BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan tidak hanya berfokus pada aspek kognitif atau pencapaian akademik, tetapi juga menekankan pada pembentukan karakter serta pengembangan keterampilan yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan di masa depan. Salah satu karakter penting yang perlu ditanamkan kepada siswa adalah jiwa kewirausahaan. Salah satu strategi yang digunakan untuk menumbuhkan karakter tersebut adalah melalui kegiatan *market day*, di mana siswa secara langsung terlibat dalam kegiatan jual beli sederhana. Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh pengalaman nyata dalam memahami proses perdagangan sekaligus menerapkan konsep ekonomi yang telah mereka pelajari di dalam kelas.

Areli, A.J, 2018: Dalam jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan, mengatakan bahwa "*market day* mampu mengembangkan karakter jiwa wirausaha yang mengubah pola pikir siswa bahwa ketika dewasa pola pikir siswa berorientasi untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang produktif dan menjadi sosok yang efektif dalam kehidupan". Kegiatan ini berbentuk bazzar yang diselenggarakan sekolah. Jauh-jauh hari siswa sudah terlibat menyiapkan rencana perdagangannya. Selain para guru, orang tua juga terlibat menyiapkan barang-barang dagangan.

Kegiatan *market day* dapat membantu siswa mengembangkan karakter kewirausahaan. Siswa diberikan kesempatan untuk merencanakan dan menjalankan usaha mereka sendiri, mulai dari menentukan produk yang akan dijual hingga menetapkan harga. Hal ini mengajarkan siswa tentang pengelolaan sumber daya, keuangan, dan waktu. Selama kegiatan *market day* siswa akan berinteraksi langsung dengan pembeli, baik itu teman-teman, guru, atau orang tua. Ini membantu mereka belajar cara menjelaskan produk, bernegosiasi, dan memberikan pelayanan yang baik.

Membangun Karakter.., Marsya Dwi Olivianty, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Untuk menarik minat pembeli, siswa perlu berinovasi dalam menciptakan produk yang menarik dan berbeda. Hal ini mengembangkan keterampilan berpikir kreatif, penting dalam dunia kewirausahaan. Siswa belajar untuk menghadapi kegagalan dan tantangan selama *market day*, seperti produk yang tidak laku atau masalah teknis. Hal ini mengajarkan mereka tentang ketahanan dan kemampuan untuk belajar dari kesalahan. Siswa juga bekerja dalam kelompok, yang mengajarkan mereka tentang pentingnya kerjasama, pembagian tugas, dan pengelolaan tim yang efektif dalam menjalankan usaha.

Setiap kelas memiliki lapak sendiri. Setiap kelas menyajikan tema dan barang dagangannya yang khas. Pada kegiatan *market day*, produk karya siswa juga dapat dipajang dan dijual. Saat pelaksanaan *market day*, suasana dibuat menjadi riang gembira. Sebagian siswa bertugas menjajakan barang dagangan, sebagian siswa melayani pembelian dan sebagian lagi menerima pembayaran. Sebagian besar siswa pada hari itu juga dibekali uang jajan yang lebih banyak dari biasanya. Tujuannya supaya ikut berbelanja makanan, minuman, souvenir atau mainan yang dijual di *market day*. Uang hasil penjualan dibagikan kepada kelompok untuk mengganti modal dan biasanya disimpan di tabungan siswa.

Dalam prosesnya, siswa juga memiliki tantangan dalam kegiatan *market day*. Siswa sering kesulitan memilih produk yang sesuai dengan minat pasar, harga terjangkau, dan tetap menarik. Mereka harus belajar memahami kebutuhan konsumen dan bersaing dengan ide kreatif lainnya. Mengelola modal dan keuntungan menjadi tantangan bagi siswa, terutama dalam menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, dan memastikan usaha mereka menghasilkan keuntungan. Banyak siswa yang kesulitan menjaga anggaran atau memisahkan keuangan pribadi dan bisnis. Dengan menghadapi tantangan-tantangan ini, siswa belajar untuk menjadi lebih tangguh, kreatif, dan fleksibel, ini merupakan nilai penting dalam kewirausahaan.

Peneliti telah melakukan kajian perbandingan terhadap dua sekolah menengah pertama lainnya yang berada di wilayah Bekasi Timur terkait pelaksanaan kegiatan *market day*. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa

kedua sekolah tersebut hanya menyelenggarakan *market day* pada momen-momen tertentu, seperti di akhir semester atau sekali dalam setahun. Berbeda halnya dengan SMPIT Baiturrahman Bekasi yang melaksanakan kegiatan ini secara rutin.

Perbedaan ini memperlihatkan bahwa *market day* di SMPIT Baiturrahman memiliki peluang lebih besar dalam mendukung pengembangan karakter kewirausahaan dan kemampuan komunikasi siswa. Sebagai bagian dari pembelajaran berbasis proyek *(project-based learning)*, kegiatan ini juga menjadi sarana latihan bagi siswa untuk membangun interaksi sosial yang baik serta menumbuhkan kreativitas dan inovasi.

Pelaksanaan *market day* di SMPIT Baiturrahman Bekasi merupakan wujud nyata penerapan pembelajaran berbasis proyek yang dirancang untuk mengasah karakter kewirausahaan dan keterampilan komunikasi para siswa. Dalam kegiatan ini, siswa berperan layaknya wirausahawan muda yang bertanggung jawab penuh mulai dari proses perencanaan produk, produksi, promosi, hingga transaksi penjualan. SMPIT Baiturrahman Bekasi, yang terletak di kawasan Bekasi Timur, adalah sekolah menengah berbasis Islam terpadu yang memiliki visi dan misi untuk mencetak generasi mandiri, memiliki jiwa kepemimpinan, dan semangat berwirausaha (Idayu, 2022).



Gambar 1.1 Kegiatan *Market Day*

Sumber: Dokumentasi Siswa SMPIT Baiturrahman, 2024

Merujuk pada Gambar 1.1, terlihat bahwa kegiatan *market day* diadakan secara rutin setiap hari Jumat, dengan sistem penugasan bergilir antar kelas dimulai dari kelas 7, kemudian kelas 8, dan seterusnya hingga kelas 9. Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan serta mengasah keterampilan komunikasi siswa.

Diperlukan penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih dalam mengenai kontribusi *market day* dalam mendukung pengembangan karakter kewirausahaan dan kemampuan komunikasi siswa di SMPIT Baiturrahman Bekasi, serta menelusuri dampaknya dalam jangka panjang terhadap proses pembelajaran di sekolah.

Kegiatan *market day* tidak hanya memberikan kesempatan kepada siswa untuk merasakan langsung pengalaman berwirausaha, tetapi juga membentuk sejumlah karakter penting. Misalnya, keberanian dalam mengambil risiko yang mengajarkan siswa untuk menghadapi kegagalan dan tantangan dalam menjual produk. Kreativitas dan inovasi juga berkembang, karena siswa terdorong untuk menciptakan produk yang unik, menarik, dan memiliki daya jual. Selain itu, kemampuan bekerja sama dan berkolaborasi ditanamkan melalui kegiatan tim yang mengajarkan siswa mencapai tujuan secara bersama. Kemandirian dan rasa tanggung jawab pun diasah melalui seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, di mana siswa belajar mengambil keputusan secara mandiri dan bertanggung jawab atas hasilnya.

Dalam Kurikulum 2013, pemerintah Indonesia menegaskan pentingnya pendidikan karakter dan pengembangan keterampilan abad ke-21, termasuk di dalamnya kewirausahaan dan komunikasi. Kurikulum ini merupakan penyempurnaan dari Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK) dan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP), sebagaimana diatur dalam UU No. 32 Tahun 2013. Fokus utama Kurikulum 2013 adalah pengembangan secara terpadu dari sikap, pengetahuan, dan keterampilan, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,

yang menyebutkan bahwa kompetensi lulusan harus sesuai dengan standar nasional yang mencakup ketiga aspek tersebut (Wiwin Fachrudin, 2018).

Pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam mendorong siswa untuk berpikir kritis dan inovatif, mempersiapkan mereka menghadapi dunia kerja yang semakin dinamis dan kompetitif. SMPIT Baiturrahman Bekasi mengembangkan kurikulumnya dengan mengintegrasikan kurikulum nasional dari Diknas dan Kemenag, muatan lokal, serta ciri khas JSIT Indonesia. Sekolah ini menyiapkan generasi penerus yang mandiri, berjiwa pemimpin, dan memiliki semangat kewirausahaan. Kurikulum yang diterapkan berbasis pada penguatan nilai-nilai Al-Qur'an, kepemimpinan (leadership), dan jiwa wirausaha (entrepreneurship) (Irwan, 2022).

Gartner (2021), dalam artikelnya yang dimuat di Journal of Business Venturing, menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan sebuah proses dalam menemukan serta memanfaatkan peluang di tengah situasi yang tidak pasti. Ia menekankan bahwa kewirausahaan bukan semata-mata tentang membangun bisnis baru, melainkan mencakup kemampuan individu atau kelompok dalam mengidentifikasi peluang dan mengembangkan produk maupun layanan inovatif dalam lingkungan yang dinamis dan tidak stabil. Kegiatan ini juga menuntut keberanian mengambil risiko, berpikir kreatif, serta keterampilan dalam memecahkan masalah.

Kegiatan *market day* mendorong siswa untuk lebih kreatif dan inovatif dengan melakukan sesuatu untuk mencapai proses atau hasil yang berbeda dari produk yang sudah ada. Siswa mendesain atau membuat souvenir secara langsung, dan siswa belajar membuat kemasan yang menarik bagi pembeli. Dengan langsung terjun ke dalam proses pembuatan dan penjualan produk, siswa mendapatkan pengalaman tentang pentingnya menciptakan sesuatu yang unik dan menarik perhatian konsumen. Mereka akan terdorong untuk mengeksplorasi ide-ide baru yang berbeda dari produk lainnya. *Market day* memberikan kesempatan bagi siswa untuk mencoba berbagai ide tanpa takut gagal. Mereka akan berpikir lebih inovatif, misalnya menciptakan produk yang unik atau menambahkan nilai tambah seperti bonus untuk konsumen.

Nilai-nilai seperti kemandirian, ketangguhan, dan keberanian untuk mencoba hal-hal baru menjadi bekal penting bagi generasi muda dalam menghadapi dinamika global yang terus berubah. Untuk mengurangi kesenjangan antara teori dan praktik, sejumlah sekolah mulai mengadakan kegiatan yang melibatkan partisipasi aktif siswa agar mereka dapat menerapkan keterampilan kewirausahaan dan komunikasi secara langsung. Dalam pelaksanaannya, proses ini tidak dapat dipisahkan dari unsur komunikasi, baik dalam tahap persiapan maupun saat pelaksanaan kegiatan *market day*.

Salah satu kemampuan utama yang perlu dikembangkan adalah keterampilan komunikasi. McQuail (2021), dalam buku Teori Komunikasi Massa, menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses di mana seseorang menyampaikan informasi, gagasan, atau emosi melalui media atau interaksi langsung, dengan tujuan untuk mencapai pemahaman atau kesepakatan tertentu. Komunikasi dapat berbentuk interpersonal maupun komunikasi massa, dengan karakteristik dan pengaruh yang berbeda. Dalam konteks sosial dan profesional, komunikasi efektif sangat diperlukan, termasuk kemampuan menyampaikan ide secara jelas, mendengarkan dengan penuh perhatian, bernegosiasi, serta bekerja sama dengan orang lain.

Keterampilan komunikasi menjadi aspek krusial bagi siswa karena membantu mereka aktif dalam kegiatan belajar, menjalin relasi sosial yang positif, dan membangun rasa percaya diri. Dengan komunikasi yang baik, siswa tidak akan kesulitan dalam menyesuaikan diri ketika berhadapan dengan situasi yang menuntut kemampuan interpersonal. Dalam kegiatan *market day*, mereka mendapatkan kesempatan untuk berlatih menyampaikan informasi tentang produk secara menarik dan persuasif, serta mengasah kemampuan bernegosiasi, melakukan presentasi, dan menanggapi pertanyaan atau masukan dari pelanggan secara tepat.

Keterampilan komunikasi memiliki peran penting dalam mendukung siswa dalam berbagai aspek, seperti partisipasi aktif dalam proses pembelajaran, membangun relasi sosial yang positif, serta meningkatkan rasa

percaya diri. Hal ini memungkinkan siswa lebih mudah beradaptasi saat menghadapi situasi yang memerlukan kemampuan interpersonal. Dari sudut pandang komunikasi, kegiatan ini juga menjadi sarana bagi siswa untuk mengasah kemampuan dalam melakukan negosiasi, menyampaikan presentasi, dan meyakinkan orang lain. Melalui interaksi langsung dengan pelanggan, siswa dilatih untuk menjelaskan produk secara jelas dan menarik, serta mampu memberikan tanggapan yang baik terhadap pertanyaan maupun keluhan dari konsumen.

Belum banyak penelitian yang secara mendalam menelaah bagaimana kegiatan ini benar-benar berpotensi dalam membangun karakter kewirausahaan dan meningkatkan kemampuan komunikasi siswa meskipun peran *market day* sangat besar. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana kegiatan *market day* di SMPIT Baiturrahman Bekasi dapat berkontribusi pada pengembangan dua aspek penting tersebut. Pada dasarnya, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan proses pelaksanaan *market day*, tetapi juga untuk melihat efektivitas terhadap pembentukan karakter kewirausahaan dan peningkatan keterampilan komunikasi siswa.

Kegiatan *market day* memiliki hubungan yang erat dengan dunia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam hal promosi produk serta pengembangan kemampuan berwirausaha. Mengacu pada data dari situs resmi Indonesia.go.id dan Halonusa News tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit, mencerminkan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor ini juga memegang peranan vital dalam menyerap tenaga kerja, dengan sekitar 97% tenaga kerja nasional terlibat di dalamnya.

Dalam konteks pendidikan, tujuan utamanya tidak hanya sebatas menyampaikan pengetahuan akademis, tetapi juga membentuk karakter dan keterampilan hidup siswa. Salah satu kompetensi yang penting untuk dikembangkan adalah jiwa kewirausahaan. Kewirausahaan mencakup lebih dari sekadar membuka bisnis, melainkan juga mengasah kemampuan berpikir

kreatif, menciptakan inovasi, serta membuat keputusan yang berani dan bertanggung jawab.

Karakter kewirausahaan seperti mandiri, kuat, inovatif, dan berani mengambil risiko sangat penting agar siswa mampu menghadapi tantangan di masa depan. Di sisi lain, kemampuan komunikasi juga menjadi salah satu kunci keterampilan yang harus dimiliki siswa. Di era global dan teknologi yang terus berkembang, keterampilan komunikasi efektif menjadi penentu keberhasilan dalam berbagai bidang kehidupan. Aspek penting dari komunikasi yaitu menanamkan kemampuan menyampaikan ide dengan baik, bernegosiasi, dan bekerja sama dalam tim yang diajarkan sejak dini.

Pembelajaran mengenai kewirausahaan dan keterampilan komunikasi di sekolah sering kali masih terbatas pada penyampaian teori di dalam kelas. Akibatnya, siswa memiliki sedikit pengalaman nyata dalam menghadapi situasi praktis yang menuntut penerapan langsung dari kemampuan tersebut. Untuk menjawab tantangan ini, SMPIT Baiturrahman Bekasi menyelenggarakan kegiatan *market day,* yang memberikan ruang bagi siswa untuk belajar melalui praktik secara langsung. Dalam kegiatan ini, para siswa diberi peran sebagai wirausahawan muda yang merancang, memasarkan, dan menjual produk hasil kreativitas mereka sendiri.

Kegiatan ini tidak hanya membekali siswa dengan pemahaman tentang bagaimana menjalankan usaha, tetapi juga melatih keterampilan komunikasi melalui interaksi langsung dengan pembeli, penyampaian ide produk, hingga negosiasi. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya bertujuan mencetak siswa menjadi pengusaha, tetapi juga menanamkan nilai-nilai penting seperti kemandirian, kreativitas, keberanian mengambil risiko, semangat kepemimpinan, etos kerja, serta mental tangguh untuk beradaptasi dengan lingkungan (Fitria & Munastiwi, 2022).

Adapun latar belakang singkat SMPIT Baiturrahman Bekasi diambil dari laman resmi sekolah: https://www.sit-baiturrahmanbekasi.sch.id/. Sekolah ini berdiri sejak tahun 2003 sebagai Sekolah Islam Terpadu (SIT) dengan visi membentuk institusi pendidikan berkualitas. Awalnya dimulai dari jenjang

Sekolah Dasar yang menekankan pengembangan potensi anak secara menyeluruh—baik secara fisik, intelektual, emosional, maupun spiritual—dengan kegiatan seperti membaca dan menghafal Al-Qur'an, praktik ibadah dan akhlak Rasulullah, doa harian, serta pelatihan kepemimpinan dan pengendalian emosi. Pada awal tahun 2022, SIT Baiturrahman memperluas jenjangnya dengan mendirikan SMPIT Baiturrahman yang masih terus berkembang hingga saat ini.

Anggara Dwinata (2020) mengemukakan bahwa kegiatan *market day* merupakan salah satu program unggulan yang efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini, dimulai dari aktivitas sederhana seperti proses jual beli. Sementara itu, Zultiar dan Siwiyanti (2017) menjelaskan bahwa kegiatan ini dapat menjadi sarana yang tepat untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada anak-anak sejak usia dini. Ghani (2023) menyatakan bahwa *market day* di sekolah merupakan strategi yang efektif untuk mengembangkan semangat berwirausaha sekaligus membentuk karakter spiritual siswa.

Dalam pandangan Saaadah dan Nurjaman (2023), kegiatan *market day* berkontribusi pada pembentukan karakter kewirausahaan, seperti kreativitas, kemampuan berinovasi, orientasi masa depan, keberanian mengambil risiko, rasa percaya diri, tanggung jawab, kepedulian sosial, serta keterampilan dalam mengelola keuangan. Sejalan dengan itu, Badawi (2023) menegaskan bahwa *market day* merupakan sarana pendidikan karakter kewirausahaan yang juga relevan untuk mahasiswa.

Ranem (2023) menyebutkan bahwa pelaksanaan kegiatan pasar sekolah biasanya dirancang dalam RPPH (Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Harian), karena kegiatan ini menjadi puncak dari tema-tema pembelajaran tertentu, seperti tanaman, profesi, atau kebutuhan sehari-hari. Selain itu, Wijanarko (2023) menyatakan bahwa melalui *market day*, siswa menjadi lebih antusias dalam berjualan dan mampu mengatasi rasa malu atau canggung, serta tumbuh semangat untuk berwirausaha di masa mendatang.

Ghozali (2022) menambahkan bahwa kegiatan ini juga didorong oleh kebijakan sekolah yang melarang siswa membawa uang jajan selama jam pelajaran, sehingga siswa lebih aktif dan termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan pasar. Ramli (2020) menyebut bahwa dari *market day*, siswa dapat membangun berbagai nilai kewirausahaan seperti rasa percaya diri, kreativitas, integritas, keberanian mengambil risiko, tanggung jawab, serta pandangan yang realistis. Sementara itu, Dewi (2024) menyimpulkan bahwa kegiatan ini juga dapat mengembangkan kecerdasan intrapersonal siswa, terutama dalam aspek kreativitas, inovasi, kemandirian, dan rasa tanggung jawab dalam menjalankan aktivitas jual beli.

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kebaruan dari penelitian sebelumnya. Urgensi dari penelitian ini mengangkat sebuah permasalahan dari pentingnya karakter kewirausahaan pada siswa dan pengembangan kemampuan komunikasi serta kegiatan *market day* sebagai penerapan pendidikan berbasis proyek pada tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP). Kegiatan *market day* merupakan kegiatan yang akan menjadi pengalaman perdana untuk siswa. Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam bentuk skripsi yang berjudul: "**Membangun Karakter Kewirausahaan dan Komunikasi Siswa SMPIT Baiturrahman Bekasi Melalui Kegiatan *Market Day*"**

1.2 Fokus penelitian

Penelitian ini berfokus pada komunikasi pendidikan yang di implementasikan melalui kegiatan *market day* di SMPIT Baiturrahman Bekasi dalam membangun karakter kewirausahaan dan komunikasi siswa.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana kegiatan *market day* di SMPIT Baiturrahman Bekasi berkontribusi dalam membangun karakter kewirausahaan dan komunikasi siswa?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kegiatan *market day* dalam membangun karakter kewirausahaan siswa, dan peningkatan kemampuan komunikasi siswa SMPIT Baiturrahman Bekasi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan positif dalam pengembangan kurikulum pendidikan yang berfokus pada pembentukan karakter kewirausahaan, khususnya melalui pendekatan komunikasi pendidikan yang terbukti efektif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam menjawab berbagai persoalan yang muncul dalam proses pembentukan karakter kewirausahaan dan pengembangan kemampuan komunikasi siswa, terutama pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP).

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Sivitas Akademik , temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan sebagai acuan dalam merancang program pembelajaran yang lebih relevan dan aplikatif dalam pengembangan karakter kewirausahaan dan keterampilan komunikasi. Program studi juga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pijakan dalam merancang kurikulum atau program pembelajaran berbasis proyek yang selaras dengan kebutuhan dunia pendidikan. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan untuk kajian yang berkaitan dengan pembentukan karakter kewirausahaan dan komunikasi di kalangan peserta didik.
2. Bagi SMPIT (Pengelola dan Siswa), dapat mendukung peningkatan citra SMPIT Baiturrahman sebagai lembaga pendidikan yang aktif menumbuhkan karakter kewirausahaan dan kemampuan komunikasi siswa, yang semakin penting di era kompetisi global. Bagi siswa, kegiatan *market day* menjadi media pembelajaran yang efektif untuk

melatih sifat tanggung jawab, kemandirian, kreativitas, dan inisiatif melalui keterlibatan langsung dalam praktik kewirausahaan. Selain itu, kegiatan ini juga memberi ruang bagi siswa untuk mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal, baik dalam berinteraksi dengan teman sebaya, guru, maupun masyarakat luas, sehingga mendukung keterampilan sosial mereka secara menyeluruh.

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA