

## **PENGEMBANGAN JIWA WIRAUSAHA ISLAM MELALUI PROGRAM MARKET DAY DI SEKOLAH DASAR**

**Achri Priyono<sup>1</sup>, Asmaji Muchtar<sup>2</sup>, Toha Makhsun<sup>3</sup>**

Universitas Islam Sultan Agung<sup>1,2,3</sup>

e-mail : [achripriyono@gmail.com](mailto:achripriyono@gmail.com)

Diterima: 30/12/2025; Direvisi: 03/01/2026; Diterbitkan: 20/01/2026

### **ABSTRAK**

Rendahnya jumlah wirausahawan di Indonesia menunjukkan pentingnya penanaman jiwa kewirausahaan sejak usia dini sebagai bagian dari strategi pembangunan sumber daya manusia yang mandiri, kreatif, dan berkarakter. Pada jenjang sekolah dasar, pengembangan kewirausahaan belum terakomodasi dalam mata pelajaran khusus sehingga diperlukan pendekatan pembelajaran kontekstual yang memberikan pengalaman langsung kepada siswa. Salah satu bentuk implementasi yang relevan adalah kegiatan *market day*, khususnya pada sekolah berbasis Islam yang menekankan internalisasi nilai-nilai kewirausahaan Islami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan program *market day* serta perannya dalam mengembangkan karakter kewirausahaan Islami siswa di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek siswa kelas V dan VI, guru kelas, penanggung jawab program, serta orang tua. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *market day* berperan signifikan dalam mengembangkan karakter kewirausahaan Islami siswa, yang tercermin pada nilai kejujuran (*shidiq*), tanggung jawab (*amanah*), kerja keras (*mujahadah*), dan keadilan (*'adl*) dengan tingkat ketercapaian berada pada kategori baik dan persentase di atas 80%. Temuan ini diperkuat melalui penyajian grafik ketercapaian nilai karakter, tabel persentase indikator, serta dokumentasi kegiatan sebagai bukti empiris. Dengan demikian, *market day* terbukti efektif sebagai strategi pembelajaran kontekstual berbasis pengalaman dalam menanamkan karakter kewirausahaan Islami pada siswa sekolah dasar.

**Kata Kunci:** *Market Day, Kewirausahaan Islam, Karakter Siswa, Sekolah Dasar*

### **ABSTRACT**

Indonesia's abundant natural resources present significant potential for entrepreneurship development; however, the proportion of entrepreneurs remains relatively low, highlighting the importance of cultivating entrepreneurial character from an early age through education. This study focuses on analyzing the implementation of the *market day* program and its role in developing Islamic entrepreneurial character among elementary school students at SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto. The research employs a descriptive qualitative approach, with purposively selected subjects consisting of fifth- and sixth-grade students actively involved in *market day* activities, classroom teachers, program coordinators, and parents. Data were collected through observations, semi-structured interviews, and documentation, and analyzed using interactive data analysis

techniques involving data reduction, data display, and conclusion drawing, with data validity ensured through source, method, and time triangulation. The findings indicate that the *market day* program is implemented in a structured manner through four main stages: planning, production, selling, and evaluation. These stages effectively facilitate the internalization of Islamic entrepreneurial values, including honesty (*shidiq*), responsibility (*amanah*), hard work (*mujahadah*), and justice ('*adl*'). The results also show that sixth-grade students demonstrate higher levels of Islamic entrepreneurial character achievement compared to fifth-grade students, reflecting character reinforcement through sustained participation and experience. Overall, the study concludes that *market day* functions not only as a contextual economic learning activity but also as an effective experiential learning strategy for strengthening Islamic entrepreneurial character holistically at the elementary school level, thereby contributing both theoretically and practically to the development of character-based Islamic entrepreneurship education.

**Keywords:** *Islamic Entrepreneurship, Market Day, Character Education Elementary School*

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah dari sektor pertambangan, pertanian, peternakan, kelautan, dan kehutanan yang berpotensi besar dikembangkan melalui kegiatan kewirausahaan. Namun, jumlah wirausahawan di Indonesia masih relatif rendah sehingga belum optimal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penanaman jiwa kewirausahaan sejak usia dini sebagai strategi jangka panjang dalam membangun sumber daya manusia yang mandiri, kreatif, dan inovatif. Pendidikan memiliki peran strategis dalam menanamkan karakter kewirausahaan sebagaimana tujuan pendidikan nasional yang menekankan kemandirian dan kreativitas peserta didik. Kewirausahaan dipahami sebagai sikap mental yang aktif, kreatif, dan berdaya dalam menciptakan serta mengelola peluang usaha. Meskipun demikian, pada jenjang sekolah dasar belum terdapat mata pelajaran khusus kewirausahaan, sehingga diperlukan pendekatan pembelajaran kontekstual yang memberikan pengalaman langsung kepada siswa. Salah satu bentuk implementasi yang relevan adalah kegiatan *market day*, yang memungkinkan siswa belajar menjual produk, mengelola keuangan sederhana, berkomunikasi, dan bertanggung jawab atas keputusan usaha yang diambil (Aulia et al., 2025).

Berbagai penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kegiatan *market day* berdampak positif terhadap pengembangan kreativitas dan jiwa kewirausahaan siswa sekolah dasar. Astuti dan Fujiyati (2024) menunjukkan bahwa *market day* mampu meningkatkan kreativitas, disiplin, dan kerja sama siswa. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Dewi et al. (2023) yang menegaskan bahwa *market day* mendorong keterampilan inovasi dan perencanaan usaha sejak dini. Selain itu, Zizatu Zahro dan Primadoni (2024) menemukan bahwa kegiatan *market day* berperan dalam membentuk karakter tanggung jawab dan kerja sama siswa. Penelitian lain menegaskan bahwa *market day* tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pengembangan sikap komunikasi dan kemandirian siswa (Nafissah & Hidayah, 2024). Hanama et al. (2024) menambahkan bahwa *market day* berfungsi sebagai stimulus pembentukan karakter kewirausahaan seperti kepercayaan diri dan tanggung jawab. Temuan tersebut diperkuat oleh Rizky Aulya et al. (2025) yang menyatakan bahwa program *market day* efektif sebagai sarana pembinaan karakter kewirausahaan di sekolah dasar.

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih menitikberatkan pada pengembangan jiwa kewirausahaan secara umum dan belum secara spesifik mengkaji integrasi nilai-nilai kewirausahaan Islam dalam pelaksanaan *market day*. Padahal, bagi sekolah berbasis Islam, nilai-nilai seperti kejujuran (*shidiq*), tanggung jawab (*amanah*), kerja keras (*mujahadah*), dan keadilan (*‘adl*) merupakan bagian penting dari tujuan pendidikan karakter. Ersanti Ningrum et al. (2024) menegaskan bahwa manajemen *market day* berpotensi menjadi sarana penguatan karakter kewirausahaan Islam jika dirancang secara sistematis.

Kajian teoretis juga menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan Islam memiliki peran penting dalam membentuk etika dan perilaku wirausaha peserta didik (Lestari et al., 2024). Namun, penelitian empiris yang secara khusus mengkaji integrasi nilai-nilai tersebut dalam kegiatan *market day* pada jenjang sekolah dasar masih terbatas. Berdasarkan observasi awal di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto, kegiatan *market day* telah dilaksanakan secara rutin, tetapi belum dikaji secara mendalam kontribusinya terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pelaksanaan *market day* serta dampaknya terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan Islam siswa sekolah dasar. Nilai kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan praktik *market day* dengan internalisasi nilai-nilai kewirausahaan Islam pada siswa kelas V dan VI, sehingga diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan berbasis karakter Islami di sekolah dasar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan sikap kewirausahaan Islam siswa serta manajemen pelaksanaan kegiatan *market day*. Penelitian dilaksanakan di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto. Subjek penelitian ditentukan secara purposif, meliputi siswa kelas V dan VI yang terlibat aktif dalam kegiatan *market day*, guru kelas, penanggung jawab program *market day*, serta orang tua siswa yang mendampingi kegiatan tersebut. Objek penelitian adalah sikap kewirausahaan Islam siswa dan manajemen pelaksanaan kegiatan *market day*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan studi dokumentasi. Observasi difokuskan pada pelaksanaan *market day* dan perilaku kewirausahaan Islam siswa selama kegiatan berlangsung. Wawancara dilakukan kepada guru, siswa, dan orang tua untuk menggali informasi mengenai perencanaan, pelaksanaan, serta nilai-nilai kewirausahaan Islam yang dikembangkan. Studi dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa jadwal kegiatan, catatan evaluasi, dan foto pelaksanaan *market day*. Instrumen penelitian meliputi lembar observasi, pedoman wawancara, dan format dokumentasi. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan menyeleksi dan mengorganisasi data sesuai fokus penelitian hingga diperoleh makna yang utuh. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, metode, dan waktu, dengan membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dari berbagai informan serta pada waktu pengambilan data yang berbeda guna memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan penelitian.

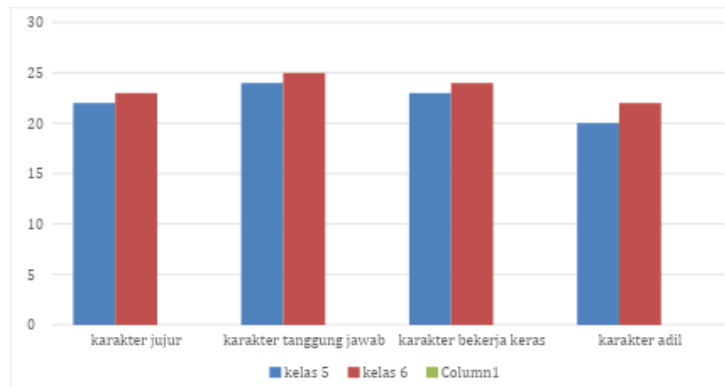
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan dalam penelitian ini disajikan untuk mengungkap secara langsung temuan empiris mengenai pelaksanaan program *market day* serta perannya dalam mengembangkan karakter kewirausahaan Islami siswa di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto. Paparan hasil difokuskan pada deskripsi pelaksanaan kegiatan berdasarkan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan penilaian diri siswa, sehingga menggambarkan keterkaitan antara aktivitas *market day* dengan perkembangan nilai-nilai karakter kewirausahaan Islami. Selanjutnya, pembahasan diarahkan pada analisis temuan penelitian dengan mengaitkannya pada kerangka teoretis dan hasil penelitian terdahulu yang relevan guna memperkuat makna temuan serta menegaskan *market day* sebagai bentuk pembelajaran kontekstual berbasis pengalaman yang efektif dalam pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar.

### Hasil

Program *market day* di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto dilaksanakan secara terstruktur sebagai kegiatan pengembangan diri siswa yang terjadwal satu kali dalam satu pekan dan didampingi oleh guru kelas serta penanggung jawab teknis. Pelaksanaan program meliputi empat tahap utama, yaitu perencanaan, produksi, penjualan, dan evaluasi, yang melibatkan siswa kelas V dan VI dengan dukungan orang tua. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan siswa dilatih untuk menentukan jenis produk, jumlah produksi, harga jual, serta strategi pemasaran melalui diskusi kelas yang kemudian dilanjutkan dengan pendampingan orang tua di rumah. Tahap produksi mendorong siswa untuk terlibat secara aktif dalam pembuatan produk *home made*, baik secara mandiri maupun dengan bantuan orang tua, sehingga menumbuhkan sikap tanggung jawab dan kerja keras. Tahap penjualan dilaksanakan setiap hari Jumat di lingkungan sekolah dengan aturan yang telah ditetapkan, sehingga siswa belajar menerapkan kejujuran, keadilan, dan etika dalam transaksi. Tahap evaluasi dilakukan setelah kegiatan penjualan melalui perhitungan hasil penjualan dan refleksi bersama di kelas.

Untuk memperkuat temuan hasil penelitian, ketercapaian nilai-nilai karakter kewirausahaan Islam pada siswa kelas V dan VI disajikan dalam bentuk grafik. Penyajian ini bertujuan memberikan gambaran visual mengenai kecenderungan perkembangan sikap kewirausahaan Islam siswa setelah mengikuti program *market day*. Berikut digambarkan dalam grafik 1 berikut ini.



**Gambar 1. Ketercapaian Nilai Karakter Kewirausahaan Islami Siswa Kelas V dan VI**

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa seluruh indikator karakter kewirausahaan Islami pada siswa kelas V dan VI menunjukkan capaian yang relatif tinggi dan konsisten. Siswa kelas VI cenderung memperoleh skor lebih tinggi dibandingkan siswa kelas V pada seluruh indikator, yang mengindikasikan adanya penguatan karakter seiring dengan bertambahnya tingkat kelas dan pengalaman mengikuti program *market day*. Untuk memberikan gambaran yang lebih rinci, data ketercapaian nilai karakter kewirausahaan Islami siswa kelas V dan VI disajikan dalam Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Ketercapaian Nilai Karakter Kewirausahaan Islami Siswa Kelas V dan VI**

Indikator Karakter	Kelas V	Kelas VI
Kejujuran ( <i>shidiq</i> )	22	23
Tanggung jawab ( <i>amanah</i> )	24	25
Kerja keras ( <i>mujahadah</i> )	23	24
Keadilan ( <i>'adl</i> )	20	22

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa nilai tanggung jawab (*amanah*) memiliki skor tertinggi pada kedua kelas, yang menunjukkan kuatnya sikap tanggung jawab siswa dalam mengikuti kegiatan *market day*. Nilai kejujuran (*shidiq*) dan kerja keras (*mujahadah*) juga menunjukkan capaian yang stabil dan relatif tinggi, yang mencerminkan internalisasi nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam aktivitas kewirausahaan siswa. Sementara itu, nilai keadilan (*'adl*), meskipun memiliki skor lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, tetap menunjukkan perkembangan positif, khususnya pada siswa kelas VI. Temuan kuantitatif yang disajikan melalui grafik dan tabel ketercapaian nilai tersebut memberikan gambaran yang konsisten mengenai perkembangan karakter kewirausahaan Islami siswa. Dengan demikian, penyajian data dalam bentuk grafik dan tabel ketercapaian nilai memperkuat validitas temuan penelitian serta menegaskan bahwa program *market day* berperan signifikan dalam mengembangkan karakter kewirausahaan Islami siswa secara holistik dan berkelanjutan. Temuan tersebut diperkuat oleh dokumentasi kegiatan *market day* yang menunjukkan keterlibatan aktif siswa dalam proses produksi, transaksi, serta interaksi sosial yang mencerminkan penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami secara nyata pada gambar 2 berikut ini.



**Gambar 2. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan *market day***



Gambar 2 menampilkan pelaksanaan kegiatan *market day* yang melibatkan siswa secara langsung dalam proses kewirausahaan, mulai dari penyajian produk hingga interaksi jual beli. Pada kegiatan ini terlihat siswa berperan aktif sebagai penjual dan pembeli dengan pendampingan guru, yang mencerminkan penerapan nilai tanggung jawab (amanah), kejujuran (shidiq), dan kerja keras (mujahadah) dalam praktik nyata. Interaksi antarsiswa selama kegiatan juga menunjukkan pembelajaran nilai keadilan ('adl) melalui proses transaksi yang tertib dan saling menghargai. Dokumentasi ini memperkuat temuan kuantitatif pada tabel dan grafik, bahwa kegiatan *market day* berkontribusi secara signifikan dalam menginternalisasikan nilai-nilai kewirausahaan Islami pada diri siswa secara kontekstual dan berkelanjutan.

### Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *market day* tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas jual beli semata, tetapi juga sebagai bentuk pembelajaran kontekstual yang efektif dalam menanamkan jiwa kewirausahaan pada siswa sekolah dasar. Pembelajaran berbasis pengalaman langsung seperti *market day* memungkinkan siswa terlibat aktif dalam seluruh proses kewirausahaan, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Akrima et al. (2024) yang menyatakan bahwa keterlibatan siswa dalam aktivitas kewirausahaan nyata mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi siswa sekolah dasar secara signifikan. Pada tahap perencanaan *market day*, siswa dilatih untuk mengidentifikasi ide produk, menentukan strategi penjualan, serta mengatur pembagian tugas. Proses ini berkontribusi terhadap pengembangan kemampuan berpikir sistematis, tanggung jawab, dan kerja sama. Aulia et al. (2025) menegaskan bahwa tahap perencanaan dalam program *Market Day* berperan penting dalam membentuk kesadaran kewirausahaan siswa karena menuntut kemampuan pengambilan keputusan sejak dini. Hal ini juga diperkuat oleh temuan Maharani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa perencanaan kegiatan *Market Day* mampu menumbuhkan karakter wirausaha dan bakat pemasaran siswa sekolah dasar secara bertahap.

Pada tahap produksi dan penjualan, siswa tidak hanya belajar menghasilkan dan memasarkan produk, tetapi juga mempraktikkan nilai-nilai karakter seperti kejujuran, kerja keras, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Penelitian menunjukkan bahwa melalui kegiatan *Market Day* siswa memperoleh pengalaman langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kewirausahaan yang efektif dalam mengembangkan karakter kewirausahaan seperti kejujuran, disiplin, dan kerja sama, sehingga *Market Day* berperan sebagai sarana pendidikan karakter sekaligus kewirausahaan yang terintegrasi dalam pembelajaran sekolah dasar (Hastuti & Maslamah, 2023). Selaras dengan hal tersebut, Kuswanto et al. (2024) menegaskan bahwa kegiatan *Market Day* berbasis proyek mampu memperkuat nilai-nilai karakter kewirausahaan, seperti kemandirian dan etos kerja, yang sangat relevan dengan tujuan pendidikan dasar. Selain itu, keterampilan kewirausahaan siswa juga terlihat dari kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan selama kegiatan berlangsung, seperti mengelola waktu, melayani konsumen, dan menyelesaikan masalah yang muncul. Supiaranti et al. (2024) menyatakan bahwa *Market Day* memberikan ruang bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan secara komprehensif melalui pengalaman langsung yang bersifat autentik. Dengan demikian, *Market Day* tidak hanya berdampak pada aspek kognitif, tetapi juga afektif dan psikomotorik siswa.

Tahap evaluasi dalam kegiatan *Market Day* berperan penting dalam membangun kesadaran reflektif siswa terhadap proses kewirausahaan yang telah dijalani. Melalui refleksi, siswa dapat memahami kelebihan dan kekurangan kegiatan yang dilakukan serta merumuskan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya. Fitriyani et al. (2025) menegaskan bahwa evaluasi dalam kegiatan *Market Day* mendorong siswa untuk memiliki sikap pantang menyerah dan kemampuan belajar dari pengalaman, yang merupakan karakter utama seorang wirausaha. Lebih lanjut, integrasi *Market Day* dalam kurikulum sekolah dasar juga menunjukkan relevansinya sebagai inovasi pendidikan kewirausahaan. Syifasholihatul dan Makruf (2025) menjelaskan bahwa pengintegrasian *Market Day* dalam kurikulum bisnis di sekolah dasar mampu memperkuat relevansi pembelajaran dengan kebutuhan kehidupan nyata serta membangun kesiapan siswa menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya bahwa *Market Day* merupakan strategi pembelajaran yang efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa sekolah dasar secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa *Market Day* tidak hanya relevan sebagai program pendukung, tetapi juga sebagai strategi pedagogis yang bermakna dalam pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat konsep pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman serta kontribusi praktis bagi sekolah dalam merancang program kewirausahaan yang terintegrasi dan berorientasi pada pengembangan karakter siswa.

## KESIMPULAN

Program *market day* di SDIT Harapan Bunda 2 Purwokerto terbukti berperan sebagai pembelajaran kontekstual yang bermakna dalam menanamkan karakter kewirausahaan Islam pada siswa sekolah dasar, sebagaimana tujuan pendidikan karakter yang dirumuskan pada bagian pendahuluan. Melalui keterlibatan aktif siswa dalam tahapan perencanaan, produksi, penjualan, dan evaluasi, nilai-nilai kejujuran (*shidiq*), tanggung jawab (*amanah*), kerja keras (*mujahadah*), dan keadilan (*‘adl*) tidak hanya dipelajari secara konseptual, tetapi diinternalisasi melalui pengalaman nyata dalam kegiatan belajar. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa program *market day* dapat dikembangkan sebagai model pembelajaran kewirausahaan Islam yang terintegrasi dengan kurikulum dan budaya sekolah. Ke depan, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji penerapan program ini pada konteks sekolah dan jenjang pendidikan yang berbeda, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran guna mengukur tingkat internalisasi karakter kewirausahaan Islam secara lebih objektif dan komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akrima, F., Sofwan, A., & Budiono, D. (2024). The role of entrepreneurship activities in fostering students' creativity and innovation in primary education. *Journal of Elementary Education and Development*, 11(1), 45–59.  
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/22350>
- Astuti, R. I., & Fujiyati, I. (2024). Penerapan program *market day* untuk meningkatkan kreativitas dan jiwa kewirausahaan siswa sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 9(3), 455–466.  
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/15561>

- Aulia, D., Khotami, E. N., & Arum, P. S. (2025). Implementasi pendidikan *entrepreneurship* melalui program *market day* di sekolah dasar. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.30595/jrpd.v6i1.24708>
- Dewi, K., Ramdan Samadi, M., Hermansyah, Y., & Nurishlah, L. (2023). Pengembangan keterampilan kewirausahaan siswa sekolah dasar melalui kegiatan *market day*. *Jurnal Murabbi*, 2(2), 120–131. <https://doi.org/10.69630/jm.v2i2.27>
- Ersanti Ningrum, F., Nugroho, P. J., & Purnomo, W. (2024). Manajemen program *market day* di sekolah dasar. *Educational Entrepreneurship Journal*, 6(1), 45–56. <https://journal.uny.ac.id/index.php/eej/article/view/12672>
- Fitriyani, S., Nabilah, K., Nur Izzati, S., & Khotimah, K. (2025). *Peran Market Day dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan peserta didik*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 15–29. <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jebk/article/view/6349>
- 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. *Jurnal Murabbi*, 3(2), 85–96. <https://doi.org/10.69630/jm.v3i2.39>
- Hastuti, M., & Maslamah, M. (2023). *Entrepreneurship Character Education Through the Market Day Program*. *Ilmuna: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 57–75. <https://doi.org/10.54437/ilmuna.v5i1.837>
- Kuswanto, K., Hakam, K. A., Nurihsan, J., Rakhmat, C., & Silawati, E. (2024). *Cultivating the spirit of entrepreneurship in students through project Market Day: Strengthening character values*. *EduBasic Journal: Jurnal Pendidikan Dasar*, 12(2), 75–88. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edubasic/article/view/81701>
- Lestari, S., Nurpriatna, A., Hasanah, E., Ismatullah, A., & Malik, M. I. (2024). *Systematic literature review: Nilai-nilai pendidikan dalam kewirausahaan Islam*. *Kharismatik: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 101–113. <https://doi.org/10.70757/kharismatik.v2i2.115>
- Maharani, A. N. D., Sutomo, M., & Parani, S. B. D. (2024). *Building entrepreneurial character and marketing talents in primary school students through the Market Day program*. *Journal of Humanities, Community Service, and Empowerment*, 1(1), 31–38. <https://journal.ypk.or.id/index.php/jhcse/article/view/31>
- Nafissah, N. A., & Hidayah, N. (2024). Implementation of the *market day* program in fostering students' entrepreneurship spirit. *Didaktika: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 210–220. <https://doi.org/10.21831/didaktika.v7i2.75689>
- Rizky Aulya, V., Okta Shafira, A., Fandora, K., Evanita, S., & Armianti, A. (2025). Implementasi program *market day* sebagai sarana pembinaan karakter kewirausahaan siswa sekolah dasar. *Jurnal Penelitian Tindakan dan Pembelajaran Matematika*, 9(2), 345–356. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jptam/article/view/30371>
- Syifasholihatul, S., & Makruf, I. (2025). *Innovation of business curriculum in elementary schools: Integrating Market Day and business day activities*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.30739/jmpid.v7i1.3666>
- Zahro, Z. A. F. Z., & Primadoni, A. B. (2024). Peran *market day* dalam mengembangkan karakter kewirausahaan di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 10(3), 289–300. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jpd/article/view/33799>