

Pemberdayaan Siswa Sekolah Dasar melalui Kegiatan *Market Day* untuk Membangun Kreativitas dan Kemandirian Berwirausaha

Rahmat Hidayat¹, Yulnita Muchtar², Damas Gianlugi Alrizqi³, Andi Reski Nurhikmah⁴, Nurul Haeriyah Ridwan⁵

¹²³⁴⁵Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

¹rahmathidayat@unm.ac.id, ²yulnita.muchtar@unm.ac.id, ³damas@unm.ac.id, ⁴andi.reski.nurhikmah@unm.ac.id, ⁵nurul.haeriyah@unm.ac.id

Article Info

Kata Kunci:

market day, kewirausahaan, sekolah dasar, karakter, literasi keuangan

Copyright © 2025
The Author(s)



Lisensi: cc-by-sa

Abstrak

Tujuan program pengabdian adalah menanamkan karakter kewirausahaan dan meningkatkan literasi keuangan siswa SD IT Unggulan Mawaddah melalui kegiatan *Market Day* berbasis pendekatan participatory action learning system (PALS). Kegiatan *Market Day* menjadi media pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) yang memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam proses perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi produk. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SD IT Unggulan Mawaddah dengan tujuan menanamkan nilai-nilai karakter kewirausahaan serta meningkatkan literasi keuangan dasar melalui pendekatan Participatory Action Learning System (PALS). Metode pelaksanaan meliputi tahap persiapan, produksi, pelaksanaan transaksi, dan refleksi pascakegiatan yang melibatkan guru, siswa, dan orang tua secara kolaboratif. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pada aspek kreativitas produk, kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta pemahaman sederhana mengenai perhitungan biaya dan keuntungan. Selain itu, dapat memperkuat kemitraan sekolah-orang tua dan menghasilkan modul pembelajaran *Market Day* berbasis pembelajaran kontekstual, serta dampak jangka panjang berupa model ekosistem kewirausahaan berkelanjutan di sekolah dasar.

Pendahuluan

Pendidikan kewirausahaan pada jenjang sekolah dasar telah menjadi salah satu fokus strategis dalam usaha menumbuhkembangkan karakter mandiri dan kreatif siswa di era Abad 21 (Rosyida et al., 2025). Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu proses yang menggabungkan kreativitas dan inovasi dalam mengatasi berbagai peluang dan tantangan menuju keberhasilan. Selanjutnya, kecakapan berwirausaha juga disebut sebagai kemampuan mengenali peluang dan mengubah gagasan menjadi tindakan nyata. Dalam konteks Indonesia, program-program pembelajaran berbasis proyek seperti Market Day di sekolah dasar mulai diaplikasikan sebagai salah satu strategi efektif (Khoirunnisa et al., 2025). (Dwinata et al., 2023) menegaskan bahwa program *Market Day* di sebuah SD mampu menanamkan nilai-nilai karakter wirausaha seperti kreatif, inovatif, tanggung jawab, kerja sama, dan percaya diri. Begitu pula, (Sutarman & Nuriman, 2023) menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa sekolah dasar.

Di sekolah dasar, khususnya di SD IT Unggulan Mawaddah, kegiatan pembelajaran seringkali masih berorientasi pada transfer pengetahuan dan belum secara optimal menumbuhkan keterampilan kewirausahaan serta karakter Tangguh (Rezki et al., 2025). Padahal, implementasi pembelajaran yang melibatkan simulasi transaksi, produksi, dan pemasaran, sebagaimana dalam *Market Day* membuka peluang bagi siswa untuk “belajar sambil melakukan” (learning by doing), dan sekaligus menanamkan literasi keuangan, kreativitas produk, kepekaan pasar, serta etika dagang. Sebagaimana ditemukan oleh (Setiawati et al., 2022) bahwa kegiatan *Market Day* di SDN No. 064983 Sampali membawa dampak positif terhadap kemampuan berhitung, keterampilan marketing, dan jiwa entrepreneur siswa.

Namun demikian, meskipun banyak sekolah telah mengimplementasikan *Market Day*, masih ditemukan tantangan seperti kurangnya integrasi secara sistematis ke dalam RPP/RPPH, keterlibatan orang tua dan komunitas yang belum maksimal, serta karakteristik sekolah yang berbeda-beda memerlukan adaptasi program yang kontekstual. SD IT Unggulan Mawaddah masih dominan transfer pengetahuan dan belum terintegrasi sistem pengembangan karakter kewirausahaan, sehingga program ini berfungsi sebagai intervensi strategis berbasis pengalaman nyata. Maka dari itu, pelaksanaan kegiatan *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah menjadi langkah strategis dalam upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta memperkuat karakter siswa — melalui pengalaman nyata dari tahap perencanaan, produksi, pemasaran hingga evaluasi. Harapannya, siswa tidak sekadar menjadi konsumen atau penjual dalam simulasi, tetapi melalui pembelajaran aktif “melakukan” mereka akan mengembangkan kompetensi abad 21 seperti berpikir kritis, kreatif, kolaboratif, dan komunikatif.

Situasi tersebut menjadikan kegiatan *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang relevan dan strategis dalam kerangka pembinaan kewirausahaan siswa sekaligus penguatan karakter. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya menjadi ajang jual-beli semata, tetapi sebagai media

pembelajaran holistik yang meliputi perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi. Dengan demikian, siswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi mengalami prosesnya secara nyata dan memperoleh kompetensi abad 21 seperti berpikir kritis, kreatif, kolaboratif, dan komunikatif.

Pendidikan kewirausahaan sejak usia sekolah dasar dipandang sebagai komponen penting dalam menyiapkan generasi muda yang mandiri, kreatif, dan siap berinovasi dalam menghadapi tantangan ekonomi ke depan. Sebagaimana dikemukakan oleh Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter bahwa program *Market Day* di sekolah dasar mampu menumbuhkembangkan karakter siswa melalui aktivitas jual-beli yang terstruktur, sehingga menjadi salah satu strategi efektif dalam pendidikan Kewirausahaan (Yuliantika & Hikmawaty, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, maka pengabdian masyarakat ini memiliki dua tujuan utama: pertama, menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan keterampilan entrepreneur peserta didik; kedua, memperkuat nilai-nilai karakter seperti tanggung jawab, kerja sama, inovasi, dan percaya diri melalui pengalaman praktik *Market Day*. Dengan demikian, diharapkan SD IT Unggulan Mawaddah mampu mencetak generasi muda yang tidak hanya unggul secara akademik tetapi juga memiliki kesiapan wirausaha serta karakter Pancasila.

Metode

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning System (PALS), melibatkan seluruh komponen sekolah yaitu guru, siswa, dan orang tua secara kolaboratif dalam setiap tahapan. Proses dimulai dengan tahap persiapan melalui koordinasi antartim pengabdian, kepala sekolah, guru dan orang tua untuk menyusun tema, jadwal, serta alur teknis pelaksanaan program Market Day. Pada tahap ini juga dilakukan pelatihan singkat kepada guru dan siswa mengenai pola pikir kewirausahaan, pengelolaan usaha sederhana, serta strategi pembelajaran berbasis proyek, sehingga guru dapat bertindak sebagai fasilitator aktif sepanjang proses pelaksanaan kegiatan.

Tahap produksi dilaksanakan dengan membagi siswa ke dalam kelompok-kelompok kecil yang bertanggung jawab untuk membuat produk sederhana seperti makanan, minuman sehat, atau karya seni dari bahan daur ulang. Setiap kelompok didampingi oleh guru untuk menentukan jenis bahan, menghitung biaya produksi, serta melakukan penetapan harga jual produk dengan pendekatan literasi keuangan dasar. Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan Market Day, di mana lingkungan sekolah didesain menjadi mini pasar; siswa berperan sebagai penjual, promotor, dan kasir, sementara guru, siswa lain, serta orang tua bertindak sebagai pembeli. Proses transaksi ini tidak hanya bertujuan melatih keterampilan komunikasi dan pelayanan, tetapi juga menumbuhkan budaya kerja sama dan meningkatkan kepercayaan diri siswa.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menanamkan nilai dan karakter kewirausahaan pada siswa SD IT Unggulan Mawaddah melalui

pelaksanaan program *Market Day* sebagai media pembelajaran kontekstual. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya diperkenalkan pada konsep dasar ekonomi seperti jual beli dan pengelolaan produk, tetapi juga pada nilai-nilai karakter seperti kreativitas, tanggung jawab, kerja sama, dan kejujuran (Ramdan Samadi et al., 2023). Menurut (Aulya et al., 2025), pendidikan kewirausahaan pada usia dini dapat membentuk generasi yang mandiri dan adaptif, serta mampu berpikir inovatif melalui pengalaman belajar berbasis praktik nyata (Marlina et al., 2025).



Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan Participatory Action Learning System (PALS) yang menekankan keterlibatan aktif seluruh elemen sekolah guru, siswa, dan orang tua dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan dimulai dengan tahap persiapan, yaitu koordinasi antara tim pengabdian, guru, dan kepala sekolah untuk menentukan tema produk, jadwal, dan teknis pelaksanaan. Pada tahap ini dilakukan pula pelatihan singkat bagi guru dan siswa tentang *entrepreneurial mindset* serta strategi pembelajaran berbasis proyek. Pelatihan guru sangat penting karena mereka berperan sebagai fasilitator dalam mengarahkan siswa selama proses pembuatan dan penjualan produk.

Tahap selanjutnya adalah produksi, di mana siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk membuat produk sederhana seperti makanan ringan, minuman sehat, atau karya seni dari bahan daur ulang. Guru mendampingi setiap kelompok dalam menentukan bahan baku, menghitung biaya produksi, serta menetapkan harga jual produk. Aktivitas ini tidak hanya melatih kemampuan berpikir logis dan berhitung, tetapi juga memperkuat keterampilan sosial dan komunikasi siswa. Temuan Asmara (2023) menegaskan bahwa kegiatan *Market Day* dapat meningkatkan kemampuan bahasa ekspresif dan numerasi anak, sekaligus melatih keterampilan motorik halus melalui kegiatan produksi dan transaksi langsung.

Pada tahap pelaksanaan *Market Day*, lingkungan sekolah disulap menjadi area mini pasar di mana setiap kelompok siswa berperan sebagai penjual, promotor, dan kasir. Sementara itu, guru, siswa lain, dan orang tua berperan sebagai pembeli. Suasana interaktif ini memberikan pengalaman belajar nyata bagi siswa untuk mengasah kemampuan komunikasi, pelayanan, dan kerja sama tim. Dwinata et al. (2023) menemukan bahwa interaksi langsung dalam kegiatan *Market Day* mampu meningkatkan rasa percaya diri karakadan keterampilan komunikasi interpersonal siswa sekolah dasar secara signifikan (Dwinata et al., 2023).

Kegiatan ditutup dengan tahap evaluasi dan refleksi, di mana siswa bersama guru dan tim pengabdian melakukan diskusi mengenai pengalaman yang diperoleh, tantangan yang dihadapi, serta nilai-nilai karakter yang muncul selama kegiatan. Guru juga diberi panduan untuk mengintegrasikan hasil refleksi tersebut dalam rencana pembelajaran tematik berikutnya. Hasil penelitian Yuliantika dan Hikmawaty (2024) menunjukkan bahwa refleksi pasca-*Market Day* menjadi bagian penting dalam menilai perkembangan karakter kewirausahaan siswa dan menginternalisasikan nilai-nilai Pancasila seperti tanggung jawab, kerja keras, dan gotong royong

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran utama, yaitu peningkatan minat dan jiwa kewirausahaan siswa, terbentuknya modul *Market Day* berbasis pembelajaran kontekstual, serta penguatan kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan masyarakat dalam mendukung pendidikan karakter (Hanama et al., 2024). Selain itu, kegiatan ini juga memberikan dampak jangka panjang berupa pembentukan ekosistem sekolah yang adaptif dan inovatif, di mana siswa tidak hanya memahami konsep ekonomi secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya melalui praktik nyata di lingkungan sekolah. Dengan demikian, *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah menjadi contoh konkret implementasi pendidikan kewirausahaan yang berorientasi pada pembelajaran aktif, kolaboratif, dan berkarakter (Armi Maulani Aries, 2022).

Hasil

Pelaksanaan program *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah menunjukkan hasil yang menggembirakan dalam menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan dan karakter siswa. Sebagai contoh, setelah kegiatan dilaksanakan, terlihat peningkatan dalam aspek kreativitas produk oleh siswa mereka mampu merancang, menghias kemasan, menentukan harga, dan melakukan promosi sederhana. Hal ini selaras dengan temuan bahwa kegiatan *Market Day* secara signifikan memfasilitasi pembentukan karakter kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, kepercayaan diri, tanggung jawab keuangan, dan keterampilan pengambilan keputusan.



Dari sisi karakter sosial-emosional, siswa juga menunjukkan peningkatan dalam kolaborasi dan tanggung jawab kelompok ketika mereka menjalankan masing-masing lapak dagang. Keterlibatan siswa dalam tim penjual-kasir-promotor seperti memunculkan “kerja sama”, “berani mengambil risiko”, serta “mandiri” yang sebelumnya cenderung belum aktif. Penelitian di sekolah dasar lain menemukan bahwa kegiatan *Market Day* mampu mengembangkan karakter jujur, kreatif, inovatif, disiplin, kooperatif, tanggung jawab, mandiri dan percaya diri pada siswa (Badawi Badawi, 2023).

Secara kuantitatif, meskipun dalam pengabdian ini tidak menggunakan kuesioner skala besar, observasi guru dan pendamping menunjukkan bahwa lebih dari 80% kelompok siswa terdorong melakukan evaluasi omzet sederhana, mengalokasikan laba untuk infak atau pengembangan produk berikutnya, dan merefleksikan pengalaman dagang mereka tindakan yang menggambarkan literasi kewirausahaan dan tanggung-jawab sosial. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa siswa yang mengikuti *Market Day* menunjukkan peningkatan minat berwirausaha serta kesiapan mengambil keputusan dalam skala kecil.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor: (1) dukungan penuh dari pihak sekolah (guru, kepala sekolah) yang memfasilitasi sarana-pra-suasana dagang; (2) keterlibatan orang tua dan komunitas sebagai pembeli dan mentor yang memperkuat aspek nyata transaksi; dan (3) integrasi kegiatan ke dalam jadwal sekolah dan pembelajaran tematik sehingga tidak bersifat ‘sekadar acara’ tetapi bagian dari proses pembelajaran. Tanpa persiapan yang matang, kegiatan serupa cenderung berjalan sebagai “bazar” belaka dan kehilangan nilai pembelajaran karakter maupun kewirausahaan.



Namun demikian, terdapat juga hambatan yang perlu dicatat: beberapa kelompok siswa masih terbatas dalam kemampuan menghitung laba/biaya secara akurat, produk yang dijual terkadang kurang bervariasi atau kurang memperhitungkan kelayakan pasar sekolah, dan waktu persiapan yang terbatas menyebabkan ketidaksiapan lapak dagang. Fenomena tersebut juga ditemukan dalam penelitian lain yang menyebut persiapan dan koordinasi sebagai faktor penghambat pelaksanaan *Market Day* yang bermakna (Hasmi & Oktarina, 2025).

Secara implikatif, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* dapat menjadi strategi efektif dan kontekstual untuk jenjang sekolah dasar dalam menanamkan jiwa kewirausahaan dan karakter - dengan catatan bahwa perlu desain program yang baik, pelibatan multi-pihak, dan integrasi ke dalam kurikulum sekolah. Untuk SD IT Unggulan Mawaddah, rekomendasi ke depan adalah: meningkatkan variasi produk sesuai potensi lokal dan kebutuhan pembeli sekolah, memperkuat modul pelatihan guru-orang tua tentang literasi keuangan dan pemasaran sederhana, serta membuat tindak lanjut kegiatan agar menjadi rutinitas sekolah yang terukur (Mustikawati, 2020). Dengan demikian, program *Market Day* tidak hanya menjadi sesi “jualan”, tetapi bagian dari ekosistem pembelajaran kewirausahaan dan karakter yang berkelanjutan.

Solusi kepada mitra dalam pelaksanaan kegiatan *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah didesain agar program tidak hanya berjalan sebagai kegiatan sesaat, tetapi berkelanjutan dan berdampak nyata bagi sekolah serta bagi perkembangan karakter siswa. Untuk menjawab berbagai tantangan seperti kurangnya variasi produk, keterbatasan literasi keuangan di kalangan siswa dan guru, serta minimnya keterlibatan orang tua, beberapa strategi diusulkan. Pertama, mitra sekolah perlu merancang inovasi produk dagangan berbasis potensi lokal dan minat pembeli, sehingga diversifikasi produk dapat meningkatkan semangat kreativitas siswa sekaligus memenuhi kebutuhan pasar sekolah. Kedua, guru dan orang tua membutuhkan pelatihan literasi keuangan dasar dan strategi pemasaran sederhana, agar pembinaan karakter serta kompetensi berwirausaha dapat terus dilakukan

secara terstruktur tidak hanya saat kegiatan berlangsung, melainkan terintegrasi dengan agenda pembelajaran tematik sekolah.

Selain itu, sekolah perlu menjadikan *Market Day* sebagai bagian rutin tahunan yang terjadwal dalam kalender pendidikan, sehingga siswa mendapat pengalaman belajar kewirausahaan secara berkelanjutan. Perlu juga dilakukan dokumentasi dan evaluasi aktivitas setiap tahun agar sekolah dapat memonitor perkembangan karakter dan minat berwirausaha siswa secara periodik. Terakhir, penting bagi pihak sekolah dan mitra orang tua untuk berkolaborasi mencari inovasi produk yang ramah lingkungan, guna memperkuat profil pelajar Pancasila dan nilai-nilai green

Simpulan

Kegiatan *Market Day* di SD IT Unggulan Mawaddah telah berhasil menjadi media pembelajaran kontekstual yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan dan karakter pada siswa sekolah dasar. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini mampu menumbuhkan aspek-aspek penting seperti kreativitas, tanggung jawab, kerja sama, kejujuran, serta kemampuan komunikasi siswa. Proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi produk memberikan pengalaman belajar nyata bagi siswa tentang bagaimana ide dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pembelajaran berbasis proyek seperti *Market Day* berperan penting dalam mengembangkan karakter wirausaha anak sejak dini karena melibatkan aktivitas eksploratif, reflektif, dan kolaboratif yang menstimulasi potensi berpikir kreatif (Aulia et al., 2025).

Selain itu, keterlibatan aktif guru dan orang tua menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan. Guru bertindak sebagai fasilitator yang mengarahkan proses pembelajaran kewirausahaan, sementara orang tua berperan sebagai motivator dan pembimbing dalam mendukung anak menjalankan peran sebagai wirausaha kecil di lingkungan sekolah. Hal ini memperkuat temuan Nurdin dan Rahmawati (2024) bahwa keterlibatan ekosistem sekolah-keluarga mampu mempercepat proses pembentukan karakter sosial dan ekonomi anak melalui pembelajaran berbasis praktik nyata. Dengan demikian, kegiatan *Market Day* bukan sekadar ajang transaksi, melainkan sarana holistik untuk membangun kompetensi abad 21 seperti berpikir kritis, inovatif, kolaboratif, dan komunikatif.

Dari hasil evaluasi kegiatan, beberapa tantangan tetap ditemukan, seperti keterbatasan waktu pelaksanaan, variasi produk yang masih homogen, serta kemampuan siswa dalam menghitung laba-rugi yang perlu dilatih lebih lanjut. Namun hambatan tersebut justru menjadi masukan penting bagi sekolah untuk melakukan inovasi kurikulum dan penguatan kapasitas guru. Sebagaimana ditegaskan oleh Wulandari et al. (2022), keberlanjutan program berbasis kewirausahaan di sekolah dasar hanya dapat tercapai jika terdapat sinergi antara desain pembelajaran, dukungan manajemen sekolah, dan partisipasi komunitas lokal.

Berdasarkan hasil tersebut, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan. Pertama, sekolah perlu menjadikan *Market Day* sebagai kegiatan rutin tahunan yang terintegrasi dengan kurikulum tematik dan mata pelajaran

kewirausahaan, sehingga siswa memperoleh kontinuitas pengalaman belajar. Kedua, guru perlu mendapatkan pelatihan lanjutan terkait literasi keuangan dasar dan strategi pembelajaran berbasis proyek agar kegiatan serupa dapat dijalankan secara sistematis dan berorientasi pada hasil belajar karakter. Ketiga, pihak sekolah dan orang tua dapat bekerja sama menciptakan inovasi produk berbasis potensi lokal yang ramah lingkungan untuk memperkuat nilai *green entrepreneurship* sejak dini. Terakhir, diperlukan dokumentasi dan evaluasi terstruktur setiap tahun untuk mengukur dampak kegiatan terhadap perkembangan karakter dan minat wirausaha siswa.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menegaskan bahwa *Market Day* bukan sekadar kegiatan ekonomi sederhana, tetapi merupakan model pembelajaran karakter dan kewirausahaan yang mampu membentuk generasi muda yang kreatif, bertanggung jawab, serta memiliki semangat inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi masa depan.

Daftar Pustaka

- Armi Maulani Aries. (2022). Peningkatan Karakter Gotong Royong Melalui Market Day Di Sekolah Dasar. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v1i4.388>
- Aulia, D., Khotami, E. N., & Arum, P. S. (2025). Implementasi Pendidikan Enterpreneurship Melalui Program Market Day Sekolah Dasar. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar (JRPD)*, 90–98. <https://doi.org/10.30595/jrpd.v6i1.24708>
- Aulya, V. R., Shafira, A. O., Fandora, K., Evanita, S., & Armianti, A. (2025). Implementasi Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tembusai*, 9(2).
- Badawi Badawi, B. (2023). Pembentukan Karakter Kewirausahaan Dengan Kegiatan Market Day Di Sekolah Dasar Soekarno Hatta. *Edukasi Lingua Sastra*, 21(1), 88–97. <https://doi.org/10.47637/elsa.v21i1.647>
- 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>
- Hanama, A., Kristiawan, Y., Siswanto, D. H., & Syah, A. B. P. D. A. F. (2024). Program Market Day sebagai Stimulus untuk Mengembangkan Karakter Kewirausahaan Murid Sekolah Dasar. *MURABBI*, 3(2), 62–70. <https://doi.org/10.69630/jm.v3i2.39>
- Hasmi, H., & Oktarina, H. (2025). Penanaman Karakter Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day di UPT SPF SD Negeri Tamamaung 1 Kota Makassar. *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1).
- Khoirunnisa, S., Diana Pramesti, & Erika Fitri Wardani. (2025). Analisis Nilai-Nilai Pendidikan Kewirausahaan Melalui Program Market Day Di Sekolah Alam Bangka Belitung. *JBES (Journal Basic Education Skills)*, 3(1), 11–17. <https://doi.org/10.35438/jbes.v3i1.195>

- 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>
- Mustikawati, E. (2020). Pentingnya Literasi Keuangan Anak Sekolah Dasar Melalui Progam Market Day di SDIT LHI. *Jurnal Pendidikan : Riset Dan Konseptual*, 4(3), 431. https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v4i3.247
- Ramdan Samadi, M., Hermansyah, Y., & Nurishlah, L. (2023). Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Melalui Program Market Day. *MURABBI*, 2(2), 67–71. <https://doi.org/10.69630/jm.v2i2.27>
- Rezki1, I., Salman2, P., Riswandi, A., Putra3, B., Artikel, R., Salman, P., & Putra, B. (2025). Peningkatan literasi keuangan melalui program market day sebagai stimulus untuk mengembangkan karakter berwirausaha siswa sekolah dasar Info Artikel ABSTRACT. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 694(3), 694–704. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i3.24178>
- 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. <https://doi.org/10.56855/jpsd.v4i2.1475>
- Setiawati, N. A., Silalahi, T. Ma., & Limbong, W. S. (2022). Implementasi Model Pembelajaran Market Day Pada Orangtua Dan Peserta Didik Dalam Membangun Jiwa Entrepreneur DI SDN NO. 064983 SAMPALI KEC.PERCUT SEI TUAN. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(1).
- Sutarman, A., & Nuriman, A. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day Terhadap Minat Entrepreneur. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 7–12. <https://doi.org/10.34306/adimas.v4i1.1011>
- Yuliantika, R., & Hikmawaty, L. (2024). Pengaruh kegiatan market day terhadap pembentukan karakter jiwa kewirausahaan di sekolah dasar. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 9(4), 19–24. <https://doi.org/10.29210/30035938000>