



Market Day sebagai Layanan Bimbingan Karir dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa SMK

Kholda Alya Maulida¹, Asep Saepulrohim¹, Yessika Nurmasari¹

¹Jurusan Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Kota Bandung
Email : kholdaalya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pelaksanaan *Market Day* sebagai bagian dari layanan bimbingan karir dalam meningkatkan minat wirausaha siswa kelas XII SMK Budi Mandiri Tanjungsari. Rendahnya minat wirausaha siswa mendorong sekolah mengembangkan *Market Day* sebagai sarana praktik yang memberi pengalaman langsung dalam merancang dan memasarkan produk. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Market Day* meningkatkan motivasi dan minat wirausaha melalui pengalaman konkret yang memperkuat kreativitas, komunikasi, dan efikasi diri. Layanan bimbingan karir berperan penting dalam memfasilitasi proses ini sehingga siswa lebih siap dan berminat untuk berwirausaha.

Kata Kunci : Market Day; Bimbingan Karir; Minat Wirausaha; Siswa SMK

ABSTRACT

This study examines the implementation of Market Day as part of career guidance services aimed at increasing entrepreneurial interest among twelfth-grade students at SMK Budi Mandiri Tanjungsari. The program was developed in response to students' low motivation to pursue entrepreneurship, despite their vocational education setting. Using a qualitative phenomenological approach through observation, interviews, and documentation, the study explores students' learning experiences during the activity. The findings indicate that Market Day effectively enhances students' entrepreneurial interest by providing direct experience in planning, producing, and marketing products. This experience strengthens their creativity, communication skills, and self-efficacy. Career guidance services play a significant role in supporting these processes, enabling students to develop stronger readiness and interest in entrepreneurship.

Keywords : Market Day; Career Guidance; Entrepreneurial Interest; Vocational Students.

PENDAHULUAN

Fenomena pendidikan kejuruan memiliki posisi strategis dalam menyiapkan peserta didik agar mampu menghadapi kebutuhan dunia kerja maupun membuka peluang usaha secara mandiri. Dalam kondisi perekonomian modern yang dinamis, globalisasi menuntut lulusan sekolah kejuruan untuk memiliki keterampilan adaptif, kesiapan mental, dan fleksibilitas dalam menentukan arah karir. Tantangan tersebut semakin kompleks ketika dilihat dari data ketenagakerjaan nasional yang menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka masih didominasi oleh lulusan SMK. Hal ini mengindikasikan bahwa daya serap dunia industri terhadap lulusan kejuruan belum sebanding dengan pertumbuhan jumlah pencari kerja. Salah satu faktor yang memengaruhi tingginya angka pengangguran adalah rendahnya minat berwirausaha pada kalangan generasi muda, sehingga lulusan SMK masih sangat bergantung pada ketersediaan pekerjaan formal yang jumlahnya semakin terbatas. Dalam literatur lain dijelaskan bahwa berwirausaha menjadi strategi alternatif untuk mengurangi angka pengangguran sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi generasi muda melalui penciptaan lapangan kerja mandiri (Yuliandra, 2022).

Dalam konteks pendidikan di SMK Budi Mandiri Tanjungsari, fenomena rendahnya minat wirausaha terlihat dari hasil observasi guru Bimbingan Konseling (BK) yang menemukan bahwa sebagian besar siswa kelas XII lebih memilih bekerja sebagai karyawan daripada membuka usaha mandiri. Pilihan tersebut muncul meskipun siswa telah dibekali dengan mata pelajaran kewirausahaan dan keterampilan produktif sesuai kompetensi keahlian masing-masing. Rendahnya minat ini dipengaruhi oleh kurangnya pengalaman langsung terkait praktik usaha, rendahnya rasa percaya diri, serta minimnya pemahaman siswa mengenai tahapan memulai bisnis sederhana. Dalam kajian psikologi pendidikan, minat dipahami sebagai kecenderungan afektif yang muncul ketika seseorang merasakan kepuasan dan kesenangan dalam suatu aktivitas, terutama ketika aktivitas tersebut diperoleh melalui pengalaman bermakna. Oleh karena itu, minat wirausaha tidak berkembang secara spontan, melainkan dibentuk oleh pengalaman nyata dan dukungan lingkungan yang memadai (Saputri, 2015).

Sebagai respons terhadap fenomena tersebut, sekolah menghadirkan kegiatan Market Day sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan minat wirausaha siswa. Market Day merupakan program praktik kewirausahaan yang memungkinkan siswa terlibat langsung dalam seluruh proses bisnis sederhana, mulai dari menentukan ide produk, merancang konsep usaha, memproduksi barang, hingga memasarkan dan menjual produk secara langsung kepada konsumen. Dalam perspektif pendidikan, kegiatan ini memberikan pengalaman belajar aplikatif yang tidak hanya mengandalkan teori, tetapi juga melibatkan

aktivitas konkret yang memungkinkan siswa memahami alur bisnis secara menyeluruh. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan bahwa pembelajaran yang bermakna harus memberikan ruang bagi siswa untuk mengalami, mengevaluasi, dan mengembangkan pengetahuan melalui aktivitas langsung dalam situasi nyata (Kolb, 1984).

Dalam pelaksanaannya, Market Day tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan kewirausahaan, tetapi juga menjadi bagian integral dari layanan bimbingan karir yang dikembangkan oleh guru BK. Layanan bimbingan karir memiliki peran penting dalam membantu siswa memahami potensi diri, mengenali peluang karir, serta mempersiapkan keputusan karir yang sesuai dengan kemampuan dan minat mereka. Bimbingan karir mencakup kegiatan pemberian informasi karir, layanan orientasi karir, konseling individu maupun kelompok, serta pendampingan dalam praktik keterampilan kerja seperti Market Day. Dengan demikian, kegiatan ini dipandang tidak hanya sebagai ajang praktik usaha, tetapi juga sebagai sarana pengembangan diri dan penajaman arah karir siswa. Hal ini sejalan dengan pendapat Maryani (2018) yang menyatakan bahwa layanan bimbingan karir berperan dalam memperkuat kesiapan karir peserta didik melalui pengalaman terstruktur dan pendampingan berkelanjutan.

Pelaksanaan Market Day juga relevan dengan kerangka teori Social Cognitive Theory yang dikemukakan oleh Albert Bandura. Teori ini menekankan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan pengalaman belajar. Salah satu konsep utama teori ini adalah self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menyelesaikan tugas tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, self-efficacy berperan dalam membentuk keberanian siswa mengambil risiko, menghadapi tantangan, serta bertindak secara mandiri. Pengalaman langsung melalui kegiatan Market Day dapat meningkatkan self-efficacy siswa karena mereka mengalami keberhasilan dalam memproduksi dan memasarkan produk. Ketika siswa merasa mampu menjalankan aktivitas usaha dengan baik, motivasi dan minat berwirausaha mereka akan berkembang lebih kuat (Bandura, 1986).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kegiatan simulasi kewirausahaan seperti Market Day memiliki dampak positif terhadap motivasi dan minat berwirausaha siswa. Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Rizki Andriani & Gunarti Dwi Lestari (2024) menyimpulkan bahwa siswa yang berpartisipasi dalam Market Day menunjukkan peningkatan keberanian, kepercayaan diri, serta inisiatif dalam menawarkan produk kepada konsumen. Kegiatan ini juga mendorong siswa untuk mengasah kemampuan komunikasi, kreativitas, dan

problem solving selama proses penjualan berlangsung. Selain itu, penelitian Letty Meisitha dkk. (2023) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis praktik seperti Market Day memberikan pengaruh signifikan sebesar 57,2% terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK, terutama melalui pengalaman langsung dalam interaksi pasar sederhana. Temuan tersebut menunjukkan bahwa program berbasis praktik memiliki kontribusi penting dalam membangun karakter dan keterampilan wirausaha pada peserta didik.

Meskipun berbagai penelitian telah mengungkap efektivitas kegiatan Market Day, kajian yang secara khusus menghubungkan kegiatan ini dengan layanan bimbingan karir masih terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek kewirausahaan tanpa melihat bagaimana integrasi bimbingan karir berperan dalam membentuk minat dan motivasi siswa. Padahal, keterlibatan guru BK dalam kegiatan ini menjadi faktor penting yang memengaruhi kesiapan psikologis siswa dalam menghadapi aktivitas kewirausahaan. Dalam pendekatan fenomenologi yang digunakan pada penelitian ini, pemahaman mengenai pengalaman subjektif siswa selama Market Day menjadi fokus utama. Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti menggali makna pengalaman siswa secara mendalam, termasuk bagaimana peran bimbingan karir memengaruhi cara siswa memandang potensi diri dan peluang usaha yang mungkin mereka kembangkan di masa depan.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana integrasi antara Market Day dan layanan bimbingan karir dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan motivasi dan minat berwirausaha pada siswa SMK Budi Mandiri Tanjungsari. Penelitian ini bukan hanya menambah khazanah keilmuan mengenai pendidikan kewirausahaan, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi sekolah dalam mengembangkan program pembelajaran berbasis pengalaman yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan siswa.

LANDASAN TEORITIS

Landasan teoritis dalam penelitian ini merujuk pada teori-teori utama yang menjadi dasar pemahaman terhadap minat wirausaha siswa, pelaksanaan kegiatan Market Day, dan layanan bimbingan karir. Bagian ini menjelaskan konsep-konsep kunci yang relevan dengan fokus penelitian, serta bagaimana ketiga konsep tersebut saling berhubungan dalam konteks pendidikan kejuruan. Teori-teori yang dibahas mengacu pada kajian dalam skripsi, khususnya teori minat wirausaha, teori experiential learning, serta teori kognitif sosial yang menjelaskan bagaimana pengalaman belajar membentuk perilaku dan motivasi siswa (Yuliandra, 2022).

Minat wirausaha pada dasarnya merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk memperhatikan, menyukai, dan memilih aktivitas kewirausahaan

karena adanya rasa senang dan dorongan dari dalam diri untuk mencoba pengalaman baru. Dalam kajian psikologi pendidikan, minat dipahami sebagai suatu aspek afektif yang berkembang melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Individu yang memiliki minat wirausaha biasanya menunjukkan rasa ingin tahu terhadap bisnis, memiliki keberanian mencoba ide baru, serta terdorong untuk mengembangkan usaha meskipun menghadapi risiko. Faktor-faktor yang memengaruhi minat wirausaha meliputi lingkungan keluarga, pengalaman belajar, efikasi diri, dan model peran sosial yang diamati oleh siswa (Hidayat & Pratiwi, 2021).

Dalam dunia pendidikan SMK, minat wirausaha perlu dikembangkan melalui praktik nyata karena siswa cenderung belajar lebih efektif ketika memperoleh pengalaman langsung. Salah satu teori yang relevan dalam menjelaskan pentingnya pengalaman adalah *Experiential Learning* yang dikemukakan oleh David Kolb. Teori ini menyatakan bahwa pembelajaran akan lebih bermakna ketika siswa terlibat langsung dalam siklus pengalaman konkret, refleksi, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif. Kegiatan Market Day mencerminkan seluruh tahapan ini karena siswa tidak hanya mempelajari teori bisnis, tetapi juga mempraktikkan produksi, pemasaran, dan evaluasi usaha dalam situasi nyata (Kolb, 1984). Melalui pengalaman tersebut, siswa belajar memahami proses usaha dari awal hingga akhir, sekaligus membangun kompetensi sosial dan emosional yang relevan dengan dunia kerja.

Teori *experiential learning* juga menjelaskan bagaimana keterampilan wirausaha siswa berkembang melalui interaksi dengan lingkungan bisnis mini yang diciptakan dalam Market Day. Ketika siswa menghadapi langsung proses jual beli, mereka menilai keberhasilan strategi pemasaran dan menganalisis hambatan yang dihadapi. Proses refleksi ini mendorong mereka memahami konsep kewirausahaan secara lebih mendalam. Dalam penelitian relevan, Hartati (2018) menegaskan bahwa Market Day menjadi strategi pembelajaran efektif yang melibatkan siswa dalam aktivitas ekonomi nyata sehingga mendorong mereka membangun kreativitas, kerja sama, dan tanggung jawab sebagai bagian dari karakter wirausaha yang perlu dikembangkan sejak dini (Hartati, 2018).

Selain teori belajar pengalaman, penelitian ini juga mengacu pada *Social Cognitive Theory* dari Albert Bandura. Teori ini menekankan bahwa pembelajaran terjadi melalui observasi, pengalaman vikarius, serta interaksi antara faktor personal, perilaku, dan lingkungan. Inti dari teori ini adalah konsep efikasi diri atau keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks Market Day, siswa yang berhasil menjalankan proses

usaha dengan baik akan mengalami peningkatan efikasi diri, sehingga mendorong minat dan keberanian mereka untuk mencoba usaha mandiri. Bandura menjelaskan bahwa perilaku wirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan, tetapi juga oleh rasa percaya diri yang tumbuh melalui pengalaman yang berhasil (Bandura, 1986)

Teori Social Cognitive juga relevan dengan bagaimana layanan bimbingan karir bekerja dalam mendampingi siswa. Guru BK berperan sebagai model yang memberikan contoh, arahan, dan dorongan bagi siswa dalam mengembangkan persepsi positif terhadap kewirausahaan. Dalam penelitian Khasanah (2020), layanan bimbingan karir yang mengintegrasikan teori belajar sosial terbukti mampu membantu peserta didik memahami pilihan karir melalui pengalaman vikarius dan pendampingan intensif dalam kegiatan praktik (Faizatul Khasanah, 2020). Dengan demikian, integrasi Market Day dan bimbingan karir sejalan dengan prinsip teori kognitif sosial yang memandang bahwa minat karir terbentuk melalui interaksi pengalaman langsung dan dukungan lingkungan.

Selanjutnya, teori pemilihan karir dari Krumboltz juga memberikan kontribusi dalam menjelaskan bagaimana pengalaman siswa dalam Market Day memengaruhi arah karir mereka. Krumboltz menekankan bahwa keputusan karir seseorang dipengaruhi oleh pengalaman belajar, kondisi lingkungan, faktor sosial, dan kemampuan individu dalam mengolah informasi karir. Dalam konteks Market Day, siswa memperoleh pengalaman belajar yang konkret, mendapatkan umpan balik langsung dari guru, teman, maupun konsumen, sehingga pengalaman tersebut dapat memengaruhi preferensi karir mereka ke arah kewirausahaan (Krumboltz, 2009).

Teori-teori di atas relevan dengan pendidikan kewirausahaan yang menekankan pentingnya menumbuhkan minat dan kemampuan berwirausaha melalui pengalaman praktik. Penelitian Indrawati (2021) menegaskan bahwa aktivitas kewirausahaan yang dilakukan secara langsung mampu membangun jiwa wirausaha siswa karena mereka mendapatkan kesempatan untuk bereksperimen, mengambil keputusan, dan merasakan konsekuensi dari tindakan usaha yang mereka lakukan (Indrawati, 2021). Oleh karena itu, Market Day dapat dipahami sebagai program yang memberikan pengalaman belajar langsung sekaligus menumbuhkan keterampilan dan karakter wirausaha yang tidak bisa diperoleh hanya melalui pembelajaran teoritis.

Secara keseluruhan, landasan teoritis ini menegaskan bahwa minat wirausaha siswa dapat dikembangkan melalui pengalaman langsung yang relevan, didukung oleh pembelajaran berbasis praktik, serta layanan bimbingan karir yang sistematis. Kegiatan Market Day di SMK Budi Mandiri Tanjungsari menjadi representasi nyata dari penerapan teori experiential learning, social cognitive

theory, dan teori pilihan karir yang secara bersamaan mendorong siswa untuk membangun pemahaman, keterampilan, dan minat kewirausahaan berdasarkan pengalaman mereka sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Penelitian dilaksanakan di SMK Budi Mandiri Tanjungsari dengan melibatkan Guru BK sebagai informan utama dan siswa kelas XII sebagai informan pendukung. Informan kunci adalah Guru BK yang merancang dan melaksanakan program Market Day sebagai bagian dari layanan bimbingan karir. Siswa kelas XII yang terlibat dalam Market Day menjadi unit analisis utama untuk melihat proses peningkatan minat dan motivasi wirausaha.

Motivasi Wirausaha Siswa Kelas XII SMK Budi Mandiri Tanjungsari

Motivasi wirausaha siswa kelas XII SMK Budi Mandiri Tanjungsari pada awal penelitian menunjukkan kecenderungan berada pada kategori rendah hingga sedang. Berdasarkan hasil wawancara awal, sebagian besar siswa masih memandang wirausaha sebagai pilihan alternatif yang kurang menjanjikan dibanding bekerja pada perusahaan setelah lulus. Mereka menganggap pekerjaan formal menawarkan kestabilan lebih besar serta kepastian pendapatan yang lebih jelas. Temuan ini sejalan dengan Andriani (2024:112) yang menjelaskan bahwa orientasi lulusan sekolah kejuruan di Indonesia umumnya tertuju pada pekerjaan formal karena dianggap lebih aman dan sesuai dengan struktur kurikulum kejuruan. Rendahnya motivasi wirausaha ini juga didukung oleh teori minat yang menyatakan bahwa minat tidak akan muncul jika individu tidak memiliki pengalaman bermakna dalam aktivitas tersebut. Menurut Yuliandra (2022), rendahnya minat wirausaha pada remaja umumnya disebabkan oleh kurangnya keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan yang nyata serta minimnya pengalaman langsung yang dapat meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan diri.

Selain faktor eksternal berupa persepsi terhadap dunia kerja, faktor internal seperti kurangnya rasa percaya diri dan keterbatasan pemahaman mengenai proses memulai usaha menjadi penyebab rendahnya motivasi. Sebagian siswa mengungkapkan bahwa mereka takut gagal, tidak tahu harus memulai dari mana, dan khawatir kehilangan modal. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Nurmasari (2024), yang menjelaskan bahwa kematangan karir dan adaptabilitas karir berperan signifikan dalam kesiapan kerja dan pilihan karir peserta didik. Siswa yang belum memiliki kematangan karir cenderung kurang percaya diri mengambil keputusan yang menantang, termasuk keputusan berwirausaha. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pemahaman karir siswa SMK masih berorientasi pada

jalur aman, bukan pada jalur kreatif yang menuntut keberanian mengambil risiko.

Setelah mengikuti program Market Day sebagai bagian dari layanan bimbingan karir, terjadi perubahan yang signifikan pada motivasi dan minat berwirausaha siswa. Program ini memberikan kesempatan bagi siswa untuk terlibat langsung dalam seluruh proses bisnis sederhana, mulai dari menentukan produk, menghitung modal, memproduksi barang, hingga memasarkan dan menjualnya kepada konsumen. Pengalaman konkret ini menjadi faktor utama peningkatan motivasi siswa. Dalam kerangka Social Cognitive Theory, pengalaman langsung (mastery experience) merupakan sumber self-efficacy yang paling kuat, karena individu menilai kemampuannya berdasarkan keberhasilan tindakan nyata yang telah dilakukan (Bandura, 1986:47). Setelah siswa mengalami penjualan pertama, memperoleh keuntungan, dan menerima apresiasi dari pembeli, terjadi peningkatan rasa percaya diri bahwa mereka mampu menjalankan aktivitas usaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurmasari (2024) yang menunjukkan bahwa pengalaman langsung berperan dalam membentuk kesiapan kerja dan arah karir peserta didik. Dalam konteks Market Day, pengalaman menjual dan berinteraksi dengan konsumen membantu siswa membangun pengetahuan praktis sekaligus kesiapan psikologis untuk terlibat dalam dunia usaha. Interaksi langsung tersebut juga memberi mereka pemahaman mengenai dinamika pasar sederhana dan keterampilan komunikasi dasar yang tidak mereka dapatkan hanya melalui pembelajaran teori.

Motivasi wirausaha siswa juga meningkat melalui pembelajaran observasional (vicarious learning). Selama kegiatan Market Day, siswa mengamati teman sebaya yang lebih aktif dalam mempromosikan produk, lebih komunikatif kepada pembeli, atau memiliki strategi pemasaran yang lebih efektif. Ketika siswa melihat bahwa teman-temannya yang memiliki kemampuan serupa dapat menjual lebih banyak produk, muncul keyakinan bahwa keberhasilan tersebut dapat dicapai oleh dirinya. Hal ini mencerminkan proses pembelajaran observasional yang dijelaskan oleh Bandura (1986), di mana keberhasilan figur yang memiliki karakteristik mirip mampu meningkatkan motivasi individu untuk meniru perilaku tersebut. Yanuardianto (2019) juga menegaskan bahwa proses observasional merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan keberanian siswa untuk mencoba hal baru, termasuk aktivitas kewirausahaan.

Selain pengalaman langsung dan pembelajaran observasional, dukungan sosial dari guru BK juga berperan penting dalam meningkatkan motivasi wirausaha siswa. Guru BK memberikan penguatan verbal berupa pujian, nasihat, dan bimbingan strategi pasar yang membuat siswa merasa didukung. Dukungan ini memperkuat keyakinan siswa bahwa mereka tidak bekerja sendirian dan bahwa guru mendampingi mereka dalam mengatasi hambatan. Temuan ini sejalan dengan

penelitian Nugraha, Arifin & Saepulrohim (2020), yang menunjukkan bahwa layanan bimbingan—termasuk konseling teman sebaya—mampu meningkatkan motivasi, keberanian, dan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran. Walaupun penelitian tersebut menyoroti konteks peningkatan hasil belajar, prinsip bimbingan dan dukungan sosial yang digunakan tetap relevan untuk memahami peningkatan motivasi wirausaha dalam kegiatan Market Day.

Salah satu perubahan paling penting adalah tumbuhnya keberanian siswa dalam menghadapi risiko. Pada awal kegiatan, sebagian besar siswa merasa ragu ketika diminta menyiapkan modal atau menetapkan harga produk. Mereka khawatir produk yang dibuat tidak laku. Namun, setelah mengikuti beberapa sesi Market Day, siswa menjadi lebih berani mengambil keputusan. Mereka berani melakukan eksperimen, menentukan harga yang kompetitif, serta melakukan penyesuaian kualitas produk berdasarkan masukan pembeli. Perubahan ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung membantu menurunkan kecemasan terhadap risiko. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, perubahan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) merupakan faktor penting yang mempengaruhi intensi berperilaku seseorang (Ajzen, 2005:118). Ketika siswa melihat manfaat nyata berupa keuntungan ekonomi dan kepuasan pelanggan, sikap mereka terhadap aktivitas kewirausahaan berubah menjadi lebih positif, sehingga intensi untuk berwirausaha meningkat.

Motivasi intrinsik siswa juga berkembang seiring dengan keberhasilan mereka dalam menghasilkan produk yang diapresiasi oleh pembeli. Banyak siswa menyatakan bahwa mereka merasa bangga ketika produk buatan mereka disukai atau dibeli oleh orang lain. Menurut teori minat yang dikemukakan Hilgard dalam kajian Saputri (2015:33), minat seseorang tumbuh ketika ia merasa senang dan puas dengan suatu aktivitas. Pengalaman menyenangkan yang dialami siswa—misalnya ketika dagangan habis terjual atau ketika pembeli memberikan komentar positif—mendorong munculnya motivasi intrinsik yang membuat aktivitas wirausaha menjadi lebih menarik bagi mereka.

Motivasi ekstrinsik, seperti keuntungan finansial, juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan motivasi wirausaha. Bagi banyak siswa, keuntungan pertama yang mereka peroleh dari hasil penjualan menjadi momentum penting yang meningkatkan keyakinan bahwa wirausaha adalah pilihan yang layak. Zimmerer (2008:21) menyatakan bahwa motivasi berwirausaha sering kali tumbuh dari kemampuan melihat peluang ekonomi dan memanfaatkan kreativitas untuk menciptakan nilai tambah. Market Day menyediakan ruang nyata bagi siswa untuk merasakan dinamika ekonomi mikro secara langsung, sehingga

menguatkan persepsi bahwa aktivitas wirausaha realistis dan dapat memberikan manfaat ekonomi.

Lingkungan sekolah juga memberi kontribusi kuat dalam membentuk motivasi wirausaha siswa. Sekolah menyediakan fasilitas, ruang, dan waktu pelaksanaan Market Day secara rutin, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan konsisten. Maryani (2018:67) menjelaskan bahwa dukungan institusi sekolah melalui layanan bimbingan karir dan fasilitas praktik merupakan faktor strategis yang memengaruhi kesiapan karir siswa, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Dengan adanya dukungan lingkungan yang kondusif, siswa memiliki ruang untuk bereksperimen, belajar dari kesalahan, dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan secara progresif.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan motivasi wirausaha siswa terjadi melalui kombinasi berbagai faktor, yakni pengalaman langsung, pembelajaran observasional, dukungan sosial melalui bimbingan karir, perubahan sikap terhadap risiko, motivasi intrinsik dan ekstrinsik, serta dukungan lingkungan sekolah. Temuan ini konsisten dengan teori Bandura, Ajzen, serta kajian kewirausahaan oleh Zimmerer. Selain itu, penelitian Nurmasari (2024) dan Saepulrohim (2020) memperkuat bahwa bimbingan, kematangan karir, dan pengalaman belajar yang terstruktur memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku dan kesiapan karir peserta didik. Dengan demikian, kegiatan Market Day terbukti menjadi media efektif dalam meningkatkan motivasi wirausaha siswa SMK Budi Mandiri Tanjungsari.

Strategi Skill Wirausaha Siswa Kelas XII SMK Budi Mandiri Tanjungsari

Pengembangan strategi keterampilan wirausaha siswa dalam kegiatan Market Day merupakan salah satu aspek penting yang ditemukan dalam penelitian ini. Kegiatan ini tidak sekadar menjadi ajang jual beli, tetapi berfungsi sebagai proses pembelajaran komprehensif yang mengintegrasikan keterampilan produksi, pemasaran, manajemen keuangan, hingga kerja sama kelompok. Temuan ini sesuai dengan pandangan Kolb bahwa pembelajaran berbasis pengalaman merupakan metode paling efektif dalam membangun kemampuan praktis siswa, karena siswa mengalami langsung proses kerja dan melakukan refleksi atas hasilnya (Kolb, 1984: 32). Dalam konteks SMK Budi Mandiri Tanjungsari, Market Day menjadi ruang nyata bagi siswa untuk mengembangkan berbagai kompetensi kewirausahaan yang sebelumnya hanya dipahami dalam kelas teori (Andriani, 2024: 115).

Salah satu strategi pengembangan keterampilan yang terlihat signifikan adalah pada aspek perencanaan usaha. Pada tahap awal, siswa dilatih untuk menentukan jenis produk yang akan dijual berdasarkan analisis sederhana terhadap kebutuhan dan minat pembeli yang ada di lingkungan sekolah. Dalam

sesi bimbingan yang dipandu oleh Guru BK, siswa diarahkan untuk membuat daftar ide produk, menghitung kebutuhan modal, menentukan harga jual, dan memetakan target konsumen. Proses ini sesuai dengan prinsip dasar kewirausahaan yang menekankan pentingnya identifikasi peluang usaha sebagai tahap awal memulai bisnis (Zimmerer, 2008: 18). Hasil observasi menunjukkan bahwa sebelum mengikuti kegiatan ini, banyak siswa tidak memahami pentingnya perencanaan; namun setelah terlibat dalam Market Day secara rutin, mereka mulai menyadari bahwa perencanaan yang matang berpengaruh langsung terhadap penjualan mereka (Yuliandra, 2022: 58).

Strategi keterampilan berikutnya yang berkembang adalah kemampuan produksi dan kualitas produk. Siswa belajar memilih bahan baku yang ekonomis, menentukan bentuk dan rasa produk yang menarik, serta mencoba berbagai teknik pengemasan agar produk terlihat lebih profesional. Dalam proses produksi ini, siswa mendapatkan kesempatan untuk menerapkan kreativitas sekaligus meningkatkan kemampuan pemecahan masalah. Ketika terjadi kegagalan produksi seperti rasa produk yang tidak sesuai atau kemasan yang mudah rusak, siswa melakukan refleksi dan memperbaikinya pada Market Day berikutnya. Hal ini selaras dengan tahap *reflective observation* dalam teori Experiential Learning Kolb, di mana siswa belajar dari kegagalan dan pengalaman sebelumnya untuk menghasilkan strategi yang lebih baik (Kolb, 1984: 45). Guru BK yang mendampingi siswa menyatakan bahwa aspek produksi justru menjadi titik yang paling banyak mengalami perkembangan dari minggu ke minggu (Wawancara Guru BK, 2025: Arsip Penelitian).

Pada aspek pemasaran, siswa menunjukkan peningkatan kemampuan komunikasi dan strategi promosi yang lebih efektif. Pada awal pelaksanaan, sebagian siswa masih malu menawarkan produk dan hanya mengandalkan pembeli yang datang sendiri. Namun seiring berjalannya kegiatan, siswa mulai berani menawarkan produk secara langsung, menggunakan bahasa persuasif, melakukan demonstrasi produk, serta memanfaatkan teknik pemasaran visual seperti poster kecil dan foto produk di ponsel. Peningkatan ini dapat dipahami melalui teori Bandura mengenai *verbal persuasion*, yaitu penguatan sosial yang diberikan guru dan teman sebaya yang meningkatkan kepercayaan diri siswa untuk melakukan tindakan tertentu (Bandura, 1986: 64). Dengan dukungan tersebut, siswa yang awalnya pasif berubah menjadi lebih aktif dan percaya diri dalam menarik minat pembeli (Yanuardianto, 2019: 93).

Selain pemasaran, kemampuan manajemen keuangan juga berkembang melalui kegiatan Market Day. Siswa dilatih mencatat modal, menghitung biaya

produksi, menentukan harga jual, mencatat pendapatan, dan menghitung keuntungan atau kerugian. Pada awal penelitian, sebagian besar siswa mengaku belum pernah melakukan pencatatan keuangan secara sistematis. Namun setelah mengikuti Market Day beberapa kali, mereka mulai terbiasa membuat catatan sederhana serta memahami konsep dasar seperti break even point dan margin keuntungan (Andriani, 2024: 118). Menurut Maryani, kemampuan manajemen keuangan adalah keterampilan penting yang harus dimiliki wirausahawan muda karena menentukan keberlanjutan usaha (Maryani, 2018: 70). Aktivitas ini juga memberikan pengalaman nyata mengenai bagaimana mengelola uang dalam konteks usaha, bukan sekadar teori di kelas.

Kemampuan kerja sama dan kepemimpinan juga berkembang dalam Market Day. Setiap kelompok harus membagi tugas antara produksi, pemasaran, pencatatan keuangan, dan evaluasi. Dalam prosesnya, beberapa siswa tampil sebagai pemimpin kelompok secara alami karena menunjukkan inisiatif dan kemampuan mengatur strategi. Temuan ini memperkuat teori Bandura tentang *reciprocal determinism*, di mana lingkungan, perilaku, dan personalitas saling memengaruhi perkembangan keterampilan siswa (Bandura, 1986: 35). Kelompok yang memiliki kepemimpinan kuat cenderung menunjukkan hasil penjualan yang lebih stabil, sementara kelompok yang kurang koordinatif belajar memperbaiki pola kerja mereka dari minggu ke minggu (Wawancara Siswa, 2025: Arsip Penelitian).

Pada aspek inovasi, siswa juga menunjukkan pertumbuhan kreativitas yang signifikan. Setelah beberapa kali mengikuti Market Day, siswa mulai menciptakan variasi produk baru, memperbaiki bentuk kemasan, serta menawarkan paket promosi seperti bundling atau diskon. Hal ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya mengikuti instruksi, tetapi mampu mengembangkan ide kreatif berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya. Sesuai teori Kolb, tahapan *abstract conceptualization* terjadi ketika siswa mengkombinasikan pengalaman lalu dengan konsep baru untuk menciptakan strategi inovatif (Kolb, 1984: 51). Kreativitas tersebut merupakan indikator penting bahwa kegiatan Market Day berhasil membangun keterampilan adaptif yang dibutuhkan dalam dunia wirausaha (Zimmerer, 2008: 30).

Evaluasi pasca Market Day menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan keterampilan siswa. Setiap kali kegiatan selesai, Guru BK melakukan sesi evaluasi dengan seluruh peserta untuk membahas kendala, strategi yang berhasil, dan langkah-langkah perbaikan. Evaluasi ini merupakan implementasi dari *active experimentation*, yaitu tahap di mana siswa merencanakan tindakan baru untuk dicoba pada Market Day selanjutnya (Kolb, 1984: 60). Sesi refleksi ini membuat siswa menyadari kekuatan dan kelemahan mereka sehingga mereka dapat mengembangkan keterampilan lebih lanjut secara terarah (Andriani,

2024: 120).

Dengan demikian, keseluruhan temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan keterampilan wirausaha siswa terbentuk secara bertahap dan sistematis melalui siklus pengalaman yang berulang. Market Day bukan hanya sarana praktik, tetapi menjadi wahana pembelajaran komprehensif yang mencakup perencanaan, produksi, pemasaran, keuangan, evaluasi, kreativitas, serta komunikasi. Semua keterampilan tersebut terbangun melalui kombinasi layanan bimbingan karir, pengalaman langsung, penguatan sosial, dan refleksi berkelanjutan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya oleh Andriani & Lestari (2024) yang menyatakan bahwa Market Day meningkatkan kompetensi wirausaha melalui pembelajaran yang berorientasi pada pengalaman dan praktik nyata.

Layanan Bimbingan Karir melalui Market Day dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Siswa

Layanan bimbingan karir yang dilaksanakan oleh Guru BK di SMK Budi Mandiri Tanjungsari menjadi fondasi utama dalam penyelenggaraan program Market Day sebagai media pengembangan minat wirausaha siswa. Pada konteks sekolah kejuruan, layanan bimbingan karir berfungsi memberikan arahan, pengetahuan, keterampilan, serta pemahaman mengenai pilihan-pilihan karir yang sesuai dengan potensi dan minat siswa (Maryani, 2018: 65). Dalam penelitian ini, Guru BK merancang Market Day bukan hanya sebagai kegiatan jual beli, tetapi sebagai strategi layanan karir yang terstruktur untuk menumbuhkan orientasi kewirausahaan pada siswa kelas XII. Pendekatan ini sejalan dengan teori Krumboltz yang menekankan bahwa pengalaman belajar langsung akan membentuk preferensi karir dan memengaruhi minat siswa terhadap bidang tertentu (Khasanah, 2020: 72).

Layanan orientasi menjadi tahap awal dalam bimbingan karir yang diberikan. Guru BK memberikan pengenalan mengenai dunia usaha, peluang bisnis, dan nilai penting kewirausahaan bagi lulusan SMK. Orientasi ini ditujukan agar siswa memiliki wawasan awal tentang pentingnya memiliki alternatif karir selain menjadi karyawan. Menurut Suherman, layanan orientasi membantu siswa memahami tuntutan perkembangan kehidupan dan dunia kerja (Suherman, 2018: 40). Dalam sesi orientasi tersebut, Guru BK juga menjelaskan bahwa kegiatan Market Day akan menjadi media praktik kewirausahaan yang terintegrasi dengan pembelajaran karir. Informasi awal ini berperan membentuk kesiapan mental siswa untuk mengikuti kegiatan dan menumbuhkan rasa ingin tahu terhadap kewirausahaan

(Andriani, 2024: 118).

Selanjutnya, layanan informasi karir dilakukan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pengetahuan kewirausahaan. Guru BK memberikan informasi tentang langkah memulai usaha, pengelolaan modal, strategi pemasaran, dan cara mengatasi risiko. Menurut Winkel, layanan informasi karir diperlukan agar siswa memiliki modal pengetahuan yang memadai sebelum membuat keputusan karir (Winkel, 2004: 142). Dalam penelitian ini, layanan informasi menjadi landasan sebelum siswa terjun langsung ke Market Day, sehingga mereka dapat memahami konsep dasar yang kemudian dipraktikkan. Informasi tersebut membantu siswa memiliki persepsi bahwa wirausaha bukan sesuatu yang sulit, tetapi dapat dipelajari secara bertahap melalui pengalaman langsung (Maryani, 2018: 73).

Layanan bimbingan kelompok menjadi komponen penting dalam keberhasilan Market Day. Dalam bimbingan kelompok, siswa didorong untuk berdiskusi mengenai ide produk, pembagian tugas, hingga strategi menghadapi hambatan selama kegiatan berlangsung. Menurut Tohirin, bimbingan kelompok dapat meningkatkan rasa tanggung jawab serta melatih kemampuan komunikasi dalam menyampaikan pendapat (Tohirin, 2013: 223). Dalam penelitian ini, dinamika kelompok tidak hanya membantu siswa dalam mempersiapkan produk, tetapi juga membentuk motivasi dan semangat wirausaha melalui penguatan teman sebaya. Keterlibatan kelompok juga menciptakan suasana kerja yang lebih terarah, di mana setiap anggota memiliki peran jelas dalam proses produksi, pemasaran, dan evaluasi (Wawancara Siswa, 2025: Arsip Penelitian).

Layanan penguasaan konten juga diterapkan melalui pembelajaran langsung dalam market day. Guru BK memberikan materi tentang teknik pemasaran, pelayanan konsumen, dan manajemen keuangan sederhana. Menurut Sari, layanan penguasaan konten bertujuan membekali siswa dengan kompetensi tertentu yang diperlukan untuk menghadapi tuntutan kehidupan (Sari, 2019: 17). Dalam hal ini, kompetensi yang dikembangkan adalah keterampilan wirausaha yang dipraktikkan secara langsung. Melalui layanan ini, siswa tidak hanya menerima teori, tetapi mempraktikkannya pada kegiatan Market Day berikutnya. Dengan demikian, layanan penguasaan konten mendukung proses belajar yang aplikatif sesuai karakteristik siswa SMK (Andriani, 2024: 121).

Market Day berfungsi sebagai implementasi konkret dari seluruh layanan bimbingan karir yang diberikan. Kegiatan ini memberi kesempatan kepada siswa untuk merancang produk, membuat, memasarkan, dan mengevaluasi hasil jualannya secara langsung. Menurut Kolb, pengalaman konkret merupakan kunci pembelajaran efektif karena memungkinkan siswa memahami hubungan antara teori dan praktik (Kolb, 1984: 33). Dalam penelitian ini, kehadiran Market Day

sebagai wahana praktik terbukti membuat siswa memahami konsep wirausaha secara lebih mendalam dibanding hanya mempelajari teori di kelas. Pengalaman ini membangun pemahaman realistis tentang tantangan dan peluang dalam kewirausahaan (Wawancara Guru BK, 2025: Arsip Penelitian).

Penguatan minat wirausaha terlihat jelas dari perubahan sikap siswa setelah beberapa kali mengikuti Market Day. Sebelum kegiatan dimulai, sebagian siswa menganggap wirausaha bukan pilihan karir utama karena dirasa berisiko dan membutuhkan modal besar. Namun setelah terlibat langsung, siswa menunjukkan ketertarikan baru terhadap dunia usaha karena merasakan pengalaman memperoleh keuntungan serta mendapatkan respons positif dari pembeli. Hal ini selaras dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap positif terhadap perilaku tersebut (Ajzen, 2005: 118). Ketika siswa memandang bahwa wirausaha membawa manfaat bagi mereka, maka minat berwirausaha meningkat secara signifikan (Yuliandra, 2022: 59).

Selain sikap positif, minat wirausaha juga berkembang melalui dukungan sosial yang diterima siswa dari guru, teman sebaya, dan lingkungan sekolah. Dalam Market Day, Guru BK memberikan pujian, evaluasi konstruktif, serta motivasi secara konsisten. Dukungan ini membentuk persepsi bahwa siswa mampu menjadi wirausahawan. Menurut Bandura, dukungan sosial merupakan salah satu faktor penting pembentukan *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya melakukan suatu aktivitas (Bandura, 1986: 42). Dengan meningkatnya *self-efficacy*, siswa lebih yakin dan berminat menjadikan wirausaha sebagai pilihan karir.

Lingkungan sekolah yang memfasilitasi kegiatan Market Day secara rutin juga menjadi faktor pendorong utama meningkatnya minat siswa. Sekolah menyediakan tempat, waktu, serta peralatan yang diperlukan siswa dalam berjualan. Menurut Maryani, lingkungan belajar yang mendukung akan memperkuat proses pembentukan minat karir siswa (Maryani, 2018: 75). Dalam penelitian ini, keberadaan fasilitas dan dukungan sekolah menciptakan ruang yang kondusif bagi siswa untuk terus mencoba dan mengembangkan kemampuan wirausaha. Ketika lingkungan mendukung, siswa merasa lebih nyaman untuk mengambil risiko dan bereksperimen dengan berbagai strategi usaha (Andriani, 2024: 123).

Meningkatnya minat wirausaha juga terlihat dari adanya perubahan orientasi karir siswa setelah mengikuti Market Day beberapa kali. Banyak siswa mulai mempertimbangkan wirausaha sebagai pilihan karir setelah lulus. Hal ini

dibuktikan melalui hasil wawancara yang menunjukkan bahwa siswa ingin membuka usaha kecil sebagai pekerjaan sampingan atau utama. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Zimmerer bahwa minat wirausaha tumbuh ketika individu melihat peluang dan merasa mampu memanfaatkan peluang tersebut untuk menghasilkan nilai ekonomi (Zimmerer, 2008: 21). Dengan demikian, kegiatan Market Day menciptakan pengalaman yang memberikan gambaran nyata bahwa wirausaha bukan hanya teori, tetapi karir yang dapat dijalankan dengan modal kecil dan kreativitas.

Selain itu, layanan bimbingan karir melalui Market Day juga memperkuat sikap mental dan karakter kewirausahaan seperti percaya diri, ulet, kreatif, dan berani mengambil risiko. Siswa yang semula pemalu dan takut gagal menjadi lebih berani menawarkan produk serta mencoba strategi baru ketika penjualan menurun. Menurut Suryana, karakter wirausaha tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui latihan dan pengalaman yang konsisten (Suryana, 2006: 34). Dengan adanya pendampingan guru BK, karakter tersebut tumbuh secara bertahap seiring dengan meningkatnya pengalaman siswa dalam kegiatan Market Day (Wawancara Siswa, 2025: Arsip Penelitian).

Dari keseluruhan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan bimbingan karir berperan besar dalam menumbuhkan minat wirausaha siswa melalui program Market Day. Melalui rangkaian layanan orientasi, informasi karir, bimbingan kelompok, penguasaan konten, dan pendampingan berkelanjutan, siswa memperoleh pengalaman komprehensif yang mengubah pandangan mereka tentang wirausaha. Seluruh layanan tersebut terintegrasi dalam kegiatan Market Day sehingga siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mengalami proses kewirausahaan secara nyata. Dengan meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dukungan sosial, *self-efficacy*, dan pengalaman langsung, minat wirausaha siswa tumbuh secara signifikan sesuai dengan teori Krumboltz, Bandura, Ajzen, dan Kolb (Andriani, 2024: 125).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMK Budi Mandiri Tanjungsari mengenai pelaksanaan layanan bimbingan karir melalui program Market Day dalam menumbuhkan minat wirausaha siswa kelas XII, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan motivasi, keterampilan, dan orientasi karir siswa. Pertama, motivasi wirausaha siswa mengalami peningkatan setelah mengikuti kegiatan Market Day secara rutin. Sebelum kegiatan dimulai, sebagian besar siswa menunjukkan motivasi rendah karena kurangnya pengalaman, minimnya pengetahuan, serta anggapan bahwa wirausaha merupakan karir yang berat dan berisiko. Namun melalui pengalaman langsung, dukungan verbal, pengamatan terhadap keberhasilan teman, dan

pendampingan Guru BK, motivasi serta rasa percaya diri siswa meningkat secara substansial.

Kedua, keterampilan wirausaha siswa berkembang secara bertahap melalui siklus pengalaman berulang yang mencakup perencanaan, produksi, pemasaran, manajemen keuangan, dan evaluasi. Kegiatan Market Day menjadi media pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang memungkinkan siswa menerapkan teori secara langsung, memecahkan masalah nyata, dan mengembangkan strategi usaha secara inovatif. Keterampilan seperti komunikasi, kerja sama, kreativitas, dan kepemimpinan juga tumbuh sebagai dampak dari dinamika kelompok yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

Ketiga, layanan bimbingan karir yang diberikan Guru BK berperan integratif dalam membentuk minat wirausaha siswa. Melalui layanan orientasi, informasi karir, bimbingan kelompok, penguasaan konten, dan pendampingan berkelanjutan, siswa mendapatkan pemahaman komprehensif mengenai peluang karir di bidang kewirausahaan. Market Day menjadi implementasi nyata dari layanan tersebut, sehingga siswa dapat melihat perbedaan antara teori dan praktik secara langsung. Pada akhirnya, siswa mulai memandang wirausaha sebagai karir yang realistis, menarik, dan memiliki prospek masa depan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa layanan bimbingan karir berbasis pengalaman seperti Market Day mampu mengembangkan motivasi, keterampilan, dan minat wirausaha secara simultan pada siswa SMK. Melalui pengalaman konkret, dukungan sosial, dan proses refleksi, siswa memperoleh keyakinan diri dan wawasan karir yang lebih luas sebagai bekal menghadapi dunia kerja.

Selain itu, Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi Guru BK, disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan Market Day sebagai program bimbingan karir rutin. Pendampingan yang terstruktur, evaluasi berkelanjutan, serta penguatan motivasi siswa perlu terus dilakukan agar keterampilan wirausaha dapat berkembang optimal. Guru BK juga dapat menambahkan materi terkait digital marketing, manajemen usaha mikro, dan strategi inovasi untuk memperkaya pengetahuan siswa.

Kedua, bagi sekolah, disarankan untuk memberikan dukungan lebih luas berupa fasilitas, modal awal minimal, serta ruang lebih besar untuk pelaksanaan Market Day. Sekolah juga dapat menjalin kerja sama dengan UMKM atau pelaku usaha lokal agar siswa mendapatkan pengalaman kewirausahaan yang lebih

variatif. Dukungan lingkungan sekolah sangat menentukan keberlanjutan program ini, terutama dalam menanamkan karakter wirausaha pada siswa.

Ketiga, bagi siswa, kegiatan Market Day hendaknya dijadikan kesempatan untuk menggali potensi diri dan mengembangkan berbagai keterampilan yang berguna setelah lulus. Siswa perlu lebih aktif mengeksplorasi ide kreatif, meningkatkan keberanian mengambil risiko, dan memperbaiki strategi usaha berdasarkan hasil evaluasi. Sikap pantang menyerah, kerja keras, serta inisiatif tinggi sangat dibutuhkan agar kemampuan wirausaha terus berkembang.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan metode berbeda seperti pendekatan kuantitatif untuk mengukur peningkatan motivasi dan minat secara numerik, atau memperluas fokus pada dampak Market Day terhadap lulusan yang benar-benar memilih berwirausaha. Penelitian juga dapat mengkaji aspek digitalisasi dalam kegiatan Market Day sehingga relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

Dengan demikian, diharapkan program Market Day dapat menjadi model pembelajaran kewirausahaan yang efektif dan berkelanjutan di sekolah, serta dapat diterapkan secara lebih luas di berbagai jenjang pendidikan, khususnya di sekolah kejuruan yang menyiapkan peserta didik untuk memasuki dunia kerja maupun dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Andriani, D. (2024). *Penerapan Market Day dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa SMK*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, D., & Lestari, F. (2024). Pengembangan kompetensi wirausaha melalui pembelajaran berbasis pengalaman pada siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasional*, 12(2), 110–122.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Khasanah, N. (2020). Pengaruh pengalaman belajar terhadap pemilihan karir siswa. *Jurnal Bimbingan Karir*, 5(1), 67–78.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Nugraha, A., Arifin, B., & Saepulrohim, A. (2020). “Pengaruh Konseling Teman Sebaya terhadap Peningkatan Hasil Belajar Mahasiswa.” Irsyad: Jurnal

- Bimbingan, Penyuluhan, Konseling dan Psikoterapi Islam, 8(1), 19–40.
<https://doi.org/10.15575/irsyad.v8i1.504>
- Nurmasari, Y. (2024). “Pemahaman Etos Kerja Islami, Adaptabilitas Karier, dan Kematangan Karier dalam Kesiapan Kerja Setelah Lulus.” *Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 7(2), 147–156.
- Maryani, L. (2018). Peran bimbingan karir dalam meningkatkan kesiapan kerja siswa SMK. *Jurnal Konseling Indonesia*, 4(2), 63–77.
- Saputri, R. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar peserta didik. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(1), 29–37.
- Sari, R. (2019). Penerapan layanan penguasaan konten untuk meningkatkan kompetensi siswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan*, 7(1), 14–22.
- Suherman, U. (2018). *Layanan Bimbingan Karir untuk Peserta Didik*. Jakarta: Kencana.
- Suryana, Y. (2006). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tohirin. (2013). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winkel, W. S. (2004). *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Yanuardianto, H. (2019). Self-efficacy dan pembentukan minat wirausaha remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 5(2), 85–97.
- Yuliandra, R. (2022). Faktor internal dan eksternal minat wirausaha siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis*, 6(1), 50–62.
- Zimmerer, T. W. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.
- Wawancara Guru BK. (2025). *Arsip Penelitian Skripsi Kholda Ahy Maulida*. SMK Budi Mandiri Tanjungsari.
- Wawancara Siswa. (2025). *Arsip Penelitian Skripsi Kholda Ahy Maulida*. SMK Budi Mandiri Tanjungsari.