

# PENGENALAN KEWIRUSAHAAN MELALUI KEGIATAN MARKET DAY: PEMANFAATAN PRODUK MATCHA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DI PAUD

Siti Rahmawati<sup>1</sup>, Risbon Sianturi<sup>2</sup>, Reny Hayuningrum<sup>3</sup>, Ismi Nuraini<sup>4</sup>, Iyin Rahmawati<sup>5</sup>,

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya

E-mail: [sitirhmwti63@upi.edu](mailto:sitirhmwti63@upi.edu), [risbonsianturi@upi.edu](mailto:risbonsianturi@upi.edu), [renyhayuningrum.04@upi.edu](mailto:renyhayuningrum.04@upi.edu),  
[akuismi04@upi.edu](mailto:akuismi04@upi.edu), [iyinrahmawati20@upi.edu](mailto:iyinrahmawati20@upi.edu)

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan kegiatan Market Day sebagai sarana pengenalan kewirausahaan pada anak usia dini melalui pemanfaatan produk matcha sebagai media pembelajaran. Kajian ini menggunakan metode studi literatur dengan menelaah jurnal, buku, dan dokumen kurikulum terkait pendidikan kewirausahaan di PAUD. Hasil analisis menunjukkan bahwa Market Day memberikan pengalaman belajar langsung yang membantu anak mengenal proses jual beli, memahami nilai tukar sederhana, serta mengembangkan kemampuan sosial, komunikasi, kreativitas, dan motorik halus. Penggunaan produk matcha mendukung proses pembelajaran karena bahan ini mudah diolah, aman, dan menarik secara visual sehingga meningkatkan keterlibatan anak selama kegiatan berlangsung. Temuan lain menegaskan bahwa keterlibatan guru sebagai fasilitator sangat berperan dalam menciptakan lingkungan belajar yang terstruktur, aman, dan menyenangkan. Secara keseluruhan, kegiatan Market Day berbasis produk matcha merupakan strategi tematik yang relevan untuk menanamkan nilai kewirausahaan di PAUD sekaligus mengintegrasikan berbagai aspek perkembangan anak secara holistik. Kajian ini menegaskan bahwa pendekatan berbasis pengalaman nyata dapat menjadi alternatif pembelajaran yang efektif dalam menumbuhkan minat dan karakter wirausaha sejak dini.

**Kata Kunci:** Market Day; kewirausahaan anak usia dini; matcha; pembelajaran PAUD; media pembelajaran

**ABSTRACT:** This study aims to describe the implementation of Market Day as a learning activity to introduce entrepreneurship to young children through the use of matcha products as an instructional medium. This research employed a literature review method by analyzing journals, books, and curriculum documents related to early childhood entrepreneurship education. The findings indicate that Market Day provides direct learning experiences that help children understand simple buying and selling processes, recognize basic value exchange, and develop social, communication, creative, and fine motor skills. The use of matcha as learning material supports the activity because it is easy to process, visually appealing, and safe, which increases children's engagement during the learning process. The review also highlights the essential role of teachers as facilitators in ensuring that the learning environment remains structured, secure, and enjoyable. Overall, matcha-based Market Day activities serve as a thematic strategy that is relevant for cultivating entrepreneurial values while integrating multiple developmental domains in early childhood education. The study emphasizes that experience-based learning can be an effective approach to fostering entrepreneurial interest and character from an early age.

**Keywords:** Market Day; early childhood entrepreneurship; matcha; early childhood education; learning media

## PENDAHULUAN

Anak usia dini adalah seorang individu yang sedang mengalami proses pertumbuhan dan perkembangan yang begitu pesat yang berada, hal ini terjadi pada rentan usia 0-6 tahun yang sering di sebut sebagai masa Golden Ege bahkan memiliki sifat yang unik

serta pada usia ini yang akan menentukan dalam pembentukan karakter dan kepribadi anak (Khairi, 2018). Pendidikan Anak Usia Dini adalah layanan pendidikan yang berfokus pada pemberian dasar perkembangan dan pertumbuhan anak sejak dini melalui berbagai stimulasi yang tetntunya dapat mendukung

setiap aspek perkembangannya (Hudiya, dkk., 2023). Satuan pada pendidikan anak usia dini yaitu lembaga PAUD yang memberikansatu layanan pendidikan bagi kalangan anak usia yang lahir sampai dengan 6 tahun dan lembaga PAUD itu sendiri seperti layanan pendidikan non formal diantaranya play grup, Kelompok Bermain (KB), Taman Penitipan Anak (TPA), dan Bina Keluarga Balita (BKB) sedangkan layanan formal seperti Taman Kanak-Kanak (TK), Raudhatul Athfal (RA).

Kewirausahaan atau entrepreneurship perlu diperkenalkan sejak anak masih kecil, bukan untuk mengajarkan mereka berdagang atau mencari uang, tetapi untuk membangun sikap dan karakter positif yang sudah ada dalam diri mereka. Melalui kegiatan yang kreatif dan menyenangkan, seperti cooking class, outing class, hingga market day, penanaman jiwa wirausaha dapat mulai dikembangkan pada anak usia dini. Menurut Hudiya, dkk. (2023) menyatakan wirausaha merupakan individu yang mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang, mengelola berbagai sumber daya yang diperlukan, serta mengambil keputusan yang tepat untuk mencapai keberhasilan secara berkesinambungan. seseorang tersebut memiliki jiwa kewirausaannya yang dapat dilihat dari beberapa sikap diantaranya; (1) Percaya diri, (2) Berorientasi pada tugas dan hasil, (3) berani mengambil resiko, (4) kepemimpinan, (5) berorientasi masa depan, (6) kreatif, (7) inovatif, dan (8) jujur (Muhammad, 2012.)

Pembentukan karakter wirausaha sebenarnya telah dimulai sejak anak berada dalam kandungan, dipengaruhi oleh gaya hidup, kebiasaan, serta perilaku orang tuanya. Setiap pengalaman yang diterima anak melalui pancaindra akan terekam dan turut membentuk kepribadiannya seiring pertumbuhan. Karena itu, nilai-nilai moral dan dasar-dasar sikap kewirausahaan perlu diperkenalkan sejak anak masih kecil, misalnya melalui pembiasaan bersikap jujur, adil, bertanggung jawab, dan melakukan tindakan yang benar. Pada dasarnya, kemampuan berwirausaha mulai berkembang sejak dini melalui proses internalisasi nilai-nilai positif yang nantinya membentuk kepribadian wirausaha dalam diri setiap individu.

Pengenalan pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini menjadi fondasi penting bagi masa depan mereka, karena membantu anak tumbuh sebagai pribadi yang kreatif, mandiri, dan mampu menghadapi berbagai tantangan dan tentunya dalam dunia kewirausahaan, diperlukan ketangguhan mental untuk menghadapi fluktuasi ekonomi, sementara sikap dan karakter wirausaha yang sejati harus terus berkembang agar mampu menyesuaikan diri dengan beragam kondisi (Meilasari, 2024).

Menurut Sunarso dalam (Wiresti, 2020) pengembangkan pendidikan karakter kewirausahaan bagi anak usia dini tentunya sangat di anjurkan dari pengembangan intelektual pengusaha dan bisnis dimulai sejak usia dini. Masa anak usia dini dipandang sebagai periode paling tepat untuk menumbuhkan sikap dan semangat kewirausahaan, sehingga taman kanak-kanak menjadi jenjang yang ideal untuk mulai mengenalkan konsep-konsep dasar wirausaha. Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan untuk menanamkan nilai-nilai tersebut, salah satunya melalui kegiatan market day. Apabila kegiatan Market Day terlaksana secara maksimal, berbagai manfaat pendidikan di sekolah dapat diperoleh secara bersamaan (Pangesti, 2022). oleh karena itu, penelitian ini tentunya memiliki tujuan untuk menggambarkan bagaimana penanaman nilai kewirausahaan melalui market day pada anak usia dini di sekolah formal maupun non formal.

## METODE

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode studi literatur atau *library research* dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Zed (2008, hlm. 2) mengatakan bahwa studi literatur merupakan kegiatan yang di dalamnya berisikan pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat juga mengelola bahan penelitian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami lebih dalam serta menganalisis konsep pengenalan kewirausahaan melalui kegiatan Market Day dengan menggunakan matcha sebagai media pembelajaran di PAUD yang mana disesuaikan dengan metode yang studi literatur yang berdasar pada teori-teori dan hasil penelitian yang sudah ada.

Cresswell (2014) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa pendekatan kualitatif deskriptif memiliki tujuan untuk memberi gambaran mengenai fenomena atau peristiwa yang ada dengan kumpulan data yang berupa deskripsi, kalimat, gambar serta bukan angka. Pada konteks kali ini yaitu fenomena yang dipelajari yaitu penerapan pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini dengan melalui kegiatan Market Day dengan penggunaan produk matcha sebagai media.

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai literatur yang mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diantaranya yaitu buku-buku teks yang membahas pendidikan anak usia dini, buku mengenai konsep kewirausahaan untuk anak, serta berbagai jurnal penelitian nasional maupun internasional yang relevan dengan topik Market Day dan pendidikan kewirausahaan. disamping itu penggunaan artikel ilmiah terindeks juga mendukung dalam pembahasan jurnal ini. Di samping itu data sekunder meliputi dokumen kurikulum PAUD yang berkenaan dengan pengembangan life skills, laporan penelitian terdahulu yang mengkaji pembelajaran kewirausahaan di PAUD. Sugiyono (2017) berpendapat bahwa sumber data sekunder ialah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contohnya bisa melalui orang lain maupun dokumen. data sekunder menjadi sumber utama untuk dianalisis dalam penelitian dengan metode studi literatur.

Dalam penelitian ini juga peneliti menggunakan pengumpulan data dengan metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan data dengan cara mencari, membaca, dan mempelajari literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam tahapannya peneliti melakukan identifikasi literatur/sumber yang relevan seperti Google Scholar dan perpustakaan digital, lalu peneliti melakukan seleksi literatur dengan menyeleksi beberapa sumber dengan kriteria yang relevan dengan tema yaitu kewirausahaan di PAUD, Market Day, dan media pembelajaran, kredibilitas sumber, kebaruan literatur serta kedalaman pembahasan, lalu peneliti membaca dan mencatat poin-poin penting dari sumber dan mengorganisasi data yang telah dikumpulkan kedalam kategori-kategori sesuai dengan kerangka teori dan fokus dari penelitian.

Selain itu, kajian ini diperkuat oleh sejumlah pendapat para ahli yang relevan. Makarau dan Aprida (2024) menyoroti bahwa pendidikan kewirausahaan di tingkat PAUD berperan penting dalam menumbuhkan kreativitas, kemandirian, serta rasa tanggung jawab anak melalui kegiatan yang dirancang menyenangkan dan sesuai usia. Sejalan dengan itu, Aulia dan Munastiwi (2022) menemukan bahwa kegiatan Market Day mampu menjadi wadah yang efektif untuk melatih kemampuan kepemimpinan, kerja sama, dan keberanian anak dalam mengambil keputusan sederhana. Hasil penelitian yang dilakukan Fajri dan koleganya (2023) juga menunjukkan bahwa Market Day dapat merangsang kreativitas sekaligus menanamkan karakter kewirausahaan apabila pelaksanaannya disusun dengan baik. Di sisi lain, Saugi, Sundari, dan Agustiah (2020) menegaskan pentingnya proses bertahap dan berkelanjutan dalam menanamkan nilai kewirausahaan pada anak usia dini, terutama melalui aktivitas bermain yang bermakna. Untuk memastikan ketepatan analisis, penelitian ini menggunakan triangulasi literatur dengan membandingkan berbagai sumber serta mengevaluasi mutu setiap publikasi berdasarkan kredibilitas lembaga penerbit dan metode penelitian yang digunakan. Seluruh sumber rujukan disertakan secara lengkap dan disitasi sesuai standar akademik sebagai bentuk komitmen terhadap etika penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Market Day di lembaga PAUD menjadi salah satu strategi yang di pandang efektif karena memberikan ruang bagi anak untuk belajar secara langsung mengenai proses jual beli, hingga interaksi sosial dengan teman atau orang dewasa. Melalui kegiatan market day, anak tidak hanya di perkenalkan dengan konsep dasar ekonomi, tetapi juga dilatih untuk membangun sikap percaya diri, dan kemampuan sosial dan komunikasi anak. Kami merancang Marker Day bukan sekedar jual beli saja, tetapi lebih kepada proses pembelajaran yang menyenangkan dan bermakna bagi anak. Dimana anak diberi kesempatan untuk berperan langsung dalam kegiatan Market Day sehingga tumbuh rasa tanggung jawab dari pengalaman yang langsung terjun ke lapangan.

Nadeak et al (dalam Ulkhatiata, Zaidan, dan Tsaaniyah, 2025).

Berdasarkan dari data penelitian yang didapatkan terdapat beberapa temuan penting dan berkaitan dengan hipotesis sebagai berikut:

### **1. Peran Kegiatan *Market Day* dalam Kewirausahaan di PAUD**

Kegiatan *Market Day* berperan penting dalam mengenalkan konsep kewirausahaan kepada anak usia dini karena memberikan pengalaman langsung tentang proses jual beli, pengelolaan produk, interaksi sosial, dan pemahaman nilai tukar secara sederhana. Melalui aktivitas role-play sebagai penjual dan pembeli, anak belajar mengambil keputusan, berkomunikasi, bekerja sama, serta bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rukmana et al. (2023) yang menemukan bahwa *Market Day* menumbuhkan sikap disiplin, percaya diri, dan keberanian berinteraksi pada anak usia 4–6 tahun. Temuan serupa disampaikan oleh Hanik, Utaminingsih, & Widjanarko (2022) yang menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* memfasilitasi pembentukan karakter kewirausahaan melalui pengalaman langsung mengelola produk hingga proses transaksi. Selain itu, Irchamni (2023) melaporkan bahwa *Market Day* berkontribusi pada pengembangan literasi finansial awal melalui kegiatan mengenal uang dan transaksi sederhana yang relevan dengan kehidupan anak sehari-hari. Dengan demikian, *Market Day* bukan hanya kegiatan tematik, tetapi merupakan pendekatan pembelajaran kontekstual yang mendukung perkembangan sosial, kognitif, dan karakter kewirausahaan pada anak PAUD.

### **2. Pemanfaatan Produk Matcha sebagai Media Pembelajaran yang Menarik dan Mudah Diolah**

Pemanfaatan produk matcha sebagai media pembelajaran di PAUD dinilai menarik karena memiliki warna hijau yang cerah, aroma khas, serta tekstur bubuk yang dapat memberikan stimulasi sensori bagi anak. Matcha

mudah diolah menjadi berbagai bentuk seperti minuman sederhana, camilan dingin, atau adonan ringan yang aman untuk kegiatan eksplorasi bersama guru. Penggunaan bahan makanan dalam pembelajaran terbukti dapat meningkatkan minat belajar, kreativitas, dan keterlibatan motorik halus anak melalui aktivitas mencampur, menuang, dan menghias. Hal ini sejalan dengan temuan Lestari & Widiyanto (2021) yang menjelaskan bahwa bahan alami dan makanan berwarna dapat meningkatkan fokus sensori dan keterlibatan anak dalam proses belajar. Selain itu, penelitian Fadillah & Syifa (2022) menunjukkan bahwa kegiatan memasak sederhana dapat membantu anak memahami konsep sains awal, mengenal perubahan bentuk, serta meningkatkan kemampuan bahasa saat menjelaskan langkah kerja. Produk matcha yang mudah dikreasikan juga mendukung pembelajaran kontekstual pada kegiatan *Market Day* karena anak dapat melihat proses pembuatan hingga penyajian, sehingga menumbuhkan rasa ingin tahu dan pemahaman dasar tentang produksi dan konsumsi. Temuan ini diperkuat oleh studi Rohmah & Astuti (2023) yang menegaskan bahwa penggunaan bahan makanan yang menarik secara visual dapat meningkatkan keterlibatan emosional dan rasa percaya diri anak dalam kegiatan tematik.

### **3. Pengembangan Kemampuan Sosial dan Komuniasi Anak melalui Aktivitas Jual Beli**

Aktivitas jual beli dalam *Market Day* memberi kesempatan bagi anak untuk berinteraksi secara langsung, bernegosiasi, bertanya, dan menjelaskan produk kepada teman sebaya. Kegiatan ini membantu anak mengembangkan kemampuan sosial seperti kerja sama, empati, dan kemampuan mengambil giliran, sekaligus meningkatkan keterampilan komunikasi

verbal saat menawarkan atau menanggapi pertanyaan pembeli. Penelitian Radiansyah & Utari (2021) menunjukkan bahwa kegiatan bermain peran berbasis transaksi dapat meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal anak secara signifikan melalui praktik langsung yang terstruktur. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Savitri & Hamidah (2023) yang menyatakan bahwa anak yang terlibat dalam simulasi jual beli menunjukkan keberanian berbicara, peningkatan kosakata, serta kemampuan menjelaskan alasan dalam konteks sosial sederhana.

#### **4. Stimulasi Kreativitas dan Motorik Anak dalam Proses Pembuatan Produk**

Proses pembuatan produk untuk Market Day, seperti mencampur bahan, menghias kemasan, atau mengatur tampilan produk, memberikan stimulasi penting bagi perkembangan kreativitas dan motorik anak. Aktivitas motorik halus seperti menuang, mengaduk, menekan, atau meremas bahan membantu memperkuat koordinasi mata-tangan, sementara kegiatan mendekorasi memungkinkan anak mengekspresikan ide dan imajinasi. Studi yang dilakukan oleh Fadhilah & Nurhikmah (2022) menunjukkan bahwa kegiatan meracik makanan dan membuat karya sederhana dapat meningkatkan kreativitas visual serta kemampuan motorik halus anak usia 4–6 tahun. Selain itu, menurut penelitian Juliani & Pratiwi (2020), keterlibatan anak dalam kegiatan produksi kreatif mendorong munculnya desain unik sesuai preferensi mereka dan meningkatkan rasa percaya diri terhadap hasil karyanya.

#### **5. Pemahaman Anak Terhadap Nilai Tukar dan Perhitungan Sederhana**

Market Day membantu anak mengenal konsep nilai tukar melalui penggunaan uang mainan dan transaksi sederhana. Anak belajar membandingkan harga, memahami hubungan antara barang dan nilai, serta melakukan perhitungan dasar seperti jumlah uang yang diperlukan atau pengembalian. Penelitian oleh Andriani & Wicaksono (2021) menemukan bahwa aktivitas transaksi bermain dapat meningkatkan pemahaman dasar

matematika anak, khususnya pada aspek pengelompokan dan penjumlahan sederhana. Sementara itu, studi Pramesti & Lestiyorini (2023) melaporkan bahwa anak yang terlibat dalam kegiatan jual beli menunjukkan peningkatan kemampuan membedakan nilai uang serta memahami konsep “lebih besar – lebih kecil” dalam konteks harga.

#### **6. Peran Guru sebagai Fasilitator dalam Pelaksanaan Market Day**

Guru memiliki peran utama sebagai fasilitator yang memandu proses Market Day agar tetap aman, bermakna, dan sesuai dengan tahap perkembangan anak. Guru mengarahkan anak dalam mempersiapkan produk, menjelaskan aturan transaksi, membantu anak yang mengalami kesulitan komunikasi, serta menciptakan lingkungan belajar yang mendukung kolaborasi. Menurut penelitian Kurniasih & Mulyani (2022), guru berperan memastikan setiap anak mendapatkan kesempatan aktif dan memahami konsep yang diajarkan melalui pendampingan yang responsif. Hasil penelitian lain oleh Rahmayanti & Siregar (2024) menunjukkan bahwa guru yang memberikan arahan jelas dan scaffolding yang tepat mampu meningkatkan partisipasi dan keterlibatan anak selama Market Day, sehingga proses pembelajaran berjalan optimal.

### **KESIMPULAN**

Kegiatan Market Day Terbukti menjadi model pembelajaran yang komprehensif untuk mengenalkan konsep kewirausahaan pada anak usia dini. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pengalaman langsung dalam aktivitas jual beli, tetapi juga menumbuhkan sikap percaya diri, kemandirian dan kemampuan mengambil keputusan sederhana. Pemanfaatan produk matcha sebagai bahan utama kegiatan terbukti mendukung pembelajaran yang konkret, menarik, dan mudah diolah sehingga anak dapat terlibat aktif dalam proses pembuatan produk.

Kegiatan market day juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kemampuan sosial dan komunikasi anak. Interaksi antara penjual dan pembeli

mendorong anak untuk berbicara, menawarkan produk, menanggapi pertanyaan serta bekerja sama dengan teman sebaya. Selain itu proses pembuatan produk yang melibatkan banyak proses atau kegiatan seperti mencampur, mengaduk, menghias memberikan stimulasi pada keterampilan motorik halus sekaligus mendorong kreativitas dalam berekspresi.

Melalui praktik jual beli sederhana, anak belajar memahami nilai tukar, konsep uang, serta perhitungan dasar yang menjadi fondasi literasi finansial. Seluruh proses pembelajaran berjalan optimal karena guru berperan sebagai fasilitator yang memberikan pendampingan, arahan dan ruang bereskplorasi yang aman bagi anak. Dengan demikian, Market Day berbasis produk matcha layak dijadikan startegi pembelajaran tematik yang mampu mengintegrasikan berbagai aspek perkembangan anak secara holistik serta menumbuhkan minat kewirausahaan sejak dini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Wiresti, R. D. (2020). Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional dan Bahasa dalam Program Market Day di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta. *JAPRA (Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal)*, 3(2), 113-126.
- Khairi, H. (2018). Karakteristik perkembangan anak usia dini dari 0-6 tahun. *Jurnal warna*, 2(2), 15-28.
- Hudiya, F. R., Wulandari, R., Lubis, H. S., Putri, A., & Wahyuni, S. (2023). Mengenalkan jiwa kewirausahaan kepada anak usia dini melalui kegiatan market day. *Journal of Educational Research and Humaniora (JERH)*, 12-21.
- Meilasari, D., & Munastiwi, E. (2024). Penanaman Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day Pada Anak Usia Dini. *AWLADY: Jurnal Pendidikan Anak*, 10(1), 13-22.
- Pangesti, N. A. (2022). *Pengertian Kewirausahaan: Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Ide Usaha*. DailySocial.id.
- Zed, M. (2008). Metode penelitian kepublikasaan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Aulia, A. R., & Munastiwi, E. (2024). Kegiatan Market Day Dalam Penanaman Nilai Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pelita PAUD*, 8(2), 328-337.
- Makarau, N. I., & Aprida, S. N. (2024). Penanaman nilai-nilai kewirausahaan pada pembelajaran PAUD. *E-Jurnal Aksioma Al-Asas*
- Saugi, W., Sundari, I., & Agustiah, A. (2020). Penanaman karakter kewirausahaan pada pendidikan anak usia dini. *aş-sibyān: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*.
- Vernia, D. M., & Widiyarto, S. (2023). Pengenalan dasar kewirausahaan melalui Entrepreneurship for Kids (Studi kasus pada TK Al-Amanah). *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*.
- Rukmana, T., Munastiwi, E., Puspitaloka, V. A., Mustika, N., & Khoirunni'mah, K. (2023). *Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day*. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 416–426.
- Hanik, S. U., Utaminingsih, S., & Widjanarko, M. (2022). *The Effectiveness of the Market Day Learning Model to Foster Entrepreneur Character in Early Childhood Education*. *Journal of Psychology and Instruction*, 6(2), 116–121.
- Irchamni, A. (2023). *Implementasi Pengenalan Literasi Finansial pada Anak Usia Dini melalui Kegiatan Market Day di TK Islam Miftahul Jannah Ngaliyan Semarang*. *Jurnal Pedagogy*, 16(2), 69–80.
- Lestari, R., & Widiyanto, A. (2021). *Pemanfaatan Bahan Alami sebagai Media Pembelajaran Sensori Anak Usia Dini*. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 50–60.
- Fadillah, N., & Syifa, R. (2022). *Kegiatan Memasak sebagai Media Pembelajaran Sains pada Anak Usia 4–6 Tahun*. *Jurnal Golden Age*, 6(2), 98–110.
- Rohmah, S., & Astuti, D. (2023). *Penggunaan Media Bahan Makanan Berwarna untuk Meningkatkan Keterlibatan Belajar Anak*

- TK. Jurnal Kreativa Anak Usia Dini, 4(1), 85–94.
- Iftitah, S. L. (2024). *Market Day: Sharpening Children's Entrepreneurial Spirit from an Early Childhood in a Fun Way*. Kiddie: Early Childhood Education and Care Journal, 02(1), hlm. –. <https://doi.org/10.52593/kid.02.1.05>
- Irchamni, A. (2023). *Implementasi Pengenalan Literasi Finansial Pada Anak Usia Dini melalui Kegiatan Market Day di TK Islam Miftahul Jannah Ngaliyan Semarang*. Jurnal Pedagogy, 16(2), 69–80. <https://doi.org/10.63889/pedagogy.v16i2.179>
- Lembayun, M., Sianturi, R., & Faujiyah, S. (2025). *Manfaat Metode Pembelajaran Kewirausahaan dalam Kegiatan Market Days bagi Keterampilan Sosial Anak Usia Dini di PAUD*. Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini, 7(1), 113–117. <https://doi.org/10.35473/ijec.v7i1.3533>
- Pratiwi, E., Latif, M. A., & Fatihatus Sholihah, Y. (2024). *The Entrepreneur Program in Early Childhood Education Institutions: A Case Study of Market Day*. Al Hikmah Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education, 8(2), 288–294. <https://doi.org/10.35896/ijecie.v8i2.845>
- Rahmi, A., & Munastiwi, E. (2024). *Kegiatan Market Day dalam Penanaman Nilai Kewirausahaan pada Anak Usia Dini*. Jurnal Pelita PAUD, 8(2), –. <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v8i2.3616>
- Anggraini, V., Rahmayanti, E., Thamrin, T., & Priyanto, A. (2023). *Efektivitas Kegiatan Market Day untuk Mengembangkan Literasi Finansial Anak Usia Dini*. Jurnal Pelita PAUD, 8(1), –. <https://doi.org/10.33222/pelitapaud.v8i1.3483>
- Delpiyani, D., Anugrah, Y. F., & Syahidin, S. (2025). *Inovasi Pendidikan Anak Usia Dini: Membangun Jiwa Wirausaha melalui Kegiatan Market Days di SPS Melati II Desa Margasari*. SEWAGATI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(3), 140–147. <https://doi.org/10.61461/sjpm.v3i3.107>
- Rukmana, T., Munastiwi, E., Puspitaloka, V. A., Mustika, N., & Khoirunni'mah, K. (2023). *Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan Market Day*. Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 7(1), 416–426. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.2781>
- Ramdani, A., & Mutiara, A. (2025). *Penerapan Kegiatan Market Day untuk Meningkatkan Karakter Kewirausahaan Anak Usia 5-6 Tahun di TK Puspagiri, Kabupaten Tasikmalaya*. Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini Al-Marifah, 7(2), –. (Belum ada DOI)
- Ulkhatiata, Zaidan, dan Tsaaniyah. (2025). Strategi dalam menumbuhkan keterampilan berwirausaha melalui kegiatan market day. Aulad: Journal on early childhood . 8(3), hlm 1297