

Penerapan Market Day Sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan Bagi Siswa SDN 03 Desa Kuala Dua

Yulyanti Fahrana, Nurani, Afifah Az Zahra*, Lina, Faiz Abyanto, Muhammad Abimayu

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia
*Corresponding Author: azzahraafifah296@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 30/07/2026

Direvisi: 25/08/2026

Disetujui: 05/09/2026

Abstract. *This activity aimed to provide primary school students with practical experience in understanding and applying basic entrepreneurial concepts by re-initiating the Market Day program, which had been halted due to adjustments in the Merdeka Curriculum. The implementation method consisted of several stages, including entrepreneurship education, group formation, product selection, capital preparation, and buying and selling transactions during school breaks. In this economic simulation, upper-grade students acted fully as producers and sellers who managed the entire operational, marketing, and financial processes of their groups, while lower-grade students participated actively as buyers. The results showed a high level of enthusiasm and contextual understanding among students regarding basic economic principles. Through direct practice, students successfully internalized the values of teamwork, responsibility, communication skills with consumers, and the basic mechanisms of capital management. This re-initiation proves that Market Day serves effectively as a practice-based learning medium relevant to developing student independence characters at the primary school level.*

Keywords: *Market Day, Entrepreneurship, Upper-grade students, Practice-based learning, Program re-initiation.*

Abstrak. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman praktis kepada siswa sekolah dasar dalam mengenal dan menerapkan konsep dasar kewirausahaan melalui inisiasi kembali program Market Day yang sempat terhenti akibat penyesuaian Kurikulum Merdeka. Metode pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi edukasi konsep kewirausahaan, pembentukan kelompok, penentuan produk, persiapan modal, hingga pelaksanaan transaksi jual beli pada jam istirahat sekolah. Dalam simulasi ekonomi ini, siswa kelas atas bertindak penuh sebagai produsen dan penjual yang mengelola seluruh proses operasional, pemasaran, serta keuangan kelompok, sedangkan siswa kelas bawah berpartisipasi aktif sebagai pembeli. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan antusiasme yang tinggi serta pemahaman kontekstual siswa terhadap prinsip ekonomi dasar. Melalui praktik langsung ini, siswa berhasil menginternalisasi nilai-nilai kerja sama kelompok, rasa tanggung jawab, kemampuan komunikasi dengan konsumen, serta mekanisme dasar pengelolaan modal. Reinisiasi ini membuktikan bahwa Market Day efektif berfungsi sebagai media pembelajaran berbasis praktik yang relevan dengan pengembangan karakter kemandirian siswa di tingkat sekolah dasar.

Kata Kunci: Market Day, kewirausahaan, siswa kelas atas, pembelajaran berbasis praktik, reinisiasi program.

How to Cite: Fahrana, Y., Nurani, N., Zahra, A. A., Lina, L., Abyanto, F., & Abimayu, M. (2026). Penerapan Market Day Sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan Bagi Siswa SDN 03 Desa Kuala Dua. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 305-312. <https://doi.org/10.37478/abdika.v6i3.8694>



Copyright (c) 2026 Yulyanti Fahrana, Nurani, Afifah Az Zahra, Lina, Faiz Abyanto, Muhammad Abimayu. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Pendidikan kewirausahaan pada jenjang sekolah dasar merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang dapat memberikan pengalaman kepada peserta didik untuk mengenal kegiatan ekonomi dan nilai-nilai kewirausahaan sejak dini. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan atau menjual suatu produk, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk melatih tanggung jawab, kerja sama, kreativitas, komunikasi, dan kepercayaan diri siswa. Penelitian mengenai pelaksanaan program kewirausahaan di sekolah dasar menunjukkan bahwa kegiatan pembelajaran berbasis praktik dapat memunculkan karakter kreatif, inovatif, bertanggung jawab, mampu bekerja sama, dan percaya diri pada peserta didik (Dwinata et al., 2023; Saaadah & Nurjaman, 2023). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pembelajaran yang tidak hanya menyampaikan konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk menerapkannya melalui pengalaman secara langsung.

Pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar dapat diterapkan melalui berbagai kegiatan yang memberikan pengalaman konkret dan sesuai dengan perkembangan peserta didik.

Salah satu kegiatan yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran kewirausahaan adalah Market Day. Market Day merupakan kegiatan pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada siswa untuk terlibat secara langsung dalam proses kegiatan ekonomi, mulai dari merencanakan produk, menyiapkan modal, menentukan harga jual, memasarkan produk, melakukan transaksi, hingga mengelola hasil penjualan. Kegiatan Market Day juga dapat menjadi sarana untuk mengenalkan literasi keuangan kepada siswa melalui pengalaman mengelola modal dan hasil penjualan (Mustikawati, 2020). Penelitian mengenai Market Day menunjukkan bahwa kegiatan tersebut dapat menjadi sarana pembentukan karakter kewirausahaan melalui keterlibatan siswa dalam pengelolaan produk, pemasaran, serta interaksi selama kegiatan jual beli (Ghozali & Apridayanti, 2022). Selain itu, penerapan proyek Market Day juga dapat digunakan untuk menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan melalui pembelajaran yang melibatkan siswa secara langsung (Rondli, 2022).

Pada dasarnya, program Market Day di SD Negeri 03 Kuala Dua, Desa Kuala Dua, bukan merupakan suatu program ekonomi yang sepenuhnya baru bagi lingkungan sekolah. Satuan pendidikan ini sebelumnya telah memiliki akar pembiasaan aktivitas ekonomi serupa yang dilaksanakan secara berkala. Namun, adanya masa transisi struktural dan fokus adaptasi terhadap implementasi Kurikulum Merdeka menyebabkan program pembiasaan ini sempat vakum dan tidak dapat berjalan lagi dalam beberapa waktu terakhir. Perubahan dalam pelaksanaan pembelajaran dan tuntutan implementasi Kurikulum Merdeka dapat mendorong sekolah untuk menyesuaikan berbagai bentuk kegiatan pembelajaran, termasuk kegiatan yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan (Marlina et al., 2025). Penghentian sementara program pembiasaan ini berdampak pada hilangnya ruang inkubasi kreativitas serta wadah pengenalan literasi keuangan bagi siswa.

Berdasarkan kondisi tersebut, siswa sekolah dasar di Desa Kuala Dua memerlukan langkah reinisiasi guna menjembatani kembali pemahaman konsep kewirausahaan dengan praktik sederhana yang sesuai dengan usia perkembangan mereka. Kebutuhan untuk menghidupkan kembali program yang mati suri ini menjadi dasar utama pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui optimalisasi gerakan Market Day di SD Negeri 03 Kuala Dua. Melalui pendekatan reinisiasi terstruktur ini, siswa tidak hanya menerima materi kewirausahaan di dalam kelas, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, produksi hingga pelaksanaan transaksi jual beli (Sari et al., 2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengalaman pembelajaran kewirausahaan secara langsung kepada siswa sekolah dasar melalui penerapan kembali program Market Day, serta menganalisis hasil pelaksanaannya berdasarkan dinamika keterlibatan siswa dan pencapaian finansial murni dari masing-masing kelompok.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SD Negeri 03 Kuala Dua, Desa Kuala Dua, dengan sasaran utama siswa kelas VI yang terdiri atas kelas VI A, VI B, dan VI C dengan jumlah keseluruhan 86 siswa. Pelaksanaan kegiatan melibatkan mahasiswa sebagai pendamping eksternal dan siswa sebagai peserta utama gerakan reinisiasi. Kegiatan dilaksanakan

selama empat hari, yaitu pada tanggal 27-30 Juli 2026. Alur pelaksanaan pengabdian didesain khusus untuk menghidupkan kembali program sekolah yang sempat vakum melalui empat tahapan terstruktur, yaitu: tahap edukasi, tahap perencanaan dan persiapan, tahap pelaksanaan Market Day, serta tahap evaluasi.

Tahap pertama merupakan tahap edukasi yang dilaksanakan pada hari Senin. Edukasi diberikan kepada siswa pada masing-masing kelas dengan durasi kurang lebih satu jam atau lebih. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan kembali esensi Market Day, pengertian kewirausahaan, alasan pentingnya mempelajari kegiatan berjualan, cara menjadi penjual yang baik, pengertian modal, proses mengubah modal menjadi produk, penentuan harga jual, hasil penjualan, keuntungan, serta tips agar produk lebih mudah terjual. Untuk membantu siswa mengingat dan memahami materi pasca-vakumnya program, mahasiswa memberikan contoh soal kalkulasi sederhana yang berkaitan dengan pengelolaan modal, harga jual, hasil penjualan, dan penentuan keuntungan.

Tahap kedua merupakan tahap perencanaan dan persiapan yang dilaksanakan pada hari Selasa. Siswa kelas VI dibagi menjadi sembilan kelompok yang terdiri atas tiga kelompok dari kelas VI A, tiga kelompok dari kelas VI B, dan tiga kelompok dari kelas VI C. Setiap kelompok menentukan seorang ketua yang bertanggung jawab dalam mengoordinasikan anggota kelompok. Selanjutnya, setiap kelompok menentukan produk yang akan dijual, menyiapkan modal awal, membeli bahan yang diperlukan, serta membuat poster kreatif sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk mereka. Modal setiap kelompok berasal dari iuran mandiri siswa sebesar Rp5.000 per orang dan stimulan tambahan sebesar Rp15.000 dari mahasiswa pendamping, sehingga modal awal setiap kelompok berkisar antara Rp60.000 sampai Rp65.000. Pada tahap ini, mahasiswa memberikan pendampingan intensif dan arahan agar persiapan teknis dapat dilakukan sesuai dengan pembagian tugas masing-masing kelompok.

Tahap ketiga merupakan tahap produksi produk yang dilaksanakan pada hari Rabu. Setiap kelompok menentukan salah satu rumah anggota kelompok sebagai tempat untuk mempersiapkan komoditas yang akan dijual. Anggota kelompok berkumpul dan bekerja sama dalam proses pembuatan makanan dan minuman sesuai dengan menu yang telah ditentukan sebelumnya. Mahasiswa pendamping dari masing-masing kelompok turut memberikan bantuan harian dan pendampingan selama proses produksi hygiene sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok. Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk terlibat secara langsung dalam proses standarisasi produk yang akan dipasarkan.

Tahap keempat merupakan pelaksanaan simulasi pasar tertutup Market Day yang dilakukan pada hari Kamis saat jam istirahat sekolah. Sebelum kegiatan penjualan dimulai, setiap kelompok menyiapkan meja lapak dan menata produk yang telah dibuat pada hari sebelumnya. Pada tahap krusial ini, diterapkan pembagian peran berbasis tingkatan kelas secara tegas guna menciptakan ekosistem transaksi yang ideal. Siswa kelas atas (seluruh siswa kelas VI) diposisikan penuh sebagai pelaku usaha riil atau penjual (*seller*). Mereka terlibat langsung dalam menawarkan produk kepada calon pembeli, menyerahkan produk, mengelola arus kas masuk, dan memberikan uang kembalian. Sebaliknya, siswa kelas bawah (mulai dari kelas I sampai kelas V) serta seluruh warga sekolah dilibatkan aktif untuk bertindak sebagai

konsumen atau pembeli (*buyer*) yang melakukan transaksi langsung menggunakan uang riil. Produk yang dijual terdiri atas berbagai variasi makanan dan minuman yang telah dipersiapkan oleh masing-masing kelompok siswa kelas VI. Mahasiswa berperan sebagai pengawas pasif selama kegiatan berlangsung untuk membantu siswa apabila mengalami kesulitan darurat dalam proses rekonsiliasi uang maupun pengelolaan antrian konsumen.

Tahap kelima merupakan evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat keterlibatan, kemandirian, dan antusiasme siswa kelas atas selama mengelola penjualan, serta melihat respons transaksi dari siswa kelas bawah selaku pembeli. Data hasil penjualan nyata dan modal awal kemudian dikalkulasikan ulang untuk mengetahui perolehan keuntungan bersih setiap kelompok. Selain itu, evaluasi kualitatif juga dilakukan melalui pengamatan terhadap kemampuan siswa kelas VI dalam bekerja sama, menjalankan pembagian tugas internal, berkomunikasi persuasif saat transaksi, serta bertanggung jawab terhadap akuntabilitas keuangan kelompok. Hasil evaluasi komprehensif ini digunakan untuk mengukur tingkat ketercapaian tujuan reinisiasi praktik kewirausahaan sekolah.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Market Day di SD Negeri 03 Kuala Dua dilaksanakan sebagai bentuk pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik bagi siswa kelas VI. Kegiatan diikuti oleh 86 siswa yang terdiri atas 29 siswa kelas VI A, 29 siswa kelas VI B, dan 28 siswa kelas VI C. Siswa kemudian dibagi menjadi sembilan kelompok, dengan masing-masing kelas terdiri atas tiga kelompok. Kegiatan diawali dengan pemberian edukasi mengenai Market Day dan kewirausahaan. Materi yang diberikan meliputi pengertian Market Day, konsep kewirausahaan, modal, produk, harga jual, hasil penjualan, keuntungan, cara menjadi penjual yang baik, serta tips agar produk dapat menarik pembeli. Pemberian materi dilakukan selama kurang lebih satu jam pada setiap kelas dan disertai dengan contoh serta soal sederhana agar siswa dapat memahami konsep yang akan diterapkan dalam kegiatan.



Gambar 1. Edukasi Market Day dan Kewirausahaan Kepada Siswa Kelas VI

Setelah memperoleh edukasi, siswa mulai mempersiapkan kegiatan Market Day secara berkelompok. Setiap kelompok menentukan ketua, memilih produk yang akan dijual, menyiapkan modal, membeli bahan, dan membuat poster untuk memperkenalkan produk. Modal berasal dari iuran siswa sebesar Rp5.000 per orang serta tambahan sebesar Rp15.000 dari

mahasiswa pendamping. Setiap kelompok memiliki modal antara Rp60.000 hingga Rp65.000. Pada tahap persiapan produk, setiap kelompok berkumpul di rumah salah satu anggota untuk membuat makanan dan minuman yang akan dijual. Anggota kelompok bekerja sama dalam proses produksi dengan didampingi oleh mahasiswa pendamping sesuai kelompok masing-masing. Tahapan tersebut memberikan pengalaman kepada siswa untuk tidak hanya menjadi penjual, tetapi juga terlibat dalam proses mempersiapkan produk yang akan dipasarkan.



Gambar 2. *Siswa Bersama Mahasiswa Melakukan Persiapan Produk Market Day*

Pelaksanaan Market Day dilakukan pada saat jam istirahat sekolah. Setiap kelompok menjual satu dan dua jenis produk sesuai dengan perencanaan masing-masing. Siswa membagi tugas dalam kelompok, seperti menawarkan produk kepada calon pembeli, menyerahkan produk, mengelola uang, dan memberikan uang kembalian. Kegiatan berlangsung dengan antusias. Beberapa kelompok bahkan mengalami kondisi produk yang cepat habis setelah mulai dijual karena banyak siswa lain yang tertarik untuk membeli. Hal tersebut menunjukkan adanya keterlibatan siswa dalam kegiatan jual beli dan ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 3. *Pelaksanaan Market Day oleh siswa kelas VI SD Negeri 03 Kuala Dua*

Hasil penjualan dari sembilan kelompok menunjukkan bahwa seluruh kelompok berhasil memperoleh keuntungan. Rincian modal, hasil penjualan, dan keuntungan masing-masing kelompok disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penjualan dan Keuntungan Setiap Kelompok

Kelompok	Produk	Modal	Hasil Penjualan	Keuntungan
1A	Es timun dan martabak mie	Rp.65.000	Rp.174.000	Rp.109.000
2A	Es cappuccino dan roti goreng coklat	Rp. 65.000	Rp.113.000	Rp.48.000
3A	Es oreo dan nugget	Rp. 60.000	Rp.106.000	Rp. 46.000
1B	Samyang roll dan es teh persik	Rp. 65.000	Rp.156.000	Rp. 91.000
2B	Mochi dan es teh apel	Rp. 65.000	Rp.126.000	Rp. 61.000
3B	Risol mayo	Rp. 60.000	Rp.114.000	Rp. 54.000
1C	Pudding jelly Pelangi	Rp. 65.000	Rp.100.000	Rp. 35.000
2C	Es matcha susu	Rp. 65.000	Rp.108.000	Rp. 43.000
3C	Pudding vla coklat dan strawberi	Rp.60.000	Rp.100.000	Rp. 40.000
Total		Rp.570.000	Rp.1.097.000	Rp. 527.000

Berdasarkan Tabel 1, keseluruhan kelompok menggunakan akumulasi modal sebesar Rp570.000 dan memperoleh hasil penjualan bruto sebesar Rp1.097.000. Dari hasil transaksi tersebut, diperoleh total keuntungan bersih operasional sebesar Rp527.000. Seluruh kelompok memperoleh keuntungan dengan nominal yang bervariasi. Keuntungan tertinggi diperoleh oleh kelompok 1A sebesar Rp109.000, sedangkan keuntungan terendah diperoleh oleh kelompok 1C sebesar Rp35.000. Ketercapaian finansial yang bernilai positif pada seluruh kelompok ini membuktikan secara empiris bahwa siswa kelas atas selaku penjual mampu menerapkan prinsip matematika sosial dan konsep ekonomi dasar (modal, harga jual, laba kotor, dan laba bersih) yang sebelumnya didapatkan pada tahap edukasi mandiri.

Keberhasilan gerakan reinisiasi ini tidak hanya diukur dari aspek profitabilitas kuantitatif naskah, melainkan dari kedalaman internalisasi peran para siswa kelas atas. Penempatan siswa kelas VI sebagai produsen dan penjual (*seller*) memicu lahirnya pemahaman manajerial yang nyata. Melalui pembagian tugas internal kelompok, siswa belajar memikul tanggung jawab atas modal nirlaba, mengasah kepemimpinan kelompok, serta melatih kemampuan komunikasi persuasif saat menawarkan produk dagangan mereka. Penempatan siswa Kelas VI sebagai pelaksana utama kegiatan Market Day memberikan ruang bagi siswa untuk mengembangkan kreativitas, kerja sama dan rasa percaya diri melalui pengalaman praktik kewirausahaan (Sarinikmah et al., 2024)

Kegiatan Market Day juga memberikan pengalaman baru bagi sebagian siswa. Beberapa siswa menyampaikan bahwa mereka belum pernah mengikuti kegiatan Market Day sebelumnya. Setelah kegiatan berlangsung, terdapat siswa yang menyampaikan keinginan agar kegiatan berjualan dapat dilaksanakan kembali. Respons tersebut menunjukkan bahwa kegiatan Market Day tidak hanya memberikan pengalaman praktik kewirausahaan, tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi siswa. Dengan terlibat langsung dalam seluruh rangkaian kegiatan, siswa dapat memahami bahwa proses berwirausaha tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menjual barang, tetapi juga mencakup proses perencanaan, kerja sama, produksi, pemasaran, transaksi, dan perhitungan keuntungan. Pengalaman tersebut sejalan dengan temuan Bismillah dan Sari (2024) bahwa kegiatan Market Day dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa sekolah dasar melalui pengalaman dalam perencanaan, produksi, pemasaran dan

penjualan. Keterampilan tersebut juga dapat mengembangkan keterampilan pendukung kewirausahaan, seperti kerja sama, komunikasi, kreativitas dan pengambilan Keputusan.

Di sisi lain, respons antusiasme tinggi yang ditunjukkan oleh para siswa kelas bawah (kelas I-V) selaku kelompok pembeli (*buyer*) menjadi stimulus utama yang mempercepat perputaran barang dagangan di lapangan. Kehadiran siswa kelas bawah sebagai konsumen riil tidak hanya menciptakan suasana pasar yang hidup saat jam istirahat, melainkan juga berfungsi sebagai media edukasi literasi keuangan yang inklusif di lingkungan sekolah dasar. Keterlibatan siswa dalam transaksi jual beli juga dapat menjadi pengalaman konkret untuk mengenal penggunaan uang, pengambilan keputusan finansial, serta pengelolaan transaksi secara sederhana (Yusnia et al, 2024). Dinamika interaksi ekonomi antarkelas ini menegaskan bahwa menghidupkan kembali program Market Day yang sempat vakum berhasil menciptakan ruang belajar bersama yang kolaboratif, kontekstual, dan menyenangkan bagi seluruh elemen warga sekolah.

Simpulan dan Tindak Lanjut

Pelaksanaan kembali kegiatan Market Day di SD Negeri 03 Kuala Dua terbukti efektif menjadi media pembelajaran kewirausahaan kontekstual yang memberikan pengalaman praktik langsung kepada siswa sekolah dasar. Gerakan reinisiasi ini berhasil menghidupkan kembali program pembiasaan ekonomi sekolah yang sempat terhenti akibat masa transisi kurikulum. Melalui simulasi pasar tertutup yang terstruktur, siswa tidak hanya memperoleh pemahaman kognitif mengenai konsep modal, harga jual, dan perhitungan keuntungan, tetapi juga mengalami langsung esensi kerja sama tim, pembagian tanggung jawab operasional, serta komunikasi persuasif dengan konsumen. Penegasan peran dengan menempatkan siswa kelas atas sebagai penjual (*seller*) mampu menumbuhkan karakter kemandirian dan akuntabilitas manajerial, sementara keterlibatan siswa kelas bawah sebagai pembeli (*buyer*) berhasil memperluas paparan edukasi literasi keuangan yang inklusif di lingkungan sekolah. Tinggi dan stabilnya antusiasme interaksi antarkelas menunjukkan bahwa program ini diterima dengan sangat baik dan menciptakan iklim belajar yang menyenangkan bagi seluruh warga sekolah.

Sebagai tindak lanjut, kegiatan Market Day ini diharapkan dapat diadopsi kembali oleh pihak sekolah untuk dilaksanakan secara berkala dan berkelanjutan dengan adaptasi yang fleksibel sesuai kebutuhan siswa. Pihak sekolah dapat mengembangkan program ini ke tingkat kemandirian yang lebih tinggi, di mana siswa diberikan ruang yang lebih luas untuk merumuskan ide produk kreatif secara mandiri, mengalokasikan anggaran modal internal, merancang strategi pemasaran digital sederhana, hingga mengevaluasi laba-rugi secara mandiri. Pendampingan berkala dari dewan guru atau pihak luar yang kompeten di bidang kewirausahaan tetap diperlukan agar aktivitas ekonomi ini tidak sekadar menjadi kegiatan jual beli biasa pada jam istirahat, melainkan tetap menjaga esensi capaian pembelajaran karakter yang terukur. Keberlanjutan program secara konsisten akan memberikan dampak jangka panjang yang signifikan dalam membentuk fondasi jiwa berwirausaha bagi generasi muda sejak usia dini.

Daftar Pustaka

Bismillah, N., & Sari, A. K. P. (2024). Implementasi Kegiatan Market Day untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa Kelas V di SDN 1

- Gunungkeling. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 10(1), 100-106.
<https://doi.org/10.51169/ideguru.v10i1.1462>
- Dwinata, A., Asmarani, R., Sarumaha, M. S., Hikmah, N., & Pratiwi, E. Y. R. (2023). Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(4), 2536-2544.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i4.6022>
- Marlina, M., Prasetyo, T., & Hamamy, F. (2025). Market Day Sebagai Inovasi Implementasi Dalam Kurikulum Merdeka Untuk Penguatan Profil Pelajar Pancasila Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pengajaran Sekolah Dasar*, 4(1), 1-19. <https://doi.org/10.56855/jpsd.v4i1.1321>
- Muhammad Ghozali, & Rahayu Apridayanti. (2022). Market Day Sebagai Sarana Pembentukan Karakter Kewirausahaan Pada Anak. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 1(2).
<https://doi.org/10.33369/kreativasi.v1i2.23741>
- Mustikawati, E. (2020). Pentingnya Literasi Keuangan Anak Sekolah Dasar Melalui Program Market Daya di SDIT LHI. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 4(3), 431.
https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v4i3.247
- Rondli, W. S. (2022). Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan dalam Penguatan Profil Pelajar Pancasila Melalui Pembelajaran Project Market Day. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 5(1). <https://doi.org/10.24176/jpp.v5i1.8227>
- Saadah, S. S., & Nurjaman, A. R. (2023). Membangun Karakter Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day di Kelas 5 SDN Cimekar. *Daya Nasional: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.26418/jdn.v1i1.65777>
- Sari, J., Santosa, S., & Nurdin, M. N. I. (2024). Konstruksi Kegiatan Market Day dalam Menumbuhkan Jiwa Enterpreneurship Siswa. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(1), 115-126.
<https://doi.org/10.14421/njpi.2024.v4i1-7>
- Sarinikmah, S., Rakib, M., & Nurdin, N. (2024). Penanaman Nilai-Nilai Kewirausahaan Berbasis Market Day pada Peserta Didik Pendidikan Dasar. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 179-194.
<https://doi.org/10.55681/armada.v2i3.1243>
- Yusnia, Y., Heryanto, D., Agusdianita, N., & Tarmizi, P. (2024). Market Day: Strategi Menumbuhkan Literasi Finansial pada Siswa SDN 88 Kota Bengkulu. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(3). <https://doi.org/10.20961/shes.v7i3.91598>