

Fokus Pada Market Day, Jiwa Wirausaha, Dan Target Audience (Kepada Anak-Anak TPQ)

Murnasih¹, Anida Salsabila D.F², Nuraini Khairunisa³, Siti Fadilah Dieniati⁴

Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang

SUBMISSION TRACK

Submitted : 3 Januari 2026
Accepted : 6 Januari 2026
Published : 7 Januari 2026

KEYWORDS

Entrepreneurship, Market Day, TPQ Children, Early Education, Life Skills, Social Entrepreneurship.

Wirausaha, Market Day, Anak-anak TPQ, Pendidikan Dini, Keterampilan Hidup, Kewirausahaan Sosial.

CORRESPONDENCE

Phone:

E-mail: dosen02448@unpam.ac.id,
anidasalsabiladf@gmail.com,
sdieniati@gmail.com,
nurkhms31@gmail.com

A B S T R A C T

This community service activity focuses on instilling an entrepreneurial spirit from an early age through the implementation of Market Day activities for children at the Cahaya Kasih Al-Qur'an Education Center (TPQ). Although TPQ focuses on religious education, the integration of entrepreneurial values is crucial for developing independent, creative, and responsible character. TPQ children are often not exposed to basic economic concepts, such as buying and selling, pricing, and product marketing communications. This research and activity aimed to introduce basic entrepreneurial concepts, develop practical market day skills, and observe the children's responses and understanding of these activities. The methods used included interactive counseling on "Money and Buying and Selling," followed by a live Market Day simulation. The results showed a significant increase in the children's confidence when interacting with buyers, a basic understanding of simple financial management, and increased creativity in presenting products. Market Day proved effective as a fun learning medium for developing entrepreneurial character, teaching honesty, and practicing practical communication skills. This activity is expected to serve as a model for other TPQs in balancing spiritual education and life skills in the future.

A B S T R A K

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada penanaman jiwa wirausaha sejak dini melalui implementasi kegiatan Market Day bagi anak-anak di Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) Cahaya Kasih. Meskipun TPQ berfokus pada pendidikan agama, integrasi nilai-nilai kewirausahaan menjadi penting untuk membentuk karakter mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab. Anak-anak TPQ seringkali belum terpapar konsep dasar ekonomi, seperti jual-beli, penetapan harga, dan komunikasi pemasaran produk. Penelitian dan kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep dasar wirausaha, melatih keterampilan praktis market day, dan mengamati respons serta pemahaman anak-anak TPQ terhadap kegiatan ini. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan interaktif mengenai "Uang dan Jual Beli," dilanjutkan dengan simulasi langsung Market Day. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri anak-anak saat berinteraksi dengan pembeli, pemahaman dasar tentang manajemen keuangan sederhana, dan peningkatan kreativitas dalam menyajikan produk. Market Day terbukti efektif sebagai media pembelajaran yang menyenangkan untuk membentuk karakter wirausaha, mengajarkan nilai-nilai kejujuran, dan melatih keterampilan komunikasi praktis. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi TPQ lain dalam menyeimbangkan pendidikan spiritual dan keterampilan hidup (life skills) di masa depan.

PENDAHULUAN

Pendidikan di Indonesia memiliki peran fundamental tidak hanya dalam mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga dalam membentuk karakter dan keterampilan hidup (life skills) yang relevan dengan tantangan masa depan. Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) merupakan

salah satu pilar pendidikan non-formal yang berfokus pada pengajaran dasar-dasar agama Islam dan kemampuan membaca Al-Qur'an. Meskipun fokus utamanya adalah pendidikan spiritual, terdapat kebutuhan yang semakin mendesak untuk mengintegrasikan pendidikan keterampilan non-akademik, seperti kewirausahaan dan literasi keuangan sederhana, guna memastikan perkembangan anak secara holistik.

Anak-anak usia dini hingga sekolah dasar di lingkungan TPQ seringkali memiliki keterbatasan paparan terhadap konsep dasar ekonomi, seperti bagaimana uang bekerja, mekanisme jual-beli, dan pentingnya pengelolaan keuangan. Keterbatasan intervensi dalam aspek ini dapat menghambat pembentukan karakter mandiri, keberanian berinteraksi sosial, dan kemampuan untuk menghargai nilai suatu barang atau jasa. Padahal, penanaman jiwa wirausaha sejak dini sangat penting untuk melatih kreativitas, inisiatif, tanggung jawab, dan kemampuan berpikir kritis—sifat-sifat dasar yang diperlukan untuk profesionalisme di masa depan.

Menanggapi kebutuhan ini, Market Day hadir sebagai metode pembelajaran praktis yang efektif dan menyenangkan. Market Day merupakan simulasi kegiatan ekonomi yang memungkinkan anak-anak mempraktikkan proses jual-beli secara langsung, mulai dari penyiapan produk, penentuan harga, hingga interaksi dengan pembeli. Kegiatan ini berfungsi sebagai laboratorium mini di mana anak dapat merasakan pengalaman menjadi penjual sekaligus pembeli, sehingga secara nyata mengembangkan keterampilan komunikasi, negosiasi, dan manajemen risiko sederhana, serta menumbuhkan sikap jujur dan bertanggung jawab dalam bertransaksi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi, rumusan masalah dalam kegiatan PKM ini adalah:

1. Bagaimana tingkat pemahaman dasar konsep jual-beli dan nilai uang pada anak-anak TPQ?
2. Apa saja kendala utama dalam menanamkan jiwa wirausaha dan kemandirian pada anak usia dini di lingkungan pendidikan non-formal seperti TPQ?
3. Bagaimana efektivitas simulasi *Market Day* dalam menumbuhkan jiwa wirausaha, keterampilan komunikasi, dan kepercayaan diri anak-anak TPQ?

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi dan permasalahan di atas, maka tujuan dari Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dasar konsep jual-beli dan nilai uang pada anak-anak TPQ.
2. Untuk mengetahui kendala dalam menanamkan jiwa wirausaha dan kemandirian pada anak usia dini di lingkungan TPQ.
4. Untuk mengetahui efektivitas simulasi Market Day dalam menumbuhkan jiwa wirausaha, keterampilan komunikasi, dan kepercayaan diri anak-anak TPQ

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Market Day sebagai Media Pembelajaran

Market Day merupakan model pembelajaran berbasis proyek (*Project Based Learning*) yang mengaplikasikan teori ekonomi dasar ke dalam praktik nyata. Menurut beberapa literatur pendidikan, kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta didik mengenai proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Melalui simulasi pasar, individu tidak hanya belajar tentang pertukaran nilai mata uang, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kerja sama tim. Dalam konteks non-formal, *Market Day* berfungsi

sebagai instrumen yang menyenangkan untuk mengenalkan konsep kemandirian secara terstruktur namun fleksibel.

Pengembangan Jiwa Wirausaha Sejak Dini

Jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) bukan sekadar kemampuan menjual barang, melainkan sebuah pola pikir yang mencakup kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, dan persistensi. Menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada usia dini sangat krusial karena pada fase ini karakter anak sedang dalam masa pembentukan yang paling responsif. Penelitian menunjukkan bahwa paparan terhadap aktivitas wirausaha dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan pemecahan masalah. Dalam perspektif yang lebih luas, kewirausahaan juga mencakup nilai moral seperti kejujuran dalam menimbang dan keadilan dalam bertransaksi, yang selaras dengan prinsip-prinsip karakter positif.

Karakteristik Anak TPQ sebagai Target Audiens

Target audiens dalam penelitian ini adalah anak-anak Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) yang umumnya berada pada rentang usia sekolah dasar. Secara psikologis, anak-anak pada tahap ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan belajar lebih efektif melalui metode visual serta kinestetik (belajar sambil melakukan). Penggabungan nilai agama dengan praktik wirausaha menjadi unik karena di lingkungan TPQ, edukasi ekonomi dapat disisipkan dengan nilai-nilai syariah, seperti konsep rezeki yang halal dan thoyyib. Memahami profil audiens ini sangat penting agar pendekatan pemasaran dan jenis produk yang ditawarkan dalam *Market Day* sesuai dengan daya beli, minat, dan tingkat pemahaman mereka.

Relevansi Entrepreneurship dalam Pendidikan Karakter Islam

Pendidikan kewirausahaan di lingkungan religius seperti TPQ memiliki landasan kuat dalam sejarah Islam, mengingat teladan dari Nabi Muhammad SAW yang merupakan seorang pedagang sukses. Tinjauan pustaka ini menegaskan bahwa integrasi antara kemandirian ekonomi (*Market Day*) dan pendidikan akhlak di TPQ menciptakan sinergi yang komprehensif. Fokus pada target audiens anak-anak TPQ memungkinkan terjadinya internalisasi nilai bahwa bekerja dan berdagang adalah bagian dari ibadah, sehingga jiwa wirausaha yang terbentuk adalah jiwa yang berintegritas dan memiliki kepedulian sosial.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pkm ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian aksi partisipatif (Participatory Action Research/PAR). Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Melakukan observasi untuk mengamati kemampuan anak untuk perkembangan sebelum kegiatan dilakukan
2. Memberikan sebuah materi atau dialog untuk memberi contoh akan anak seperti berbelanja dengan baik, memberikan uang, dan menerima kembalian
3. Diberikannya uang mainan untuk anak anak untuk mereka mengetahui tentang uang
4. Melaksanakan market day dengan menata meja dan bahan untuk pelaksanaan percobaan penjualam
5. Pelaksanaan penjualan yang dijaga oleh guru dan para relawan
6. Setelah melakukan penjualan anak anak diarahkan untuk berkumpul beserta bercerita tentang pelaksanaan jual beli
7. Pendamping memcatat bagaimana perkembangan dan pengetahuan anak anak tentang market day ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Eksisting Kesiapan Kerja Siswa Smk Fadilah

Hasil observasi dan Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan di TPQ Cahaya kasih, kegiatan pengabdian ini berhasil memetakan kondisi pengetahuan anak anak dalam jual beli melalui materi dan simulasi market day. Meskipun terdapat peningkatan pada anak anak, tetapi masih ditemukan beberapa kendala:

1. Kurangnya pemahaman pada anak anak saat pemberian materi secara mendalam sebelum simulasi dilakukan.
2. Kurangnya kepercayaan pada anak anak dalam membeli produk.
3. Terbatasnya pemahaman anak dalam konsep Teknis keuangan seperti fungsi uang, menentukan uang yang dikasih dan pemberian uang kembalian.
4. Kurangnya pelatihan bagi pemateri dalam menggunakan Bahasa , cara mencapai materi untuk para anak anak memahaminya dengan mudah.

Pembahasan

Tantangan dan Peluang

Tantangan utama yang dihadapi anak TPQ cahaya kasih dalam pendidikan kewirausahaan pada anak usia dini meliputi:

1. Kurangnya menentukan uang yang tepat hingga perhitungan uang kembalian.
2. Kurangnya interaksi pemateri dengan anak anak dalam bahasa yang sederhana
3. Kurangnya pengendalian emosi dan mood pada anak anak
4. Keterbatasan waktu

Peluang yang dapat dioptimalkan antara lain:

1. Peluang untuk menjadikan kegiatan market day ini sebagai program rutin supaya anak anak dapat lebih memahami tentang kewirausahaan dan jual beli
2. Dapat meningkatkan kepercayaan dan keterampilan komunikasi, dan mengambil keberanian resiko sejak dini.
3. Dapat menanamkan kejujuran dalam bertransaksi dan tanggung jawab.
4. Menjadi perkembangan dalam pembinaan yang lebih variative melalui permainan edukatif dan visualisasi agar materi keuangan mudah diserap.

Strategi internalisasi jiwa wirausaha pada anak TPQ Cahaya kasih

Berdasarkan hasil observasi, pelatihan, dan evaluasi program, dirumuskan beberapa strategi untuk meningkatkan persiapan secara berkelanjutan:

1. Pengembangan Market day ini menjadi pengalaman aman Menyusun rencana bisnis hingga menentukan harga jual yang kompetitif.
2. Memberikan suasana yang aman dan menyenangkan.
3. Evaluasi dan refleksi yang berkelanjutan.

Dengan adanya strategi ini, anak TPQ Cahaya Kasih mendapatkan pengembangan dalam jiwa kewirausahaan, banggunya kreativitas, kemandirian, keberanian, tanggung jawab dan jiwa kewirausahaan yang berguna untuk masa depan anak anak nantinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di TPQ Cahaya Kasih, dapat disimpulkan bahwa program Market Day telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peserta didik. Program ini terbukti efektif sebagai media pembelajaran yang nyata dalam memperkenalkan proses kewirausahaan sederhana, mulai dari konsep produk, penentuan harga, hingga praktik transaksi jual beli secara

langsung. Melalui pendekatan simulasi, terjadi peningkatan yang nyata pada kemampuan komunikasi, kerja sama tim, kreativitas, serta pemahaman dasar mengenai nilai uang. Hal ini menunjukkan bahwa Market Day merupakan sarana edukatif yang menyenangkan, aman, dan relevan untuk menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala utama yang ditemukan, yaitu keterbatasan waktu dalam penyampaian materi serta kesulitan sebagian anak dalam memahami konsep manajemen keuangan yang bersifat teknis.

Saran

1. Perlu dikembangkan metode pembelajaran yang lebih variatif dan interaktif, melalui penggunaan visualisasi atau permainan, agar materi kewirausahaan lebih dapat dipahami oleh anak-anak
2. Kegiatan ini dapat dijadikan program rutin dan berkelanjutan oleh TPQ untuk lebih mengasah kemandirian anak-anak.
3. Pelaksanaan pembelajaran lebih baik diperpanjang untuk memastikan pemahaman yang lebih matang lagi
4. Adain pendampingan agar proses edukasi kewirausahaan dan pembentukan karakter dapat terus berlanjut dalam lingkungan sehari-hari

DAFTAR PUSTAKA

- Santoso. (2024). *Pengembangan Soft Skills dan Kompetensi Non-Teknis dalam Kewirausahaan Anak*.
- Suryana, Y.(2023). *Metode Market Day: Membentuk Jiwa Entrepreneurship pada siswa Usia Dasar*. Bandung: Pustaka mandiri.
- 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.