

Diterima: 13-03-2025

Disetujui: 29-05-2025

Dipublikasi: 04-06-2025

Penerapan Kegiatan *Market Day* Dalam Membangun Karakter Percaya Diri Anak Di TK Insan Mulia Sungai Abu

¹*Citra Purnama Sari, ²Titin Kusayang

¹⁻² IAIN Kerinci Kota Sungai Penuh Indonesia

¹saricitrapurnama9@gmail.com , ²titinkusayang93@gmail.com

* Penulis koresponden

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kegiatan *Market Day* dalam membangun karakter percaya diri anak usia dini di TK IT Insan Mulia Sungai Abu. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan sekaligus membangun rasa percaya diri anak. Melalui kegiatan ini, anak-anak belajar berkomunikasi, berinteraksi, serta mengembangkan keterampilan sosial dan kemandirian. Anak-anak yang awalnya pemalu menjadi lebih berani dalam berbicara dan menawarkan produk mereka. Dengan demikian, *Market Day* menjadi metode yang efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri serta keterampilan sosial anak sejak usia dini.

KATA KUNCI: Anak usia dini, karakter percaya diri, *Market Day*, pembangunan.

The Implementation of Market Day Activities in Building Children's Self-Confidence at TK Insan Mulia Sungai Abu

ABSTRACT: This study aims to analyze the role of *Market Day* activities in building self-confidence in early childhood at TK IT Insan Mulia Sungai Abu. The approach used is qualitative descriptive with observation, interviews, and documentation methods. The results of the study show that *Market Day* provides a fun learning experience while fostering children's self-confidence. Through this activity, children learn to communicate, interact, and develop social skills and independence. Children who were initially shy became more confident in speaking and promoting their products. Thus, *Market Day* serves as an effective method to enhance children's self-confidence and social skills from an early age.

KEYWORDS: Early childhood, Confident character, *Market Day*, Development

PENDAHULUAN

Perkembangan anak usia dini membutuhkan peran aktif orang tua dalam mendampingi (Mirza, 2017; Wanget, 2025). Karena pada masa ini anak mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Usia 3 hingga 6 tahun merupakan tahap di mana anak sangat peka terhadap lingkungan sekitar dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Perkembangan mereka mencakup berbagai aspek, seperti fisik, motorik, sosial, emosi, dan kognitif (Ariyanti, 2016; Fitriyani dkk., 2023; Saripudin, 2019). Berdasarkan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003, pendidikan anak usia dini adalah upaya pembinaan bagi

anak sejak lahir hingga usia enam tahun. Pembinaan ini bertujuan untuk memberikan rangsangan pendidikan yang mendukung pertumbuhan fisik dan mental anak, agar mereka siap untuk memasuki jenjang pendidikan berikutnya (Rena, 2022; Rosyad & Zuchdi, 2018; Roza dkk., 2019).

Kehidupan anak-anak ini selalu menarik perhatian orang dewasa, karena kehidupan anak-anak selalu dipenuhi dengan kegembiraan, canda dan tawa. Di usia ini mereka selalu ingin mengetahui tentang dunia di sekitar mereka. Anak usia dini merupakan anak-anak yang baru tumbuh dan terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan hingga ia dewasa. Pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi pada anak usia dini ini sering disebut dengan masa pembentukan karakter (Brahmana & Pasaribu, 2023).

Karakter yang baik perlu dibentuk sejak kecil karena masa ini sangat penting untuk perkembangan kepribadian (Kusayang, 2022; Yuliatun, 2018). Menurut Freud, jika anak tidak dibimbing dengan baik, ia bisa mengalami masalah kepribadian saat dewasa (Ayun, 2017). Oleh karena itu, peran orang tua dalam membantu anak menghadapi berbagai tantangan sangat berpengaruh terhadap kesuksesannya dalam bersosialisasi di masa depan (Rohmah, 2018). Fokus utama dalam kurikulum merdeka, yaitu menekankan pentingnya memberikan kebebasan kepada para guru dalam merancang dan menyesuaikan pembelajaran agar lebih sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan masing-masing siswa (Huliyah dkk., 2024; malaikosa dkk., 2024; Imroatun dkk., 2024). Karakter anak dalam kurikulum merdeka berkembang menjadi lebih mandiri, inovatif, dan percaya diri. Anak dilatih untuk berpikir kritis, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan baik, serta lebih mudah beradaptasi dan memiliki inisiatif dalam menghadapi tantangan.

Orang tua perlu memberikan stimulasi yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak agar potensinya dapat berkembang secara optimal. Menurut Ulyah dkk, Masa anak-anak mulai dari kelahiran hingga usia enam tahun, merupakan periode yang sangat penting dalam pembentukan karakter. Salah satu karakter yang perlu dikembangkan sejak dini adalah rasa percaya diri (Zahara & Masitah, 2023).

Percaya diri diartikan sebagai keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam mencapai tujuan dan harapan (Nisa & Jannah, 2021; Syam, 2017). Peserta didik sangat membutuhkan karakter percaya diri karena tanpa hal tersebut, mereka akan mengalami kesulitan dalam meraih prestasi belajar yang optimal. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa dalam setiap tahap pembelajaran, mereka sering kali dihadapkan pada aktivitas yang memerlukan rasa percaya diri, seperti menyampaikan pendapat, menjawab pertanyaan guru, tampil di depan kelas, atau mengerjakan soal dan tugas secara mandiri. Semua aktivitas tersebut tidak dapat dilaksanakan dengan baik jika peserta didik tidak memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri mereka (Salirawati, 2012).

Kepercayaan diri adalah sikap atau keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, yang membuat seseorang merasa tidak cemas saat mengambil tindakan,

serta bebas untuk melakukan apa yang diinginkan dengan penuh tanggung jawab. Orang yang memiliki kepercayaan diri juga menunjukkan kesopanan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki semangat untuk mencapai prestasi, dan mampu mengenali kelebihan serta kekurangan dirinya. Menurut Lauster, orang yang percaya diri biasanya tidak egois (memiliki sikap toleransi), tidak bergantung pada dorongan orang lain, serta selalu berpikiran positif dan bahagia (Tanjung & Amelia, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal di TK IT Insan Mulia, menunjukkan bahwa anak-anak masih memiliki kepercayaan diri yang rendah dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Mereka cenderung merasa malu saat diminta berbicara di depan kelas, serta sebagian anak juga enggan untuk bertanya. Salah satu penyebab utama dari rendahnya rasa percaya diri anak-anak ini, yaitu karena mereka belum terbiasa diberikan kesempatan untuk melatih keberanian dalam mengungkapkan pendapat, berinteraksi dengan lingkungan sekitar dan mengambil inisiatif dalam berbagai situasi. Ketika mengikuti aktivitas yang melibatkan interaksi sosial, beberapa anak tampak malu, menghindari kontak mata, dan lebih memilih diam dari pada mencoba berkomunikasi.

Perlu disadari bahwa, kepercayaan diri pada anak bukan sesuatu yang muncul secara alami sejak lahir, melainkan harus dibangun dan dikembangkan melalui berbagai stimulasi sejak usia dini (Otasia, 2022). Anak yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dapat membantu mereka berani menghadapi tantangan, mencoba hal baru, dan percaya pada kemampuan mereka. Mengadakan kegiatan *Market Day* di Sekolah adalah kesempatan bagi anak didik untuk belajar berbicara di depan orang lain, menjual barang, dan berinteraksi dengan teman, guru, dan orang tua. Kegiatan ini dapat melatih mereka agar percaya diri.

Istilah *Market Day* berasal dari bahasa Inggris, dimana *market* berarti pasar dan *day* berarti hari, sehingga dapat diartikan sebagai hari khusus untuk kegiatan jual beli seperti di pasar (Septia, 2024). Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk berperan sebagai penjual dan pembeli, dimana mereka melakukan transaksi jual beli menggunakan uang sebagai alat pembayaran. Melalui kegiatan ini, anak-anak dapat berlatih berkomunikasi secara langsung, seperti saat penjual menawarkan barang dan pembeli memilih produk yang diinginkan. *Market day* tidak hanya mengajarkan cara bertransaksi dan berhitung, tetapi juga melatih keterampilan berkomunikasi, kemandirian, kedisiplinan, kejujuran, tanggung jawab, serta menanamkan nilai-nilai Islam yang berkaitan dengan jual beli sesuai ajaran agama (Asmara, 2023).

Market Day merupakan bagian dari pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kehidupan, membantu siswa dalam mengelola emosi dan mental secara seimbang, serta membentuk perilaku sehari-hari yang lebih baik dan berkembang dari waktu ke waktu (Juwita dkk., 2022). *Market Day* memiliki banyak manfaat, salah satunya dalam meningkatkan keterampilan berhitung siswa, karena mereka akan langsung terlibat dalam aktivitas yang membutuhkan perhitungan, seperti menghitung harga barang,

memberikan kembalian, dan mengelola anggaran untuk kegiatan jual beli (Hikmah dkk., 2023).

Kurangnya pembentukan karakter ini dapat berdampak pada perkembangan sosial dan emosional mereka. Mereka belum terbiasa untuk bernegosiasi, mengutarakan ide, atau mengekspresikan diri dengan percaya diri. Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan yang dapat mendorong anak untuk lebih aktif, mandiri, dan berani berbicara. Salah satu metode yang dianggap lebih efektif dalam membangun karakter percaya diri anak, yaitu mengadakan kegiatan *Market Day*.

Menurut Suharyoto, *Market Day* adalah kegiatan yang bertujuan memasarkan produk kepada teman sebaya, guru, dan bahkan orang tua yang turut berpartisipasi. Kegiatan ini berbentuk bazar atau pasar yang dilaksanakan bersama, di mana anak-anak berperan sebagai penjual dan pembeli. Melalui kegiatan ini, anak-anak dapat berinteraksi langsung dengan teman sebaya, guru, dan orang tua untuk menawarkan barang dagangan mereka (Devianti dkk., 2020). Melalui kegiatan ini, anak-anak dapat belajar berkomunikasi, mengambil inisiatif, serta meningkatkan keberanian dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan penerapan kegiatan *Market Day* dalam membangun karakter percaya diri anak di TK IT Insan Mulia Sungai Abu. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan suatu fenomena secara mendalam berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara lebih rinci bagaimana kegiatan *Market Day* diterapkan, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dampak yang ditimbulkan terhadap kepercayaan diri anak-anak.

Subjek dalam penelitian ini adalah anak usia 5-6 tahun di TK IT Insan Mulia Sungai Abu yang berpartisipasi dalam kegiatan *Market Day*. Selain itu, guru dan pihak sekolah juga dilibatkan sebagai informan dalam memberikan informasi terkait pelaksanaan kegiatan tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap aktivitas anak dalam kegiatan *Market Day*, wawancara yang dilakukan dengan guru, dan dokumentasi. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana kegiatan *Market Day* dapat membangun karakter percaya diri anak-anak di TK IT Insan Mulia Sungai Abu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pendidik dalam mengembangkan metode pembelajaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepercayaan diri anak sejak usia dini.

HASIL

Hasil observasi kegiatan *market day* dijadikan peneliti sebagai dasar penelitian dalam membangun kepercayaan diri anak. *Market Day* merupakan salah satu puncak tema dari pembelajaran selama satu semester, di mana anak-anak tidak hanya belajar tentang konsep jual beli, tetapi juga mengembangkan keterampilan sosial, komunikasi, serta kemandirian mereka dalam menghadapi situasi nyata.

Market Day dianggap sebagai salah satu bentuk pembelajaran berbasis pengalaman yang menyenangkan bagi anak usia dini. Dalam kegiatan ini, anak-anak diajak untuk merasakan langsung bagaimana proses jual beli terjadi, mulai dari menyiapkan produk, menawarkan dagangan, berinteraksi dengan pembeli, hingga memahami konsep transaksi keuangan sederhana. Dengan demikian, anak-anak mendapatkan kesempatan untuk melatih keberanian mereka dalam berbicara serta meningkatkan keterampilan sosial saat berinteraksi dengan orang lain.

Penelitian menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan *Market Day*, anak-anak terlebih dahulu dibiasakan dengan berbagai rutinitas seperti berbaris dan memasuki area pasar mini yang telah disiapkan. Sebelum kegiatan utama dimulai, guru dan anak-anak membentuk lingkaran sebelum *Market Day* dimulai. Kegiatan ini diawali dengan salam, menanyakan kabar, doa bersama, absensi siswa, serta muroja'ah surat-surat pendek. Setelahnya, anak-anak diberikan arahan mengenai peran mereka dalam *Market Day*.

Gambar 1.
Bentuk *Market Day*



Konsep *Market Day* di TK IT Insan Mulia menyerupai sebuah pasar kecil yang melibatkan kerja sama antara penjual dan pembeli. Produk yang dijual disesuaikan dengan tema pembelajaran yang telah dipelajari selama satu semester. Misalnya, jika temanya adalah buah-buahan, maka setiap kelompok akan membuat produk dari bahan dasar yang telah ditentukan oleh guru. Kelompok 1 mungkin membuat makanan berbahan dasar pisang, kelompok 2 dengan tema pepaya, dan seterusnya. Beberapa produk yang dijual dalam kegiatan *Market Day* ini yaitu seperti sate, buah, cendol dawet, bolu, pisang coklat, putu ayu, perkedel tahu, sosis, *nugget*,

Sebelum kegiatan jual beli dimulai, anak-anak menyiapkan barang dagangan mereka. Terdapat beberapa tahapan persiapan yang dilakukan, baik di rumah maupun di sekolah. Yang pertama yaitu tahap persiapan di rumah, yang di mana Orang tua bersama anak-anak menyiapkan produk jualan sesuai dengan tema yang telah ditentukan oleh guru. Anak-anak diajak untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan produk, misalnya membantu mencampur adonan, membentuk makanan, atau menghias kemasan. Produk yang telah jadi dikemas dengan menarik agar lebih menggugah minat pembeli. Selanjutnya Tahap persiapan di Sekolah yaitu pihak sekolah menyiapkan dekorasi dan tata letak posisi jualan agar suasana *Market Day* terasa lebih nyata dan meriah.

Guru membagi mereka ke dalam kelompok kecil yang terdiri dari dua hingga tiga anak untuk bekerja sama dalam menjual produk seperti makanan ringan dan buah-buahan. Guru memberikan arahan kepada anak-anak tentang cara menawarkan dagangan, seperti menyapa pembeli, menjelaskan produk, dan memberikan harga. Anak-anak diajak untuk berlatih cara bertransaksi, seperti menghitung harga, menerima uang, dan memberikan kembalian. Bunda Puput, selaku guru di TK IT Insan Mulia, menuturkan bahwa *Market Day* sangat bermanfaat bagi anak-anak:

"Sebelum *Market Day* dimulai, saya membiasakan anak-anak untuk berlatih berbicara dan menjelaskan produk mereka kepada teman-temannya. Saya melihat mereka menjadi lebih percaya diri saat menawarkan barang dagangannya, berlomba-lomba menarik perhatian pembeli dengan cara yang unik. Oleh karena itu, menurut saya, *Market Day* ini sangat efektif dalam membangun rasa percaya diri, melatih keterampilan komunikasi, serta membiasakan mereka untuk berinteraksi secara positif." (Wawancara dengan Guru di TK IT Insan Mulia, 2025).

Gambar 2.

Pelaksanaan Kegiatan *Market Day*



Pelaksanaan kegiatan *Market Day* meliputi Setiap anak berperan sebagai penjual di posisi yang telah disediakan. Mereka menawarkan dagangannya kepada para pembeli, yang terdiri dari teman-teman, guru, orang tua, bahkan masyarakat sekitar yang turut hadir. Antusias yang tinggi terlihat dari anak-anak yang awalnya pemalu, kemudian berani menyapa dan menawarkan produknya. Interaksi sosial

terjalin ketika anak-anak menjelaskan produk yang mereka jual kepada pembeli, serta saat mereka berbicara dengan teman-temannya. Dalam proses jual beli, anak-anak juga belajar menghitung uang, memahami konsep harga, dan memberikan kembalian, sehingga keterampilan kognitif mereka turut berkembang. Sebagaimana dijelaskan oleh Bunda Puput, guru di TK IT Insan Mulia:

"Perkembangan kepercayaan diri anak usia 5-6 tahun bisa berbeda-beda. Beberapa anak mungkin sudah berani berbicara, sementara yang lain masih membutuhkan dorongan. Melalui *Market Day*, anak-anak yang masih kurang percaya diri mendapat kesempatan untuk berlatih berbicara dan berinteraksi dengan orang lain. Kegiatan ini membantu mereka menjadi lebih berani dan terbiasa berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya." (Wawancara dengan Guru di TK IT Insan Mulia, 2025).

Dalam kegiatan ini, guru tidak terlalu berperan aktif sebagai penjual, melainkan hanya sebagai fasilitator yang membimbing anak-anak. Tugas guru adalah memberikan arahan dan memastikan bahwa anak-anak mendapatkan pengalaman yang positif dari kegiatan ini. Sementara itu, orang tua memiliki peran penting dalam mendampingi anak-anak, terutama dalam memberikan dukungan emosional agar mereka semakin percaya diri. Beberapa anak yang masih pemalu mendapatkan motivasi dari orang tua mereka untuk berani berbicara dengan pembeli. Keikutsertaan orang tua juga membantu anak-anak dalam memahami proses jual beli secara lebih mendalam.

PEMBAHASAN

Sekolah berfungsi sebagai sarana sosialisasi yang berperan dalam membentuk pengetahuan, sikap, nilai, norma perilaku, serta harapan agar siswa dapat berkontribusi secara efektif di masyarakat. Melalui pendidikan di sekolah, diharapkan lahir generasi dengan karakter kuat, terutama rasa percaya diri, sehingga mereka mampu mengemukakan pendapat, berani mengambil keputusan, serta bersaing di era globalisasi. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui berbagai program sekolah yang memungkinkan siswa untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Salah satu program yang sering diterapkan di sekolah adalah *market day*, yang bertujuan untuk mengajarkan siswa keterampilan berinteraksi dan bertransaksi. Program ini juga melatih siswa dalam mengatur dan mengelola diri sendiri, serta membangun rasa percaya diri melalui pengalaman berjualan, berkomunikasi dengan orang lain, dan menghadapi berbagai situasi dalam transaksi (Hernani, 2022).

Market Day merupakan program utama sekaligus unggulan sekolah yang berperan sebagai sarana promosi dalam meningkatkan mutu pendidikan (Kholili & Fajaruddin, 2020). Pelaksanaannya berlangsung secara bertahap, dimulai dengan perencanaan oleh sekolah, kemudian diimplementasikan dengan melibatkan guru dan siswa. Setelah kegiatan selesai, dilakukan evaluasi untuk menilai keefektifan program serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki atau dipertahankan dalam penyelenggaraan berikutnya (Yusuf dkk., 2021).

Market Day membawa banyak manfaat bagi anak-anak, mulai dari melatih keterampilan berhitung melalui praktik jual beli, menyediakan pilihan makanan sehat dengan harga terjangkau, hingga mengenalkan konsep wirausaha sejak dini. Febi dkk (2021), menjelaskan bahwa kegiatan ini juga berperan dalam membentuk kebiasaan dan karakter peserta didik, seperti jujur, disiplin, terampil, kreatif, berani, dan bertanggung jawab (Ghozali & Apriyadayanti, 2022).

Prihatin dan Salwa (2016), menjelaskan bahwa program *Market Day* memiliki peran penting dalam membentuk budaya positif di sekolah. Program ini tidak hanya mendorong siswa untuk berani dalam berinteraksi dan mengambil keputusan, tetapi juga menanamkan rasa tanggung jawab terhadap tugas yang mereka jalankan. Selain itu, *Market Day* melatih keterampilan komunikasi siswa dalam bernegosiasi dan berinteraksi dengan orang lain (Ghozali & Apriyadayanti, 2022). Hal ini sejalan dengan pendapat Lasmini dan Windarisih (2020), bahwa *Market Day* berperan dalam menumbuhkan rasa percaya diri anak serta meningkatkan keterampilan komunikasi. Mustikawati Arieny (2015) menambahkan bahwa melalui kegiatan *Market Day* ini, anak-anak belajar berinteraksi dengan berbagai orang, seperti teman, guru, dan masyarakat sekitar, sehingga mereka lebih berani dalam menyampaikan pendapat dan menawarkan produk. Selain itu, *Market Day* juga mengajarkan anak cara memasarkan produk secara langsung, yang dapat melatih kepercayaan diri mereka dalam berkomunikasi dan bernegosiasi (Fajzrina dkk., 2023).

Menurut penelitian Latif dkk., *Market Day* adalah kegiatan sekolah yang memberikan kesempatan bagi siswa untuk berlatih memasarkan dan menjual produk atau jasa mereka. Kegiatan ini tidak hanya mengembangkan keterampilan kewirausahaan, tetapi juga mendorong kreativitas serta meningkatkan rasa percaya diri. Dalam pelaksanaannya, siswa menghadapi berbagai tantangan, seperti menyiapkan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan melakukan transaksi penjualan. Melalui pengalaman ini, mereka menjadi lebih percaya diri dalam berkomunikasi dan mengambil keputusan. Selain itu, umpan balik dari pelanggan serta kemampuan dalam menyelesaikan masalah turut berkontribusi dalam memperkuat keyakinan diri mereka. *Market Day* juga membekali siswa dengan keterampilan komunikasi, negosiasi, dan bisnis yang semakin mendukung pengembangan kepercayaan diri. Dengan berbagai pengalaman yang diperoleh, kegiatan ini menjadi sarana yang efektif dalam membantu siswa mengasah potensi diri dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan di masa depan (Latif dkk., 2023).

Market Day memiliki peran yang signifikan dalam pengembangan *Soft Skill* peserta didik. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih berbagai keterampilan, seperti kreativitas, inovasi, keberanian, kerja keras, tanggung jawab, ketekunan, serta kemandirian siswa. Selain itu, *Market Day* juga menjadi sarana bagi siswa untuk meningkatkan keterampilan bersosialisasi, karena mereka terlibat dalam interaksi dan komunikasi dengan banyak orang. Lebih dari sekadar aktivitas jual beli, *Market*

Day memberikan pengalaman berharga dalam membangun rasa percaya diri, meningkatkan keterampilan komunikasi, serta mengasah kecerdasan bisnis sejak dini. Siswa tidak hanya dapat memamerkan hasil karya mereka, tetapi juga berkesempatan untuk menjualnya kepada para pengunjung. Jika kegiatan ini dijalankan dengan optimal, *Market Day* dapat memberikan banyak manfaat bagi dunia pendidikan di sekolah, baik dalam aspek akademik maupun dalam pengembangan karakter siswa (Hernani, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rani Puspita Juita dkk., kegiatan *Market Day* memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan sosial dan emosional anak-anak. Dalam kegiatan ini, anak-anak belajar beradaptasi dengan lingkungan sosial yang lebih luas, termasuk berinteraksi dengan teman sebaya, guru, serta orang tua. Awalnya, beberapa anak mungkin merasa canggung atau enggan untuk berkomunikasi, namun seiring waktu, mereka mulai menunjukkan keberanian dalam berinteraksi dan mengungkapkan diri mereka dengan lebih percaya diri (Juwita dkk., 2022). Penelitian ini menegaskan bahwa pengalaman nyata seperti *Market Day* dapat menjadi metode efektif dalam mendukung perkembangan sosial emosional anak usia dini, membantu mereka lebih percaya diri dalam berinteraksi, serta membentuk sikap mandiri dan empati sejak dini.

Kehadiran guru dan orang tua memiliki peran strategis dalam membentuk rasa percaya diri anak, khususnya saat pelaksanaan kegiatan *Market Day*. Guru tampil sebagai pengarah dan teladan, bukan hanya memberi instruksi, tetapi juga menunjukkan perilaku percaya diri yang dapat dijadikan acuan oleh anak. Di sisi lain, orang tua menjadi pendorong utama dalam lingkungan keluarga, menyuplai dukungan emosional dan memfasilitasi komunikasi positif. Interaksi berkesinambungan antara sekolah dan rumah menjadi kunci penguatan karakter anak yang holistik (Astuti & Maharani, 2024). Temuan ini sejalan dengan uraian sebelumnya bahwa sinergi antara guru dan orang tua merupakan kunci dalam membentuk karakter anak. Keterlibatan aktif keduanya dalam kegiatan sekolah tidak hanya memperkuat proses pembelajaran, tetapi juga berdampak nyata dalam menumbuhkan kepercayaan diri dan kemandirian anak secara signifikan (Ulya & Diana, 2021).

Tidak hanya sebagai pendamping, guru dan orang tua juga turut membentuk karakter anak melalui pendekatan nyata seperti permainan peran (*role play*). Dalam kegiatan *Market Day*, guru memfasilitasi pengalaman bermain yang sarat akan nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, empati, dan kerja sama. Peran-peran seperti penjual dan pembeli menjadi sarana bagi anak untuk belajar menjalani interaksi sosial dan mengelola konflik sederhana. Sementara itu, orang tua memperkuat pengalaman tersebut dengan memberikan pengakuan, membangun motivasi, serta menciptakan suasana rumah yang selaras dengan nilai-nilai yang telah dikenalkan di sekolah. Integrasi peran ini memastikan proses pendidikan karakter berjalan selaras dan berkelanjutan (Dariah, 2018).

Adapun pola pengembangan karakter yang dapat ditemukan dalam kegiatan *Market Day*, terutama dari sisi guru dan anak, terlihat dari penerapan metode bermain peran yang dikemas secara edukatif. Anak-anak dilatih untuk memerankan berbagai peran dalam interaksi sosial, seperti menjadi penjual, pembeli, atau pengelola keuangan sederhana. Melalui proses ini, nilai-nilai karakter seperti tanggung jawab, kemandirian, rasa percaya diri, dan empati dapat dikembangkan secara alami. Guru berperan penting dalam membimbing anak melalui pendekatan yang suportif dan dialogis, sehingga anak merasa aman untuk berekspresi dan mengambil inisiatif. Sementara itu, keterlibatan orang tua dalam mendukung aktivitas anak serta memberikan penguatan positif di rumah akan memperkuat proses pembentukan karakter secara menyeluruh. Pola penguatan karakter ini menjadi lebih efektif karena dilaksanakan dalam situasi nyata yang menyenangkan, melibatkan emosi, interaksi sosial, dan pembelajaran kontekstual yang bermakna (Rahman dkk., 2023).

Kepercayaan diri pada anak tercermin dari cara mereka menilai kemampuan diri secara positif. Anak yang percaya diri biasanya lebih tenang, mudah menyesuaikan diri, dan berusaha mengembangkan potensinya (Damayanti, 2018). Lauster (2012) menjelaskan bahwa dalam teori sosial kognitif Bandura, rasa percaya diri berperan penting dalam memotivasi anak dalam belajar. Persepsi individu terhadap efikasi diri memengaruhi pola pikir, emosi, dan perilaku mereka. Anak dengan kepercayaan diri tinggi cenderung lebih mudah mencapai keberhasilan, sedangkan kurangnya rasa percaya diri dapat menjadi hambatan dalam perkembangan mereka (Abdullah, 2019). Lie (2003), menambahkan bahwa anak yang memiliki kepercayaan diri mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan tahap perkembangannya. Selain itu, mereka lebih berani untuk meningkatkan prestasi serta tumbuh menjadi individu yang mandiri dan memiliki kesehatan mental yang baik (Tanjung & Amelia, 2017).

Keberhasilan dalam membentuk karakter anak usia dini dapat diamati melalui perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan melalui beberapa aspek, yaitu: 1) kesadaran dalam bertindak, 2) kejujuran dalam bersikap, 3) keikhlasan dalam membantu, 4) kesederhanaan dalam menjalani kehidupan, 5) kemandirian dalam menyelesaikan tugas, 6) kepedulian terhadap orang lain, 7) kebebasan dalam mengambil keputusan, 8) ketelitian dalam bertindak, dan 9) komitmen dalam menjalankan tanggung jawab (Rohmah, 2018)

Menurut Lindenfield (1997: 14-15), ada beberapa faktor yang dapat menumbuhkan kepercayaan diri, seperti cinta tanpa syarat, rasa aman, serta adanya panutan. Selain itu, mengenali keunggulan diri, membangun hubungan sosial, menjaga kesehatan, memanfaatkan sumber daya, mendapatkan dukungan, serta menerima penghargaan atas usaha yang dilakukan juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri (Tanjung & Amelia, 2017).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan *Market Day* berperan penting dalam membangun kepercayaan diri anak usia dini di TK IT Insan Mulia Sungai Abu. Melalui pengalaman berjualan dan berinteraksi, anak-anak yang awalnya pemalu berkembang dalam keberanian berbicara, menawarkan barang, serta berkomunikasi. Kegiatan ini juga melatih kemandirian, keterampilan sosial, dan kemampuan berbicara di depan umum. Interaksi dengan teman, guru, dan orang tua membantu mereka mengatasi rasa malu, sehingga lebih adaptif dan mudah bergaul. Oleh karena itu, *Market Day* dapat menjadi metode pembelajaran efektif dalam pendidikan karakter anak usia dini dan perlu terus dikembangkan agar manfaatnya semakin optimal.

Agar *Market Day* semakin optimal dalam meningkatkan kepercayaan diri anak, disarankan untuk merancang perencanaan yang lebih sistematis, termasuk pelatihan komunikasi dan interaksi sosial sebelum kegiatan berlangsung. Guru dapat mengadakan simulasi jual beli secara lebih intensif untuk membantu anak-anak terbiasa dalam bertransaksi dan bernegosiasi. Selain itu, keterlibatan orang tua dapat ditingkatkan dengan memberikan dukungan motivasi serta mendampingi anak-anak dalam menyiapkan produk dan memahami proses jual beli. Untuk meningkatkan efektivitas kegiatan, evaluasi pasca-kegiatan juga perlu dilakukan guna mengidentifikasi aspek yang dapat diperbaiki atau dikembangkan pada pelaksanaan berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). *Social Cognitive Theory: A Bandura Thought Review published in 1982-2012. Volume 18*. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Ariyanti, T. (2016). Pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini Bagi Tumbuh Kembang Anak The Importance Of Childhood Education For Child Development. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(1). <https://doi.org/DOI: 10.30595/dinamika.v8i1.943>
- Asmara, F. D. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif dan Berhitung Permulaan Anak Usia Dini Kelompok B di Tk Negeri Pembina Kecamatan Subah. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 529–536. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3309>
- Astuti, F. H., & Maharani, J. F. (2024). Manajemen Tripusat Pendidikan Dalam Membentuk Karakter Siswa di SD IT Ash-Shiddiqin. *Jurnal EduTech*, 10(1). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/edutech/article/view/19258>
- Brahmana, N., & Pasaribu, M. (2023). Pengembangan Karakter Anak Usia Dini (3-7 Tahun) di Sekolah Rendah (Al-Qudwah) Selangor Malaysia. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 892–901. <https://doi.org/10.56832/edu.v3i1.331>

- Damayanti, I. (2018). *Upaya Meningkatkan Kepercayaan Diri Anak Usia 5-6 Tahun Melalui Metode Demonstrasi di PAUD Binika Desa Sukaramai – Langkat*.
- Dariah, N. (2018). Peran Orang Tua Dalam Membentuk Karakter Anak Usia Dini Melalui Bermain Peran (Study Kasus Di Kelompok Bermain Al-Munawar). *Jurnal Comm Edu, Volume 1 Nomor 3*. <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/1592>
- Fajzrina, L. N. W., Ismaiyah, N., Loka, N., & Mujiati, T. (2023). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, Volume 7*(Isu 3). <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4638>
- Fitriyani, F., Putro, K. Z., Imroatun, I., & Huliyah, M. (2023). Pola Komunikasi Guru Dengan Anak Autis Di Sekolah Khusus Fauzan. *As-Sibyan: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 8*(2), 147–154. <https://doi.org/10.32678/ASSIBYAN.V8I2.9370>
- Ghozali, M., & Apriyadayanti, R. (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>
- Hernani, S. Y. (2022). *Implementasi Kegiatan Market Day Dalam Upaya Menumbuhkan Karakter Kejujuran Anak Usia Dini Di Kelompok A Ra Al Husna Sugihrejo Gabus Pati* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Hikmah, R., Novita, D., & Astuti, L. S. (2023). Sosialisasi Literasi Numerasi dalam Kegiatan Market Day. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat), 6*(5), 591. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i5.18777>
- Huliyah, M., Muhtadi, D., Imroatun, I., & Bastian, A. B. F. M. (2024). Teacher readiness and institutional support in raudatul atfal: Descriptive analysis of independent curriculum implementation. *Al-Athfaal: Jurnal Ilmiah Pendidikan Anak Usia Dini, 7*(2), 196–207. <https://doi.org/10.24042/al-athfaal.v7i2.24677>
- Imroatun, I., Bastian, A. B. F. M., Imoy, S., Dea Pandini, F., & Setiawan Santoso, F. (2024). Pengenalan Literasi Keagamaan Melalui Metode Kreatif Dan Interaktif Untuk Anak Usia Dini. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman, 14*(2), 137–150. <https://doi.org/10.47200/ULUMUDDIN.V14I2.2566>
- Juwita, R. P., Fajriah, H., & Hijriati, P. (2022). Penerapan Kegiatan Market Day Terhadap Kemampuan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun di TK IT Mina Aceh Besar. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 3*(2), 78–88. <https://doi.org/10.19105/kiddo.v3i2.6528>
- Kholili, A. N., & Fajaruddin, S. (2020). Manajemen strategik peningkatan mutu lembaga pendidikan Muhammadiyah di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan, 8*(1), 53–69. <https://doi.org/10.21831/jamp.v8i1.31630>

- Kusayang, T. T. (2022). Peran Wanita Karir Dalam Membentuk Karakter Anak Di Iain Kerinci. *Jurnal Tunas Pendidikan*, 4(2), 113–125. <https://doi.org/10.52060/pgsd.v4i2.721>
- Latif, A., Fahlevi, M. A., & Kurniawati, H. (2023). *Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa Dalam Kegiatan Market Day Di Sekolah Alam Matoa Kota Depok*. 2.
- Mirza, R. (2017). Memaksimalkan Waktu Senggang Dengan Bermain Bersama Anak Guna Meningkatkan Kepedulian Orang Tua Terhadap Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Raudhah*, Vol. V, No. 1(1).
- Nisa, K., & Jannah, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketangguhan Mental Atlet Bela. *Character*, 08.
- Otasia, O. mora. (2022). *Analisis Penanaman Karakter Percaya Diri Anak Usia 4-5 Tahun Melalui Metode Bermain Peran Di Tk Al-Amanah* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh.
- Rahman, A., Rambe, A. R., & Triana, R. (2023). Peran Guru Dan Orang Tua Dalam Perkembangan Peserta Didik. *Pema Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 149–158. <https://doi.org/10.56832/pema.v2i2.302>
- Rena, M. M. (2022). Hak Pendidikan Anak Usia Dini pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 dalam Perspektif Islam. *Jurnal Alasma : Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah*, Volume 4(1).
- Rohmah, U. (2018). Pengembangan Karakter Pada Anak Usia Dini (AUD). *Al-Athfal : Jurnal Pendidikan Anak*, 4(1), 85–102. <https://doi.org/10.14421/al-athfal.2018.41-06>
- Rosyad, A. M., & Zuchdi, D. (2018). Aktualisasi pendidikan karakter berbasis kultur sekolah dalam pembelajaran IPS di SMP. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 5(1), 79–92. <https://doi.org/10.21831/hsjpi.v5i1.14925>
- Roza, D., Nurhafizah, N., & Yaswinda, Y. (2019). Urgensi Profesionalisme Guru Pendidikan Anak Usia Dini dalam Penyelenggaraan Perlindungan Anak. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(1), 277. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v4i1.325>
- Saripudin, A. (2019). Analisis Tumbuh Kembang Anak Ditinjau Dari Aspek Perkembangan Motorik Kasar Anak Usia Dini. *Equalita: Jurnal Pusat Studi Gender dan Anak*, 1(1), 114. <https://doi.org/10.24235/equalita.v1i1.5161>
- Septia, A. (2024). *Meningkatkan Kecerdasan Interpersonal Melalui Kegiatan Market Day Pada Anak Kelompok B Di Tk It Al-Fayyadh Jatiagung Lampung Selatan* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Syam, A. (2017). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Berbasis Kaderisasi Imm Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Kasus Di Program Studi Pendidikan Biologi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Parepare). *Jurnal Biotek*, Volume 5 Nomor 1. <https://doi.org/10.24252/jb.v5i1.3448>

- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan Kepercayaan Diri Siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2). <https://doi.org/10.29210/3003205000>
- Ulya, N., & Diana, R. R. (2021). Peran Pola Asuh Orang Tua Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Pada Anak Usia. *Jurnal Golden Age, Universitas Hamzanwadi*, 5(02). <https://doi.org/10.29408/jga.v5i02.3706>
- Wanget, S. (2025). Peran Orang Tua Dalam Perkembangan Anak Berkebutuha Khusus suatu Kajian Pastoral Konseling. *ATOHEMA: Jurnal Teologi Pastoral Konseling, Vol 2 No 1*. <https://doi.org/10.70420/atohema.v2i1.67>
- Yuliatun, Y. (2018). Belajar Membaca Bagi Anak Usia Dini: Stimulasi Menumbuhkan Minat Baca Anak. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 2(1), 127. <https://doi.org/10.21043/thufula.v2i1.4269>
- Yusuf, I., Hartati, S., & Sumadi, T. (2021). Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship di Taman Kanak-kanak. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1158–1168. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1737>