisis Deskriptif

Rumus deskriptif persentase digunakan untuk menampilkan data-data kuantitatif berupa angka ke dalam kalimat. Dalam angket penilain diri, untuk menggambarkan implementasi program *market day* sebagai sarana mengembangkan karakter kewirausahaan terdapat 19 pertanyaan yang masing-masing pertanyaan memiliki lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program *market day* merupakan salah satu program kurikulum pengembangan diri di SDIT Alam Nurul Islam. Dalam menjalankan program *market day* didampingi oleh penanggungjawab teknis lapangan yang berperan sebagai koordinator program dan guru kelas yang berperan sebagai pendamping selama proses tahapan-tahapan program *market day* berlangsung. Tahapan-tahapan tersebut mencakup;

1. Eksplorasi

Tahap eksplorasi adalah suatu tahapan dimana siswa mencari informasi yang luas dan dalam untuk dikumpulkan sebanyak-banyaknya yang mencakup kegiatan pengamatan terhadap berbagai peluang yang ada di sekitar. Hal ini sesuai dengan penjelasan Ciputra (Barnawi dan Arifin, 2012: 69-71) “fase pertama adalah fase *exploring*, tahapan ini peserta didik mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya melalui kegiatan penelitian atau pengamatan terhadap peluang disekitarnya.

Pada tahap ini, guru memiliki peran yang utama. Guru akan memberi siswa pertanyaan yang

dapat diajukan untuk menstimulus siswa dalam mengumpulkan beragam informasi sehingga siswa dapat mengetahui produk yang diminati pasar. Selain itu, guru membimbing para siswa agar mampu ; 1) melakukan pengamatan ketika sesi ustadzah berjalan pada saat buka dan tutup tema, 2) melakukan pengamatan terhadap produk yang paling laku terjual saat program *market day* berlangsung, 3) bertanya pada teman-teman (calon konsumen) mengenai produk-produk atau barang yang disukai, 4) melakukan diskusi dengan orang tua tentang produk yang bisa dibuat bersama-sama dan diminati teman-teman.

Kegiatan pengamatan tersebut sesuai dengan pendapat Tedjasutisna (2005: 16) “eksplorasi untuk mendapatkan informasi peluang usaha dapat diperoleh melalui dari hasil penelitian pasar, dari konsumen/pembeli/pelanggan dan distributor, dari hasil penelitian pemasaran, dari wilayah niaga, dari media masa”. Pada tahap pengamatan ini siswa mendapatkan berbagai informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan produk

Menurut data dokumen tentang caramemperoleh informasi peluang usaha diketahui bahwa para siswa belajar mengumpulkan dan mengolah informasi. Selanjutnya, hasil wawancara menjelaskan informasi tersebut dijadikan referensi untuk memutuskan jenis produk yang akan dijual dan menciptakan produk yang kreatif. Sementara hasil observasi ditemukan bahwa selama tahap eksplorasi, para siswa mengumpulkan berbagai informasi peluang usaha dengan beragam cara. Hal tersebut menunjukkan rasa ingin tahu siswa yang tinggi yang diikuti dengan tumbuhnya karakter kerja keras. Siswa selalu berupaya untuk mengetahui secara mendalam apa yang dipelajari,

dilihat, dan didengar sehingga mampu menentukan produk yang tepat untuk dijual. Hal ini didukung oleh pernyataan Tedjasutisna (2005: 31) “Jika dianalisis mengenai peluang usaha dan resikonya, selalu berkaitan dengan kreativitas dan inovasi, serta merupakan bagian penting dalam mengubah ide atau gagasan para wirausaha.” Drucker (1994) dalam buku *Prespektif Pedagogi Entrepreneurship di Pendidikan Tinggi* (2005: 94), menyatakan, “Inovasi diawali dengan menganalisa peluang, berpikir tentang perubahan yang ada di lingkungan, yang kemudian diidentifikasi dan dianalisa secara sistematis. Inovasi adalah konseptual dan perseptual. Inovasi memerlukan pengamatan baik itu melihat, bertanya, maupun mendengar.”

Dalam menginternalisasikan nilai-nilai tersebut dilakukan dengan cara mengintegrasikan mata pelajaran lain baik saat kegiatan belajar mengajar di kelas maupun luar kelas. Hal ini sesuai dengan hasil triangulasi sumber melalui wawancara yang menyatakan tidak terdapat jam khusus untuk pendidikan kewirausahaan. Guru memiliki kebebasan dalam memberikan materi kewirausahaan seperti memadukannya dengan aktivitas belajar atau materi pelajaran lain, diberikan saat awal atau akhir kelas dan saat pembagian *weekly* atau menjelang hari Jum’at.

Menurut Mulyani, dkk (2010: 58-65) pendidikan kewirausahaan dapat diinternalisasikan melalui beberapa cara, salah satunya dengan mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dan nilai-nilai karakter yang dapat dibangun ke dalam mata pelajaran lain. Langkah integratif tersebut dapat dilakukan dengan memberikan materi-materi yang telah terpadu, metode ajar dan cara penilaian yang mendukung pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan.

2. Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan suatu proses menentukan bagaimana suatu usaha yang akan dilakukan siswa dapat mencapai tujuan dengan berpedoman pada hasil eksplorasinya. Pada tahapan ini yang menjadi dasar utama dalam perencanaan usaha memiliki gambaran yang jelas mengenai produk-produk yang akan ditawarkan atau dipasarkan kepada konsumen termasuk didalamnya penentuan produk yang akan dijual, harga jual, dan strategi pemasaran. Hal ini sesuai dengan penjelasan ahli bahwa pada tahapan *planning* peserta didik mencurahkan ide dan gagasan untuk membuat perencanaan dan sistem kerja dengan memperhatikan hasil eksplorasi (Ciputra yang dikutip oleh Barnawi dan Arifin, 2012: 69-71).

Pelaksanaan tahap perencanaan yaitu dengan membangun ruang diskusi bersama siswa dalam membuat perencanaan produk, modal, dan perkiraan untung rugi yang didampingi guru dan orang tua. Siswa membuat perencanaan dengan dibimbing guru yang prosesnya terintegrasi ke dalam kegiatan belajar di kelas dan ditindaklanjuti dengan diskusi bersama orangtua. Menurut hasil wawancara, selain guru, orang tua juga memiliki peran besar pada tahapan ini untuk mendampingi siswa dalam persiapan produksi. Persentase keterlibatan orang tua disesuaikan dengan jenjang kelas siswa. Bagi siswa kelas rendah membutuhkan keterlibatan orang tua secara langsung dengan persentase yang tinggi. Sementara kelas tinggi, bantuan orang tua semakin diminimalisir.

Poerwanti dan Widodo (2005: 17) mengemukakan bahwa perkembangan anak melewati tahapan-tahapan tertentu. Setiap tahapan memiliki ciri khusus yang berbeda dengan tahapan

lainnya. Selain itu, materi kewirausahaan juga disesuaikan dengan mata pelajaran yang diajarkan dengan mempertimbangkan kebutuhan siswa.

Menurut Tedjasutisna (2005: 45), perencanaan usaha merupakan alat pengawasan dan alat pengendalian. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan sejak awal mendirikan perusahaan merencanakan: 1) produk apa yang akan dibuat?, 2) berapa jumlah dana yang diperlukan?, 3) berapa jumlah produk yang akan dibuat?, 4) kemana produk yang akan dipasarkan?.

Pada tahap perencanaan nilai karakter kewirausahaan yang dikembangkan berupa kreativitas, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, dan kerja keras. Tedjasutisna (2005: 3) menyatakan menekankan bahwa perencanaan memerlukan kreativitas. Kreativitas dan inovasi mengubah keadaan usaha yang akan berdampak pada keuntungan. Bisnis bukan sekedar perkara keuntungan namun mencakup strategi dalam membuat sistem manajemen yang baik sehingga bisnis yang dibangun kuat dan tidak mudah goyah.

3. Produksi

Ciputra yang dikutip Barnawi dan Arifin (2012: 69-71) menyatakan bahwa fase yang ketiga adalah *producing*, yaitu peserta didik berinovasi dengan membuat penemuan baru, pengembangan, membuat sesuatu dengan segala resiko.

Tahap produksi adalah kelanjutan dari tahap perencanaan dan siswa melakukan pengadaan produk baik dengan memproduksi sendiri ataupun mengambil produk dari pedagang besar. Berdasarkan hasil kajian wawancara, dokumen dan observasi dalam tahap produksi siswa diberi penugasan untuk mengadakan produk yang dibawa dari rumah masing-masing. Siswa

diperkenankan untuk membuat sendiri atau membeli dari pedagang dengan pendampingan orang tua.

Pada tahap ini, nilai-nilai karakter kewirausahaan yang berkembang adalah kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, dan kerja keras. Menurut Nasution *et al* (2010: 112), aktivitas produksi dapat meningkatkan kualitas etos kerja, intelektual, dan kreativitas. Tedjasutisna (2005: 34) mengemukakan bahwa kegiatan produksi mendorong kerja prestatif, inisiatif, dan rasa antusias dalam melaksanakan usaha.

4. Penjualan

Tahap penjualan adalah dimana siswa melakukan kegiatan jual beli. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ciputra (Barnawi dan Arifin, 2012: 69-71) siklus pendidikan kewirausahaan fase yang ke empat *communicating* atau *marketing* yaitu peserta didik melakukan sosialisasi untuk menarik minat pelanggan atas produk yang dibuat. Sekolah dapat mengadakan pameran, bazar kewirausahaan, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumen dan observasi, program *market day* dilaksanakan seminggu sekali yaitu pada hari Jum'at pukul 13.30 – 14.30 di GOR SDIT Alam Nurul Islam. Siswa yang berjualan adalah siswa yang mendapatkan giliran sebagai penjual sesuai jadwal. Sedangkan siswa lain berperan sebagai pembeli. Siswa yang bertugas menjadi penjual akan menjajakan barang dagangannya kepada guru, siswa, dan orang tua. Tahapan proses pelaksanaannya, yaitu:

(1) Pendataan

Berdasarkan hasil observasi, penanggungjawab *market day* akan memberikan

pengumuman pada jam istirahat pertama sekitar pukul 09.30. Pengumuman tersebut mengimbau siswa yang bertugas sebagai penjual untuk menuju ke depan perpustakaan. Penanggungjawab program akan mendata nama-nama siswa yang berjualan beserta nama produk, jumlah dan harga produk yang akan dijualnya. Selanjutnya, siswa akan mengambil fasilitas *market day* berupa celemek, dompet dan *cocard*.

(2) Persiapan

Pukul 13.30 -14.00 merupakan proses persiapan menjelang pelaksanaan program *market day*. Siswa yang bertugas akan mengambil meja dan kursi yang terbuat dari plastik dan berukuran kecil sehingga siswa dapat membawanya secara mandiri ke GOR SDIT Alam Nurul Islam. Pj menyiapkan meja dan kursi serta buku pendataan untuk tempat laporan hasil penjualan. Sekolah menyediakan *microfon* untuk menambah semarak kegiatan *market day* dan berfungsi untuk memberikan pengumuman serta memperingatkan peraturan selama *market day*.

(3) Pelaksanaan

Pukul 14.00-14.30 merupakan proses pelaksanaan program *market day*. *Market day* akan dimulai saat penanggungjawab program sudah memberikan instruksi yakni tepat pada pukul 14.00 WIB. Siswa dilarang menjual produknya meskipun sudah banyak yang mengantri untuk membeli. Hal ini bertujuan untuk melatih kedisiplinan siswa dalam mematuhi aturan.

Fasilitas yang disediakan oleh sekolah untuk menunjang berjualan berupa meja, kursi, celemek, dompet, *cocard* penjual, dan juga tempat sampah. Sedangkan peralatan utama seperti wadah dagangan, siswa membawa sendiri dari rumah.

Dalam proses pelaksanaan *market day*, guru pendamping akan mendampingi siswa-siswanya yang mendapat jadwal untuk berjualan. Pendampingan ini lebih difokuskan pada fungsi pengawasan yaitu mengingatkan kembali siswa-siswa untuk mematuhi peraturan kegiatan *market day*. Guru pendamping tidak diizinkan untuk terlibat langsung saat siswa berjualan misal membantu siswa menjualkan produk, memberikan kembalian uang kepada pembeli, dan menghitung omset siswa yang diperoleh setelah program *market day* selesai. Semua bentuk kegiatan jual beli tersebut dilakukan secara mandiri oleh siswa. Guru pendamping hanya akan turun tangan apabila terdapat kondisi yang mendesak.

Adapun peraturan yang berlaku selama tahap penjualan program *market day* berlangsung yaitu:

- (a) Siswa harus antri saat membeli
- (b) Siswa harus duduk saat makan dan minum
- (c) Siswa harus membuang sampah pada tempatnya
- (d) Siswa yang berperan sebagai pembeli dapat membeli jajanan maksimal seharga Rp 5.000,00.

(4) Penutupan

Pukul 14.30 atau sampai menjelang shalat ashar kegiatan *market day* selesai. Siswa akan menghitung omset di depan penanggungjawab program dan jika mengalami kesulitan dalam perhitungan, guru akan membantu. Selain itu, siswa juga diwajibkan memberi infak. Jumlah besarnya infak ditentukan berdasarkan omset siswa. Penanggungjawab akan mencatat hasil omset dan infak dari siswa kedalam buku pendataan.

Pada tahap penjualan, nilai-nilai kewirausahaan yang berkembang adalah mandiri, kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi

pada tindakan, kepemimpinan, kerja keras, percaya diri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Imam Mashud (2015:8) yakni pelaksanaan *market day* sebagai salah satu program di Sekolah Dasar diharapkan mampu menanamkan karakter jiwa dan mental wirausahawan dengan dimulai dari hal-hal yang kecil yaitu kegiatan jual beli dengan meneladani karakter jiwa seorang pengusaha meliputi kreatif dan inovatif, tanggungjawab, jujur, memnuhi janji atau dapat dipercaya, kerjasama, mampu mengambil keputusan atau tegas, mandiri, percaya diri.

5. Refleksi

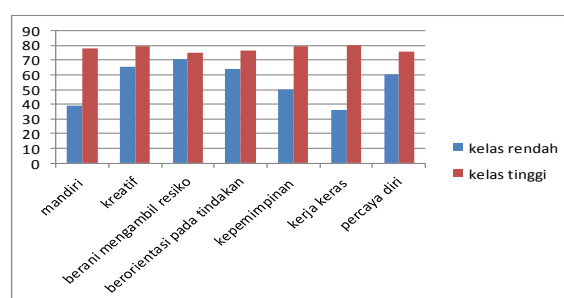
Berdasarkan wawancara menyatakan dalam kegiatan *market day* ada sesi refleksi terhadap hasil *market day* yang sudah dikerjakan. Pada tahap refleksi siswa mengingat kembali hal-hal yang masih belum tercapai dan memikirkan rencana-rencana perbaikan kegiatan *market day* selanjutnya. Guru bersama siswa melakukan evaluasi sehari setelah kegiatan *market day*. Ciputra (Barnawi dan Arifin, 2012: 69-71) menyatakan, siklus pendidikan kewirausahaan pada fase yang terakhir adalah *reflecting*, yaitu peserta didik mengevaluasi diri saat kegiatan awal sampai hasil diperoleh. Hal ini didukung oleh Tedjasutisna (2005: .31) yang mengemukakan bahwa menjadi seorang wirausahawan berarti harus memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang usaha yang ada.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumen, dan observasi diketahui nilai-nilai kewirausahaan pada tahap refleksi ditumbuhkan dengan cara : guru memandu para siswa untuk mengingatkan kembali tugas-tugas siswa yang sudah dilakukan dan yang belum dikerjakan, menilai hasil yang diperoleh serta membuat rencana-rencana perbaikan kegiatan

market day selanjutnya. Refleksi ini dilakukan saat kegiatan tutup kelas dan terintegrasi dengan mata pelajaran lain. Pada tahap refleksi nilai-nilai kewirausahaan yang berkembang meliputi kreatif, berani mengambil resiko, kepemimpinan, kerja keras, percaya diri, dan mandiri. Tedjasutisna (2005: 33) mengungkapkan bahwa faktor evaluasi yang paling penting dari pengambilan resiko usaha atau bisnis yaitu dengan adanya kesediaan menerima tanggungjawab pribadi atas akibat keputusan-keputusannya baik yang menguntungkan maupun tidak

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa program *market day* yang diselenggarakan di SDIT Alam Nurul Islam Yogyakarta memberikan pengaruh dalam memenuhi tujuan program tersebut dalam rangka mengembangkan karakter-karakter kewirausahaan siswa. Hal ini ditinjau dari analisa data menggunakan hasil penilaian diri yang diperoleh dari kelas II sampai kelas VI dengan pembagian masing-masing jenjang mengisi sebanyak 24. Berikut persentase ketercapaian nilai-nilai karakter kewirausahaan siswa SDIT Alam Nurul Islam..

Grafik 1. Persentase nilai-nilai karakter kewirausahaan siswa SDIT Alam Nurul



Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa ketercapaian hasil program *market day* antara kelas rendah (kelas II dan III) dan kelas tinggi (kelas IV sampai kelas VI) berbeda. Pada kelas rendah, karakter-karakter kewirausahaan yang

terbangun pada siswa masih dibawah 50% yakni karakter mandiri, kepemimpinan, dan kerja keras. Berdasarkan Arikunto, nilai persentase tersebut tergolong kurang. Namun, karakter kreatif, berorientasi pada tindakan, dan percaya diri mencapai kategori nilai presentasi cukup. Karakter berani mengambil resiko pada kelas rendah memperoleh kategori baik. Sedangkan pada kelas tinggi, mayoritas karakter seperti mandiri, kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, dan kerja keras memiliki persentase diatas 75% atau tergolong baik. Grafik di atas menunjukkan peningkatan secara keseluruhan dari nilai-nilai karakter kewirausahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan bahwa pelaksanaan program *market day* sebagai sarana mengembangkan karakter kewirausahaan di SDIT Alam Nurul Islam adalah sebagai berikut:

1. Implementasi program *market day* SDIT Alam Nurul Islam dilakukan melalui beberapa tahapan, diantaranya : tahap eksplorasi dilakukan dengan cara berkisah, mengajari siswa cara mengeksplor informasi, dan memberi tugas praktik. Tahap perencanaan dilakukan dengan membangun ruang diskusi bersama siswa dalam membuat perencanaan produk, modal, dan perkiraan untung rugi yang didampingi guru dan orang tua. Tahap produksiswa diberi penugasan untuk mengadakan produk yang dibawa dari rumah masing-masing dengan membuat sendiri atau membeli dari pedagang dengan pendampingan orang tua. Tahap penjualan siswa melakukan

kegiatan jual beli secara konkret dalam pengawasan guru serta sekolah memiliki peraturan tegas. Sedangkan pada tahap refleksi, guru memandu para siswa untuk mengingat kembali tugas-tugas siswa yang sudah dilakukan dan yang belum dikerjakan, menilai hasil yang diperoleh serta membuat rencana-rencana perbaikan kegiatan *market day* selanjutnya.. Setiap tahapan menunjukkan adanya nilai-nilai karakter kewirausahaan yang berkembang seperti mandiri, kreatif, berani mengambil risiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, dan kerja keras.

2. Program *market day* SDIT Alam Nurul Islam Yogyakarta dapat menumbuhkan karakter-karakter kewirausahaan. Hasil ketercapaian program *market day* menunjukkan peningkatan secara keseluruhan dari nilai-nilai karakter kewirausahaan sesuai dengan tingkatan kelas.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan penelitian, sebagai bentuk rekomendasi maka peneliti menyarankan kepada pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan program *market day* sebagai berikut;

1. Pihak Sekolah
 - a. Sebaiknya sekolah membuat group online yang beranggotakan khusus tim penyelenggara *market day* sehingga masalah-masalah koordinasi internal dapat cepat diatasi.
 - b. Sebaiknya sekolah mengadakan sosialisasi kepada orangtua mengenai program *market day* dan target kurikulum setiap jenjangnya sehingga kerjasama antara pihak sekolah dan orangtua berjalan secara efektif dan mampu mencapai target pembelajaran.

c. Sebaiknyasekolah membuat panduan dan prosedur tetap setiap fase baik untuk guru pendamping maupun siswa agar tujuan setiap tahapandapat dicapai dengan baik

2. Pihak orang tua

Disarankan keterlibatan orang tua dalam pelaksanaan program *market day* dilakukan sesuai dengan target kurikulum *market day* sehingga dapat mengembangkan karakter kewirausahaan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2008). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2014). Statistik Pemuda Indonesia. http://www.bappenas.go.id/files/d/ata/Sumber_Daya_Manusia_dan_Kebudayaan/Statistik%20Pemuda%20Indonesia%202014.pdf diakses pada tanggal 11 April 2017.
- Barnawi dan Arifin, M. (2012). *School Preneurship Membangkitkan Jiwa dan Sikap Kewirausahaan Siswa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jufri, M dan Wirawan, H. (2014). *Internalisasi Jiwa Kewirausahaan Pada Anak*. Jakarta: Kencana.
- Tedjasutisna, Ating. 2004. *Memahami Kewirausahaan SMK*. Bandung: CV. Armico.
- Mulyani, E. (2010). *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan*. Jakarta: Badan Penenlitian dan Pengembangan Kurikulum.
- Nasution, M.Eet al.2010. *PengenalanEksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ganefridan Hidayat, H. 2017. *Perspektif Pedagogi Entrepreneurship di Pendidikan Tinggi*. Depok: Kencana.