



Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional dan Bahasa dalam Program *Market Day* di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta

Ririn Dwi Wiresti

Pendidikan Islam Anak Usia Dini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta

Email: ririnwiresti@gmail.com

Naskah diterima: 11 Juni 2020, direvisi: 12 September 2020, diterbitkan: 23 September 2020

Abstrak

Era distrupsi ini membuat kita harus bisa membekali berbagai ilmu pengetahuan, kemampuan, daya inovasi, kreatif terhadap anak usia dini sebab ketika mereka dewasa kelak zaman sudah semakin maju dari hari ini. Jika anak tidak dibekali dengan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang baik maka anak akan lemah untuk bersaing dalam memunculkan daya beda dengan temannya. Program *market day* merupakan sebuah program yang dirancang untuk menstimulus jiwa kewirausahaan anak. Dalam penerapannya penilaian anak usia dini dilihat dengan 6 aspek perkembangan yang meliputi seni, bahasa, nilai agama dan moral, fisik-motorik, kognitif, dan sosial-emosional. Dalam penelitian ini peneliti ingin membedah secara detail capaian indikator apa saja yang tercapai dalam program *market day* dan seberapa besar peran program *market day* untuk meningkatkan perkembangan sosial-emosional dan bahasa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif, pengambilan data dengan pengisian instrumen indikator ceklis, wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta dengan sumber data kelas TK B. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung persentase pada instrumen indikator ceklis kemudian mendeskripsikannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program *market day* berperan sebesar 83,78% untuk perkembangan sosial-emosional yang artinya masuk dalam kategori sangat baik dan 62,96% untuk perkembangan bahasa yang artinya masuk dalam kategori cukup.

Kata kunci: Anak Usia Dini, Bahasa, Market Day, Sosial-Emosional

Abstract

This era of disruption makes us have to be able to equip a variety of knowledge, abilities, innovations, creative abilities towards early childhood because when they are adults, the age will be more advanced from

today. If the child is not equipped with good skills and knowledge, the child will be weak to compete in bringing out different power from his friends. Market day program is a program designed to stimulate the entrepreneurial spirit of children. In its application, the assessment of early childhood is seen by 6 aspects of development that include art, language, religious and moral values, physical-motoric, cognitive, and social-emotional. In this study, researchers wanted to dissect in detail what indicators of achievements were achieved in the market day program and how big was the role of the market day program to improve socio-emotional and language development. This research is a quantitative research with descriptive method, data collection by filling checklist indicator instruments, interviews, observations, and documentation conducted at TK Khalifah Condongcatu Yogyakarta with kindergarten class B data sources. Data analysis in this study was carried out by calculating the percentage of the checklist indicator instruments then describe it. The results of this study indicate that the market day program has a role of 83.78% for socio-emotional development which means it is included in the very good category and 62.96% for language development which means it is included in the sufficient category.

Keywords: *Early Childhood, Language, Market Day, Social-Emotional*

Pendahuluan

Saat ini negara Indonesia telah memasuki era distrupsi, era dimana terjadinya persaingan yang semakin ketat. Era distrupsi adalah era dimana masyarakat yang biasanya melakukan hal secara tradisional kira beralih ke cara *modern*. Contoh pada zaman dahulu jika orang ingin berkomunikasi jarak jauh seseorang harus pergi ke warung telekomunikasi (wartel), namun sejak kemunculan *handphone* di Indonesia sekitar tahun 2000an maka orang tersebut beralih ke *handphone* untuk berkomunikasi jarak jauh. Alasannya menggunakan *handphone* lebih hemat, lebih fleksibel di bawa kemana saja, dan praktis. Seiring berjalannya waktu wartel tersebut akan ditinggalkan dan saat ini berbagai *merk handphone* mulai bersaing dengan ketat untuk mendapatkan penjualan tinggi. Tidaklah mudah untuk mampu bersaing di dunia bisnis, dibutuhkan mental yang baik untuk menghadapi berbagai pasang-surutnya sebuah usaha. Membentuk mental pengusaha sejati yang mampu menghadapi berbagai situasi tidaklah instan dibutuhkan waktu agar mental atau karakternya masuk ke dalam dirinya. Maka penanaman mental pengusaha haruslah ditanamkan sejak dini (Sunarso, 2010).

Anak usia dini adalah anak yang berusia nol sampai dengan enam tahun. Pada rentang usia tersebut anak mengalami lompatan perkembangan dengan cepat, perkembangan otak bisa berkembang hingga 80% (Musbikin, 2010). Inilah mengapa anak usia 0 sampai dengan usia 6 tahun disebut usia emas (*golden age*). Menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak usia dini merupakan sebuah kontribusi dalam dunia PAUD untuk melatih mental anak. Namun sayangnya hanya sebagian sekolah saja yang mendeklarasikan bahwa sekolahnya adalah berbasis kewirausahaan (*entrepreneur*). Padahal melatih mental anak dengan stimulus yang tepat dapat dijadikan upaya sebagai langkah awal mempersiapkan calon wirausaha yang handal di kemudian hari dan menjadikan anak mampu bersaing dengan ketat pada masanya kelak

TK Khalifah adalah TK yang mendeklarasikan menjadi sekolah yang berbasis *entrepreneur*, hal ini termaktub dalam slogannya yaitu tauhid dan *entrepreneur* (T. K. Management, n.d.) di bawah kepemimpinan Ippo Santosa. Maka dari itu peneliti ingin membedah secara mendalam terkait aspek perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa dalam program *market day* yang ada di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta. Hal ini menjadi penting untuk diteliti secara mendalam sebab perkembangan anak dalam Permendikbud 137 tahun 2014 terbagi atas 6 aspek antara lain aspek perkembangan fisik-motorik, nilai agama dan moral, bahasa, seni, kognitif, sosial-emosional. Namun dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui secara detail dan mendalam tentang indikator perkembangan apa saja yang masuk dalam perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa dalam program kegiatan *market day* tersebut. Hasil penelitian Ela Fitria Rahma menunjukkan bahwa kegiatan *market day* dapat menumbuhkan kemampuan kewirausahaan pada anak usia dini hingga 83,84% (Rahmah, 2015). Hal ini didukung penelitian (Sulistiyowati & Salwa, 2016) yang menyatakan bahwa program kegiatan *market day* berdampak pada jiwa kewirausahaan anak seperti percaya diri, tanggungjawab, komitmen, berani, dan kepemimpinan yang banyak mengarah pada perkembangan sosial-emosional.

Dalam dunia pendidikan anak usia dini kita tidak asing dengan istilah perkembangan. Perkembangan adalah perubahan yang dapat diukur dan tidak dapat diukur artinya perkembangan bisa bersifat kuantitatif ketika bertambahnya fungsi organ tubuh anak yang dikarenakan proses *diferensiasi* sel dan jaringan tubuh pada anak. Bersifat kualitatif ketika anak mampu berkembang dalam segi kemampuan atau *skill*, misalnya anak belum bisa

membaca kemudian bunda guru menstimulus dengan berbagai alat permainan edukatif alfabet selang beberapa hari anak tersebut mulai bisa mengingat bentuk huruf dan menyebutkan huruf tanpa bantuan (Soetjiningsih & Ranuh, 2015). Anak berkembang sesuai dengan polanya Hurlock menyebutkan pola dasar perkembangan yang utama terbagi menjadi 5 antara lain periode pralahir, periode neonatus, periode masa bayi, periode masa kanak-kanak, dan periode masa puber (Hurlock, 1978).

Perkembangan sosial-emosional jika ditinjau dari segi kata terdapat 2 kata yaitu “sosial” dan “emosi” setiap kata tersebut mengandung makna tersendiri. Perkembangan Sosial adalah kemampuan seseorang untuk bersosialisasi dengan orang lain (*sozialized*), dalam melakukan sosialisasi anak melalui 3 proses yaitu (1) anak belajar agar dapat disenangi atau diterima lingkungan sosialnya, (2) anak belajar memerankan peran sosial yang dapat diterima lingkungan sekitar, (3) ini merupakan proses puncak yaitu perkembangan sosial itu sendiri pada tahap ini anak mulai bergaul dengan baik terhadap teman-temannya (Beaty, 2013). Perkembangan emosi adalah kemampuan anak untuk mengelola emosinya, dalam pengelolaan emosi tersebut anak mengalami perubahan *arousal level* (Soetjiningsih & Ranuh, 2015) . Pada usia 5 – 6 tahun anak sudah dapat memahami minimal dua perasaan sekaligus, bahkan mereka sudah bisa menerima dua perasaan sekaligus misalnya perasaan anak sedih dan marah yang dilakukan anak adalah menangis, perasaan senang dan gembira yang dilakukan anak adalah bernyanyi riang gembira (Papalia, Old, & Feldman, 2008). Perkembangan emosi jika stimulus dengan baik maka ketika dewasa nanti anak akan bijak dalam menghadapi berbagai masalah.

Bahasa merupakan sistem untuk berkomunikasi yang telah disetujui bersama. Sedangkan perkembangan bahasa pada anak usia dini adalah kemampuan anak untuk berkomunikasi dengan temannya maupun orang di lingkungan sekitarnya. Kemampuan anak dalam berbahasa akan mempengaruhi aspek perkembangan yang lain seperti kognitif, psikososial, dan emosi pada anak (Soetjiningsih & Ranuh, 2015).

Program *market day* jika dilihat dari segi bahasa berasal dari bahasa inggris yaitu “market” yang artinya pasar dan “day” yang artinya hari. Program ini dinilai ampuh untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan pada anak. *Market day* menurut Hadi adalah hari dimana anak melakukan simulasi jual-beli dalam satu hari tersebut (Muslima, 2015). Dalam pelaksanaannya di TK Khalifah Condongcatur yogyakarta melaksanakan kegiatan ini pada puncak tema. Kegiatan ini disesuaikan dengan tema pada bulan tersebut, pada saat peneliti

meneliti tema pada saat itu adalah tema keluarga. Jadi, kegiatan *market day* juga berkaitan dengan keluarga.

Proses *market day* diawali dengan pembelajaran di kelas, anak membuat sendiri barang/produk yang akan dijual. Setidaknya terdapat 3 tahap dalam kegiatan ini. *Pertama*, sebelum kegiatan merupakan proses dimana anak menyiapkan dan membuat sendiri produk, yang akan dijual pada saat kegiatan. Tema bulan itu adalah keluarga, pertama bunda guru mengkonstruksi pemahaman anak terkait keluarga dengan berbagai pertanyaan misalkan “siapa nama ayah”, “siapa nama bunda”, “siapa nama kakek”, “siapa nama nenek”, “ada siapa saja yang ada dirumah”, kemudian bunda guru meminta anak untuk membawa foto keluarga yang di dalamnya ada ayah, bunda, kakak, adik. Hari berikutnya setelah anak membawa foto bunda guru menyiapkan kardus bekas, gunting, lem, staples, kerta kado, pernik-pernik hiasan untuk membuat figura. Produk yang akan dijual pada hari itu adalah figura dengan foto mereka bersama keluarga dan target marketnya pada hari itu orangtua jadi memang memakai foto keluarga. Bunda guru mendemonstrasikan cara membuat figura sederhana, setelah anak bisa membuat dasarnya anak diminta untuk menghias figura sesuai dengan keinginan mereka, sesuai dengan ide mereka. Jika ada anak yang kesulitan maka bunda guru siap membantu. *Kedua*, proses kegiatan ini menjadi hari yang di tunggu bagi anak. Anak berangkat sesuai jam biasa karena kegiatan akan dimulai setelah pembelajaran, pembelajaran pada hari tersebut dibuat ringan dan selingi dengan tanya-jawab terkait kegiatan *market day* nanti. Setelah selesai sholat dhuhur anak dan bunda guru menyiapkan both / lapak untuk berjualan lokasinya di halaman sekolah. Setiap kelas dibantu bunda guru menata lapaknya masing-masing, agar terlihat indah bunda guru menambahkan tali untuk memajang figura mereka. Kegiatan pun dimulai, beberapa orangtua sudah mulai melihat-lihat dan mendatangi lapak mereka setiap kelas memiliki lapak jualan masing-masing. Figura tersebut di jual dengan harga 20rb, proses jual-beli pun dimulai. Anak melakukan promosi pada pembeli dengan mengucapkan “mari-mari dibeli, fotonya bagus”, “silahkan dibeli foto saya bagus”, “ayo-ayo dibeli bunda, harga murah kualitas bagus”, anak-anak dengan semangat terus menawarkan produk. Setelah orangtua sampai di both jualan anaknya, orangtua lantas melihat produk yang ada di lapak tersebut kemudian memilih figura. Sesudah orangtua selesai memilih orangtua menanyakan harga kepada anak, “yang ini harganya berapa ?” kemudian anak menjawab 20rb bun. Orangtua dan anak melakukan tahap tawar-menawar harga, orangtua menawar “mahal amat nak, 15ribu saja ya nak”, kemudian anak menjawab “jangan bun, buatnya aja susah bun dua puluh ribu ya bun. harga

pas bun". Setelah harga disepakati orangtua membayar, ketika itu uang yang dibayarkan 50ribu dan anak harus menghitung dulu kembaliannya. Setelah kembalian dihitung (untuk menghitung pengembalian anak di dampingi bunda guru) anak menyerahkan kepada orangtua. Proses jual-beli ini dilakukan sampai jam penjemputan. *Ketiga* setelah pelaksanaan, di hari selanjutnya bunda guru dan anak menghitung menghitung pendapatan dan keuntungan serta mendiskusikan berapa persen yang akan di sedekahkan.

Banyak sekali manfaat yang dapat diambil dari program kegiatan *market day* ini, antara lain menumbuhkan matematika aplikatif dalam kehidupan sehari-hari seperti menghitung uang pengembalian, melakukan interaksi sosial dengan orang lain (Rahmah, 2015). Sofino menjelaskan tujuan dari prograam *market day* ini adalah membantu anak untuk memahami pengelolaan keuangan, membantu perkembangan sosial anak karena dalam jual-beli bertemunya pembeli dan penjual, belajar untuk terus berinovasi produk (Sofino, 2017). Selain itu dalam penerapannya program *market day* ini terkandung kegiatan atau aktivitas yang dapat meningkatkan aspek perkembangan anak. Berdasarkan paparan diatas maka peneliti ingin menganalisis program *market day* untuk mengetahui capaian dalam perkembangan sosial-emosional dan bahasa apa saja yang terkandung pada program *market day*.

Metodologi

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui indikator perkembangan sosial-emosional dan bahasa apa saja yang masuk dalam program kegiatan *market day* di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta. Dalam penelitian ini untuk pengambilan data peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi (pengisian indikator ceklis). Penelitian ini dilakukan di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta dengan sumber data kelas TK B dengan rentang usia 5-6 tahun (R. & D. T. K. Management, 2018). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang diawali dengan pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian, selanjutnya melakukan reduksi data, mendisplay data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2015). Bahan instrumen ceklis indikator dikembangkan peneliti dari pusat kurikulum diknas 2007, peneliti memilih menggunakan bahan tersebut

karena di dalam pusat kurikulum diknas tersebut terdapat indikator yang detail dan terperinci.

Tabel 3. Capaian Perkembangan Sosisl-Emosional Anak Usia 5-6 Tahun

Indikator	Capaian perkembangan sosem usia 5-6 tahun
Interaksi (antar teman dan orang dewasa)	Mau bermain tanpa membeda-bedakan teman Mau mengakui kelebihan orang lain (memuji) Bersedia mengajak teman bermain Mau bermain bersama Mampu berkomunikasi ketika melakukan sesuatu Mampu berkomunikasi ketika mengalami hal negatif
Percaya diri	Tidak takut bertanya dan menjawab pertanyaan Mampu mengungkapkan pendapat Mampu mengambil keputusan Mampu bermain peran tema profesi Mandiri dalam bekerja
Mandiri	Mampu bercerita sederhana tentang apa yang dialaminya Mandiri dalam memasang kancing baju dan retsliting Mandiri dalam memasang dan membuka tali sepatu Mandiri dalam berangkat dan pulang sekolah Mandiri dalam membersihkan diri (mandi, toilet training) Mandiri mengerjakan tugas Mampu bermain sesuai dengan jenis permainan Mandiri dalam mngurus diri sendiri (sikat gigi, makan)
Emosi	Mandiri dalam sekolah (tidak ditunggu mama) Mau menerima kritik dan saran Mau memaafkan teman Dapat berdiskusi untuk memecahkan masalah
Disiplin	Mampu mengungkapkan perasaannya (bahagia, marah dll) Mandiri dalam membuang sampah pada tempatnya Mandiri dalam merapikan mainan Mau menaati aturan yang berlaku Mampu berangkat ke sekolah tepat waktu
Tanggung jawab	Mampu menyelesaikan tugas hingga selesai Mampu menjaga barang yang dipunyai Mampu melakukan kegiatan hingga selesai Mampu bertanggung jawab dengan tugasnya Memelihara milik sendiri
Menjaga lingkungan	Mampu bekerjasama dalam menyelesaikan tugas Mampu memelihara lingkungan Mampu menghemat air dan listrik Mandiri dalam membersihkan alat makas setelah dipakai

Sumber : pusat kurikulum diknas 2007

Tabel 4. Capaian Perkembangan Bahasa Usia 5 – 6 Tahun

Indikator	Capaian perkembangan bahasa usis 5-6 tahun
Bunyi, suara, kata	Mampu membedakan bunyi atau suara Mampu membedakan suku kata Mampu menceritakan kembali sebuah cerita dengan urut Mampu melakukan 3-5 perintah dengan benar Mampu menunjukkan beberapa gambar yang diminta Mampu menirukan 4-5 urutan kata
Komunikasi	Mampu menyebutkan identitas diri (nama, alamat dll) Mampu berkomunikasi dengan oranglain dengan bahasanya sendiri Mampu menceritakan kejadian secara sederhana Mampu menerima pesan secara sederhana Mampu menjawab pertanyaan Mampu berbicara dengan lancar 5-6 kata Mampu berkomunikasi menggunakan kata ganti Mampu menyebutkan nama benda yang dilihat Mampu melakukan komunikasi dengan teman sebaya Mampu menyebutkan berbagai gerakan Mampu memberi keterangan tempat (diluar, didalam dll)
Interaksi lisan dengan tulisan	Mampu menggunakan kata yang menunjukkan urutan Mampu membuat gambar dan menceritakan isinya Mampu bercerita dengan gambar yang disediakan Mampu membaca buku cerita kemudian menceritakannya
Interaksi gambar dengan tulisan	Mampu mengubuhungkan dan menyebutkan tulisan secara sederhana Mampu membaca beberapa kata secara sederhana berdasarkan gambar Mampu membuat coretan/tulisan berdasarkan gambar Mampu menunjukkan ketertarikannya dengan media cetak

Sumber: pusat kurikulum diknas 2007

Untuk menganalisis data peneliti menghitung hasil pengisian dari indikator ceklis data kuantitatif dan merubah menjadi angka persentase, dengan angka tersebut peneliti mendeskripsikan sesuai dengan hasil olah instrumen. Hasil dari pengisian indikator ceklis dirubah dalam bentuk persentase dengan rumus sebagai berikut (Purwanto, 2009) :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :
P = Persentase

F = Frekuensi (yang akan dicari)

N = Jumlah Frekuensi (banyaknya populasi)

Dari angka persentase hasil pengisian instrumen tersebut dapat mengetahui seberapa besar peran program *market day* dapat menstimulus perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa anak usia dini. Selain itu hasil tersebut juga dapat menunjukkan capaian perkembangan apa saja yang dapat menstimulus perkembangan sosial-emosional dan bahasa anak usia lima sampai dengan enam tahun.

Hasil dan Diskusi

Program kegiatan *market day* merupakan program TK Khalifah untuk mensukseskan slogannya yang berkaitan dengan *entrepreneur*. Program ini dinilai efektif untuk menstimulus mental kewirausahaan anak sebab dalam program *market day* terdapat simulasi jual-beli tidak hanya simulasi tetapi di puncak tema melakukan jual-beli sungguhan. Dengan begitu maka anak terbiasa dengan untung, rugi, dan tidak untung tidak rugi, dengan begitu ketika dewasa anak mengamani kerugian dalam berdagang ia akan dapat dengan tenang menyikapinya.

Berdasarkan hasil pengisian instrumen indikator yang dilakukan oleh bunda guru, maka di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Olah Data Instrumen Indikator Ceklis

Perkembangan	Jumlah Keseluruhan	Poin Terceklis	Tidak Terceklis	Persentase
Sosial - Emosional	37	31	6	83,78%
Bahasa	27	17	10	62,96%

Berdasarkan tabel 4 tersebut terlihat persentase perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa anak usia 5-6 tahun yang dapat terstimulus dalam kegiatan *market day* sebesar 83,78% perkembangan sosial-emosional dan 62,96% perkembangan bahasa. Pada perkembangan sosial-emosional terdapat 31 ceklis dari 37 poin ceklis. Perkembangan sosial-emosional dalam kegiatan ini antara lain : (1) Mau memuji teman, pada capaian ini anak mau memuji teman jika hasil jualannya laris atau produk yang dijual bagus karena dalam kegiatan ini barang dagangan dibuat sendiri oleh anak dan dibantu bunda guru. (2) Mau mengajak anak untuk bermain, tentu pada saat persiapan jualan anak mengajak teman-temannya untuk saling membantu menyiapkan dagangan. (3) Mau bermain bersama,

indikator ini tercapai pada saat anak menunggu pembeli dengan cara bermain dengan teman, ketika ada pembeli ia melayani pembeli terlebih dahulu.

Kemudian (4) Mampu berkomunikasi dengan orang lain, capaian ini tercapai ketika anak melayani pembeli. Pembeli tidak hanya temannya sendiri tetapi juga dengan orang dewasa yaitu warga kompleks dan masyarakat sekitar. (5) Mampu mengkomunikasikan jika terkena musibah, capaian ini tercapai pada saat anak berdiskusi kenapa dagangannya belum laku” dll anak mengkomunikasikan dengan bunda guru. (6) Mampu bertanya dan menjawab, capaian ini tercapai ketika terjadinya jual-beli, pembeli menanyakan harga dan menwar kemudian anak menjawab sesuai pertanyaan pembeli. (7) Mampu mengemukakan pendapat, capaian ini tercapai ketika terjadinya tawar-menawar anak tidak setuju dengan tawaran pembeli maka ia akan mengemukakan pendapat disertai alasan mengapa harga sudah pas. (8) Mengambil keputusan sederhana, hal ini tercapai pada saat anak memutuskan harga jual barang dan keputusan harga setelah tawar-menawar antara penjual dan pembeli. (9) Mampu bermain peran, tentu hal ini tercapai mengingat market day adalah simulasi jual-beli yang dilakukan anak. (10) Mampu bekerja mandiri, hal ini tercapai ketika anak melayani pembeli secara mandiri.

Selanjutnya, (11) Mampu bercerita sederhana, hal ini tercapai pada saat anak selesai berjualan dan bunda guru mereview jualan anak. Kemudian bunda guru bertanya perasaan anak, dan sebagainya. Anak akan bercerita terkait kejadian yang dialami pada saat pelaksanaan *market day*. (12) Mampu dan mandiri memasang tali sepatu, tentu saja pada saat anak mempersiapkan both jualan anak terlebih dahulu memakai sepatu secara mandiri. Pelan tetapi bisa sendiri. (13) Mandiri dalam mengerjakan tugas, hal ini tercapai ketika anak secara mandiri tanpa bantuan dalam mendesain both seperti apa yang ia inginkan. (14) Mau bermain sesuai dengan keinginannya, hal ini tercapai ketika anak bermain dengan temannya pada saat menunggu ada pembeli. (15) Mampu mengurus diri sendiri, hal ini tercapai ketika selesai kegiatan anak membersihkan diri dengan cuci tangan dan kaki, makan, ganti pakaian dan sebagainya. (16) Mau menerima saran, hal ini tercapai ketika anak berkolaborasi dengan temannya untuk menata both jualan. Mereka saling membantu dan saling memberi saran. (17) Mau memaafkan dan meminta maaf, hal ini tercapai ketika anak sedang selisih paham. Anak berani untuk meminta maaf dan mau memaafkan. (18) Mampu menyelesaikan masalah, sebelum anak memaafkan temannya terlebih dahulu bunda guru menengahi untuk mengklarifikasi dalam klarifikasi tersebut anak di stimulus untuk dapat menyelesaikan

persoalan yang terjadi. (19) Mampu mengekspresikan perasaannya, hal ini tercapai ketika nak sedang merasa sedih misalkan jualannya belum laku mereka bilang dengan bunda guru dan mendiskusikannya. Anak mampu mengutarakan perasaannya.

Berikutnya, (20) Mau membuang sampah pada tempatnya, hal ini tercapai ketika selesai kegiatan anak dan bunda guru membereskan dagangan bersama. (21) Mandiri dalam merapikan mainan, dalam hal ini ketika anak bermain di sela kegiatan karena menunggu pembeli. Setelah selesai anak merapikan kembali mainan sesuai dengan awal permainan itu berada. (22) Mampu menaati peraturan yang berlaku, dalam kegiatan *market day* tentu saja ada peraturan yang berlaku misalkan larangan menyakiti teman. Anak dapat menaati peraturan tersebut. (23) Mampu berangkat sekolah tepat waktu, hal ini berhubungan dengan kolaborasi sekolah dengan orangtua. Orangtua mengantarkan anaknya sekolah tepat waktu. (24) Mampu melaksanakan tugas dari bunda guru, tentu hal ini dapat dilakukan anak ketika proses menjaga both. (25) Mampu menjaga barang milik pribadi, hal ini tercapai pada saat anak mampu menjaga barang dagangannya agar tidak jatuh dan selalu rapi. (26) Mandiri dalam melaksanakan tugas, hal ini tercapai ketika anak dapat menjaga both dengan baik dan mampu melayani pembeli secara mandiri.

Kemudian, (27) Bertanggungjawab terhadap tugas, hal ini tercapai ketika anak mampu bertanggungjawab dalam menjaga dagangan, melayani pembeli, memberika kembalian. (28) Mampu memelihara milik sendiri, haln ini tentu saja tercapai. Anak menjaga barang dagangan agar tetap rapi dan menarik. (29) Mampu bekerjasama, tentu saja capaian ini tercapai karena anak bekerjasama untuk menyiapkan lapak (both) untuk berjualan. (30) Mampu memelihara lingkungan, dalam hal ini anak tetap harus menjaga lingkungan agar tetap nyaman, indah, dan bersih. (31) Mampu membersihkan peralatan, hal ini tercapai ketika anak mampu bekerjasama untuk membersihkan lapak agar seperti semula.



Gambar 1. Gambar Kegiatan *Market Day*

Program kegiatan *market day* ini berperan dalam meningkatkan perkembangan sosial-emosional sebesar 83,78%, dari angka tersebut menunjukkan bahwa program kegiatan *market day* dalam meningkatkan perkembangan sosial-emosional masuk dalam kategori baik sekali (Amirono & Daryanto, 2016). Hasil penelitian dari (Zultiar & Siwiyanti, 2017) menunjukkan setidaknya terdapat 17 nilai yang terkandung didalam kegiatan *market day* dan ketujuh belas nilai tersebut masuk ke dalam aspek sosial-emosial. Selain itu Robert Kiyosaki mengungkapkan bahwa dalam membangun bisnis jika kita melayani ribuan orang kita akan menjadi jutaan, jika kita melayani jutaan orang maka kita akan menjadi milyader dari ungkapan tersebut jelas untuk menambah market kita harus memperluas sosialisasi kita (Santosa & Khalifah, 2014). Pada anak usia dini masuk dalam perkembangan sosial.

Hasil pengisian instrumen indikator perkembangan bahasa terdapat 17 poin ceklis dari 27 poin ceklis yang ada yaitu : (1) Mampu membedakan bunyi/suara tertentu, hal ini tercapai ketika pembelinya orang dewasa atau teman sebayanya. (2) Mampu melakukan 3-5 perintah dengan berurutan, hal ini tercapai ketika anak bekerjasama untuk menyiapkan kegiatan. Tentunya dalam melakukan perintah anak di dahului dengan kata tolong. (3) Mampu menirukn bunyi atau suara, capaian ini tercapai ketika anakanak menirukan intinasi bunda guru saat promosi jualan. (4) Mampu menirukan 4-5 urutan kata, hal ini tercapai ketika menirukan bunda guru untuk melakukan promosi jualan. (5) Mampu menyebutkan identitas diri, capaian ini tercapai ketika anak mampu menjawab nama, tanggal lahir, alamat, dan sebagainya. (6) Mampu berkomunikasi dengan bahasanya sendiri, hal ini tercapai ketika anak berkomunikasi secara lisan dengan teman sebayanya sesuai dengan rentang usia yang

sama. (7) Mampu menceritakan kejadian secara urut, hal ini tercapai ketika anak menjawab pertanyaan bunda guru tentang bagaimana perasaannya.

Selanjutnya, (8) Mampu menerima pesan dan menyampaikannya (9) Mampu menjawab soal sederhana. (10) Mampu berbicara lancar dengan kalimat kompleks. (11) Mampu menyebutkan nama benda. (12) Mampu bercakap-cakap dengan teman sebaya, hal ini tercapai ketika anak bermain dengan temannya. (13) Mampu memberikan ketenangan yang berhubungan dengan keterangan tempat. (14) Mampu menggambar dan menceritakannya. (15) Mampu menggambar dan bercerita dengan urut. (16) Mampu membaca berdasarkan gambar. (17) Mampu membuat coretan kata, hal ini tercapai ketika anak menuliskan nama daftar menu julan dan harga.

Berdasarkan hasil temuan paparan diatas menunjukkan bahwa program kegiatan *market day* dapat menstimulus perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa dengan baik hal ini ditunjukkan pada emosi anak yang stabil ketika barang dagangannya tidak habis terjual, selain itu penggunaan bahasa ketika mempromosikan dagangannya anak dapat menggunakan bahasa yang sopan. Angka persentase hasil pengisian indikator ceklis yang menunjukkan perkembangan sosial sebesar 83,78% masuk dalam kategori baik sekali dan perkembangan bahasa 62,96% yang masuk dalam katagori baik (Amirono & Daryanto, 2016). Jadi program *market day* juga dapat dikatakan sebagai program yang dapat meningkatkan perkembangan sosial-emosional dan bahasa anak mengingat hasil persentasi yang tinggi.

Penutup

Perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa merupakan perkembangan yang saling mempengaruhi. Perkembangan sosial tanpa bahasa akan terhambat dan sebaliknya. Program *market day* adalah program yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* pada anak usia dini. Berdasarkan hasil pengisian indikator ceklis menunjukkan bahwa dalam program *market day* terkandung perkembangan sosial emosional sebesar 83,78% dan perkembangan bahasa sebesar 62,96. Dari angka tersebut menurut Amirono, program *market day* berperan baik sekali untuk menstimulus perkembangan sosial-emosional dan cukup untuk perkembangan bahasa.

Daftar Pustaka

- Amirono, M. T., & Daryanto. (2016). *Evaluasi Dan Penilaian Pembelajaran Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Gava Media.
- Beaty, J. J. (2013). *Observasi Perkembangan Anak Usia Dini* (7th ed.; A. K. Anwar, ed.). Jakarta: KENCANA.
- Hurlock, E. B. (1978). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Management, R. & D. T. K. (2018). *Parents Handbook*. Khalifah Management.
- Management, T. K. (n.d.). *Parents Hanbook*. R&D TK Khalifah Management.
- Musbikin, I. (2010). *Buku Pintar PAUD (Dalam Perspektif Islami)* (1st ed.; Sudjatna, ed.). Jogjakarta: Laksana.
- Muslima. (2015). *Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kecerdasan Finansial Anak*. 1(1), 27–38.
- Papalia, D. E., Old, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human Development* (9th ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Purwanto, N. (2009). *Prinsip-prinsip dan teknik evaluasi pengajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahmah, E. F. (2015). *Menumbuhkan Kemampuan Entrepreneurship Anak Melalui Kegiatan Market Day Di Kelompok B TK Putri Serang Sumber Surakarta Tahun Ajaran 2014/2015*. 3(2), 54–67.
- Santosa, I., & Khalifah, T. (2014). *Muhammad Sebagai Pedagang* (16th ed.). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Soetjningsih, & Ranuh, G. (2015). *Tumbuh Kembang Anak* (2nd ed.; J. Suyono, ed.). Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Sofino. (2017). Pembelajaran Kewirausahaan Pada Paud. *Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu*, 1(1 Juli 2017), 61–69.
- Sugiyono. (2015). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (3rd ed.; A. Nuryanto, ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, P., & Salwa. (2016). Upaya Mengembangkan Karakter Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Sejak Dini Melalui Program Market Day (Kajian Pada SDIT Mutiara Hati Malang). *Pancaran*, Vol. 5, No(20), 111–120. <https://doi.org/https://jurnal.unej.ac.id/index.php/pancaran/article/view/4056/3169>
- Sunarso. (2010). *SIKAP MENTAL WIRAUSAHAWAN DALAM MENGHADAPI PERKEMBANGAN ZAMAN* Sunarso Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. 10(2), 182–189.
- Zultiar, I., & Siwiyanti, L. (2017). *Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day*. 6(Zr2011dl0 2), 57–64. <https://doi.org/10.13937/j.cnki>