



Implementasi Kegiatan *Market Day* dalam Pembentukan Karakter Percaya Diri Anak Usia Dini Di KB/TK Ar Rohmah Surabaya

Tungga Purnama Sari^{1a}

¹ Institute Agama Islam Al Khoziny, Indonesia

^a tunggapurnamasari@gmail.com

Informasi artikel

Received :

Juli 31, 2025.

Accepted :

November 30, 2025

Kata kunci:

Kegiatan *Market*

Day;

Karakter Percaya diri;

Anak usia dini;

Pembelajaran

berbasis pengalaman;

Pendidikan karakter.

DOI:

10.30736/jce.v9i2.25

61

ABSTRAK

Kegiatan *Market Day*, sebagai salah satu bentuk strategi *experiential learning*, merupakan sarana edukasi yang efektif, interaktif dan menyenangkan untuk mengembangkan beberapa karakter positif dalam diri anak usia dini. Salah satu karakter positif tersebut yakni kepercayaan diri. Karakter percaya diri merupakan salah satu aspek penting dalam dimensi perkembangan sosial-emosional yang perlu distimulasi sejak dini. Hal ini karena karakter percaya diri dapat berpengaruh langsung terhadap kemampuan anak dalam berkomunikasi, berinteraksi sosial, dan mengambil keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi kegiatan *Market Day* dalam pembentukan karakter percaya diri, pada siswa di KB/TK Ar Rohmah Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan desain studi kasus. Subyek penelitian ini meliputi 30 siswa usia 5-6 tahun, 5 guru, dan 5 orang tua. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* mampu meningkatkan kepercayaan diri anak dalam berkomunikasi, mengekspresikan diri, mengambil keputusan sederhana, serta berinteraksi sosial secara positif. Partisipasi dalam kegiatan ini memungkinkan mereka untuk mengasah kemampuan berkomunikasi, berinteraksi, dan memperkuat keterampilan sosial serta kemandirian. Anak-anak yang sebelumnya pemalu dan pasif menunjukkan perubahan perilaku menjadi lebih percaya diri dalam berbicara di depan umum, menawarkan produk mereka, dan melakukan transaksi sederhana secara mandiri. Temuan ini menegaskan bahwa program *Market Day* yang dirancang secara sistematis dan dilakukan secara rutin, dengan pelibatan guru dan orangtua, dapat menjadi strategi pembelajaran kontekstual berbasis pengalaman nyata, yang mampu secara efektif dalam pembentukan dan penguatan karakter percaya diri anak.

ABSTRACT

Market Day activities, serving as a form of experiential learning strategy, represent an effective, interactive, and engaging educational medium for developing positive character traits in early childhood. Among these traits, self-confidence is a critical aspect of social-emotional development that requires stimulation from an early age, as it directly influences a child's ability to communicate, engage in social interaction, and make decisions. This study aims to describe and analyze the implementation of Market Day activities in fostering self-confidence among students at KB/TK Ar Rohmah Surabaya. A qualitative descriptive approach with a case study design was employed. The research subjects included 30 students aged 5-6 years, 5 teachers, and 5 parents. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis followed the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that Market Day activities significantly



enhance children's confidence in communication, self-expression, simple decision-making, and positive social interaction. Participation in these activities allows children to refine their communication and interaction skills while strengthening social competence and independence. Children who were previously shy and passive exhibited behavioral shifts, becoming more confident in public speaking, promoting their products, and conducting simple transactions independently. These findings confirm that a systematically designed and regularly implemented Market Day program, involving teachers and parents, serves as an effective contextual learning strategy based on real-world experience to build and reinforce self-confidence in young children.

PENDAHULUAN

Masa usia dini dikenal sebagai *golden age*, yaitu periode ketika perkembangan otak berlangsung sangat pesat dan anak sangat responsif terhadap stimulasi lingkungan (Shonkoff dan Phillips 2000). Pada fase ini, pengalaman belajar yang bermakna akan memberikan dampak jangka panjang terhadap pembentukan karakter anak, termasuk rasa percaya diri. Anak yang memiliki kepercayaan diri rendah cenderung mengalami hambatan dalam komunikasi, relasi sosial, serta kesiapan belajar pada jenjang berikutnya (Orth dan Robins 2014). Selain itu, pengembangan karakter, khususnya kepercayaan diri, yang kurang optimal dapat menghambat perkembangan sosial-emosional secara umum. Anak usia dini yang kurang mampu mengembangkan karakter percaya diri secara optimal, pada perkembangan selanjutnya, anak tersebut dimungkinkan akan mengalami beberapa kesulitan misalnya, bernegosiasi, menyampaikan gagasan, atau mengekspresikan diri secara lugas (Jayaputra 2024).

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) memiliki peran strategis dalam meletakkan dasar perkembangan kepribadian anak secara menyeluruh, mencakup aspek moral, sosial-emosional, kognitif, bahasa, dan fisik-motorik. Salah satu aspek sosial-emosional yang sangat krusial pada masa usia dini adalah karakter percaya diri. Percaya diri menjadi fondasi bagi anak untuk mampu mengekspresikan diri, berinteraksi dengan lingkungan sosial, serta berani mencoba pengalaman baru (Denham 2023). Melalui implementasi Kurikulum Merdeka pada jenjang PAUD, hasil kajian sebelumnya menunjukkan bahwa stimulasi perkembangan sosial-emosional lebih memungkinkan untuk terfasilitasi, baik itu berupa peningkatan kemampuan anak dalam mengelola emosi, berinteraksi positif dengan teman, serta menunjukkan keberanian dan inisiatif dalam kegiatan pembelajaran (Amalia 2025). Hal ini karena Kurikulum Merdeka menekankan pentingnya pembelajaran yang berpusat pada anak, kontekstual berdasarkan pengalaman nyata, dan memberikan ruang bagi anak untuk aktif bereksplorasi serta mengambil peran dalam proses belajar (Wahyuningsih dan Küçükoglu 2025). Pendekatan ini selaras dengan upaya penguatan karakter percaya diri, karena anak diberi kesempatan untuk berpendapat, memilih, dan bertanggung jawab atas aktivitasnya (Kemendikbudristek 2023).

Terdapat beberapa program kegiatan maupun strategi pembelajaran yang dapat dilakukan untuk stimulasi aspek sosial-emosional anak usia dini, khususnya karakter percaya diri. Beberapa diantaranya yakni bermain peran atau *role playing* (Puspitasari, Diana, dan Maulina 2025), mendongeng dan diskusi emosi (Ansar et al. 2024), interaksi kelompok terstruktur (Delpiyani et al. 2025), maupun ekstrakurikuler berbasis ekspresi seperti kegiatan fashion show, drama & pementasan (Ansar et al.

2024). Selain itu, kegiatan-kegiatan yang dikembangkan dalam kurikulum merdeka melalui program P5 (Projek Penguatan Profil Pancasila), seperti kegiatan *Market Day*, juga dapat menjadi salah satu alternatif pilihan untuk diterapkan. Kegiatan *Market Day* ini bisa menjadi salah satu bentuk pembelajaran kontekstual yang relevan dengan karakteristik anak usia dini. Kegiatan *Market Day* sendiri merupakan kegiatan simulasi jual beli yang dirancang menyerupai pasar, di mana anak berperan sebagai penjual maupun pembeli. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada anak untuk berkomunikasi, menawarkan produk, dan berinteraksi sosial dalam suasana yang menyenangkan (Fajri et al. 2023).

Namun demikian, penelitian yang secara spesifik memfokuskan kajian pada karakter percaya diri anak usia dini dalam implementasi *Market Day*, khususnya dalam konteks PAUD berbasis nilai keislaman dan Kurikulum Merdeka, masih terbatas. Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas kegiatan *Market Day* dalam konteks PAUD menunjukkan bahwa: a) *Market Day* sebagai metode pembelajaran kontekstual untuk literasi gizi dan pilihan makanan sehat pada PAUD (Lestari, Chandra, dan Kusumaningtyas 2025), b) *Market Day* efektif dalam meningkatkan literasi keuangan dan aspek kognitif (Idamulyani, Bachri, dan Khotimah 2024), c) *Market Day* dapat menjadi sarana dalam menanamkan jiwa kewirausahaan serta kreatifitas pada anak (Aulia dan Munastiwi 2024).

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan latarbelakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana kegiatan *Market Day* di KB/TK Ar Rohmah Surabaya diimplementasikan dan bagaimana kontribusinya terhadap penguatan karakter percaya diri anak usia dini. Penelitian ini diharapkan dapat: a) memperkaya kajian teori pengembangan sosial-emosional anak usia dini, khususnya terkait konstruksi kepercayaan diri sebagai bagian dari perkembangan psikososial anak dalam konteks pendidikan formal PAUD, b) memberikan kontribusi pada pengembangan teori implementasi Kurikulum Merdeka di PAUD, bahwa pembelajaran yang fleksibel, kontekstual, dan berpusat pada anak efektif dalam menstimulasi aspek sosial-emosional, termasuk karakter percaya diri.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses implementasi kegiatan *Market Day* serta dinamika pembentukan karakter percaya diri anak dalam konteks alami pembelajaran. Penelitian dilaksanakan di KB/TK Ar Rohmah Surabaya. Subjek penelitian terdiri atas 30 anak usia 5–6 tahun, 5 guru kelas, dan 5 orang tua. Teknik pengumpulan data meliputi: (1) observasi partisipatif selama pelaksanaan *Market Day*, (2) wawancara mendalam dengan guru dan orang tua, serta (3) dokumentasi berupa foto, video, dan catatan kegiatan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data secara deskriptif-naratif, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi terhadap kegiatan *market day* menjadi fondasi utama penelitian ini dalam upaya membangun kepercayaan diri anak. Kegiatan ini merupakan puncak tema pembelajaran yang berlangsung selama satu semester. Anak-anak tidak hanya mempelajari konsep jual beli, tetapi juga mengembangkan keterampilan sosial,

komunikasi, dan kemandirian. Mereka dilatih untuk menghadapi berbagai situasi nyata di lingkungan sekolah.

Market day dianggap sebagai salah satu bentuk pembelajaran berbasis pengalaman yang sangat menyenangkan bagi anak usia dini. Dalam kegiatan ini, anak-anak diajak untuk mengalami langsung seluruh proses jual beli. Ini mencakup mulai dari menyiapkan produk, menawarkan dagangan, hingga berinteraksi dengan pembeli dan memahami konsep transaksi keuangan sederhana. Dengan demikian, anak-anak memperoleh kesempatan berharga untuk melatih keberanian berbicara serta meningkatkan keterampilan sosial mereka saat berinteraksi dengan lingkungan.

Sebelum pelaksanaan *market day*, hasil penelitian menunjukkan bahwa anak-anak terlebih dahulu familiar dengan serangkaian rutinitas, seperti berbaris dan memasuki area pasar mini yang telah disiapkan. Persiapan ini diawali dengan guru dan anak-anak membentuk lingkaran, dilanjutkan dengan salam, menanyakan kabar, doa bersama, absensi, dan *muroja'ah* surat-surat pendek. Setelah rangkaian pembukaan tersebut, anak-anak kemudian diberikan arahan spesifik mengenai peran dan tugas mereka selama kegiatan *market day*.

Berikut adalah ringkasan hasil wawancara dengan Ibu Siti Kholidah, S.Pd., selaku Kepala Sekolah KB/TK Ar Rohmah Surabaya, mengenai pelaksanaan kegiatan *market day* dengan tema makanan tradisional, yang secara khusus berfokus pada pembentukan karakter anak melalui penerapan P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila). Ibu Siti Kholidah menjelaskan bahwa *market day* ini bukan sekadar aktivitas jual beli, melainkan sebuah strategi terencana untuk menguatkan karakter anak didik sesuai dimensi Profil Pelajar Pancasila. "*Kami sengaja memilih tema makanan tradisional untuk menanamkan cinta tanah air dan melestarikan budaya lokal sejak usia dini,*" ujarnya. Hal ini menjadi fondasi awal dalam membentuk karakter nasionalis dan berkebinekaan global pada anak.

Lebih lanjut, Ibu Siti Kholidah menyoroti bagaimana kegiatan ini secara langsung melatih kemandirian dan kreativitas anak. "*Mereka terlibat penuh dari awal, mulai dari memutuskan makanan tradisional apa yang akan dijual, membuatnya bersama orang tua di rumah, hingga berkreasi dalam pengemasan,*" jelasnya. Proses ini secara nyata mengembangkan karakter mandiri dan kreatif dalam diri anak.

Selain itu, interaksi selama *market day* juga sangat krusial dalam pembentukan karakter sosial dan komunikasi. "*Anak-anak belajar bagaimana menyapa pembeli dengan sopan, menjelaskan produk mereka, bahkan bernegosiasi dan menghitung uang kembalian. Ini semua melatih kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, serta berpikir kritis dalam situasi nyata,*" tambah Ibu Siti Kholidah. Ia percaya bahwa pengalaman ini akan membantu anak menjadi individu yang percaya diri, mandiri, dan mampu berinteraksi secara positif di masyarakat.

Beliau berharap *market day* ini tidak hanya menjadi memori indah, tetapi juga fondasi kuat yang membentuk karakter anak-anak menjadi pribadi yang berakhlak, mandiri, peduli budaya, dan siap menghadapi berbagai tantangan di masa depan. Kegiatan tersebut melibatkan seluruh anak usia 5-6 tahun di KB/TK Ar Rohmah. Dalam prosesnya anak usia dini dilibatkan sebagai penjual dan pembeli. Makanan yang dijual berupa makanan tradisional seperti gethuk, klanting, lupis, ongol-ongol, dan sebagainya. Selain membentuk jiwa kewirausahaan dan karakter, kegiatan ini juga mengenalkan makanan tradisional untuk anak usia dini.

Gambar 1. Penataan *market day*



Konsep *market day* di KB/TK Ar Rohmah menyerupai sebuah pasar kecil dengan beberapa *stand* yang melibatkan kerja sama antara penjual dan pembeli. Produk yang dijual merupakan makanan tradisional seperti gethuk, lupis, klanting, ongol-ongol, dan sebagainya. Kegiatan ini terbagi dalam 3 kelompok, setiap kelompok menjual makanan tradisional yang berbeda-beda.

Sebelum aktivitas jual beli dimulai, anak-anak menyiapkan barang dagangan mereka melalui beberapa tahapan, baik di rumah maupun di sekolah. Tahap awal adalah persiapan di rumah, di mana orang tua dan anak-anak berkolaborasi menyiapkan produk jualan sesuai tema yang ditentukan guru. Anak-anak terlibat langsung dalam proses pembuatan produk, seperti membantu mencampur adonan, membentuk makanan, atau menghias kemasan. Produk jadi kemudian dikemas menarik untuk menarik minat pembeli. Selanjutnya, tahap persiapan di sekolah meliputi penyiapan dekorasi dan tata letak posisi jualan oleh orangtua, guna menciptakan suasana *market day* yang lebih nyata dan meriah.

Guru membagi anak-anak menjadi kelompok setiap kelas A1, A2, dan A3 untuk berkolaborasi menjual produk makanan tradisional. Mereka juga membimbing anak-anak tentang cara menawarkan dagangan, mulai dari menyapa pembeli, menjelaskan produk, hingga menetapkan harga. Anak-anak kemudian diajak berlatih proses transaksi, termasuk menghitung harga, menerima uang, dan memberikan kembalian.

Hasil wawancara dengan Ibu Elly, salah satu guru di KB/TK Ar Rohmah Surabaya, mengenai pandangannya tentang implementasi *market day* dan dampaknya yang signifikan terhadap pembentukan karakter anak bahwa *market day* adalah kegiatan yang sangat dinanti dan mampu memicu antusiasme besar pada anak-anak. "*Antusiasme mereka sudah terlihat sejak persiapan di rumah. Mereka begitu bangga saat menceritakan produk yang akan dijual,*" ujarnya. Beliau menegaskan bahwa *market day* lebih dari sekadar transaksi jual beli, ini adalah proses pembelajaran holistik yang secara langsung melatih berbagai aspek karakter anak.

Menurut Ibu Elly, *market day* terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri anak. "*Banyak anak yang awalnya pemalu dan sulit bicara, namun ketika dihadapkan pada situasi nyata seperti menawarkan dagangan, mereka menjadi lebih berani. Mereka belajar menyapa, menjelaskan produk, bahkan bernegosiasi kecil dengan pembeli,*" jelasnya. Interaksi langsung ini, lanjutnya, sangat membantu mengikis rasa malu dan menumbuhkan keberanian untuk berekspresi. Selain itu, kegiatan ini juga secara signifikan mengasah keterampilan komunikasi dan sosial anak.

"Mereka belajar berinteraksi tidak hanya dengan teman dan guru, tetapi juga dengan orang tua dan masyarakat sekitar. Ini melatih kemampuan mereka dalam bersosialisasi dan berinteraksi secara positif," kata Ibu Elly. Aspek kemandirian juga sangat terlihat, karena anak-anak bertanggung jawab penuh atas dagangan mereka sendiri, mulai dari persiapan hingga proses penjualan.

Ibu Elly menambahkan, *market day* juga mendukung pengembangan karakter bernalar kritis karena anak belajar menghitung uang dan memahami konsep dasar ekonomi. Mereka juga menjadi lebih kreatif dalam menyajikan dan mempromosikan produknya. "Secara keseluruhan, *market day* adalah wadah yang luar biasa untuk membentuk karakter anak-anak menjadi pribadi yang mandiri, percaya diri, cakap bersosialisasi, dan memiliki dasar berpikir kritis sejak dini," pungkasnya.

Gambar 2. Pelaksanaan *market day*



Gambar 3. Pelaksanaan *market day*



Kegiatan *Market Day* ini secara khusus juga melibatkan peran aktif orang tua. Mereka berkolaborasi dengan anak-anak dalam proses persiapan produk jualan di rumah. Keterlibatan ini tidak hanya mempererat ikatan keluarga, tetapi juga mengajarkan anak tentang kerja sama dan tanggung jawab. Dengan demikian, *market day* menjadi wadah pembelajaran holistik yang melibatkan seluruh ekosistem pendidikan anak.

Orang tua murid mengungkapkan antusiasme dan kebanggaan yang besar melihat keterlibatan anak-anak mereka dalam *market day*. "*Anak saya jadi lebih semangat kalau ada market day. Dari di rumah sudah sibuk memilih mau jual apa, bagaimana mengemasnya,*" cerita salah satu orang tua. Beliau merasa kegiatan ini memberikan pengalaman belajar yang nyata yang tidak bisa didapatkan hanya di kelas. Menurut pandangan orang tua, *market day* secara signifikan meningkatkan rasa percaya diri pada anak mereka. "*Saya melihat anak saya yang biasanya malu-malu jadi berani menawarkan dagangannya. Dia belajar menyapa orang, menjelaskan produknya, bahkan berani bilang 'uangnya kurang, Bu!'*" ujarnya sambil tersenyum. Hal ini menunjukkan bahwa anak-anak tidak hanya belajar konsep jual beli, tetapi juga mengembangkan keberanian berekspresi dan berinteraksi di lingkungan sosial yang lebih luas.

Keterlibatan orang tua dalam persiapan *market day* juga ditekankan sebagai momen penting untuk membangun kemandirian dan tanggung jawab anak. "*Kami memang diminta untuk mendampingi, bukan mengerjakan semua. Jadi anak terlibat langsung dalam membuat kue atau mengemas. Ini melatih mereka untuk bertanggung jawab atas 'dagangan' mereka sendiri,*" jelasnya. Mereka juga mengapresiasi bagaimana anak-anak belajar bekerja sama saat berkelompok dengan teman-temannya di sekolah.

Secara keseluruhan, orang tua melihat *market day* sebagai metode pembelajaran yang efektif dalam membentuk karakter anak menjadi lebih mandiri, percaya diri, komunikatif, dan bertanggung jawab. Mereka berharap kegiatan semacam ini dapat terus diadakan karena dampaknya yang positif dan langsung terasa pada perkembangan karakter anak-anak di rumah maupun di sekolah. Setiap anak berperan sebagai penjual di posisi yang telah disediakan selama pelaksanaan *market day*. Mereka menawarkan dagangan kepada pembeli, yang mencakup teman-teman, guru, orang tua, hingga masyarakat sekitar. Terlihat antusiasme tinggi, bahkan dari anak-anak yang awalnya pemalu menjadi berani menyapa dan mempromosikan produknya. Interaksi sosial terjalin saat mereka menjelaskan produk kepada pembeli dan berkomunikasi dengan teman sebaya. Proses jual beli ini juga melatih anak menghitung uang, memahami konsep harga, dan memberikan kembalian, yang secara simultan mengembangkan keterampilan kognitif mereka.

Kegiatan *market day* di KB/TK Ar Rohmah merupakan implementasi nyata dari teori *experiential learning* yang dikembangkan oleh Kolb dan Kolb (2009), yang menekankan bahwa anak-anak belajar paling efektif ketika mereka secara langsung mengalami dan merefleksikan proses pembelajaran (Esteban-Guitart 2015). Dalam kegiatan ini, anak-anak tidak hanya diajarkan secara teoritis mengenai konsep jual beli, tetapi juga secara aktif terlibat dalam seluruh proses, mulai dari menyiapkan produk bersama orang tua, mengemas dagangan, hingga melakukan transaksi langsung dengan pembeli. Berdasarkan hasil observasi, partisipasi anak dalam *market day* terbukti meningkatkan kemampuan komunikasi, keterampilan sosial, serta mendorong tumbuhnya rasa percaya diri dan kemandirian secara signifikan.

Menurut teori sosiokultural yang dikembangkan oleh Lev Vygotsky pembelajaran anak usia dini tidak hanya berlangsung dalam konteks individual, tetapi terutama berkembang melalui interaksi sosial yang melibatkan dukungan dari lingkungan sekitar, khususnya orang dewasa yang lebih kompeten, seperti guru dan orang tua (Kurniati, 2025). Konsep *scaffolding* atau dukungan bertahap dari orang dewasa sangat penting dalam membantu anak mengembangkan keterampilan sosial, kognitif, dan emosionalnya (Dewi dan Oktapiani, 2024). Dalam konteks kegiatan

market day di KB/TK Ar Rohmah, anak-anak dilatih untuk menyapa pembeli dengan sopan, menawarkan barang dagangan, dan menghitung uang secara langsung dalam situasi nyata. Proses ini memberi kesempatan pada anak untuk menginternalisasi nilai-nilai karakter seperti sopan santun, keberanian, tanggung jawab, dan kerja sama, yang sejalan dengan prinsip pendidikan karakter, yakni *knowing the good, desiring the good, and doing the good* (Lickona 2012a, 2012b).

Market day menjadi ruang praktik sosial yang kontekstual, di mana anak-anak belajar dari interaksi langsung dan mendapatkan umpan balik positif dari orang dewasa maupun teman sebaya (Fajri et al. 2023). Anak yang sebelumnya pemalu dan pasif, melalui pengalaman ini menjadi lebih percaya diri dan komunikatif karena didukung secara emosional dan kognitif oleh guru serta orang tua dalam proses belajar. Interaksi sosial yang terjadi di dalam *market day* juga mencerminkan Zona Perkembangan Proksimal (*Zone of Proximal Development*) Vygotsky, yaitu rentang kemampuan yang bisa dicapai anak dengan bantuan orang lain, tetapi belum bisa dicapai secara mandiri (Kurniati 2025). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menstimulasi pembelajaran akademik, tetapi juga menjadi sarana efektif dalam penguatan karakter anak secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Pada penelitian lainnya, implementasi kegiatan *market day* di RA Bunga Islam Minohorejo Widang Tuban, sebagaimana diteliti oleh (Rustyawati, Kastuti, dan Maknunah 2023), menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menjadi upaya inovatif dalam menanamkan karakter anak usia dini melalui pengalaman langsung yang menyenangkan dan bermakna. Kegiatan ini dirancang untuk memperkenalkan konsep kewirausahaan secara sederhana, di mana anak-anak terlibat dalam proses jual beli, mulai dari menyiapkan produk, menetapkan harga, hingga melayani pembeli. Selain sebagai sarana pembelajaran ekonomi, *Market day* juga menjadi media yang efektif untuk mengembangkan karakter seperti kemandirian, tanggung jawab, kejujuran, kerja sama, serta rasa percaya diri. Anak-anak diajak untuk mengambil peran aktif dalam kegiatan tersebut, sehingga nilai-nilai karakter dapat tertanam secara alami melalui aktivitas sehari-hari yang sesuai dengan dunia mereka (Rustyawati et al. 2023).

Lebih dari simulasi tentang pasar, kegiatan ini juga memberi dampak positif terhadap perkembangan sosial emosional anak. Anak-anak belajar untuk mengelola emosi, berinteraksi dengan berbagai pihak, serta menghadapi tantangan kecil yang membantu membentuk ketangguhan mental sejak dini. Antusiasme yang tinggi dari anak-anak selama kegiatan menunjukkan bahwa pembelajaran yang bersifat kontekstual dan menyenangkan dapat meningkatkan efektivitas penanaman nilai karakter (Rustyawati et al. 2023). Oleh karena itu, *market day* dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pembelajaran tematik yang terintegrasi dalam kurikulum PAUD, sekaligus sebagai sarana pembentukan karakter yang berkelanjutan jika didukung oleh pendampingan guru dan keterlibatan orang tua.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fajri et al. 2023), dalam karya berjudul “Kegiatan Market Day Sebagai Upaya Untuk Memupuk Kreativitas dan Jiwa Wirausaha Siswa di TK Islam Al Azhar Bukittinggi.” Penelitian ini menunjukkan bahwa *Market Day* tidak hanya berkontribusi terhadap pembentukan karakter, tetapi juga secara signifikan memupuk kreativitas anak. Kreativitas yang berkembang dalam kegiatan ini meliputi rasa ingin tahu, kemampuan mengajukan pertanyaan yang bermakna, mengemukakan ide dan pendapat, hingga menunjukkan apresiasi terhadap estetika dan keindahan. Anak-anak juga

memperlihatkan daya imajinasi yang kuat, kemandirian, serta kemampuan merinci dan mengembangkan ide. Nilai-nilai kewirausahaan seperti inovasi, kepemimpinan, keberanian mengambil risiko, kerja keras, disiplin, dan tanggung jawab juga mulai tumbuh melalui keterlibatan mereka dalam aktivitas ini. Dengan demikian, baik dari segi karakter maupun potensi kreatif dan kewirausahaan, *market day* terbukti menjadi metode pembelajaran yang efektif dan holistik untuk diterapkan di lembaga pendidikan anak usia dini.

Hasil penelitian oleh Nadlifah et al., (2023) dalam karya berjudul “Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* Pada Anak Usia Dini Melalui *Event Market Kids*” turut memperkuat bukti bahwa kegiatan pasar tematik seperti *Market Kids* dapat secara efektif menanamkan jiwa entrepreneurship sejak dini. Dalam kegiatan tersebut, proses perencanaan hingga evaluasi dilakukan secara kolaboratif antara pihak sekolah, guru, orang tua, siswa, dan masyarakat sekitar. Pendekatan kolaboratif ini memberikan dampak yang luas, tidak hanya terhadap perkembangan karakter anak, tetapi juga terhadap meningkatnya kepercayaan orang tua kepada lembaga PAUD. Anak-anak tidak hanya menunjukkan kemampuan untuk menyelesaikan tugas secara mandiri, tetapi juga mengalami perkembangan di berbagai aspek, seperti nilai agama, budi pekerti, kognitif, motorik, bahasa, dan sosial emosional. Kreativitas dan inovasi anak pun tumbuh melalui keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan tersebut.

Selaras dengan pendekatan berbasis pengalaman nyata yang diterapkan dalam *market day*, penelitian yang dilakukan oleh Usnah, Syahidah, dan Soleha, (2023) dalam karya berjudul “Pembentukan Karakter Mandiri Anak Usia Dini Melalui Pendekatan Metode Pembelajaran Montessori” menunjukkan bahwa metode Montessori juga memiliki efektivitas tinggi dalam pembentukan karakter anak, khususnya karakter mandiri. Dalam pendekatan Montessori, anak diberikan kebebasan untuk memilih kegiatan yang mereka sukai dari area yang telah disiapkan oleh pendidik. Proses ini menekankan pada pembelajaran yang berpusat pada anak dan mendorong mereka untuk belajar melalui pengalaman nyata dengan benda konkret. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode Montessori di Safaraz Islamic *Preschool* telah sesuai dengan prinsip-prinsip dasar Montessori dan mampu menumbuhkan kemandirian anak secara alami (Usnah et al. 2023). Dengan demikian, baik kegiatan *market day* maupun metode Montessori memiliki kesamaan dalam prinsip pendidikan yang menekankan pengalaman langsung dan kemandirian anak sebagai inti dari proses pembelajaran, yang pada akhirnya mendukung terbentuknya karakter yang kuat sejak usia dini.

Penelitian oleh Lilianti, dkk. (2023) dalam karya berjudul “Mengoptimalkan Pembentukan Karakter Untuk Anak Usia Dini” menegaskan bahwa pembentukan karakter tidak hanya terbatas pada aspek akademik, tetapi juga mencakup nilai-nilai akhlak mulia yang sangat penting bagi kehidupan anak di masa depan. Dalam hal ini, peran pendidik sangatlah krusial. Pendidik tidak hanya sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai teladan bagi anak. Segala perilaku, sikap, dan ucapan guru menjadi model yang akan ditiru oleh anak-anak (Lilianti et al. 2023). Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatan seperti *market day* dan implementasi metode Montessori, keberhasilan pembentukan karakter sangat bergantung pada kualitas interaksi pendidik dengan anak. Selain itu, kolaborasi antara guru dan orang tua juga menjadi faktor penting agar nilai-nilai yang ditanamkan di sekolah dapat diperkuat di rumah. Evaluasi yang dilakukan secara rutin oleh pendidik, bersama orangtua, terhadap perkembangan anak juga

membantu memastikan bahwa proses pembentukan karakter berjalan secara optimal dan berkelanjutan (Ansar et al. 2024).

Keberhasilan dalam membentuk karakter anak usia dini dapat diamati melalui perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari, yang mencerminkan nilai-nilai moral dan sosial yang telah tertanam sejak dini. Menurut Rohmah, (2018), terdapat beberapa indikator penting yang menunjukkan terbentuknya karakter pada anak. Pertama, anak menunjukkan kesadaran dalam bertindak, yaitu memahami konsekuensi dari setiap tindakan yang dilakukan. Kedua, kejujuran dalam bersikap menjadi landasan penting dalam interaksi sosial, di mana anak mampu berkata dan bersikap sesuai kenyataan. Ketiga, keikhlasan dalam membantu orang lain tanpa mengharapkan imbalan mencerminkan tumbuhnya empati dan jiwa sosial. Keempat, kesederhanaan dalam menjalani kehidupan menunjukkan bahwa anak tidak bersikap berlebihan dan mampu bersyukur atas apa yang dimilikinya. Kelima, kemandirian dalam menyelesaikan tugas merupakan cerminan dari rasa tanggung jawab dan kepercayaan diri yang baik (Rohmah 2018). Selanjutnya, kepedulian terhadap orang lain terlihat dari sikap empati dan perhatian terhadap teman maupun lingkungan sekitar. Anak juga menunjukkan kebebasan dalam mengambil keputusan, yang berarti ia diberi ruang untuk memilih dan berpikir secara mandiri. Selain itu, ketelitian dalam bertindak menunjukkan bahwa anak mulai memahami pentingnya kesungguhan dan ketepatan dalam melakukan sesuatu. Terakhir, komitmen dalam menjalankan tanggung jawab mencerminkan konsistensi anak dalam menyelesaikan tugas yang telah menjadi kewajibannya (Rohmah, 2018). Semua aspek ini saling berkaitan dan menjadi tolok ukur penting dalam menilai keberhasilan pembentukan karakter anak sejak usia dini.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di KB/TK Ar Rohmah Surabaya, dapat disimpulkan bahwa implementasi kegiatan *market day* dalam pembentukan karakter anak usia dini berlangsung secara efektif dan sesuai dengan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan *market day* dirancang dengan melibatkan berbagai tahap, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang melibatkan pendidik, anak, orang tua, dan masyarakat. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada anak dalam simulasi jual beli yang menyenangkan dan edukatif, sehingga proses pembelajaran berlangsung secara aktif dan kontekstual. Melalui kegiatan tersebut, anak diberi kesempatan untuk belajar mengambil keputusan secara mandiri, berinteraksi sosial, dan bertanggung jawab atas peran yang diembannya selama kegiatan berlangsung. Peran pendidik sebagai model dan fasilitator sangat dominan dalam mendukung keberhasilan implementasi ini.

Selanjutnya, hasil dari kegiatan *market day* menunjukkan adanya perkembangan positif dalam pembentukan karakter anak usia dini di KB/TK Ar Rohmah Surabaya. Anak-anak mampu menunjukkan nilai-nilai karakter seperti kemandirian, kejujuran, tanggung jawab, disiplin, kerja sama, dan keberanian dalam mengambil risiko. Selain itu, anak juga mengalami peningkatan pada aspek kreativitas, kemampuan sosial emosional, serta rasa percaya diri yang lebih baik. Keterlibatan orang tua dan sinergi antara sekolah dengan lingkungan sekitar turut memperkuat proses pembentukan karakter ini secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan *market day* dapat dipandang sebagai salah satu strategi pembelajaran inovatif yang efektif untuk membentuk karakter anak usia dini sekaligus memupuk jiwa kewirausahaan yang akan menjadi bekal penting bagi masa depan mereka.

REFERENSI

- Amalia, Novi. 2025. "Efektivitas Implementasi Kurikulum Merdeka bagi Perkembangan Anak 4–6 Tahun: Tinjauan Sistematis." *PEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi* 5(2):893–901. doi: <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i2.5804>.
- Ansar, Wilda, Novita Maulidya Jalal, Rohma Rifani, dan Novita Salinding. 2024. "Edukasi Program Stimulasi Sosial dan Emosi Anak Usia Dini Terhadap Orangtua di TK Insan Cemerlang." *Jurnal Pengabdian Sosial* 1(8):751–54. doi: <https://doi.org/10.59837/m62ha966>.
- Aulia, A. R., dan E. Munastiwi. 2024. "Kegiatan Market Day dalam Penanaman Nilai Kewirausahaan pada Anak Usia Dini." *Jurnal Pelita PAUD* 8(2):328–37. doi: <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v8i2.3616>.
- Delpiyani, Delpiyani, Yuwan Fajar Anugrah, Nadia Tiara Antik Sari, dan Gilang Rajasa. 2025. "Enhancing Social-Emotional Skills through Traditional Bakiak Games in Group B Children at KB. Raudhatul Jannah." *Kiddie: Early Childhood Education and Care Journal* 2(2):81–88. doi: <https://doi.org/10.52593/kid.02.2.02>.
- Denham, Susanne A. 2023. *The Development of Emotional Competence in Young Children*. New York: The Guilford Press.
- Dewi, Novia Anjani, dan Widia Oktapiani. 2024. "Sociocultural Theory Implications and Applications in Modern Pedagogy." *Jurnal UPI* 14(1):47–56. doi: <https://doi.org/10.17509/alm.v14i1.71603>.
- Esteban-Guitart, Moisés. 2015. "L. S. Vygotsky and education by Moll, L. C." *Journal of Language, Identity & Education* 14(4):295–97. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/15348458.2015.1070601>.
- Fajri, Emzia, Chairul Haq, Muhammad Sidiq, dan Febrian Martha. 2023. "Kegiatan Market Day sebagai upaya memupuk kreativitas dan jiwa wirausaha." *Research and Development Journal of Education* 9(1):171–179. doi: <http://dx.doi.org/10.30998/rdje.v9i1.14895>.
- Idamulyani, Sri, Bachtar Sjaiful Bachri, dan Nurul Khotimah. 2024. "Pengaruh Market Day Terhadap Literasi Keuangan dan Kemampuan Berpikir Simbolik Anak Usia 5-6 Tahun." *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini* 6(2):347–354. doi: <https://doi.org/10.35473/ijec.v6i2.3273>.
- Jayaputra, Diandra. 2024. "The Power of Social Emotional Learning: Building Self Confidence, Emotional Intelligence and Independence in Early Childhood Ages 4-5 in Preschool Abc Jakarta." *Jurnal Syntax Admiration* 5(9):3468–80. doi: [10.46799/jsa.v5i9.1578](https://doi.org/10.46799/jsa.v5i9.1578).
- Kemendikbudristek. 2023. *Panduan Kurikulum Merdeka PAUD*.
- Kolb, Alice Y., dan David A. Kolb. 2009. "Experiential Learning Theory: A Dynamic, Holistic Approach to Management Learning, Education and Development." Hal. 42–68 in *The SAGE Handbook of Management Learning, Education and Development*, diedit oleh S. J. Armstrong dan C. V. Fukami. SAGE Publications Ltd.
- Kurniati, Eka. 2025. "Teori Sosiokultural Vygotsky untuk Anak Usia Dini." *Jurnal Studi Pendidikan Anak Usia Dini* 1(1):19–24.
- Lestari, Trifena Eva Dwi, Anita Chandra, dan Nila Kusumaningtyas. 2025. "Literasi Gizi melalui Market Day di TK Nasional Salomo." *Journal of Early Childhood*

- Education* 7(2):163–77. doi: <http://dx.doi.org/10.15408/jece.V7i2.49034>.
- Lickona, Thomas. 2012a. *Character Matters: Persoalan Karakter*. diedit oleh J. W. Wamaungu, J. A. R. Zien, U. Wahyuddin, dan Suryani. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lickona, Thomas. 2012b. *Educating for Character: Mendidik untk Membentuk Karakter*. Terjemahan. diedit oleh J. W. Wamaungu, U. Wahyuddin, dan Suryani. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lilianti, Lilianti, Nurul Idhayani, Rohmiati Rohmiati, Adam Adam, Hermanto Hermanto, Risnajayanti Risnajayanti, dan Sitti Salma. 2023. “Mengoptimalkan Pembentukan Karakter untuk Anak Usia Dini.” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 7(2):1676–1684. doi: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i2.4189>.
- Nadlifah, Nadlifah, Lati Nurliana Wati Fajzrina, Triyana Triyana, Nurul Ismayah, Novita Loka, dan Tri Mujiati. 2023. “Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids.” *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 7(3):3486–3497. doi: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4354>.
- Orth, Ulrich, dan Richard Robins. 2014. “The Development of Self-Esteem.” *Current Directions in Psychological Science* 23(5). doi: 10.1177/0963721414547414.
- Puspitasari, Sri Yeni, Diana Diana, dan Iin Maulina. 2025. “Penerapan Kegiatan Bermain Peran untuk Meningkatkan Kemampuan Sosial Emosional pada Anak Usia Dini di PAUD Terpadu Kartini Madu Mawar.” *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Dan Kewarganegaraan* 2(4):01–12. doi: <https://doi.org/10.61132/paud.v2i4.632>.
- Rohmah, Umi. 2018. “Pengembangan Karakter Pada Anak Usia Dini (AUD).” *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak* 4(1):85–102. doi: <https://doi.org/10.14421/al-athfal.2018.41-06>.
- Rustyawati, Dian, Kastuti Kastuti, dan Hilyatul Maknunah. 2023. “Penanaman Jiwa Entrepreneurship dan Sosial Emosional pada Anak Usia Dini melalui Kegiatan Market Day di RA Bunga Islam Minohorejo Widang Tuban.” *STRATEGI : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(2):69–76.
- Shonkoff, Jack P., dan Deborah A. Phillips. 2000. *From neurons to neighborhoods : the science of early childhood development*. Washington D.C.: National Academy Press.
- Usnah, Titi, Wafa Syahidah, dan Mela Melati Soleha. 2023. “Pembentukan Karakter Mandiri Anak Usia Dini melalui Pendekatan Metode Pembelajaran Montessori.” *Smart Kids: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini* 5(1):20–26. doi: <https://doi.org/10.30631/smartkids.v5i1.123>.
- Wahyuningsih, Dian, dan Adnan Küçükoğlu. 2025. “Integrating Experiential Learning into the Merdeka Curriculum for Early Childhood Education in Indonesia.” *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 9(5):1457–1467. doi: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v9i5.7020>.