

**PENGARUH PROGRAM MARKET DAY DAN MOTIVASI
BERWIRSAUSAHA TERHADAP KEPERIBADIAN WIRSAUSAHA
PESERTA DIDIK DI MI TAHFIDZ ENTREPRENEUR
QURROTA A'YUN PONOROGO**

SKRIPSI

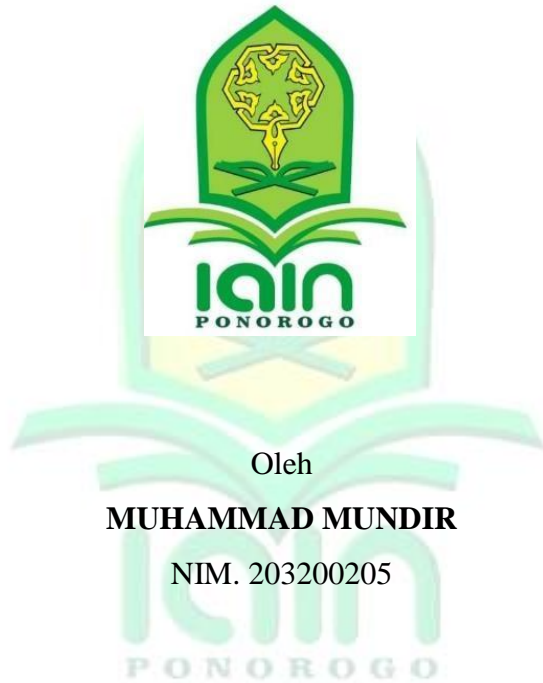


**JURUSAN PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**

**PENGARUH PROGRAM MARKET DAY DAN MOTIVASI
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEPERIBADIAN WIRAUSAHA
PESERTA DIDIK DI MI TAHFIDZ ENTREPRENEUR
QURROTA A'YUN PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah



Oleh
MUHAMMAD MUNDIR
NIM. 203200205

**JURUSAN PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**

ABSTRAK

Mundir, Muhammad. 2024. *Pengaruh Program Market Day dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di MI Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.* **Skripsi.** Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Farida Yufarlina Rosita, M.Pd.

Kata Kunci: Program Market Day, Motivasi Berwirausaha, Kepribadian Wirausaha

Kepribadian wirausaha perlu ditumbuhkan sejak dini melalui stimulus motivasi dan inovasi pembelajaran, pasalnya banyak lembaga sekolah yang mengajarkan teori kiat sukses tanpa aspek praktiknya. Program *Market Day* masih sedikit diterapkan di wilayah Ponorogo, karena PSDMnya, sistem organisator dan biayanya. Hal ini karena kegiatan ini memberikan ilmu tentang dunia *entrepreneur* sekaligus menjawab permasalahan bahwa aspek pendidikan psikomotorik kurang tersampaikan karena banyak berfokus pada aspek kognitif dan afektif. Relevansi *market day* dan motivasi berwirausaha menjadi tumpuan pelatihan peserta didik, agar mampu mengatasi masalah pengangguran dari kalangan terdidik. Program ini memiliki urgensi menunjang kehidupan peserta didik karena sebagai inovasi pembelajaran yang kreatif dalam menjawab tantangan revolusi industri 4.0.

Penelitian ini bertujuan, mengetahui pengaruh program *market day* terhadap kepribadian wirausaha. *Kedua*, mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha *Ketiga*, mengetahui pengaruh program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *Expost Facto*. Populasi jenuh 35 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket skala likert, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dengan teknik regresi linier sederhana dan berganda.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara program *market day* terhadap kepribadian wirausaha yang dibuktikan dengan nilai hubungan atau korelasi (R) sebesar 0,656. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel dengan kontribusi (R^2) yaitu 43,1%. Ada pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,437. Nilai hubungan yang tergolong sedang antara kedua variabel dengan kontribusi (R^2) yaitu 19,1%. Kemudian terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo yang dibuktikan dengan hubungan atau korelasi (R) sebesar 0,708. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga variabel dan untuk besarnya kontribusi (R^2) yaitu 50,1%.



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Muhammad Mundir
Nim : 203200205
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Judul : Pengaruh Program *Market Day* dan Motivasi Berwirausaha
Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di Mi Tahfizh
Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqasah.

Pembimbing

Farida Yufarlina Rosita, M.Pd.

NIP. 198908072015032004

Ponorogo, 18 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



Ulum Fatmahanik, M.Pd.

NIP. 198512032015032003



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama:

Nama : Muhammad Mundir
Nim : 203200205
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Judul : Pengaruh Program *Market Day* dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di Mi Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

telah dipertahankan pada sidang munaqasah di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Senin
Tanggal : 14 Oktober 2024

dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 21 Oktober 2024

Ponorogo, 21 Oktober 2024

Mengesahkan

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo



Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.

NIP. 196807051999031001

Tim Penguji:

Ketua Sidang : Dr. Tintin Susilowati, M.Pd.
Penguji I : Ulum Fatmahanik, M.Pd.
Penguji II : Farida Yufarlina Rosita, M.Pd.

()
()
()

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

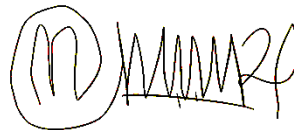
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Mundir
NIM : 203200205
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Judul : Pengaruh Program *Market Day* dan Motivasi Berwirausaha
Skripsi Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di Mi Tahfidz
Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia bahwa naskah skripsi ini dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 21 Oktober 2024
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Mundir
NIM. 203200205

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Mundir
Nim : 203200205
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jurusan : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Judul : Pengaruh Program *Market Day* dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di Mi Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaanya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 18 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Mundir
NIM. 203200205

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Program <i>Market Day</i>	11
2. Motivasi Berwirausaha	18
3. Kepribadian Wirausaha	30
B. Telaah Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis Penelitian	46

BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel Penelitian	48
D. Definisi Oprasional Variabel Penelitian	49
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	50
F. Validasi dan Reliabilitas	52
G. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENENLITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	59
B. Deskripsi Hasil Penelitian	60
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	64
D. Pembahasan	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Kuisisioner Penelitian	50
Table 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	52
Table 3.3 Validitas Porgram <i>Market Day</i>	53
Table 3.4 Validitas Motivasi Berwirausaha	54
Table 3.5 Validitas Kepribadian Wirausaha	54
Table 3.6 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	55
Table 4.1 Frekuensi <i>Market Day</i>	60
Table 4.2 Frekuensi Motivasi Berwirausaha	61
Table 4.3 Frekuensi Kepribadian Wirausaha	63
Table 4.4 Hasil Uji Normalitas	65
Table 4.5 Hasil Uji Linieritas X1 terhadap Y	66
Table 4.6 Hasil Uji Linieritas X2 terhadap Y	66
Table 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Table 4.8 Hasil Uji Heteroskedasitas	68
Table 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	68
Table 4.10 Uji Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y	70
Table 4.11 Koefisien Determinasi X1 terhadap Y	70
Table 4.12 Model Regresi X1 terhadap Y	71
Table 4.13 Uji Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y	71
Table 4.14 Koefisien Determinasi X2 terhadap Y	72
Table 4.15 Model Regresi X2 terhadap Y	72
Table 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	73
Table 4.17 Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y	74
Table 4.18 Model Regresi X1 dan X2 terhadap Y	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	45
Gambar 4.1 Histogram Program <i>Market Day</i>	61
Gambar 4.2 Histogram Motivasi Berwirausaha	62
Gambar 4.3 Histogram Kepribadian Wirausaha	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat penting bagi kemajuan negara dan bangsa. Proses pendidikan tentu tidak terlepas dari inti *transfer of knowledge* yang berjalan melalui proses belajar mengajar. Menurut Hamalik belajar merupakan transformasi pribadi seseorang melalui suatu proses yang diperoleh melalui pengalaman dan lingkungan yang mempengaruhinya.¹ Dengan jalur pendidikan kemampuan seseorang akan meningkat sehingga menjadi manusia yang berkualitas sebagai bentuk telah mengapai tujuan pendidikan dengan baik dan benar. Berdasarkan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2003, tentang “Tujuan Pendidikan Nasional adalah berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab”.²

Sistem pendidikan di Indonesia dalam kurikulum 2013 terdapat beberapa aspek yang diharapkan dapat dicapai oleh seluruh peserta didik yaitu aspek kognitif yang berkaitan dengan intelektual dan pengetahuan, aspek afektif yaitu sikap mental dan moral serta aspek psikomotorik yaitu keterampilan dan *skill*. Namun pada kenyataannya, sebagian besar aspek yang baru dapat dicapai melalui proses pembelajaran hanya aspek kognitif atau intelektualnya dan aspek afektif saja, sedangkan aspek psikomotorik masih sering terlupakan. Buktinya dari penilaian kognitif dan afektif yakni semua penilaiannya diukur menggunakan angka, rapor, dan ijazah, sementara aspek psikomotorik kurang diperlihatkan oleh guru dan lembaga

¹ Oemar Hamalik. *Proses Belajar Mengajar*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2007), 28.

² Depdiknas, *Undang-undang RI No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. (Jakarta: Kemendiknas Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum, 2010), 18.

pendidikan. Pasalnya psikomotorik berkaitan dengan keterampilan peserta didik dalam menghasilkan karya dari teori yang mereka terima.³

Permasalahan tersebut diperlukan inovasi pembelajaran berorientasi pada pendidik yang memegang peran penting dalam mengubah pembelajaran bukan hanya menitikberatkan pada materi tetapi juga memperhatikan aspek praktik untuk mengasah keterampilan peserta didik. Inovasi pendidikan yang berkaitan dengan keseimbangan ketiga aspek tersebut harus memenuhi 4 pilar: 1) *Learning to know* (belajar mengetahui), artinya belajar itu harus dapat memahami apa yang dipelajari bukan hanya dihafalkan tetapi harus ada pengertian yang dalam; 2) *Learning to do* (belajar melakukan sesuatu), artinya penekanan pengajaran pada aspek bagaimana peserta didik mampu mempraktikkan semua yang dipelajari dan dapat mengadaptasikan dengan pekerjaan-pekerjaan di masa depan; 3) *Learning to be* (belajar menjadi sesuatu), artinya belajar merupakan fasilitator mereka membentuk jati dirinya sendiri; 4) *Learning to live together* (belajar hidup bersama), artinya sebagai bentuk pelatihan dan bimbingan dalam menciptakan hubungan melalui komunikasi yang baik, menjahui berbagai prasangka buruk, terhadap orang lain dan menghindari perselisihan dan konflik antar sesama.⁴

Inovasi pembelajaran akan memberikan dampak yang signifikan dalam menjawab tantangan industri 4.0 yakni kesiapan industri tenaga kerja terpercaya yang dibimbing melalui bidang pendidikan. Tantangan industri 4.0 ini nantinya akan berkaitan dengan fenomena angka pengangguran di negara Indonesia sangat memprihatinkan. Pasalnya, banyak ditemukan pengangguran tersebut muncul dari kalangan orang yang berpendidikan. Di sisi lain, pengangguran orang terdidik ini disebabkan oleh faktor lemahnya minat siswa akan bidang ekonomi yang menjadi tumpuan kehidupan serta kurangnya mengasah diri pada bidang lain dan hanya berpatok pada aspek akademis. Buktinya Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwasanya tingkat pengangguran pada tahun 2022 berdasarkan tingkat pendidikannya yakni:

³ Ina Magdalena, "Analisis Kemampuan Ranah Kognitif, Afektif, Psikomotorik Siswa Kelas II B SDN Kunciran 5 Tangerang", *Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3, No. 1, (2021), 49.

⁴ Abdul, Kodir, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 57.

(SD: 3, 59%), (SMP: 5, 95%), (SMA dan SMK: 9, 54%), (Sarjana: 4, 80%).⁵ Untuk itu melalui pendidik para lulusan diberikan persiapan matang dalam menghadapi tantangan tersebut.

Fenomena pengangguran dan *branding* keunggulan lembaga pendidikan mulai banyak menyokong program-program baru dalam menjawab tantangan industri 4.0. Kegiatan ekstrakurikuler melalui pendidikan kewirausahaan menjadi bekal wajib para lulusan dalam membentuk karakter di era sekarang supaya mereka terlatih dan memiliki kepribadian serta mental yang kuat, berjiwa mandiri, serta keterampilan berwirausaha yang mampu bersaing di era kepesatan teknologi. Menurut Suryana, peserta didik perlu mempunyai keterampilan berwirausaha untuk menjadikannya lebih bertanggung jawab secara pribadi maupun sosial agar peserta didik yang sejatinya sebagai makhluk sosial tidak akan mengalami kesulitan ketika harus menghadapi tantangan kehidupan ini.⁶ Oleh sebab itu peserta didik perlu dibekali kompetensi wirausaha di dalam pendidikannya agar peserta didik dapat meningkatkan aspek keterampilan berwirausaha.

Keterampilan berkaitan dengan kecakapan seseorang dalam menanggapi suatu hal. Sementara itu kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting di era globalisasi. Menurut Sanusi, karakteristik utama dalam diri seorang wirausahawan yakni berkeinginan kuat yang mendorong prestasi dalam mencapai tujuan dan tidak pernah berhenti bekerja keras dalam mencapai impian untuk bertanggung jawab.⁷ Karakter jiwa kewirausahaan penting untuk menghadapi tantangan pada era globalisasi. Oleh karena itu sekolah memerlukan pendidikan kewirausahaan atau kegiatan yang dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Lebih dari pada itu, adanya peningkatan kompetensi kewirausahaan diharapkan dapat mengubah pola pikir para peserta didik calon lulusan untuk lebih berorientasi menjadi pengusaha dari pada hanya berorientasi bekerja di

⁵ BPS, Keadaan Ketenagakerjaan Industri Januari 2023, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023).

⁶ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 78.

⁷ Ahmad Sanusi, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2018), 45.

perusahaan besar namun hanya sebagai karyawan. Sebagaimana pemaparan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa selain aspek ilmu pengetahuan, aspek keterampilan berwirausaha sejak dini merupakan salah satu fungsi dan tujuan pendidikan nasional yang harus diwujudkan oleh lembaga pendidikan yang baik.

Kegiatan *market day* pada jenjang SD/ MI hadir sebagai sarana untuk menumbuhkan keterampilan berwirausaha peserta didik.⁸ Kegiatan ini juga menghasilkan sebuah karya kreativitas untuk menciptakan sebuah produk baru yang dapat bersaing dengan produk luar negeri dan dapat menunjang kapasitas usaha kecil menengah (UKM) dalam negeri untuk dikenal seluruh dunia. Jika program ini berjalan lancar maka keterampilan berwirausaha akan mempunyai dampak lebih maksimal. *Market Day* adalah pembelajaran berbasis proyek yang melibatkan peserta didik untuk merekonstruksi pengetahuan keterampilan dan mengakumulasikan dalam produk nyata serta memasarkan produknya kepada teman, guru, dan masyarakat sekitar melalui kegiatan bazar atau pasar yang diselenggarakan oleh sekolah.⁹ Program ini sejalan dengan jiwa *entrepreneur* yang menjadi moto utama lembaga MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun untuk menjadi pembeda dari sekolah lain, khususnya yang berada di kabupaten Ponorogo. Moto lembaga pendidikan ini tentu didasarkan atas karakteristik wali murid yang kebanyakan berasal dari keluarga pebisnis, sehingga lebih memungkinkan menumbuhkan keyakinan mereka akan kesiapan mereka kelak dalam meneruskan usahanya.

Program *Market Day* sejatinya masih sedikit diterapkan oleh lembaga pendidikan dengan alasan pasokan sumber daya manusia, sistem organisator dalam membimbing dan penunjang dari biaya yang masih kurang mumpuni.¹⁰ Hal ini karena kegiatan ini memberikan ilmu tentang dunia *entrepreneur*. Program *market day* menjadi tumpuan pelatihan agar

⁸ Syamsidar, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Keterampilan Produktif Siswa Kelas XI SMK Negeri 6 Makasar", 3, N0. 2, (2020), 7.

⁹ Ncanywa, *Entrepreneurship and Development*, (Jakarta: A Case Of Higher, 2019), 4-11.

¹⁰ Dewi, "Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga terhadap Aktivitas Wirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang", *Economic Education Analysis Journal*, 5, No. 2, (2016), 519-531.

peserta didik kelak mampu mengatasi masalah pengangguran dari kalangan terdidik karena aspek jiwa kewirausahaan yang muncul dari program *market day*.¹¹ Program ini memiliki urgensi dalam menunjang kehidupan peserta didik. Kewirausahaan tentunya erat kaitanya dengan jiwa kewirausahaan yang membekali mereka untuk terus maju dalam mengembangkan produk yang akan dipasarkan di sekolah, sehingga apa yang mereka tawarkan benar-benar sesuai dengan aspek kemanfaatannya. Jiwa kewirausahaan ini lambat laun akan terus berkembang dengan praktik-praktik yang mereka terapkan khususnya dalam program *market day*.

Menurut Wijayanto, jiwa kewirausahaan diartikan sebagai usaha seseorang untuk menciptakan suatu hal baru dengan pemanfaatan tenaga, waktu dan memperhatikan resiko sosial, fisik, serta pembiayaan.¹² *Entrepreneurship* merupakan jati diri seseorang yang melakukan aktivitas wirausaha berkarakteristik pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, menginovasi dan kreativitas mulai dari (kemasan, rasa produk, teknik marketing atau kerap kita kenal dengan digital marketing), walaupun dengan bimbingan dan koordinasi dengan guru dan orang tua peserta didik. Namun melalui langkah awal ini peserta didik lebih dulu mengetahui dan memahami mengenai bagaimana susahnyanya mencari uang dalam masa yang semakin ketat akan persaingan ekonomi baik di negeri maupun di luar negeri. Jiwa kewirausahaan berdampak pada proses pengajaran pribadi seseorang yang mempunyai kadar kemandirian yang tinggi, serta bagaimana teknik mencari uang yang benar sejak dini guna menjadi bekal kelak. Kelebihan menjadi *entrepreneurship*: 1) Memiliki kesempatan menciptakan perubahan dan juga mencapai potensi yang dimiliki; 2) Memiliki kesempatan memulai keuntungan yang besar; 3) Memberikan kontribusi untuk masyarakat; 4)

¹¹ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 78.

¹² Serian Wijayanto, *Pengantar Entrepreneurship*, (Jakarta: Crasindo, 2009), 3.

Mendapatkan pengakuan atas usaha yang dilakukan; 5) Dapat melakukan usaha yang disukai dengan hasil yang dimanfaatkan untuk kebaikan.¹³

MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (Mister-Qu) yang berada di Jl. Kyai Mojo Kuman Ponorogo Jawa Timur adalah sebagai contoh sekolah yang sudah mengimplementasikan program *Market Day*, sehingga pembelajaran tentang entrepreneur bisa diterapkan melalui program unggulan tersebut. *Market day* ini diselenggarakan setiap 3 hari dalam sepekan bergantian dari kelas ke kelas dengan sistem bergilir melalui presensi dan anak tidak dianjurkan membawa uang saku kecuali ketika program *market day* dilaksanakan sebagai wujud meringankan beban orang tua dalam menanggung biaya pendidikan anaknya.

Bukan hanya sebatas hal tersebut bahkan entrepreneur menjadi salah satu mata pelajaran wajib yang diampu oleh peserta didik sehingga menjadi modal teori untuk dipraktikkan ketika nanti program dilaksanakan. Lembaga ini juga mencetuskan program-program yang masih selaras dengan *Market Day* yaitu *Bussiness Plan* yang dilaksanakan setiap satu bulan sekali, dimana peserta didik dan wali kelas akan terjun langsung di pasar tradisional untuk ikut berpartisipasi dalam memasarkan produk mereka. Di sisi lain, juga ada program magang yang dilakukan dilakukan tiap 1 semester selama kurang lebih 5 hari, dimana peserta didik akan belajar bagaimana sistem keuangan usaha, teknik pemasaran, teknik meyakinkan pembeli dan mengajak pembeli untuk kembali ke tokonya kelak.

Berdasarkan persoalan yang terjadi di lapangan dan urgensi yang telah dijelaskan tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Program *Market Day* dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kepribadian Wirausaha Peserta Didik di Mi Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Di sisi lain peneliti mengambil judul ini karena banyak lembaga sekolah yang menuntut generasinya untuk sukses tanpa memberi pelatihan kiat sukses selain dari pendidikan itu gimana, padahal praktik sejatinya lebih penting dari pada teori.¹⁴ Untuk itu nilai kewirausahaan benar-benar telah

¹³ Thomar Zimmerer, *Tujuan dan Manfaat Kewirausahaan*, (Jakarta: Selemba, 2017), 43.

¹⁴ Nurhayati, "Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo", 1, No. 2, (2018), 1-16.

dicermati oleh banyak khalayak bahkan saat usia yang seharusnya mereka banyak bermain dari pada berlatih bernegosiasi.

B. Identifikasi Masalah

Dari berbagai problematika yang tercantum pada latar belakang, peneliti menspesifikasikan hasil identifikasi masalah yang sudah ditemukan, antara lain:

1. Aspek-aspek tujuan pendidikan kurang diperhatikan dengan baik.
2. Banyak pengangguran yang muncul dari orang terdidik.
3. Perlunya inovasi pembelajaran dalam tantangan industri 4.0.
4. Perlunya pembekalan pendidikan kewirausahaan pada peserta didik.
5. Perlunya penanaman jiwa wirausaha sejak dini.

C. Pembatasan Masalah

Keterbatasan adalah suatu hal yang pasti dimiliki oleh setiap insan di dunia ini. Umumnya pembatasan masalah ini muncul guna jembatan peneliti dalam mempermudah kajian yang akan digali informasinya. Keterbatasan ini kerap muncul dari dua hal Pertama, keterbatasan ruang lingkup kajian dilakukan karena alasan-alasan prosedural, teknik penelitian, ataupun karena faktor logistik. Kedua, keterbatasan penelitian berupa kendala yang bersumber dari adat tradisi, etika dan kepercayaan yang tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mencari yang diinginkan. Untuk itu terdapat pembatasan masalah dalam penelitian ini.

1. Program *market day* mengerucut pada bentuk pembelajaran wajib sekolah yang berupa teori pembelajaran dalam kelas dan dipraktikkan secara langsung melalui pasaran Mister-qu. Hal ini terlihat ketika seluruh siswa mendapat giliran berjualan di sekolah dan diberi kebebasan untuk mengkreasikan produk yang akan ditawarkan.
2. Motivasi berwirausaha diartikan faktor yang memupuk dan mengarahkan peserta didik dalam memperhatikan betapa pentingnya mengenal bidang wirausaha sejak dini baik dari faktor

internal ataupun eksternal.

3. Kepribadian wirausaha adalah *output* dari budaya program ini dimana setelah program ini berjalan motivasi berwirausaha pasti akan tumbuh dan secara tidak langsung kepribadian berwirausaha peserta didik akan muncul secara spontan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan fokus penelitian tersebut, maka peneliti mengangkat rumusan masalah pokok yang bersifat *eksploratif* dan *problematis* sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh program *market day* terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo?
2. Apakah ada pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo?
3. Apakah ada pengaruh program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai signifikansi dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menjelaskan pengaruh program *market day* terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
2. Untuk menjelaskan pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
3. Untuk menjelaskan pengaruh program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi para pembaca baik secara teoretis maupun praktis.

1. Aspek Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih informasi dan wawasan ilmiah mengenai pengaruh program unggulan *market day* bagi peserta didik sehingga diharapkan mampu memberikan efek yang baik bagi system pembelajaran guna menjawab tantangan zaman.

2. Aspek Praktis

a. Untuk guru

Manfaat penelitian ini diharapkan agar dapat menambah wawasan guru untuk membangun jiwa kewirausahaan dalam menghadapi tantangan revolusi industri 4.0.

b. Untuk kepala sekolah

Manfaat penelitian ini diharapkan supaya kepala sekolah rutin untuk mengevaluasi dan mengadakan kegiatan program unggulan *market day* ini guna untuk menambah wawasan dalam bidang kewirausahaan sehingga dapat membangun jiwa kewirausahaan atau bakat yang dimiliki peserta didik.

c. Untuk peneliti

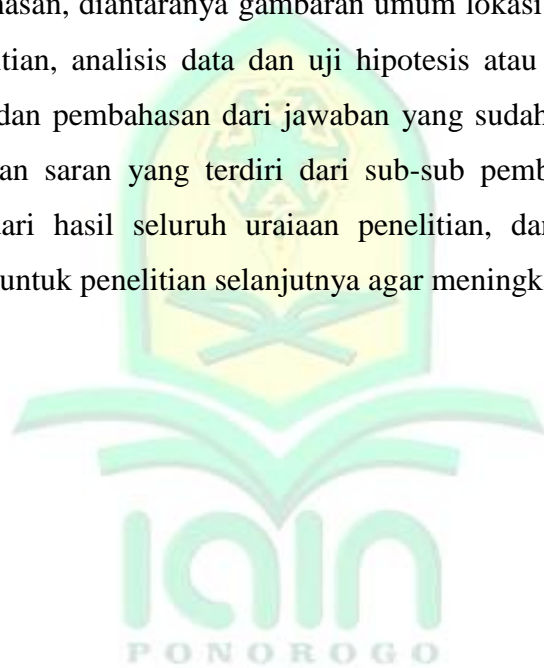
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi wadah memperluas wawasan kajian ilmu pengetahuan, ilmu sosial dan ekonomi guna membentuk motivasi dan kepribadian wirausaha untuk menyongsong indonesia emas 2045. Di sisi lain penelitian ini bermanfaat untuk melakukan kajian lebih lanjut bagi akademika Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo khususnya mahasiswa Fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran sistematik penelitian ini, berikut adalah sistematika pembahasan penelitian. **Bab I** merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah,

pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan dan jadwal penelitian. **Bab II** berisi kajian pustaka penelitian. Bab ini menjelaskan mengenai kajian teori yang berkaitan dengan topik penelitian, Telaah penelitian terdahulu, Kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

Bab III berisi metodologi penelitian. Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, validasi dan reliabilitas, serta teknik analisis data. **Bab IV** berisi hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari sub-sub pembahasan, diantaranya gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis data dan uji hipotesis atau jawaban pertanyaan penelitian, dan pembahasan dari jawaban yang sudah diuji. **Bab V** berisi simpulan dan saran yang terdiri dari sub-sub pembahasan, diantaranya simpulan dari hasil seluruh uraian penelitian, dan saran yang dapat menunjang untuk penelitian selanjutnya agar meningkat.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Program *Market Day*

a. Pengertian *Market Day*

Kata *market day* berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti *market* adalah pasar dan *day* adalah hari, sehingga *market day* berarti hari pasar. *Market day* merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga dalam simulasi penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh siswa-siswi pada suatu hari yang telah ditentukan.¹⁵

Menurut Zultiar dalam Setiati, *market day* merupakan suatu pendidikan yang memiliki tujuan untuk memberikan contoh pemahaman dan kesadaran tentang kehidupan yang relatif, dapat membentuk struktur mental dan emosi yang lebih stabil, dan dapat membentuk sikap atau perilaku sehari-hari yang lebih cerah dari waktu ke waktu. Selain itu, *market day* merupakan kegiatan atau aktivitas pembelajaran *enterpreneur*, yang mana siswa diajarkan mengenai bagaimana memasarkan produk kepada teman, guru ataupun kepada pihak yang lain.¹⁶

Market day merupakan salah satu contoh aplikasi atau penerapan terintegrasi pendidikan kewirausahaan yang melibatkan semua peserta didik dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi.¹⁷ Kegiatan produksi ialah kegiatan dengan memberikan suatu tanggung jawab kepada peserta didik untuk membuat yang memiliki nilai jual serta memiliki manfaat bagi seluruh *civitas academica* sekolah. Selanjutnya siswa diminta untuk menjualkan produk (distribusi) yang sudah diproduksi. Kemudian, peserta didik atau siswa yang lain memiliki

¹⁵ Nur Hidayah, *Market Day dan Karakter Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2022), 5

¹⁶ Setiati, *Kidpreneur: Ajari Anak Berwirausaha Sejak Dini*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 23.

¹⁷ Suherman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*, (Bandung: Alfa Beta, 2010), 16.

peran sebagai pembeli (konsumen) hal ini juga termasuk warga sekolah, guru dan komponen sekolah lainnya.

Berdasarkan beberapa uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa program *market day* adalah kegiatan yang merupakan salah satu bentuk inovasi sekolah dalam upaya mengembangkan minat, bakat dan keterampilan siswa dalam wirausaha yang ditumbuhkan sejak dini yaitu sejak usia sekolah dasar.

b. Dasar Hukum Pelaksanaan *Market Day*

Pendidikan yang bagus tentu memiliki dasar yang jelas dan proses pengembangannya. Begitu pula dalam suatu program pendidikan yang dipilih untuk diterapkan oleh suatu lembaga pendidikan tentu tidak terlepas dari kurikulum yang telah ditentukan. Hal ini dirancang dengan pemikiran matang agar pendidikan negara Indonesia terus mengalami peningkatan. Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 1995 tentang Gagasan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan kewirausahaan. Instruksi ini mengamanatkan kepada semua masyarakat Indonesia untuk mengembangkan program-program kewirausahaan.¹⁸ Pemerintah menyadari bahwa dunia usaha merupakan tulang punggung perekonomian nasional, sehingga harus diupayakan untuk ditingkatkan terus menerus.

Kebijakan Nasional Pembangunan Karakter Bangsa yang terdapat pada Peraturan Presiden tahun 2010 menjadi asal mula munculnya pendidikan karakter sebagai upaya untuk memperbaiki karakter anak bangsa.¹⁹ Hal ini tentu bukan hanya sebagai impian belaka melainkan tuntutan zaman dan kerasnya persaingan perekonomian dunia. Tujuan pengolaborasi kewirausahaan dalam lembaga pendidikan bukan lain untuk menopang angka kemiskinan serta memajukan negara menjadi lebih sejahtera bagi rakyatnya.

¹⁸ Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2022 tentang Percepatan Penghapusan Kemiskinan Ekstrem

¹⁹ Peraturan Presiden tahun 2010 tentang Kebijakan Nasional Pembangunan Karakter Bangsa

c. Tujuan *Market Day*

Tujuan terselenggaranya kegiatan *market day* yaitu untuk mengajarkan, memperkenalkan tentang seorang diri, kekreatifan, dapat menghargai waktu, mampu memecahkan permasalahan, suka berbagi dengan orang lain, serta mampu membuat keputusan sendiri.²⁰ Dengan kegiatan *market day*, para peserta didik diharapkan dapat menerapkan kepribadian kewirausahaan melalui kegiatan sebagai berikut.²¹

- 1) Peserta didik dapat mempraktikkan produksi dan melakukan pemasaran atau penjualan produk kepada teman, guru atau pun kepada pihak luar.
- 2) *Market day* merupakan salah satu pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran yang relatif lebih utuh tentang kehidupan, membentuk struktur emosi dan mentalitas yang lebih stabil, serta membangun sikap-sikap kesaharian yang lebih tercerahkan dari waktu ke waktu.
- 3) Tujuan diadakannya *market day* adalah menumbuhkan jiwa entrepreneur, memahami dunia bisnis, melatih kreativitas dan inovasi pada siswa. *market day* juga dapat menumbuhkan rasa percaya diri pada anak, meningkat kemampuan komunikasi anak.
- 4) Orangtua dapat memanfaatkan kegiatan *market day* untuk menunjukkan dukungannya atas proses pendidikan anak-anaknya.
- 5) Guru dan sekolah dapat memanfaatkan wahana *market day* untuk memperkuat soliditas komunitas sekolah. Jika *market day* berlangsung dengan optimal, maka sekian banyak manfaat untuk kepentingan pendidikan di sekolah, bisa sekaligus diraih.
- 6) Kegiatan *market day* juga memiliki fungsi kontrol yang bertujuan untuk mengajarkan kepada anak berjual beli dengan baik.

²⁰ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 23.

²¹ Buchari Alma. *Kewirausahaan*. (Bandung: Alfabeta, 2021), 32.

d. Kelebihan dan Manfaat *Market Day*

Sebagai kegiatan jual beli, *market day* memiliki beberapa kelebihan dan manfaat yaitu sebagai berikut.²²

- 1) Mengembangkan *soft skill* anak seperti keterampilan berwirausaha, kreatif, berani, bertanggung jawab, cakap, teliti, mandiri, tidak mudah putus asa, dan kemampuan bersosialisasi.
- 2) *Market day* dapat membangun nilai-nilai agar peserta didik menjadi penjual/pembeli yang baik dalam berinteraksi, benar dalam menjalankan peran dan melatih karakter penting yaitu sikap jujur. Peserta didik juga belajar bagaimana berjual-beli yang baik dan benar sesuai norma umum dan agama.
- 3) *Market day* sebagai kegiatan jual beli membangun nilai-nilai agar peserta didik menjadi penjual atau pembeli yang baik dalam berinteraksi, benar dalam menjalankan peran dan melatih karakter penting yaitu sikap jujur. Peserta didik juga belajar bagaimana berjual-beli yang baik dan benar sesuai norma umum dan agama.
- 4) Pengalaman belajar yang sangat kaya dalam kegiatan *market day* memberikan pengetahuan baru dan menumbuhkan berbagai sikap mental serta karakter yang berguna bagi masa depan anak. Program ini mengajarkan kegiatan yang konkret, *learning by doing* dan menyenangkan dapat menumbuhkan rasa ketertarikan anak pada bidang-bidang ekonomi, menumbuhkan minat pada dunia wirausaha.²³ Di sisi lain, *Market day* kelak di masa depan juga berimbas pada taraf ekonomi suatu negara, membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf kehidupan setiap individu.

e. Indikator program *Market Day*

Anak memiliki sifat dan kemampuan yang berbeda-beda, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat kematangan dan suatu

²² Nur Hidayah, *Market Day dan Karakter Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2022), 6.

²³ Ibid, 9.

pengalaman yang dimiliki. Begitu juga dalam program *market day* yang sudah dilandasi teori dalam kelas sehingga peserta didik mampu mematangkan konsep menjadi praktik yang baik. Hal ini sejalan dengan argumentasi Noviani, mengenai indikator program *market day* antara lain:²⁴

1) Nilai Kejujuran

Kejujuran adalah salah satu karakter yang wajib dimiliki oleh siapapun apalagi dalam berwirausaha. Eeseorang bersikap jujur tentu akan dipermudah jalan hidupnya, beberapa dampak kejujuran diantaranya lebih mudah dipercaya, tidak akan terjadi konflik yang bisa memutuskan hubungan penjual dan pembeli, dan masih banyak sekali keutamaan memiliki sikap jujur.²⁵ Berperilaku jujur dalam berniaga atau berdagang sudah diperintahkan Allah SWT dalam Al-Quran Surat al-Muthaffifin ayat 1 sampai 3 yang berbunyi:

*“(1) kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (2) (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, (3) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (Al-Quran Surat Al-Muthaffifin Ayat 1 Sampai 3).*²⁶

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya memiliki sikap yang jujur dalam berjualan dan bahkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kegiatan *market day*, anak juga dituntut bersikap jujur dalam bertransaksi. Selain itu, ditemukan adanya anak-anak yang belum begitu memahami konsep transaksi jual beli. Contohnya terdapat anak yang belum mengetahui mata uang yang anak pegang, tetapi anak merasa bahwa dengan uang itu anak dapat membeli semua yang anak mau. Hal ini, karena anak belum

²⁴ Leny Noviani, “Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan di SMA NEGERI 1 Sumberlawang”, *Kewirausahaan dan Bisnis*, 2, No. 3, (2022): 63.

²⁵ Suhardi, Nilai Pendidikan Karakter pada Cerpen Waskat Karya Wisran Hadi, *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2, No. 3, (2018), 29.

²⁶ Al-Qur’an dan terjemahnya dengan literasi, Departemen Agama RI, (Semarang: PT. Karya Toha, 2021)

mengenal konsep mata uang. Dari hal inilah, guru mengajarkan anak secara perlahan mengenai konsep bertransaksi.²⁷ Guru dapat menjelaskan beberapa mata uang yang anak miliki, dan guru juga anak menjelaskan berapa harga dari produk yang akan anak beli. Selain itu ditemukan juga anak yang belum bisa dalam memberi kembalian, tetapi anak akan dipandu oleh guru kelasnya masing-masing agar anak bisa belajar mengenai mata uang itu sendiri.

2) Bertanggung jawab

Bertanggung jawab merupakan tindakan dan kesadaran untuk memenuhi kewajiban atau tugas dengan penuh kesadaran dan dedikasi. Ini berarti bahwa seseorang atau pihak yang bertanggung jawab harus memiliki komitmen untuk:²⁸

- a) Menjalankan tugas sesuai dengan peran dan tanggungjawab yang diberikan.
- b) Mengambil keputusan dengan mempertimbangkan dampak dan konsekuensi dari keputusan tersebut.
- c) Mempertanggung jawabkan tindakan pada pihak terkait, seperti atasan, rekan kerja dan masyarakat.
- d) Menghadapi konsekuensi dari tindakan yang diambil baik yang berarti positif maupun negatif.
- e) Memastikan keadilan dan etika berjalan bersamaan dengan rasa tanggung jawab.

Dari aspek ini peserta didik diharapkan mampu memunculkan rasa bertanggung jawab atas apa yang ia kembangkan, misalkan mereka bertanggung jawab penuh akan jumlah uang hasil penjualan produk mereka.

Di sisi lain, peserta didik harus mengolaborasi program ini dengan sikap kerja keras, pasalnya dalam memasarkan dan meyakinkan pembeli diperlukan keterampilan yang dikatakan tidak mudah. Untuk itu diperlukan latihan dan

²⁷ Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana, 2013), 27.

²⁸ Ojat Darajat, *Pendidikan Kewirausahaan*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013), 66.

kerja keras mulai dari persiapan tempat dan mental ketika berjualan.

3) Kemandirian

Dalam program *market day* diartikan sebagai tingkah keuletan dan kepercayaan diri peserta didik, dimana siswa memiliki *optimisme* dalam *marketing*.²⁹ Menurut Mubasit, kemandirian merupakan sikap yang melekat pada diri seseorang apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk ketika dalam masa mencukupi kebutuhan hidup.³⁰

Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Hal ini nampak ketika penerapan *market day peserta didik* akan berusaha keras dalam berkomunikasi agar produknya laku walaupun banyak saingan penjual siswa pantang menyerah dan menerapkan cara-cara sendiri agar produk dapat terjual habis. Hal ini terlihat siswa memiliki rasa percaya diri dalam meyakinkan pembeli untuk mencoba makanan atau minuman hasil produksinya terlebih dahulu.

Dari sisi lain, diharapkan peserta dapat menjadi mandiri apabila melalui kegiatan berjualan secara individu mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Siswa belajar secara mandiri dalam membuat suatu karya. Selama proses perencanaan hingga evaluasi, siswa dalam kelompoknya memiliki dan menjalankan peran masing-masing. Hal ini didasarkan atas nilai-nilai karakter mandiri seseorang. Menurut Burhan, nilai-nilai karakter mandiri antara lain sebagai berikut.³¹

²⁹ Tista, Studi Eksplorasi Program Market Day Di SD Muhammadiyah Serut Palembang Bantul, *JISPINDO*, 5, No.2, (2019), 105

³⁰ Mubasit, *Kewirausahaan*, (Lampung: Griya Press, 2015), 7.

³¹ Burhan, *Pedoman Tatalaksana Covid-19*, (Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia, 2020), 27.

- a) Etos kerja (kerja keras) merupakan keutuhan kepribadian dirinya serta caranya mengekspresikan, memandang, meyakini, dan memberikan makna ada sesuatu, yang mendorong dirinya untuk bertindak dan meraih perbuatan yang maksimal sehingga antara manusia dengan makhluk lainnya dapat terjalin dengan baik.
- b) Daya juang ialah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu untuk bertahan hidup dalam menghadapi kesulitan dan memiliki kemampuan untuk mengatasinya.
- c) Memiliki kepribadian tangguh ialah karakteristik kepribadian yang menjadikan seseorang menjadi lebih optimis, tahan dan kuat dalam menghadapi masalah dan mengurangi dampak negatif yang dihadapi.
- d) Kreatif (kreativitas) yaitu dapat mengatasi masalah dengan baik dan memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu hal yang baru.
- e) Profesional memiliki arti yaitu ahli dan pakar dalam bidang yang ditekuni atau digelutinya, sehingga professional berarti menjadi ahli dan pakar dalam bidangnya.
- f) Belajar sepanjang hayat ialah suatu persepsi atau konsep belajar yang berkesinambungan dan terus menerus dari lahir sampai akhir hayat, sesuai dengan fase-fase perkembangan pada manusia.

Indikator pembiasaan kemandirian yang ditanamkan sejak dini akan membentuk anak menjadi mandiri, pemberani dan akan sangat bermanfaat pada kehidupan kelak di tengah-tengah masyarakat.³²

³² Agustina, *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0.*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019), 69.

2. Motivasi Berwirausaha

a. Pengertian Motivasi

Setiap individu yang terlahir di dunia pasti memiliki motivasi untuk memperoleh kehidupan yang sukses dan menyenangkan. Tanpa adanya motivasi yang kuat, seseorang tidak akan mampu menunjang dan menggerakkan dirinya menjadi seperti yang dia inginkan. Maka dari itu, sangat penting bagi seorang individu untuk memiliki motivasi dalam hidupnya. Menurut Anwar, motivasi adalah keinginan seseorang yang mendorong untuk beraktifitas karena berharap akan membawa pada keadaan yang lebih memuaskan daripada keadaan sekarang.³³ Dalam hal ini, motivasi dapat dikatakan sebagai dorongan untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai tujuan yang lebih memuaskan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Suryana menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.³⁴ Di sisi lain motivasi juga kerap diartikan sebagai sesuatu hal yang dapat menimbulkan tingkah laku. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, motivasi diartikan sebagai

“dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya”.³⁵

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa Latin, yakni *movere* yang berarti “menggerakkan” (*to move*).³⁶ Definisi lain tentang motivasi menyatakan bahwa motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat *internal* atau *eksternal* bagi seorang individu, yang

³³ Muhammad Anwar, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017), 54

³⁴ Yunus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 99.

³⁵ Qonita Alya, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pendidikan Dasar*, (Jakarta: PT Indah Jaya Adipratama, 2009), 472.

³⁶ Winardi, *Motivasi Pemotivasi dalam Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 1.

menyebabkan timbulkan sikap *antusiasme* dan *persistensi* dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu.

Dapat dipahami bahwa motivasi ialah serangkaian proses psikologi manusia yang menyebabkan atau menimbulkan suatu dorongan sikap *antusiasme* serta *persistensi* dalam melakukan kegiatan dengan sukarela untuk mencapai tujuan dari manusia itu sendiri. Kemudian Sardiman, menyatakan bahwa motivasi adalah terlihatnya perubahan dalam diri pribadi seseorang meliputi energinya dimana terlihat ketika muncul perasaan disertai argumentasi untuk mengapai tujuan.³⁷ Sardiman, disini mengartikan motivasi sebagai suatu proses perubahan dalam diri seseorang dimana perubahan tersebut dalam bentuk suatu perasaan atau dorongan dalam diri ketika seseorang ingin mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian motivasi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu upaya sadar manusia berupa dorongan atau kemauan yang berasal baik dari dalam maupun luar diri manusia untuk mencapai tujuan sehingga manusia tersebut antusias untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang menunjang pencapaian tujuannya tersebut.

b. Jenis-jenis Motivasi

Menurut beberapa psikolog, motivasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:³⁸

1) Motivasi *Intrinsik*

Motivasi *intrinsik* adalah motivasi yang berasal dari diri seseorang itu sendiri tanpa dirangsang dari luar. Motivasi intrinsik juga diartikan sebagai motivasi yang pendorongnya ada kaitan langsung dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam tujuan pekerjaan sendiri.

³⁷ Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 73.

³⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi suatu pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004), 139-140.

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang datang karena adanya perangsangan dari luar. Motivasi ekstrinsik ini juga dapat diartikan sebagai motivasi yang pendorongnya tidak ada hubungannya dengan nilai yang terkandung dalam tujuan pekerjaannya.

c. Fungsi Motivasi

Menurut Alex, ada empat fungsi motivasi dalam proses belajar-mengajar kewirausahaan, yaitu sebagai berikut.³⁹

- 1) Fungsi membangkitkan (*arousal function*) berarti mengajak siswa belajar.
- 2) Fungsi harapan (*expectancy function*) berarti menitikberatkan pada apa yang harus bisa dilakukan setelah berakhirnya pengajaran (kapabilitas baru).
- 3) Fungsi insentif (*incentive function*) bertumpu pada aspek memberikan hadiah pada prestasi yang akan datang.
- 4) Fungsi disiplin (*disciplinary function*) fungsi ini dilakukan dengan menggunakan hadiah dan hukuman untuk mengontrol tingkah laku yang menyimpang.

Secara lebih detail, menurut Wahab, fungsi motivasi sebagai berikut.⁴⁰

1) Motivasi sebagai pendorong perbuatan

Pada mulanya anak didik tidak ada hasrat untuk belajar, tetapi karena ada sesuatu yang dicari muncullah minatnya untuk belajar. Sesuatu yang dicari itu dalam rangka untuk memuaskan rasa ingin tahunya dari sesuatu yang akan dipelajari. Sesuatu yang belum diketahui tersebut akhirnya mendorong anak didik untuk belajar dalam rangka mencari tahu. Sikap itulah yang mendasari dan mendorong ke arah sejumlah perbuatan dalam belajar.

³⁹ Alex, *Management Personalisa*, (Jakarta: Chalia Indonesia, 2012), 68.

⁴⁰ Rohmalina Wahab, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 131.

2) Motivasi sebagai penggerak perbuatan

Dorongan psikologis yang melahirkan sikap terhadap anak didik itu merupakan suatu kekuatan yang tak terbendung, yang kemudian terjelma dalam bentuk gerakan psikofisis.

3) Motivasi sebagai pengarah perbuatan

Anak didik yang mempunyai motivasi dapat menyeleksi mana perbuatan yang harus dilakukan dan mana perbuatan yang diabaikan. Sesuatu yang akan dicari anak didik merupakan tujuan belajar yang akan dicapainya. Tujuan belajar itulah sebagai pengarah yang memberikan motivasi kepada anak didik dalam belajar.

d. Pendidikan Berwirausaha

Pendidikan berwirausaha pada dasarnya diperlukan untuk menunjang kesuksesan dalam suatu usaha. Menurut Syah, pendidikan merupakan sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan.⁴¹ Sementara itu menurut Mudyaharjo, pendidikan merupakan usaha sadar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah, melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan yang berlangsung di sekolah dan diluar sekolah sepanjang hayat, untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat di masa yang akan datang. Pendidikan yang dimiliki seseorang memiliki pengaruh terhadap pengetahuan dan keahlian seseorang.⁴²

Adapun menurut Sugihartono, pendidikan adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar untuk mengubah tingkah laku manusia baik secara individu maupun kelompok untuk mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan terhadap segala perbuatannya.⁴³ Berdasarkan beberapa uraian tersebut dapat

⁴¹ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 10.

⁴² Redja Mudyaharjo, *Pengantar Pendidikan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 11.

⁴³ Sugihartono, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007), 3.

disimpulkan bahwa pendidikan merupakan aktivitas yang secara sadar dilakukan dengan tujuan menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi dalam diri seorang pribadi sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang tersebut mampu mencapai taraf manusia yang berkualitas.

Berwirausaha secara *etimologi* berasal dari kata *entrepreneur* dimana dalam *Oxford Dictionary* dikatakan “A person who organizes and operates a business or businesses, taking on greater than normal financial risks in order to do so”⁴⁴ yang berarti seseorang yang mengorganisasikan dan mengoperasikan suatu bisnis atau beberapa bisnis, untuk mengambil resiko finansial yang lebih besar dari sebelumnya. Adapun berwirausaha secara *terminologi* merupakan sebuah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan, cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang baik serta memperoleh keuntungan yang besar.⁴⁵ Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa berwirausaha merupakan sikap seseorang dalam mendalami suatu bisnis demi mencapai taraf hidup yang lebih sejahtera.

Serian, mengungkapkan pendidikan kewirausahaan merupakan suatu sistem pendidikan yang menanamkan aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik.⁴⁶ Sementara itu menurut Kasmir, pendidikan kewirausahaan adalah pengajaran yang mengubah pola pikir peserta didik dengan melalui pendidikan kewirausahaan siswa mampu termotivasi untuk berwirausaha sendiri.⁴⁷ Dari pernyataan para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan usaha sadar yang disusun dan direncanakan untuk melatih kemampuan seseorang dan mengubah pola pikir manusia dalam menciptakan sesuatu dengan

⁴⁴ *Oxford Learner's Dictionary*, (New York: Oxford University Press, 1999), 517.

⁴⁵ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba, 2009), 43.

⁴⁶ Serian Wijayanto, *Pengantar Entrepreneurship*, (Jakarta: Crasindo, 2009), 49.

⁴⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Jaya Grafindo Persada, 2007), 18.

keaktivitas dan inovasi dalam mengatasi beragam masalah dengan berbagai resiko dan peluang untuk berhasil.

e. Teori Motivasi Berwirausaha Menurut Para Ahli

Beberapa ahli memberikan pendapat tentang teori motivasi dalam berwirausaha, antara lain sebagai berikut.⁴⁸ Menurut Venesaar, motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak didalam diri seorang *entrepreneur* yang menimbulkan kegiatan *entrepreneur* dalam menjamin kelangsungan kegiatan *entrepreneur* dan yang memberi arah pada kegiatan *entrepreneur* tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki tercapai.⁴⁹ Pengertian lain menyebutkan motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha.⁵⁰

Sementara itu menurut Siagian, motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani memberi resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.⁵¹ Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan wirausaha, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi, serta laba dan keuntungan.

Teori Ajzen mengatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi berwirausaha, pendidikan wirausaha yang dalam konteks ini yaitu program *market day* serta kepribadian wirausaha peserta didik, teori ini berasal dari ruang lingkup studi psikologi kewirausahaan dan pendidikan kewirausahaan. Theory of

⁴⁸ Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 1.

⁴⁹ Venesaar, *Student Attitudes and Intention Toward*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 55.

⁵⁰ Priyono, *Kiat Sukses Wirausaha*, (Yogyakarta: Palem, 2005), 77.

⁵¹ Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 95.

planned behavior (TPB) mendeskripsikan bahwa perilaku individu (termasuk perilaku kewirausahaan) dipengaruhi oleh niat mereka untuk melakukan perilaku tersebut. Teori TPB menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berhubungan dengan pendidikan kewirausahaan dan kepribadian wirausaha peserta didik. Dimana pendidikan kewirausahaan dapat mempengaruhi sikap, norma subjektif, dan persepsi control perilaku terhadap kewirausahaan, sementara kepribadian wirausaha mempengaruhi ketiga komponen niat dalam TPB. Sehingga menunjukkan kombinasi pendidikan kewirausahaan yang baik dan karakteristik kepribadian yang sesuai dapat secara signifikan meningkatkan motivasi untuk berwirausaha.⁵²

f. Faktor-faktor Motivasi Berwirausaha

Menurut Susanto, faktor-faktor motivasi berwirausaha terdiri dari beberapa hal sebagai berikut.⁵³

1) Faktor lingkungan

Faktor lingkungan mempunyai peran yang signifikan dalam pembentukan jiwa kewirausahaan, faktor pemicu yang berasal dari lingkungan sosial salah satunya dari dorongan orang tua.

2) Faktor sosiologi

Kondisi sosial juga turut memberikan andil dalam meningkatnya aktivitas kewirausahaan dalam kelompok-kelompok tertentu seperti kaum wanita, minoritas, serta akademisi.

3) Faktor ketersediaan sumber daya

Ketersediaan sumber daya baik alam maupun manusia menjadi modal utama dan menjadi hal yang sangat penting.

4) Faktor personal

Seorang wirausahawan memiliki *locus of control internal* yang lebih tinggi ketimbang seorang non wirausahawan, yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menentukan nasib sendiri.

⁵² Ajzen, *The theory of planned behavior*, (Yogyakarta: Press Media, 1991), 179-211.

⁵³ Adi Susanto, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 39.

5) *Adversity quotient*

Adversity quotient juga menjadi salah satu faktor motivasi berwirausaha. Dalam penelitian yang dilakukan Indrawati menunjukkan bahwa *Adversity quotient* memiliki hubungan yang positif dengan motivasi berwirausaha, yang artinya apabila *Adversity quotient* tinggi maka motivasi berwirausaha juga tinggi.

Motivasi berwirausaha umumnya tidak mudah muncul begitu saja dalam jati diri seorang peserta didik melainkan dibutuhkan stimulus yang sesuai agar motivasi ini dapat ditumbuhkan kembangkan. Motivasi berwirausaha setiap individu dengan individu lainnya pasti berbeda, ada beberapa faktor yang memicu motivasi berwirausaha seseorang, Menurut Suryana, faktor pemicu motivasi berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.⁵⁴

- 1) Faktor internal meliputi hal kepemilikan, kemampuan atau kompetensi, dan insentif.
- 2) Faktor eksternal meliputi lingkungan.

Sementara itu Smith dalam buku Nasution menjabarkan lebih rinci mengenai faktor-faktor pemicu motivasi berwirausaha adalah sebagai berikut.⁵⁵

1) *Inteligensia*

Intelegensia merupakan kemampuan individu secara sadar untuk menyesuaikan pemikirannya terhadap tuntutan baru, yaitu kemampuan penyesuaian mental terhadap masalah dan keadaan baru.

2) Latar belakang budaya

Manusia tidak akan lepas dari lingkungan sekitarnya, sehingga secara tidak langsung tingkah laku mereka dibatasi oleh norma atau nilai budaya setempat.

⁵⁴ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 62.

⁵⁵ Arman Hakim Nasution, *Membangun Spirit Entrepreneur Muda Indonesia*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2001), 6-8.

3) Jenis kelamin

Faktor lingkungan, baik interpersonal maupun kultural, akan menentukan dan membentuk perbedaan sikap dan perilaku antara pria dan wanita.

4) Tingkat pendidikan

Makin tinggi tingkat pendidikan, makin luas wawasan seseorang, dan makin mudah menyesuaikan diri yang akan berpengaruh terhadap perkembangan kepribadian, khususnya jiwa wirausaha.

5) Usia

Kepribadian manusia bersifat dinamis, berkembang sesuai dengan bertambahnya usia. Makin berumur seseorang diharapkan makin mampu bersifat toleran, mampu mengendalikan emosi, dan sifat-sifat lain yang menunjukkan kematangan intelektual dan psikologis.

6) Pola asuh keluarga

Gambaran mengenai bagaimana cara asuh orang tua terhadap anaknya, yaitu bagaimana memperlakukannya, mendidik, membimbing, mendisiplinkan, melindungi anak dalam mencapai tingkat kehidupan agar perilaku anak sesuai dengan norma yang ada.

7) Pola asuh orang tua sangat menentukan pembentukan jiwa wirausaha anak-anak mereka (terutama pada usia 2 hingga 16 tahun). Ada tiga bentuk pola asuh, yaitu otoriter, permisif, dan demokratik.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor pemicu motivasi berwirausaha dikarenakan banyak faktor yang tentu saja berbeda kondisi dari setiap masing-masing individu sehingga mempengaruhi motivasinya, seperti faktor lingkungan, pendidikan, pengalaman, dan sebagainya.

g. Indikator Motivasi Berwirausaha

Motivasi seorang peserta didik untuk memasuki karir wirausaha adalah kerap di pengaruhi oleh beberapa faktor internal ataupun

eksternal. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa variabel motivasi berwirausaha menurut Madistriyanto, adalah sebagai berikut.⁵⁶

1) Komunikasi yang Baik

Implementasi program *market day* dapat dikatakan menjadi tumpuan motivasi berwirausaha peserta didik. Pasalnya ketika aktivitas berjualan berlangsung mereka aktif dalam berkomunikasi dengan siswa sesama siswa, ataupun siswa terhadap guru dalam berinteraksi sebagai penjual dan pembeli.

Peserta didik dilatih bagaimana mereka mendeskripsikan apa yang mereka jual contohnya makan, barang, dan beberapa barang lain yang mereka buat menjadi sebuah karya harus disertakan filosofi pembuatan dan keistimewaan dari produk tersebut. Peserta didik juga mampu melatih teknik mengajak pembeli agar melirik hingga membeli apa yang penjual tawarkan. Karena dalam pedoman berjualan itu kita sebagai penjual harus mampu meyakinkan pembeli akan produk yang kita tawarkan itu berbeda dari yang lain atau memiliki ciri khas tersendiri.⁵⁷

2) Kreativitas

Pada umumnya kreatif diartikan dengan kemampuan untuk mencari peluang usaha atau pekerjaan dengan memanfaatkan seluruh potensi diri dan waktu yang ada. Kreatif muncul tidak karena kebetulan, tetapi sengaja diciptakan. Orang kreatif biasanya memiliki ciri-ciri antara lain: tidak mau diam, banyak inisiatif, serta banyak karya yang diciptakan.⁵⁸

Dalam proses perencanaan program *market day*, peserta didik sudah diberi arahan untuk berkolaborasi bersama orang tua demi menciptakan produk yang akan dipasarkan nanti di sekolah.

⁵⁶ Harries Madistriyanto, *Berani Memulai Berwirausaha*, (Kalimantan: CV. Publisher Multimedia Indonesia, 2020), 87.

⁵⁷ Cholil, Umam, *Modul Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), 29-30.

⁵⁸ Ibid, 150.

Dari hal ini, kreativitas anak dan orang tua harus ditumbuhkembangkan guna menjawab tantangan ekonomi yang semakin meluas dan memiliki nilai jual yang tinggi di kalangan masyarakat kelak. Peserta didik harus benar-benar memperhatikan seperti apa kreativitas yang akan mereka gunakan dalam produknya. Hal ini karena pembeli bukan hanya melihat dari sisi rasa produk yang kita punya, namun mulai dari kreativitas bungkus produk kita, bentuk produk, serta label produk yang bersertifikasi halal.⁵⁹

Dalam proses kegiatan *market day* biasanya guru mengajak anak untuk mendekorasi tempat berjualan anak berdasarkan kelompoknya. Jadi setiap kelompok bertanggung jawab membuat kreasi dekorasi yang sebagus dan semenarik mungkin. Hal ini anak dan gurunya menuangkan ide kreatifnya dalam membuat hiasan sebagus mungkin agar tampak menarik dan membuat teman-teman tertarik untuk mampir ke tempat jualan mereka. Dalam dunia usaha hal ini perlu dilakukan karena hal ini menjadi daya tarik awal para pembeli untuk mampir ke suatu toko. Hal ini hampir sama dengan yang dilakukan anak di sekolah adalah membuat dekorasi sebagus mungkin dengan bantuan guru kelompoknya masing-masing.⁶⁰

Selain itu, tidak hanya berpatok kepada tampilan saja, anak juga diajarkan kreatif untuk selalu memikirkan cara-cara terbaik agar produk yang mereka jual bisa dibeli teman-temannya. Hal ini menunjukkan adanya sebuah proses berpikir yang bertujuan untuk memberikan terobosan-terobosan baru bagi anak dalam lingkup yang sederhana. Hampir sama dengan wirausaha pada umumnya, yang mana sebelum melakukan usaha atau menjual suatu produk, seorang wirausaha harus memilih produk yang tepat yang ditawarkan kepada para pelanggannya.

⁵⁹ Ibid, 30.

⁶⁰ Nur Hidayah, *Market Day dan Karakter Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2022), 33.

Hal ini karena jika produk yang ditawarkan tidak menarik dan tidak dibutuhkan oleh pembeli, penjual akan rugi karena jualannya tidak habis terjual dan bahkan bisa saja tidak laku.

3) Inovasi

Inovasi merupakan sebuah hal baru yang ditemukan seseorang guna melakukan pembaharuan akan produk yang ada.⁶¹ Kepesatan teknologi informasi yang begitu cepat menuntut kita untuk tidak kehabisan pemikiran guna menciptakan suatu hal yang baru, bersifat langka dan diminati banyak khalayak (sedang trending topik).

Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar produk yang ditawarkan laku di pasaran. Inovasi yang dibutuhkan berkaitan dengan kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna atau nilai kemanfaatan terhadap suatu produk untuk menjaga mutunya. Di sisi, lain inovasi ini harus diimbangi dengan memperhatikan teknik *market oriented* atau produk apa yang sedang laku di pasaran.⁶²

Dari aspek ini peserta didik yang berproses dalam program *market day* dituntut agar mereka lebih pandai dalam memanfaatkan kepesatan teknologi informasi guna mencari referensi baru terkait apa yang akan mereka jual di pasaran dan menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen.

3. Kepribadian Wirausaha

a. Pengertian Kepribadian Wirausaha

Penanaman kepribadian kewirausahaan atau *entrepreneurship* merupakan dasar acuan dari penerapan pendidikan kewirausahaan di sekolah. Kepribadian merupakan salah satu faktor yang mendorong individu untuk berwirausaha. Kepribadian merupakan suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan

⁶¹ Cholil, Umam, *Modul Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), 29,

⁶² Ibid, 30.

konsistensi sekaligus individualitas bagi perilaku seseorang.⁶³ Kepribadian dapat diartikan sebagai karakter, sifat, pola pikir dan tingkah laku dari seseorang. Aspek ini bersifat psikofisik dan menunjukkan adanya ciri-ciri khusus yang tidak hanya menyebabkan seseorang melakukan aktivitas dan aktivitas yang diinginkannya, tetapi juga membedakannya dengan orang lain.⁶⁴

Sementara itu menurut Erich From dalam Buchari Alma, kepribadian merupakan keseluruhan kualitas psikis yang diwarisi atau diperoleh yang khas pada seseorang yang membuatnya unik.⁶⁵ Selain itu Sjarkawi, berpendapat bahwa kepribadian adalah karakteristik atau gaya atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan.⁶⁶ Adapun menurut Yusuf, kepribadian merupakan seperangkat asumsi tentang kualitas tingkah laku manusia beserta definisi empirisnya.⁶⁷

Berdasarkan deskripsi tersebut peneliti menyimpulkan bahwa pendidikan kepribadian kewirausahaan pada hakikatnya merupakan penumbuh kembangan karakter *entrepreneurship* melalui sifat dan sikap kewirausahaan seseorang untuk membetuk pengetahuan kewirausahaan dalam pola pikir, sikap dan perilaku yang inovatif serta kreatif dalam perubahan dan kemajuan.

Pengembangan kepribadian dan sikap di tengah terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia maka dengan mengembangkan karakter *entrepreneurship* dalam diri peserta didik ini diharapkan dapat menjadi kerangka berpikir kaum muda untuk menjawab permasalahan ini. Era gobalisasi dan industri 4.0 menjadi tantangan sendiri khususnya bagi sekolah-sekolah untuk dapat menciptakan proses pembelajaran

⁶³ Jess Feist dan Gregory J. Feist, *Teori Kepribadian Edisi 7*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 3.

⁶⁴ Agusmiyati, Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7, No.3, 2018: 878-893.

⁶⁵ Buchari Alma. *Kewirausahaan*. (Bandung: Alfabeta, 2021), 78.

⁶⁶ Sjarkawi, *Pembentukan Kepribadian Anak* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 11.

⁶⁷ Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 5.

yang dapat mencakup pengembangan aspek-aspek kepribadian peserta didik.

Kepribadian *entrepreneurship* dapat memberikan dampak yang sangat baik bagi peserta didik yaitu dapat membentuk sifat dan sikap sebagai seorang *entrepreneur* hingga peserta didik lebih merdeka dan mandiri dalam menentukan pilihan karirnya sebagai seorang yang berwirausaha.

b. Nilai-nilai Kepribadian Wirausaha

Seorang wirausahawan haruslah memiliki watak yang mampu melihat ke depan, yaitu melihat dan berpikir dengan penuh perhitungan, mencari alternatif masalah dan pemecahannya. Menurut Marbun dalam Buchari Alma, dalam penelitian di Amerika Serikat menyebutkan bahwa sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan yakni sebagai berikut.⁶⁸

1) Percaya diri

Sifat percaya diri merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang wirausaha yang berhasil pada umumnya memiliki rasa percaya diri yang cukup tinggi, baik percaya pada kemampuan yang dimiliki maupun percaya terhadap kemajuan usaha yang dijalankannya.

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka memiliki tingkat pertimbangan yang kritis dalam menentukan produk yang akan dijual dan kemasan yang baik dan inovatif.

2) Berorientasi tugas dan hasil

Seorang wirausaha tentu akan berorientasi pada tugas dan hasil guna memperoleh laba atau keuntungan dari kegiatan wirausaha yang dilakukan.

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka akan berorientasi pada tugas dan hasil cenderung memiliki watak tekun, pekerja keras, tabah, energik, penuh inisiatif, serta

⁶⁸ Buchari, Alma. *Kewirausahaan*. (Bandung: Alfabeta, 2021), 52-57.

memiliki motivasi dan tekad yang kuat. Serta memperhatikan laba yang akan diperoleh ketika jualannya dipasarkan.

3) Pengambilan risiko

Keberanian pengambilan sebuah risiko bagi seorang wirausaha merupakan tantangan yang besar dan akan berdampak terhadap usaha yang dimiliki. Sikap keberanian mengambil risiko merupakan hal penting yang harus dimiliki wirausahawan agar usaha yang dimilikinya dapat berjalan dengan maju dan berkembang dengan baik.

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka berani dan tidak malu dalam menjual produknya di khalayak masyarakat dan menerima ketika produknya tidak terjual habis. Serta dapat menerima saran dan kritik dengan lapang dada demi kemajuan usaha yang dimiliki.

4) Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki seorang wirausaha. Pemimpin yang baik umumnya dapat mengarahkan seseorang menuju ke arah tujuan yang hendak dicapai.⁶⁹

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka pemimpin di rumah untuk menentukan produk apa yang akan di buat dan diperjualbelikan besoknya.

5) Keorisinilan

Sifat orisinil merupakan jiwa seorang wirausaha yang perlu memiliki ide dan pendapat yang berdasarkan dari pemikirannya sendiri. Orisinil tidak bermakna baru, akan tetapi merupakan cerminan dari kombinasi baru atau reintegrasi berdasarkan komponen-komponen yang sudah ada.

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka mampu mengkombinasikan produk yang lagi viral dan ditambah

⁶⁹ Conny Semiawan, *Pendidikan Keluarga dalam Era Global*. (Jakarta: PT Preenhalindo, 2010), 35.

dengan inovasi mungkin dari wadahnya atau toping yang akan di berikan pada produknya.

6) Berorientasi ke masa depan

Sifat ini mengacu pada persepsi dan cara pandang seseorang, cara berpikir yang berpacu pada kepuasan pada masa kelak.⁷⁰ Seorang wirausaha yang baik pada umumnya memiliki orientasi dan tujuan jelas ke depan, baik tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Bukti bahwa siswa memiliki sifat ini terlihat ketika mereka mengkonsep tujuan dan orientasi yang jelas sehingga menjadi acuan dalam menentukan langkah dan strategi yang diambil agar mampu mencapai target sesuai dengan tujuan yang direncanakan.

c. Faktor yang berpengaruh terhadap Kepribadian Wirausaha

Kepribadian kerap kali berubah yang disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut Suryana, keberhasilan dalam menumbuh kembangkan kepribadian kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut.⁷¹

1) Kemampuan dan kemauan

Kemampuan dan kemauan berkaitan dengan dorongan seseorang agar memperoleh apa yang diharapkan. Dalam dunia kewirausahaan orang yang memiliki kemauan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2) Tekad yang kuat dan kerja keras

Tekad yang kuat merujuk pada keteguhan hati dan keinginan yang mendalam untuk mencapai tujuan. Kerja keras mengacu pada dedikasi dan usaha yang gigih dalam melaksanakan tugas dengan amanah. Dalam dunia kewirausahaan kedua elemen tersebut

⁷⁰ Cholil, Umam, *Modul Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), 26.

⁷¹ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 108.

adalah fondasi yang penting untuk mengatasi tantangan dan mencapai kesuksesan.

3) Kesempatan dan peluang

Kesempatan diartikan sebagai situasi memungkinkan seseorang untuk memulai sebuah usaha. Sementara itu peluang merupakan kondisi dimana seorang mampu memanfaatkan kesempatan yang ada demi memperoleh keuntungan. Adanya kesempatan dan peluang menawarkan kemungkinan wirausahawan untuk menemukan, menciptakan, dan mengembangkan bisnis yang sukses.

d. Indikator Kepribadian Wirausaha

Indikator kepribadian berwirausaha yang diterapkan pada penelitian ini diadaptasi dari perspektif Meredith, yang menjelaskan bahwa seorang wirausaha harus memiliki kepribadian optimis dan percaya diri, berani mengambil resiko, menyukai tantangan, memiliki jiwa pemimpin, serta berorientasi pada masa depan.⁷²

1) Kepercayaan Diri dan Optimis

Kepercayaan diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu menanggulangi suatu masalah dengan situasi terbaik dan dapat memberikan sesuatu yang menyenangkan bagi orang lain.⁷³ Kepercayaan diri merupakan atribut yang sangat berharga pada diri seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, tanpa adanya kepercayaan diri akan menimbulkan banyak masalah pada diri seseorang. Hal tersebut dikarenakan dengan kepercayaan diri, seseorang mampu untuk mengaktualisasikan segala potensinya. Penuh percaya diri (memiliki kemampuan ketekunan kemantapan dalam melakukan pekerjaan keberanian yang tinggi dalam mengambil risiko dengan perhitungan dengan optimis dengan kepercayaan diri). Dalam hal ini peserta didik dilatih bagaimana caranya percaya diri dalam menawarkan produknya agar laku

⁷² Meredith, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Pustaka Binaman Presindo, 2000), 55.

⁷³ Nur Ghufron, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2011), 34

keras di kalangan siswa-siswa maupun tenaga pendidik dan kependidikan.

Sementara itu *optimisme* adalah keyakinan individu bahwa peristiwa buruk atau kegagalan hanya bersifat sementara, tidak mempengaruhi aktivitas dan tidak mutlak disebabkan diri sendiri tetapi bisa situasi, nasib atau individu lain.⁷⁴ Individu yang optimis menganggap kegagalan disebabkan oleh sesuatu hal yang dapat diubah, sehingga dapat berhasil pada masa-masa mendatang. Individu yang *pesimis* menerima kegagalan sebagai kesalahannya sendiri, menganggapnya berasal dari pembawaan yang telah mendarah daging yang tidak dapat diubah.

Sikap optimis dimaksudkan agar selalu menyertai mereka karena dalam diri peserta didik harus tertanam akan keyakinan kuat agar produknya dikenal banyak warga sekolah dan dipercaya paling memenuhi syarat-syarat produk yang bisa dijual di program *market day*. Sebagai bentuk partisipasi nyata dan tanda bahwa peserta didik sudah membentuk indikator sikap ini nampak pada karakteristik berikut ini.⁷⁵

- a) Peserta didik penuh keyakinan dalam melakukan kegiatan *market day*.
- b) Peserta didik optimis dalam ketekunan pelaksanaan *market day*.
- c) Peserta didik berkomitmen dalam melakukan kegiatan *market day*.
- d) Peserta didik disiplin dalam pelaksanaan kegiatan *market day*.
- e) Peserta didik mampu bertanggungjawab dalam mengambil risiko selama kegiatan *market day*.

⁷⁴ Seligman, *Learned Optimism: How To Change Your Mind and Your Life*. (New York: Pocket Books, 2006), 201.

⁷⁵ Mastuti, *Kiat Percaya Diri*, (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), 50.

2) Berani Mengambil Resiko

Kemampuan untuk membuat keputusan dan melakukan tindakan meskipun ada risiko kegagalan atau kerugian. Hal ini penting karena banyak kesempatan untuk sukses dan pertumbuhan hanya dapat dicapai dengan mengambil risiko.⁷⁶ Dalam berwirausaha tentu ada risiko yang diambil tetapi hal ini layak dilakukan karena setiap memulai usaha atau berwirausaha tentu ada risiko-risiko yang sewaktu-waktu kita harus siap jika terjadi. Mulai dari risiko kerugian uang, waktu dan tenaga. Tetapi dibalik banyaknya risiko jika seorang pengusaha bisa menjalankannya dengan sesuai dan mempertimbangkan berbagai kepuasan dari konsumen hasilnya akan lebih baik dan bahkan tidak jarang banyak pengusaha yang berhasil dan bahkan mendapatkan keuntungan berkali-kali lipat.

Hal ini juga diterapkan guru dalam mengajarkan kepada anak untuk berani mengambil risiko diantaranya adalah anak harus siap jika ada produk jualannya yang kurang diminati oleh teman-temannya. Ketika ada produk yang tidak habis terjual maka anak-anak mencari cara solusi dari masalahnya. Bagaimana cara agar produk yang dijual laku diantaranya adalah dengan menawarkan kembali produk atau jualannya kepada anak-anak yang lain dan jika masih belum juga ada yang mau membeli maka anak-anak akan memberi potongan harga agar lebih murah sehingga dalam proses ini dari hasil pengamatan produk yang dijual oleh anak habis terjual.⁷⁷

3) Menyukai Tantangan

Menyukai tantangan adalah hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah. Tantangan juga berarti rangsangan, rangsangan untuk bekerja lebih giat, rangsangan untuk melakukan hal lebih baik,

⁷⁶ Kartono, *Psikologi Anak*, (Jakarta: Alumni, 2000), 202.

⁷⁷ Leny Noviani, "Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan di SMA NEGERI 1 Sumberlawang", *Kewirausahaan dan Bisnis*, 2, No. 3, (2022): 63.

rangsangan untuk mencapai hal yang lebih tinggi dan lain sebagainya.⁷⁸

Umunya seseorang yang memiliki kepribadian yang sungguh-sungguh mengenai ruang lingkup kewirausahaan pasti ditandai dengan komitmen dan determinasi. Komitmen dan determinasi adalah faktor yang paling penting dibandingkan dengan faktor yang lainnya. Faktor komitmen dan determinasi ini membuat wirausahawan dapat mengatasi hambatan yang ditemui dan dapat menutupi kelemahan dan kekurangannya dalam berwirausaha. Wirausahawan yang sukses memiliki keberanian, disiplin kerja yang tinggi, kerja keras dalam usahanya dan tahan terhadap kesulitan. Hal ini menjadi tolak ukur bahwa peserta didik tersebut menyukai sebuah tantangan demi mencapai masa depan yang lebih baik dan cerah.

Di sisi lain, menyukai tantangan diartikan sebagai salah satu ciri khas kepribadian wirausaha yang menyukai suatu hal baru sebagai mediator guna menjadi wirausaha yang berhasil. Jikalau seseorang tadi sudah mencapai taraf yang diinginkan maka ia akan selalu berlomba-lomba untuk selalu memanfaatkan peluang yang ada walaupun itu harus melewati berbagai badai tantangan.

4) Memiliki Jiwa Pemimpin

Berjiwa kepemimpinan adalah kemampuan bekerja sama dengan orang lain sekaligus melakukan koordinasi tugas dengan satu tim serta dapat mempengaruhi atau memberi contoh kepada orang lain.⁷⁹

Pendapat lain mengatakan bahwa kepemimpinan adalah keterampilan dan kemampuan seseorang mempengaruhi perilaku orang lain, baik yang kedudukannya lebih tinggi maupun lebih rendah daripada nya dalam berfikir dan bertindak agar

⁷⁸ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 199.

⁷⁹ Winardi, *Kepemimpinan dalam Management*, (Jakarta: Aneka Cipta, 1990), 32.

perilaku yang semula mungkin individualistik dan egosentrik berubah menjadi perilaku organisasional.⁸⁰

Sikap kepemimpinan pada dasarnya bisa tumbuh dan dibentuk seiring berjalannya waktu, seorang pemimpin adalah seorang yang terus belajar, karena menjadi pemimpin tidak semudah membalikan telapak tangan, seorang pemimpin harus terus belajar, mulai dari pemimpin negara, pemimpin suatu kelompok seperti ketua kelas bahkan seorang pemimpin juga harus mampu memimpin dirinya sendiri.

Ada banyak sekali sikap kepemimpinan yang ditunjukkan melalui kegiatan *market day* adalah anak belajar bertanggung jawab atas apa yang dilakukan seperti bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugasnya sendiri, karena dalam proses kegiatan *market day* ini anak memiliki perannya masing-masing diantaranya ada yang berperan menjadi penjual, ada yang menjadi pembeli, ada yang turut mengawasi dari hal ini anak terlihat sangat antusias, bersemangat, dan sangat bertanggung jawab atas apa yang sedang anak kerjakan. Selain itu anak sudah bisa memosisikan dirinya selayaknya penjual, bahkan pembeli yang menjunjung nilai kejujuran sebagai benteng kelak ketika menjadi wirausaha yang berpedoman pada dasar-dasar nilai keislaman.

5) Berorientasi Masa Depan

Orientasi masa depan merupakan representasi mental tentang masa depan, yang dibangun oleh individu pada titik-titik tertentu dalam kehidupan mereka dan mencerminkan pengaruh kontekstual pribadi dan sosial.⁸¹

Seorang wirausaha yang baik pada umumnya memiliki orientasi dan tujuan jelas ke depan, baik tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Tujuan dan orientasi yang

⁸⁰ Syafaruddin, *Kepemimpinan Pendidikan Kontemporer*, (Cita Pustaka Media Bandung, 2015) hal. 55

⁸¹ Beal, *The Development of Future Orientation: Underpinnings and Related Constructs, Theses, Dissertations and Student Research* (Jakarta: Department of Psychology, 2011), 54.

jelas dapat menjadi acuan dalam menentukan langkah dan strategi yang diambil sehingga suatu usaha dapat mencapai target sesuai dengan tujuan yang direncanakan.

Ciri khususnya yaitu mengambil inisiatif untuk bertindak dan bukan menunggu sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki terjadi.⁸² Peserta didik juga senantiasa melihat peluang dari produknya ketika nanti dipasarkan di sekolah. Peluang ini dilihat dari mereka memperhatikan kemasannya, membuat hal yang baru untuk diperkenalkan, serta melihat produk apa yang masih jarang diperjual belikan oleh siswa lain. Hal ini membuktikan bahwa peserta didik memiliki pemikiran maju dalam dunia kewirausahaan yang mana secara tidak langsung memicu tumbuhnya kepribadian yang berorientasi pada masa depan.

B. Telaah Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan penelusuran dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai bentuk bukti nyata akan keseriusan dan keabsahan karya tulis ilmiah. Berikut ini beberapa hasil penelitian yang relevan sehingga dapat dijadikan pedoman bahan telaah dan penguat karya tulis ini.

Penelitian pertama oleh She Fira Azka Arifin, Jurnal pendidikan, social dan keagamaan (2023) yang berjudul Implementasi Nilai Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Melalui *Market Day* Pada Era Industri 4.0 (Studi Kasus SDN Pepe Sedati dan MI Darul Hikam Waru). Penelitian ini menyimpulkan bawasanya pelaksanaan kegiatan *market day* di sekolah dasar memiliki banyak variasi. Pelaksanaan kegiatan tersebut terletak pada kekhasan sekolah masing-masing. Sekolah dasar negeri dan madrasah ibtidaiyah merupakan sekolah satu jenjang yang memiliki karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu kegiatan *market day* baik di SDN Negeri Pepe Sedati maupun MI Darul Hikam Waru memiliki konsep pengembangan

⁸² Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 78.

yang berbeda dan bergantung pada ide setiap sekolah. Salah satunya yaitu program bazar inovasi adalah konsep kegiatan *market day* di SD Negeri Pepe Sedati.

Kegiatan *market day* sebagai proses internalisasi nilai-nilai kewirausahaan bagi siswa sekolah dasar yang memiliki kandungan nilai karakter kewirausahaan seperti percaya diri, kemandirian, kepedulian, kerja keras, kerja sama, komunikasi sosial, kreatif dan inovatif, keterbukaan dan orientasi kemas depan, berbudaya, keuletan, berjiwa pemimpin dan sportif, dan berani mengambil resiko.⁸³ Nilai-nilai tersebut juga perlu didukung pengetahuan, kecakapan mengolah informasi dan teknologi. Dengan demikian, *market day* merupakan sarana kegiatan atau program pengembangan keterampilan berwirausaha yang tidak terlepas dari proses kognitif dan pembentukan karakter (afektif). Jenis penelitian ini penelitian deskriptif kualitatif menggunakan teknik *sampling purposive sampling* dan *snowball sampling* sedangkan teknik analisa data meliputi tahap data *reduksi, data display, verification* atau *conclusion drawing*.

Penelitian kedua oleh (2023) dengan judul Upaya penanaman jiwa entrepreneurship melalui kegiatan *market day* di SD Islam Nurul Izzah kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan Upaya menanamkan jiwa *Enterpreneurship* melalui *market day* di SD Islam Nurul Izzah Kota Malang melalui 3 tahap diantaranya tahap produksi, pemberian informasi kepada wali peserta didik dan seluruh masyarakat sekolah sebagai *Steak Holder*.⁸⁴ Sehingga tercipta nilai-nilai kewirausahaan yang meliputi kemampuan mandiri, tanggung jawab, keyakinan diri, kepemimpinan, kerjasama, motivasi berprestasi, nilai-nilai keagamaan, dan keberanian dalam mengambil risiko. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis metodologi studi kasus. Tujuannya agar memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang dialami

⁸³ She Fira Azka Arifin, "Implementasi Nilai Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Melalui *Market Day* Pada Era Industri 4.0", *Pendidikan, Social dan Keagamaan*, 21, No. 2 (2023): 850.

⁸⁴ Silmi Farichah, "Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan *Market Day* di SD Islam Nurul Izzah kota Malang", *Management dan ilmu pendidikan*, 5, No. 2 (2023): 934.

oleh subjek penelitian melalui deskripsi verbal dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks alamiah.

Penelitian ketiga oleh Rina (2022) yang berjudul Pengaruh kegiatan *market day* sejak dini terhadap minat entrepreneur di SDIT Cendekia Taka. Hasil penelitian membuktikan bahwa dalam pelatihan pemilihan strategi bisnis yang tepat bagi generasi muda pada siswa dan siswi Sekolah dasar Islam Terpadu (SDIT) Cendekia Taka diikuti dengan jumlah peserta sebanyak 50 siswa saat evaluasi hasil membuktikan bahwa sebesar 70% siswa dan siswi sudah dapat menentukan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini di masa Pandemi Covid.⁸⁵ Sedangkan 30% siswa dan siswi masih berkeinginan untuk melanjutkan studi lagi pada jenjang sarjana. Kemudian untuk tingkat pemahaman akan materi yang disampaikan diperoleh hasil sebesar 80 % siswa dan siswi sangat menyukai materi yang disampaikan. 15 % menyukai materi dan 5% masih sulit untuk menangkap materi yang disampaikan. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sample sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian keempat oleh Asrofi, dan Mustikawati (2020) berjudul *Menumbuhkan literasi keuangan melalui program market day di SDIT lukman al-hakim internasional*. Hasil penelitian membuktikan bahwa program *market day* secara keseluruhan digunakan sebagai salah satu upaya untuk menumbuhkan literasi keuangan.⁸⁶ Program *market day* merupakan sarana pembelajaran literasi keuangan bagi peserta didik, sarana untuk mengajarkan pentingnya rencana jangka menengah (menabung), dan sebagai sarana untuk belajar berhemat, serta sarana untuk belajar berderma sejak usia sekolah dasar. Desain penelitian ini adalah studi kasus metode penelitian kualitatif yang dilakukan secara intensif dan mendetail terhadap

⁸⁵ Rina Sri Wahyuni, "Pengaruh Kegiatan *Market Day* Sejak Dini Terhadap Minat Entrepreneur di SDIT Cendekia Taka", *Inkam*, 1, No. 1 (2022): 16.

⁸⁶ Muhammad Asrofi, "Menumbuhkan Literasi Keuangan Melalui Program *Market Day* di SDIT Lukman Al-Hakim Internasional", *Studi Islam*, X, No.2, (2020): 188.

suatu kasus, yang bisa berupa peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan untuk mengungkap atau memahami suatu hal.

Penelitian kelima oleh Letty (2020) yang berjudul Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program *Market Day* di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa. Berdasarkan hasil temuan ini mengemukakan bahwa Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: 1) Ada pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Bhakti Utama Bandar Lampung. Motivasi wirausaha siswa akan semakin tinggi setelah mendapatkan pendidikan kewirausahaan melalui penerapan nilai-nilai kewirausahaan di dalam kelas akan mempengaruhi dan menambah motivasi siswa dalam berwirausaha; 2) Ada pengaruh kepribadian wirausaha terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Bhakti Utama Bandar Lampung. Hal ini terlihat semakin tinggi seseorang mempunyai sifat atau kepribadian wirausaha dalam dirinya, seseorang tersebut akan mendapatkan dorongan atau motivasi dalam diri untuk memulai berwirausaha; 3) Ada pengaruh program market day di sekolah terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Bhakti Utama Bandar Lampung. Hal ini terlihat apabila semakin siswa mamahami serta melaksanakan dengan baik program market day, siswa akan termotivasi untuk memilih berwirausaha dalam pilihan karirnya karena telah melewati proses pembekalan dan pelatihan berwirausaha melalui program *market day* di sekolah.⁸⁷ Metodologi penelitian tersebut menggunakan deskriptif verifikatif diiringi dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 78 siswa dan sampel sebanyak 65 siswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan *simple random sampling*.

Kesimpulan dari kelima penelitian terdahulu yang mengkaji tumpuan referensi karya tulis ilmiah ini membenarkan bahwa program *market day* merupakan jembatan ekstrakurikuler yang mulai banyak dilirik

⁸⁷ Letty Meisitha, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program *Market Day* di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa", *Economic Education*, 3, No. 1 (2020): 23.

oleh lembaga-lembaga sekolah lain karena program ini mampu mengajak peserta didik belajar akan praktik kewirausahaan sejak dini dari pada diberikan materi atau teori pembelajaran terus menerus. Kelima referensi tersebut mengatakan bahwa kepribadian wirausaha peserta didik dipengaruhi oleh program *market day* dan motivasi berwirausaha yang diunggulkan tiap lembaga dan pastinya memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam proses aktualisasinya.

Pembeda penelitian ini dengan beberapa referensi tersebut yakni peneliti mengambil data dari lembaga pendidikan yang memiliki moto generasi Qurani dan *entrepreneur*. Jadi diharapkan siswa bukan hanya matang akan aspek religiusnya saja melainkan aspek psikomotorik atau praktik yang secara tidak langsung nantinya memicu kemunculan kepribadian wirausahanya. Bahkan MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo juga memasukan program *market day* menjadi sebuah mata pelajaran wajib sehingga peserta didik memperoleh kematangan materi dan praktik yang komplit. Sedangkan jenis penelitiannya yaitu kuantitatif dan berbeda dari kebanyakan peneliti yang memakai tema ini dengan metodologi kualitatif.

Subjek penelitiannya dari beberapa referensi tersebut umumnya membahas mengenai peserta didik pada tingkat sekolah SMP atau SMA, di mana memang kewirausahaan ini sudah tidak asing lagi bagi kalangan tersebut. Namun dalam tingkat pendidikan dasar program yang mengugah semangat kewirausahaan dan memproyeksikan mereka berjiwa bisnis sejak dini masih jarang ditemukan. Untuk itu penelitian ini semakin menarik dan layak untuk diteliti lebih lanjut.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis sebuah pertautan antar variabel yang akan diteliti.⁸⁸ Jadi secara teoretis perlu dijelaskan hubungan antar variabel

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*

independen dan dependen. Kerangka berpikir dalam sebuah penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih.

Penanaman kegiatan pembelajaran *market day* juga berhubungan dengan peningkatan aspek kecerdasan interpersonal terutama dalam menanamkan jiwa kewirausahaan anak sejak usia dini merupakan upaya yang sangat bagus untuk melatih kegiatan langsung dalam berwirausaha, agar kelak bisa menjadi orang yang sukses.⁸⁹ Dalam kegiatan *market day* juga tertanam jiwa kemandirian pada anak, agar anak dapat bersosialisasi, beradaptasi dengan teman-temannya. Penerapan kegiatan *market day* pada anak usia dini sangatlah penting untuk meningkatkan kecerdasan interpersonal anak itu sendiri agar tertanam dalam jiwa seorang anak mengenai jiwa kewirausahaan melalui kegiatan *market day* yang akan tertanam hingga kelak mereka dewasa.

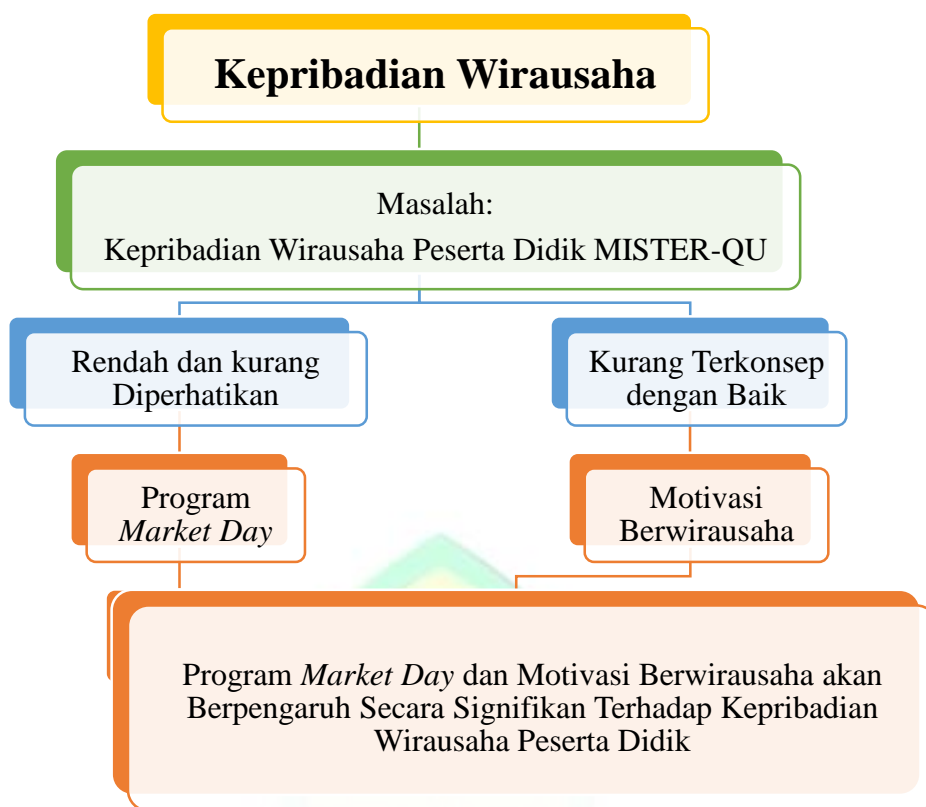
Kegiatan pembelajaran *market day* yang dilakukan sejak usia dini akan lebih memudahkan orang tua maupun guru, karena pada usia ini anak akan lebih mudah diarahkan dan dibiasakan untuk belajar mandiri ketika menggunakan uang sesuai kebutuhan. Ketika penerapan kegiatan *market day* pendidikan mengupayakan menanamkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan kecerdasan *interpersonal* dalam aspek motivasi berwirausaha dan kepribadian wirausahanya ini akan lebih cepat dipelajari segala hal yang nyata yang ada disekitarnya. Jadi, seorang guru maupun orang tua harus memanfaatkan masa ini semaksimal mungkin melalui kegiatan *market day* dalam meningkatkan kecerdasan *interpersonal* terutama pada perkembangan nilai-nilai kewirausahaan melalui kegiatan *market day* yang mana erat dengan aspek motivasi berwirausaha dan kepribadian wirausahanya.⁹⁰

Dalam hal ini kerangka pikir peneliti yang mengolaborasikan dengan berbagai teori guna membuktikan aspek berpengaruh atau tidaknya yaitu sebagai berikut:

(Bandung: Alfabeta, 2016), 60

⁸⁹ Kintoko, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: UPY Press, 2020), 89.

⁹⁰ Nur, Hidayah, *Market Day dan Karakter Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2022), 12.



Gambar 2.1

Kerangka Pikir

Berdasarkan bagan tersebut, maka dapat diketahui bahwa kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika program *market day* dan motivasi berwirausaha kurang mendukung, maka kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo belum terwujud atau tidak berpengaruh.
2. Jika program *market day* dan motivasi berwirausaha sangat mendukung, maka kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo sudah terwujud atau bisa dikatakan sangat berpengaruh secara signifikan.

D. Hipotesis Penelitian

Dari kejian teori yang ada peneliti menarik hipotesis penelitian sebagai berikut.

- Ho : Tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara program *market day* terhadap kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
- H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara program *market day* kepribadian wirausaha motivasi berwirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
- Ho : Tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
- H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
- Ho : Tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.
- H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat *positivisme*.⁹¹

Secara lebih spesifik, penelitian ini menggunakan jenis penelitian *ex post facto*. *Ex post facto* merupakan salah satu dari beberapa metode penelitian yang termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Penelitian *ex post facto* (*ex post facto research*) meneliti tentang variabel yang kejadiannya sudah terjadi sebelum penelitian dilaksanakan yang mana salah satunya adalah meneliti hubungan sebab akibat yang tidak dimanipulasi atau diberi perlakuan (dirancang dan dilaksanakan) oleh peneliti.⁹²

Penelitian *ex post facto* juga disebut dengan penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif adalah penyelidikan empiris yang sistematis di mana ilmuwan tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena eksistensi dari variabel tersebut telah terjadi atau karena variabel tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi.⁹³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo yang beralamatkan di Jl. Kyai Mojo, Kecamatan Kauman,

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 14.

⁹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 17.

⁹³ Ratna Wijayanti, *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 13–14.

Kabupaten Ponorogo. Penelitian dilaksanakan pada pembelajaran semester genap tahun ajaran 2023/ 2024, tepatnya pada bulan Januari 2024 sampai Juni 2024. Pada bulan Januari peneliti menemui Kepala Madrasah untuk meminta izin melakukan penelitian sekaligus wawancara kepada Kepala Madrasah, wali kelas V dan peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Sementara itu pada tanggal 10 Juni peneliti melakukan validasi instrumen angket kepada kelas V untuk mengetahui valid tidaknya instrumen yang telah dibuat. Setelah melakukan uji coba validasi angket, peneliti membagikan kembali angket yang sudah valid kepada semua sampel untuk dilakukan teknik analisis.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dimana ditetapkan langsung oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁹⁴ Pada penelitian ini populasi terdiri dari seluruh siswa kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo dengan rincian dua kelas dalam satu angkatan, dimana (5A = 21 siswa, 5B = 14 siswi). Dengan jumlah total seluruhnya ada 35 peserta didik yang digunakan sebagai populasi penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁹⁵

Teknik menentukan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah dengan tipe *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* merupakan teknik dimana peneliti melakukan pengambilan

⁹⁴ Deni Darmawa, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 137.

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 81.

sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.⁹⁶ Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 35 sampel peserta didik laki-laki dan perempuan.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian yang diteliti.⁹⁷ Dalam memudahkan untuk mengetahui yang terdapat dalam variabel penelitian, maka peneliti memaparkan operasional variabel sebagai berikut.

1. Program *Market Day*

Kegiatan yang merupakan salah satu bentuk inovasi sekolah dalam upaya mengembangkan minat, bakat dan keterampilan siswa dalam wirausaha yang ditumbuhkan sejak dini yaitu sejak usia sekolah dasar. Titik fokus program ini bertumpu pada bagaimana peserta didik mampu menumbuhkan jiwa bertanggung jawab, kemandirian dan *entrepreneurship*.

2. Motivasi Berwirausaha

Motivasi merupakan dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam aspek komunikasi yang baik, jiwa inovasi yang tinggi serta kreativitas yang mumpuni guna menjawab tantangan ekonomi dunia.

3. Kepribadian Wirausaha

Kepribadian kewirausahaan pada hakikatnya merupakan penumbuhkembangan karakter *entrepreneurship* melalui sifat dan sikap kewirausahaan seseorang untuk membetuk pengetahuan kewirausahaan dalam pola pikir, sikap dan perilaku yang inovatif serta kreatif dalam perubahan dan kemajuan. Aspek yang dititikberatkan pada penelitian ini terkait kepribadian wirausaha peserta didik yaitu

⁹⁶ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 123.

⁹⁷ Bambang Sudaryana, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Sleman: CV. Budi Utama, 2022), 263.

bagaimana tingkat kepercayaan dan optimisnya, sifat berani mengambil risiko, menyukai tantangan, mempunyai jiwa pemimpin serta berorientasi pada masa depan.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan reliabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui:

a. Kuisisioner

Kuisisioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.⁹⁸ Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup, yakni angket yang telah dilengkapi dengan pilihan jawaban sehingga peserta didik hanya memberi tanda pada jawaban yang telah dipilih.

Penyusunan angket pada penelitian ini berbentuk skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁹⁹ Berikut pemberian skor untuk setiap jenjang skala *likert* baik itu pernyataan yang positif ataupun negatif.

Tabel 3.1
Kuisisioner Penelitian

KRITERIA	SKOR PERNYATAAN	
	POSITIF	NEGATIF
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Mulyatiningsih (2012)¹⁰⁰

⁹⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 194.

⁹⁹ Firmansyah, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, (Jakarta: Qiara Media, 2019), 79.

¹⁰⁰ Mulyatiningsih, *metodologi Penelitian Terapan*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), 29.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan sehingga terjadi proses tanya jawab antara peneliti dengan sumber informasi. Sumber informasi yang dimaksud yaitu ketua yayasan, kepala sekolah, tenaga pendidik dan kependidikan serta peserta didik MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dan data yang relevan untuk penelitian.¹⁰¹ Metode ini dilakukan dengan mengambil dokumen atau data-data yang mendukung penelitian yaitu daftar nama siswa yang menjadi sampel penelitian dan gambaran umum lokasi penelitian.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan dalam kegiatan penelitian. Instrumen penelitian berfungsi untuk mengukur fenomena alam maupun sosial (variabel penelitian) yang diamati.¹⁰² Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Data tentang program *market day* peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo
- b. Data tentang motivasi berwirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo
- c. Data tentang kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Adapun kisi-kisi angket program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha adalah sebagai berikut.

¹⁰¹ Ridwan, *Metode & Teknik Penyusunan Tesis* (Bandung: Alfabeta, 2006), 105

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 102.

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel penelitian	Indikator	Butir		Referensi
			+	-	
1	Program <i>Market Day</i> (X1)	Nilai Kejujuran	1, 2, 3	4	Leny Noviani, “Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan di SMA NEGERI 1 Sumberlawang”, <i>Kewirausahaan dan Bisnis</i> , 2, No. 3, (2022)
		Bertanggung Jawab	5, 6, 7	8	
		Kemandirian	9, 10, 12	11	
2	Motivasi Berwirausaha (X2)	Komunikasi yang Baik	1, 3	2	Harries Madistriyanto, <i>Berani Memulai Berwirausaha</i> , (Kalimantan: CV. Publisher Multimedia Indonesia, 2020)
		Kreativitas	4, 5, 7	6	
		Inovasi	8, 10, 11	9	
3	Kepribadian Wirausaha (Y)	Kepercayaan Diri dan Optimis	1, 3, 5	2, 4	Meredith, <i>Kewirausahaan: Teori dan Praktik</i> , (Jakarta: Pustaka Binaman Presindo, 2000)
		Berani Mengambil Risiko	6, 8	7	
		Menyukai Tantangan	9, 10	11	
		Memiliki Jiwa Pemimpin	12, 13	14	
		Berorientasi Masa Depan	15, 16	17	

F. Validasi dan Reliabilitas

1. Uji Validasi

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki tingkat kevalidan yang rendah.¹⁰³ Peneliti menggunakan SPSS versi 25 dalam mengukur validitas instrumen penelitian.

¹⁰³ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012), 168.

Pengujian validasi yang mengorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.¹⁰⁴

a. Kriteria pengujiannya yaitu:

Ho diterima apabila r hitung $>$ r tabel, (alat ukur yang digunakan valid atau sah).

Ho ditolak apabila r statistik \leq r tabel, (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah).

b. Cara menentukan besar nilai R tabel

R tabel ditentukan dengan membaca tabel nilai R untuk N 30 dengan signifikansi 5% (tingkat kepercayaan 95% atau alpha 0,05) pada distribusi r tabel *product moment*. Maka dalam uji validitas penelitian ini ditentukan nilai r tabel adalah sebesar 0,361.

Tabel 3.3
Validitas Pengaruh Program *Market Day*

Variabel	No. Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Program <i>Market Day</i>	1	0,361	0,379	Valid
	2	0,361	0,458	Valid
	3	0,361	0,547	Valid
	4	0,361	0,524	Valid
	5	0,361	0,428	Valid
	6	0,361	0,638	Valid
	7	0,361	0,497	Valid
	8	0,361	0,451	Valid
	9	0,361	0,455	Valid
	10	0,361	0,568	Valid
	11	0,361	0,343	Tidak Valid
	12	0,361	0,237	Tidak Valid

Dapat diketahui dari tabel 3.3 bahwa sebanyak 12 soal instrumen angket dinyatakan valid, yaitu item nomor 1-10. Sementara itu sebanyak 2 soal instrumen angket dinyatakan tidak valid, diantaranya item nomor 11, dan 12.

¹⁰⁴ Nilda, *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan menggunakan SPSS*, (Jakarta: Mediapress, 2021), 23.

Tabel 3.4
Validitas Pengaruh Motivasi Berwirausaha

Variabel	No. Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Motivasi Berwirausaha	1	0,361	0,619	Valid
	2	0,361	0,441	Valid
	3	0,361	0,418	Valid
	4	0,361	0,754	Valid
	5	0,361	0,427	Valid
	6	0,361	-0,141	Tidak Valid
	7	0,361	0,692	Valid
	8	0,361	0,661	Valid
	9	0,361	0,409	Valid
	10	0,361	0,617	Valid
	11	0,361	0,714	Valid

Dapat diketahui dari tabel 3.4 bahwa sebanyak 10 soal instrumen angket dinyatakan valid, diantaranya item nomor 1, 2, 3, 4 dan lain-lain. Sementara itu sebanyak 1 soal instrumen angket dinyatakan tidak valid, diantaranya item nomor 6.

Tabel 3.5
Validitas Pengaruh Kepribadian Wirausaha

Variabel	No. Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Kepribadian Wirausaha	1	0,361	0,465	Valid
	2	0,361	0,425	Valid
	3	0,361	0,589	Valid
	4	0,361	0,502	Valid
	5	0,361	0,394	Valid
	6	0,361	0,455	Valid
	7	0,361	0,608	Valid
	8	0,361	0,476	Valid
	9	0,361	0,506	Valid
	10	0,361	0,610	Valid
	11	0,361	0,443	Valid
	12	0,361	0,399	Valid
	13	0,361	0,469	Valid
	14	0,361	0,519	Valid
	15	0,361	0,424	Valid
	16	0,361	0,372	Valid
	17	0,361	0,310	Tidak Valid

Dapat diketahui dari tabel 3.5 bahwa sebanyak 17 soal instrumen angket dinyatakan valid, diantaranya item nomor 1- 16. Sementara itu sebanyak 1 soal instrumen angket dinyatakan tidak valid, yaitu item nomor 17.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Reliabel disebut juga konsisten. Di sisi lain, instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama pula.¹⁰⁵

Adapun kriteria pengujian tingkat reliabelitas, sebagai berikut.

- a. Jika nilai Cronbach's alpha > tingkat signifikan (0,60), maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's alpha < tingkat signifikan (0,60), maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3.6

Uji Reliabilitas Item Instrumen Penelitian

Variabel	Nomor Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Program <i>Market Day</i>	10	0,663	Reliabel
Motivasi Berwirausaha	10	0,730	Reliabel
Kepribadian Wirausaha	16	0,770	Reliabel

Dapat diketahui dari tabel dengan menggunakan Cronbach's Alpha bahwa ketiga item variabel penelitian memiliki angka lebih besar dari pada 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua itemnya variabel dinyatakan lulus uji data reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 121.

secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data ke dalam unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.¹⁰⁶

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan menggunakan beberapa uji yang dilakukan, diantaranya.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu penyebaran data. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan untuk statistik berjenis parametrik. Sementara itu bila tidak berdistribusi normal, maka dapat digunakan untuk statistik berjenis nonparametrik.¹⁰⁷

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengujian normalitas dengan rumus uji *kolmogrov-smirnov*.

$$D = | F_s(X) - F_t(X) | \max$$

Keterangan:

$F_s(X)$: distribusi frekuensi kumulatif sampel

$F_t(X)$: distribusi frekuensi kumulatif teoretis

Kesimpulan dalam uji normalitas, yaitu:

- 1) Nilai sig. Atau nilai probabilitas < 0.05, maka distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai sig. Atau nilai probabilitas > 0.05, maka distribusi data adalah normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bermaksud untuk mengetahui apakah sebaran data yang diuji mempunyai sebaran bernilai sesuai dengan garis linier atau tidak. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara

¹⁰⁶ Sugiyono, *Metode Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

¹⁰⁷ Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 153.

signifikan. Uji linieritas dilakukan dengan pengujian pada SPSS versi 25 dengan menggunakan test for linearity pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikasinya lebih dari 0,05.¹⁰⁸

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan bantuan perhitungan program SPSS versi 25.

d. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sama atau tidaknya varian pada penelitian 1 dengan yang lain. Hal ini digunakan untuk menghindari adanya homoskedastisitas atau kesamaan, sehingga dalam penelitian regresi linier berganda perlu diadakan uji heteroskedasitas. Uji ini dilakukan dengan bantuan perhitungan program SPSS versi 25.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan bagian uji asumsi klasik dimana jika terdapat kasus data yang menunjukkan adanya autokorelasi maka dapat mengakibatkan ketidakakuratan dalam hasil perhitungan. Autokorelasi dapat terjadi jika pengukuran variabel dilakukan dalam interval tertentu. Data perhitungan dikatakan mengalami autokorelasi jika nilai p mendekati 1 atau -1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, dapat menggunakan metode *geary*, uji *run test*, uji *durbin watson*, dan uji *breusch-godfrey*. Adapun uji autokorelasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji *durbin watson*.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

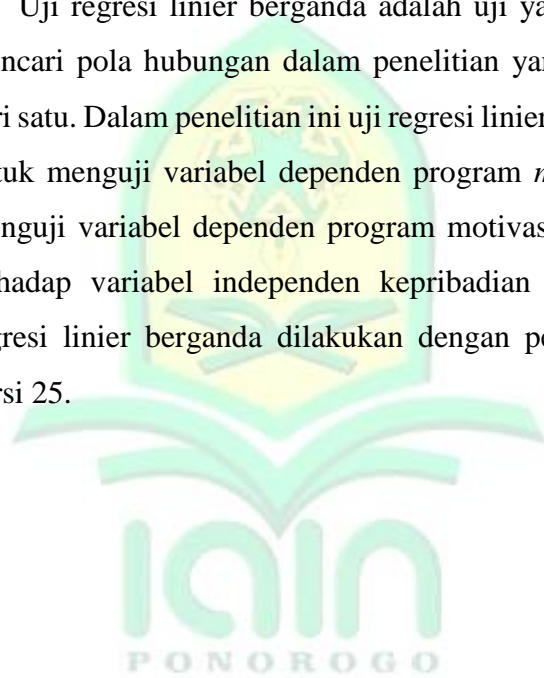
Uji regresi linier sederhana adalah uji yang digunakan untuk

¹⁰⁸ Indra Jaya, *Penerapan Statistik untuk Pendidik*, (Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013), 252-253.

mencari pola hubungan antara variabel dependen (bebas) dan variabel independen (terikat).¹⁰⁹ Dalam penelitian ini uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji variabel dependen program *market day* (X1) terhadap variabel independen kepribadian wirausaha (Y) dan menguji variabel dependen program motivasi berwirausaha (X2) terhadap variabel independen kepribadian wirausaha (Y). Uji regresi linier sederhana dilakukan dengan pengujian pada SPSS versi 25.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah uji yang digunakan untuk mencari pola hubungan dalam penelitian yang variabelnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji variabel dependen program *market day* (X1) dan menguji variabel dependen program motivasi berwirausaha (X2) terhadap variabel independen kepribadian wirausaha (Y). Uji regresi linier berganda dilakukan dengan pengujian pada SPSS versi 25.



¹⁰⁹ Fridayana, *Analisis Regresi dengan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 5.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo yang lebih dikenal dengan sebutan MI Terpadu Tahfidz Entrepreneur Qurrota A'yun (Mister-Qu) mulai berdiri sejak tahun 2017. Mister-Qu berada dalam yayasan Qurota A'yun Ponorogo. MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) yang berada di Jl. Kyai Mojo Kuman Ponorogo Jawa Timur.

Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo merupakan sekolah entrepreneur pertama di Ponorogo. Mister-Qu memiliki berbagai program unggulan yaitu *market day*, *bussines day* di tempat umum, presentator cilik, *camp Qur'an*, membuat bisnis plan, membuat blog pribadi, diary Mister-Qu, *Outdoor learning*, *outbond training*, tahfizh takhasus, dan pembelajaran renang dan bela diri.¹¹⁰ Dengan jaminan kualitas yang diberikan MisterQu yaitu hafal 2 juz Al-Qur'an dan 10 hadist arbain, menegakkan shalat 5 waktu, mempunyai jiwa entrepreneur, berakhlakul karimah, mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, tartil membaca Al-Qur'an, dan menguasai kemampuan bela diri.

Sebagai salah satu lembaga pendidikan, Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo memiliki visi, misi, serta tujuan. Visi Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo yaitu membentuk Generasi Qur'ani dan *Entrepreneur*. Misi Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo adalah menjadikan lembaga pendidikan yang berwawasan intelektual dan global, membimbing siswa untuk mencintai Al-Qur'an, membimbing siswa berakhlak Islami, serta membimbing siswa untuk memiliki keterampilan hidup (*life skill*) dan jiwa *entrepreneur*.¹¹¹ Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo adalah cita-cita besar dan mimpi Mister-Qu untuk

¹¹⁰ Wawancara dengan Kepala Misterqu, Ibu Lia Anies Winianti pada tanggal 23 Oktober 2023 pukul 08. 20 WIB di ruangan kepala sekolah.

¹¹¹ Wawancara dengan Wali Kelas V, Ibu Kumala pada tanggal 23 Oktober 2023 pukul 09. 30 WIB di ruangan kelas V.

melahirkan generasi muslim *entrepreneur* masa depan yang berjiwa Qur'ani.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

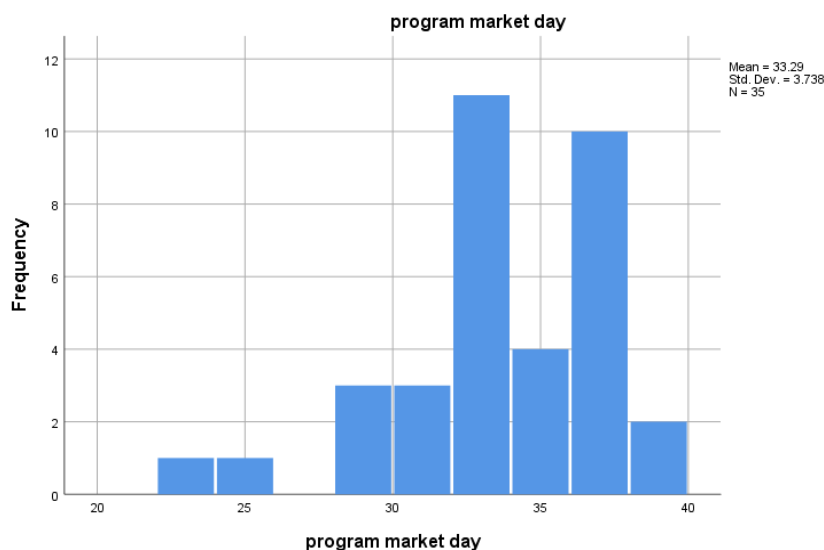
1. Deskripsi data tentang program *market day*

Deskripsi data ini memiliki tujuan untuk memerikan gambaran data tentang program *market day* pada kelas V MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Data yang diperoleh yaitu dengan menyebarkan kuisisioner berjumlah 10 item pernyataan kepada semua peserta didik kelas V yang berjumlah 35 anak. Adapun hasil angket dan output histogramnya sebagaimana berikut.

Tabel 4. 1
Frekuensi Program *Market Day*

Nilai Angket	Frekuensi
23	1
24	1
28	2
29	1
30	1
31	2
32	4
33	7
34	2
35	2
36	3
37	7
38	1
39	1

Dari tabel 4.1 dapat bahwa peserta didik yang mendapatkan nilai tertinggi dari hasil angket program *market day* yaitu 39, sementara itu nilai terendah dari angket ini yaitu 23.



Gambar 4. 1
Histogram Program *Market Day*

Histogram 4.1 menunjukkan perhitungan distribusi frekuensi nilai angket pada variabel program *market day*. Dari histogram tersebut dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi total atau $N = 35$ peserta didik. Nilai mean yang diperoleh = 33,29, sementara itu Standar Deviasi = 3,738.

Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel program *market day* juga harus diperhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan dalam menopang program ini. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator nilai kejujuran berpengaruh sebesar 88,93%. Untuk indikator bertanggung jawab = 81,43%, sedangkan indikator kemandirian = 75,36%.

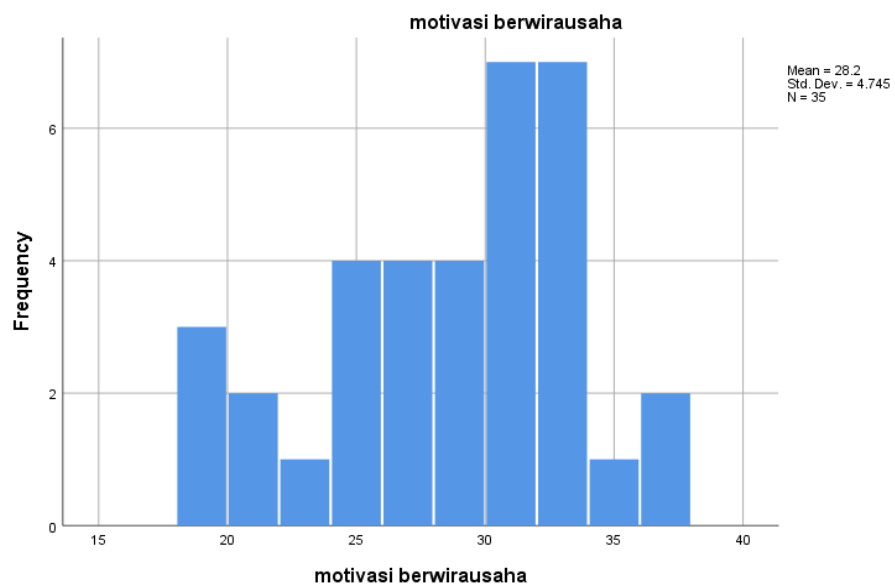
2. Deskripsi data tentang motivasi berwirausaha

Deskripsi data ini memiliki tujuan untuk memerikan gambaran data tentang motivasi berwirausaha pada kelas V MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Data yang diperoleh yaitu dengan menyebarkan kuisioner berjumlah 10 item pernyataan kepada semua peserta didik kelas V yang berjumlah 35 anak. Adapun hasil angket dan output histogramnya sebagaimana berikut.

Tabel 4. 2
Frekuensi Motivasi Berwirausaha

Nilai Angket	Frekuensi
19	3
21	2
23	1
24	1
25	3
26	2
27	2
28	3
29	1
30	2
31	5
32	5
33	2
34	1
36	2

Dari tabel 4.2 dapat bahwa peserta didik yang mendapatkan nilai tertinggi dari hasil angket motivasi berwirausaha yaitu 36, sementara itu nilai terendah dari angket ini yaitu 19.



Gambar 4. 2
Histogram Motivasi Berwirausaha

Histogram 4.2 menunjukkan perhitungan distribusi frekuensi nilai angket pada variabel motivasi berwirausaha. Dari histogram tersebut dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi total atau $N = 35$ peserta didik.

Nilai mean yang diperoleh = 28,2, sementara itu Standar Deviasinya = 4,745.

Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel motivasi berwirausaha juga harus diperhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator komunikasi yang baik sebesar 71,67%. Untuk indikator kreatifitas = 71,90%, sedangkan indikator inovasi = 68,57%.

3. Deskripsi data tentang kepribadian wirausaha

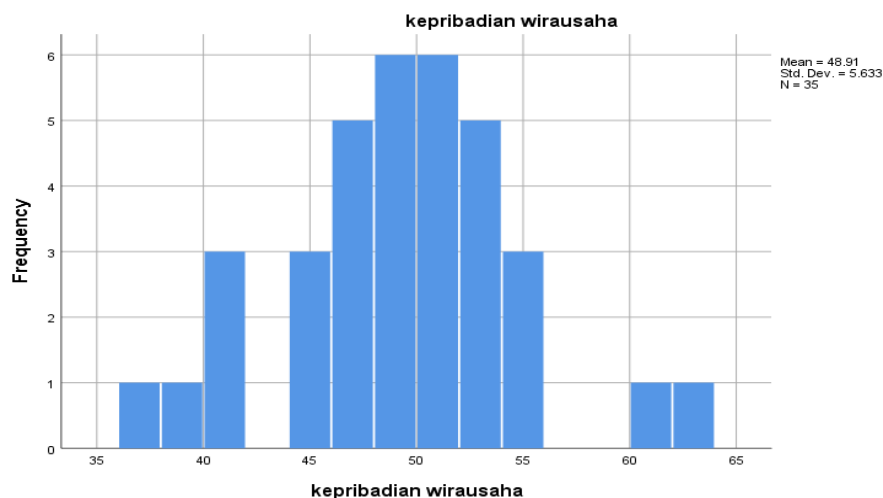
Deskripsi data ini memiliki tujuan untuk memerikan gambaran data tentang motivasi berwirausaha pada kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Data yang diperoleh yaitu dengan menyebarkan kuisioner berjumlah 16 item pernyataan kepada semua peserta didik kelas V yang berjumlah 35 anak. Adapun hasil angket dan output histogramnya sebagaimana berikut.

Tabel 4. 3
Frekuensi Kepribadian Wirausaha

Nilai Angket	Frekuensi
37	1
39	1
40	2
41	1
45	3
46	2
47	3
48	2
49	4
50	4
51	2
53	5
54	1
55	2
61	1
63	1

Dari tabel 4.3 siswa yang mendapatkan nilai tertinggi dari hasil angket kepribadian wirausaha yaitu 63, sementara itu nilai terendah dari

angket ini yaitu 37.



Gambar 4. 3
Histogram Kepribadian Wirausaha

Histogram 4.3 menunjukkan perhitungan distribusi frekuensi nilai angket pada variabel kepribadian wirausaha. Dari histogram tersebut dapat diketahui bahwa jumlah frekuensi total atau $N = 35$ peserta didik. Nilai mean yang diperoleh = 48,91, sementara itu Standar Deviasi = 5,633.

Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel kepribadian wirausaha peserta didik juga harus di perhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan dalam menopang program ini. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator kepercayaan diri dan optimis sebesar 77,00%. Untuk indikator berani mengambil resiko = 69,76%. Indikator menyukai tantangan = 79,29%. Lalu indikator memiliki jiwa pemimpin = 74,229%, sedangkan indikator berorientasi masa depan = 83,93%.

C. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Normal atau tidaknya suatu data ditentukan berdasarkan nilai signifikasinya,

dimana apabila nilai signifikasinya lebih besar dari $F\alpha$ (0,05) maka data dinyatakan normal dan sebaliknya apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari $F\alpha$ (0,05) maka data dinyatakan tidak normal.

Pada uji normalitas variabel yang akan diuji yaitu program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Caranya dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan perhitungan SPSS versi 25. Adapun hasil perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Paramet ers ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82039293
Most Extreme Differen ces	Absolute	.092
	Positive	.058
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil output SPSS 25 tersebut, diketahui bahwa nilai sig. ketiga variabel atau program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) sebesar 0,200. Maka sesuai dengan dasar pengambilan dalam uji normalitas *kolmogrov-sirmov test* yang memiliki hasil nilai sig. lebih besar dari pada 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih memiliki hubungan yang linier atau tidak. Linier atau tidaknya variabel ditentukan berdasarkan nilai signifikasinya.

Apabila nilai signifikasinya lebih besar dari F_{α} (0,05) maka data dinyatakan terdapat hubungan yang linier dan sebaliknya apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari F_{α} (0,05) maka data dinyatakan tidak ada hubungan yang linier.

Variabel pertama yang diuji linieritasnya yaitu program market day (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Perhitungan data menggunakan SPSS versi 25, dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4. 5
Uji linieritas program *market day* (X1)
terhadap kepribadian wirausaha (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepribadian Wirausaha * Program Market Day	Between Groups	(Combined)	627.398	13	48.261	2.245	.048
		Linearity	464.630	1	464.630	21.618	.000
		Deviation from Linearity	162.767	12	13.564	.631	.793
	Within Groups		451.345	21	21.493		
	Total		1078.743	34			

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel program *market day* (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y), karena nilai sig. > 0,05. Selanjutnya yaitu perhitungan uji linieritas variabel motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4. 6
Uji linieritas motivasi berwirausaha (X2)
terhadap kepribadian wirausaha (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepribadian Wirausaha * Motivasi Berwirausaha	Between Groups	(Combined)	449.243	14	32.089	1.020	.473
		Linearity	9.348	1	9.348	.297	.592
		Deviation from Linearity	439.894	13	33.838	1.075	.429
	Within Groups		629.500	20	31.475		
	Total		1078.743	34			

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y), karena nilai sig. > 0,05.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik disyaratkan tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebasnya. Multikolinieritas dapat dinyatakan dengan melihat hasil perhitungan pada nilai *Tolerance* dan *VIF* pada hasil regresi linier.

Pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu jika nilai *Tolerance* $\leq 0,1$ dan *VIF* ≥ 10 maka terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Variabel yang akan diuji yaitu program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Perhitungan dilakukan menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 7
Uji multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Program Market Day	.995	1.005
Motivasi Berwirausaha	.995	1.005

a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dinyatakan bahwa nilai *tolerance* variabel program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) = 0,995 lebih besar dari 0,1. Sementara itu nilai *VIF* variabel program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) = 1,005 lebih kecil dari 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat pada regresi linier dan di

dalamnya harus dipenuhi syarat tidak adanya masalah heteroskedastis. Ada tidaknya gejala heteroskedastis dapat ditentukan berdasarkan nilai signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya lebih besar dari F_{α} (0,05) maka data dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastis dan sebaliknya apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari F_{α} (0,05) maka data dinyatakan adanya gejala heteroskedastis pada data tersebut.

Variabel pertama yang diuji linieritasnya yaitu program market day (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Perhitungan data menggunakan SPSS versi 25, dengan hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4. 8
Uji heteroskedastis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.935	5.089		.184	.855
Program Market Day	.057	.131	.077	.438	.665
Motivasi Berwirausaha	.012	.103	.020	.112	.912

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dinyatakan bahwa nilai sig. variabel program *market day* (X1) = 0,665 dan motivasi berwirausaha (X2) = 0,912. Dimana nilai sig. kedua variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastis dalam model regresi.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya masalah autokorelasi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi dalam penelitian kuantitatif. Keputusan pada uji autokorelasi yaitu Tolak H_0 apabila $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$. Terima H_0 apabila $Du < DW < 4Du$ atau $4 - Du < DW < 4 - dL$. Cara penghitungannya menggunakan uji Durbin Watson pada SPSS versi 25. Adapun hasil perhitungan uji autokorelasi sebagai berikut.

Tabel 4. 9
Uji autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.658 ^a	.433	.398	4.372	1.590
a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Program Market Day					
b. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha					

Berdasarkan tabel 4.9 nilai Durbin-Watson sebesar 1,590. Selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai r tabel Durbin-Watson pada signifikansi 5% dengan rumus $(k;N)$. jumlah variabel independen 2 jadi $k=2$, jumlah sampel $N=35$, maka $(k;N) = (2;35)$. Kemudian lihat tabel Durbin-Watson untuk mencari nilai DL dan dU, Sehingga dapat diketahui melalui perhitungannya yaitu.

$$dL = 1.343$$

$$dU = 1.584$$

$$4-dU = 4-1.590 = 2.410$$

$$\text{Kesimpulan} = 1.584 < 1.590 < 2.410$$

Sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

a. Pengaruh program *market day* (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Analisis regresi linier sederhana memiliki tujuan untuk mencari hubungan antara variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Pengambilan keputusan pada uji regresi linier sederhana yaitu Tolak H_0 apabila $Sig < \alpha$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$. Terima H_0 apabila $Sig > \alpha$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$. Variabel yang diuji yaitu program *market day* (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 25 yang menyatakan bahwa.

Tabel 4. 10
Uji regresi linier sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	464.630	1	464.630	24.967	.000 ^b
	Residual	614.113	33	18.609		
	Total	1078.743	34			
a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha						
b. Predictors: (Constant), Program Market day						

Berdasarkan tabel 4.10, nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai Fhitung = 24, 967 lebih besar dari nilai Ftabel = $F \alpha (1;33) = 4,14$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Di sisi lain untuk perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan SPSS versi 25, adapun hasil perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 11
Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.413	4.314
a. Predictors: (Constant), Program Market day				

Berdasarkan tabel 4.11, menjelaskan nilai korelasi (R) sebesar 0,656. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Dengan kata lain program *market day* memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,431. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi program *market day* terhadap kepribadian wirausaha yaitu 43,1%, sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Perhitungan persamaan regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 4. 12
Model regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.999	6.628		2.414	.021
	Program Market day	.989	.198	.656	4.997	.000

a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha

Berdasarkan tabel 4.12, bahwa nilai $b_0 = 15,999$ dan $b_1 = 0,989$ dengan demikian dapat disimpulkan untuk model regresinya adalah $Y = 15,999 + 0,989X$. Menurut persamaan tersebut konstantanya sebesar 15,999 yang artinya nilai konstanta variabel program *market day* 15,999.

Koefisien regresi x sebesar 0,989 yang menyatakan setiap persentase 1% nilai program *market day*, maka nilai kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo bertambah 0,989. Koefisien ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan pengaruh program *market day* (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y) adalah positif.

Peneliti menganalisis pengaruh dari masing-masing indikator, manakah indikator yang memiliki tingkat signifikansi yang dominan. Adapun hasil penghitungannya sebagai berikut:

1) Nilai Kejujuran

Kejujuran merupakan suatu sifat dan pondasi agama dalam diri seseorang untuk memperoleh taraf hidup yang nyaman, tentram dan damai.

Tabel 4. 13 Hasil analisis
persentase indikator nilai kejujuran

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.782 ^a	.88,9

a. Predictors: (Constant), Nilai Kejujuran

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,889 = 88,9\%$. Hal ini berarti bahwa indikator nilai kejujuran mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase 88,9%.

2) Bertanggung Jawab

Bertanggung Jawab merupakan kesadaran akan kewajiban yang sudah menjadi tumpuan untuk mencapai suatu tujuan.

Tabel 4. 14 Hasil analisis
persentase indikator Bertanggung Jawab

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.802 ^a	.81,4
a. Predictors: (Constant), Bertanggung Jawab		

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,81,4 = 81,4\%$. Hal ini berarti bahwa indikator bertanggung jawab mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase 81,4%.

3) Kemandirian

Sikap yang untuk tidak berpengaruh dan ketergantungan terhadap orang lain dalam mengambil keputusan dalam bertindak.

Tabel 4. 14 Hasil analisis
persentase indikator kemandirian

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.659 ^a	.75,3
a. Predictors: (Constant), Kemandirian		

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,75,3 = 75,3 \%$. Hal ini berarti bahwa indikator kemandirian mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase 75,3 %.

b. Pengaruh motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Tabel 4. 13
Uji regresi linier sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.780	1	205.780	7.779	.009 ^b
	Residual	872.962	33	26.453		
	Total	1078.743	34			
a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha						
b. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha						

Berdasarkan tabel 4.13, nilai signifikasinya sebesar 0,009 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai Fhitung = 7,779 lebih besar dari nilai Ftabel = $F \alpha (1;33) = 4,14$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Di sisi lain untuk perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan SPSS versi 25, adapun hasil perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 14
Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.166	5.143
a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha				

Berdasarkan tabel 4.14, menjelaskan nilai korelasi (R) sebesar 0,437. Nilai ini menunjukkan hubungan yang tergolong sedang antara kedua variabel. Dengan kata lain motivasi berwirausaha memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,191. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi motivasi

berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 19,1%, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Perhitungan persamaan regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 25, adapun perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 15
Model regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	61.546	4.612		13.346	.000
	Motivasi Berwirausaha	.448	.161	.437	2.789	.009

a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha

Berdasarkan tabel 4.15, bahwa nilai $b_0 = 61,546$ dan $b_1 = 0,448$ dengan demikian dapat disimpulkan untuk model regresinya adalah $Y = 61,546 + 0,448X$. Menurut persamaan tersebut konstantanya sebesar 61,546 yang artinya nilai konstanta variabel motivasi berwirausaha 61,546.

Koefisien regresi x sebesar 0,448 yang menyatakan setiap persentase 1% nilai motivasi berwirausaha, maka nilai kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo bertambah 0,448. Koefisien ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan pengaruh motivasi berwirausaha (X_2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) adalah positif.

Peneliti menganalisis pengaruh dari masing-masing indikator, manakah indikator yang memiliki tingkat signifikansi yang dominan dalam berpengaruh terhadap kepribadian wirausaha peserta didik. Adapun hasil penghitungannya sebagai berikut:

- 1) Komunikasi yang Baik
Komunikasi merupakan teknik berbicara anak dalam mempengaruhi perasaan ataupun minat orang lain.

Tabel 4. 16 Hasil analisis
persentase indikator komunikasi yang baik

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.677 ^a	.71,6
a. Predictors: (Constant), Komunikasi yang Baik		

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,71,6 = 71,6\%$. Hal ini berarti bahwa indikator komunikasi yang baik mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase 71,6%.

2) Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang mencari peluang untuk memanfaatkan potensi dalam dirinya dan memperoleh suatu keuntungan.

Tabel 4. 17 Hasil analisis
persentase indikator kreativitas

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.802 ^a	.71,9
a. Predictors: (Constant), Kreativitas		

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,71,9 = 71,9\%$. Hal ini berarti bahwa indikator bertanggung jawab mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase 71,9%.

3) Inovasi

Inovasi merupakan kegiatan seorang dalam menciptakan suatu hal baru dan berbeda dari yang lain.

Tabel 4. 18 Hasil analisis
persentase indikator inovasi

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.559 ^a	.68,5
a. Predictors: (Constant), Inovasi		

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi diatas, di ketahui nilai R^2 atau *R Square* dengan model *Summary* sebesar $0,68,5 = 68,5 \%$. Hal ini berarti bahwa indikator kemandirian mempengaruhi kepribadian wirausaha peserta didik kelas V Mister-qu dengan persentase $68,5 \%$.

c. Pengaruh program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Analisis regresi linier berganda memiliki tujuan untuk mencari atau mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Pengambilan keputusan pada uji regresi linier berganda yaitu Tolak H_0 apabila $Sig < \alpha$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$. Terima H_0 apabila $Sig > \alpha$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$. Variabel yang diuji yaitu program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 25 yang menyatakan bahwa.

Tabel 4. 16
Uji regresi linier berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540.273	2	270.136	16.054	.000 ^b
	Residual	538.470	32	16.827		
	Total	1078.743	34			
a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha						
b. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Program Market Day						

Berdasarkan tabel 4.16, nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai $F_{hitung} = 16,054$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = F_{\alpha} (2;32) = 3,29$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo. Di sisi lain untuk

perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan SPSS versi 25, adapun hasil perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 17
Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.470	4.102
a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Program Market Day				

Berdasarkan tabel 4.17, menjelaskan nilai korelasi (R) sebesar 0,708. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga variabel. Dengan kata lain program *market day* dan motivasi berwirausaha memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,501. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 50,1%, sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Perhitungan persamaan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25, adapun perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 4. 18
Model regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.814	8.413		3.306	.002
	Program Market Day	.873	.196	.580	4.458	.000
	Motivasi Berwirausaha	.283	.133	.276	2.120	.042
a. Dependent Variable: Kepribadian Wirausaha						

Berdasarkan tabel 4.18, bahwa nilai $b_0 = 27,814$ dan $b_1 = 0,873$ dan $b_2 = 0,283$, dengan demikian dapat disimpulkan untuk model regresinya adalah $Y = 27,814 + 0,873X_1 + 0,283X_2$. Menurut

persamaan tersebut konstantanya sebesar 27,814 yang artinya jika X_1 dan X_2 nilainya adalah 0, maka nilai Y adalah 27,814.

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,873 yang artinya jika variabel independen lain tetap dan X_1 mengalami kenaikan 1% maka nilai dari variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,873. Koefisien tersebut bernilai positif yang artinya terjadi hubungan yang positif antara X_1 dan Y , dimana semakin naik nilai variabel X_1 maka semakin meningkat nilai variabel Y .

Koefisien regresi X_2 sebesar 0,283 yang artinya jika variabel independen lain tetap dan X_2 mengalami kenaikan 1% maka nilai dari variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,283. Koefisien tersebut bernilai positif yang artinya terjadi hubungan yang positif antara X_2 dan Y , dimana semakin naik nilai variabel X_2 maka semakin meningkat nilai variabel Y . hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh program *market day* (X_1) dan motivasi berwirausaha (X_2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) bernilai positif.

D. Pembahasan

Pada pembahasan, dijelaskan mengenai hasil perhitungan variabel program *market day* (X_1) dan motivasi berwirausaha (X_2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Adapun interpretasi dan pembahasan sebagai berikut.

1. Pengaruh program *market day* (X_1) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan yaitu mengenai pengaruh program *market day* (X_1) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai $F_{hitung} = 24,967$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = F_{\alpha} (1;33) = 4,14$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut

yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

Nilai korelasi (R) sebesar 0,656. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Dengan kata lain program *market day* memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,431. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi program *market day* terhadap kepribadian wirausaha yaitu 43,1%, sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, ditunjukkan bahwa program *market day* berpengaruh terhadap kepribadian wirausaha. Dalam hal ini sejalan dengan pendapat Letty bahwasanya terdapat pengaruh program *market day* di sekolah terhadap kepribadian berwirausaha. Hal ini terlihat apabila semakin siswa memahami serta melaksanakan dengan baik program *market day*, siswa akan dengan sendirinya memunculkan karakteristik kepribadian wirausaha dalam dirinya karena telah melewati proses pembekalan dan pelatihan berwirausaha melalui program *market day* di sekolah.¹¹²

Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel program *market day* juga harus diperhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan dalam menopang program ini. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator nilai kejujuran berpengaruh sebesar 88,93%. Untuk indikator bertanggung jawab = 81,43%, sedangkan indikator kemandirian = 75,36%. Indikator yang paling dominan dalam program ini yakni nilai kejujuran peserta didik sehingga berpengaruh terhadap kepribadian wirausahanya. Suhardi berpendapat bahwa orang yang jujur maka akan

¹¹² Letty Meisitha, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program *Market Day* di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa", *Economic Education*, 3, No. 1 (2020): 23.

berimbas pada dipermudah jalan hidupnya oleh tuhan serta menunjang sehatnya suatu perusahaan.¹¹³

Indikator kejujuran ini akan berpengaruh terhadap bagaimana peserta didik mengembalikan uang kembalian pada konsumen, juga kejujurannya ketika mendeskripsikan hasil produksinya. Di sisi lain faktor lain yang menjadi pendukung tercapainya program *market day* dengan baik antara lain yaitu: faktor mentalitas peserta didik yang perlahan harus dibentuk. Faktor membaca peluang pasaran untuk memperoleh laba maksimal dan faktor sarana dan prasarana untuk pelaksanaan program ini.¹¹⁴

Pogram *market day* merupakan salah satu bentuk kegiatan inovasi sekolah dalam upaya mengembangkan minat, bakat dan keterampilan siswa dalam wirausaha yang ditumbuhkan sejak dini yaitu sejak usia sekolah dasar.¹¹⁵ Disisi lain program ini memiliki fungsi yang banyak antara lain: Mengembangkan *soft skill* anak seperti keterampilan berwirausaha, kreatif, berani, bertanggung jawab, cakap, teliti, mandiri, tidak mudah putus asa, dan kemampuan bersosialisasi. *Market day* juga dapat membangun nilai-nilai agar peserta didik menjadi penjual/pembeli yang baik dalam berinteraksi, benar dalam menjalankan peran dan melatih karakter penting yaitu sikap jujur.

Peserta didik juga belajar bagaimana berjual-beli yang baik dan benar sesuai norma umum dan agama. Pengalaman belajar yang sangat kaya dalam kegiatan *market day* memberikan pengetahuan baru dan menumbuhkan berbagai sikap mental serta karakter yang berguna bagi masa depan anak. Program ini mengajarkan kegiatan yang konkret, *learning by doing* dan menyenangkan dapat menumbuhkan rasa ketertarikan anak pada bidang-bidang ekonomi, menumbuhkan minat pada dunia wirausaha.¹¹⁶ Di sisi lain, *Market day* kelak di masa depan

¹¹³ Suhardi, *Nilai Pendidikan Karakter dalam Agama Islam*, (Jakarta: Star Media, 2017), 38.

¹¹⁴ Nur, Hidayah, "*Market Day dan Entrepreneurship*" (Yogyakarta: K-Media, 2022), 12.

¹¹⁵ Ibid, 5

¹¹⁶ Ibid, 16.

juga berimbas pada taraf ekonomi suatu negara, membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf kehidupan setiap individu.

Dari beberapa fungsi tersebut dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya nilai program *market day* dalam menstimulus kepribadian peserta didik dalam berwirausaha. Untuk itu demi kelancaran program ini tentu diperlukan kekompakan antara wali murid, tenaga pendidik dan kependidikan dalam memberikan beberapa inovasi guna mensukseskan program yang sejatinya mampu memberikan dampak positif terhadap kepribadian wirausaha.

2. Pengaruh motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan yaitu mengenai pengaruh motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan nilai signifikasinya sebesar 0,009 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai $F_{hitung} = 7,779$ lebih besar dari nilai $F_{tabel} = F_{\alpha}(1;33) = 4,14$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

Nilai korelasi (R) sebesar 0,437. Nilai ini menunjukkan hubungan yang tergolong sedang antara kedua variabel. Dengan kata lain motivasi berwirausaha memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,191. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 19,1%, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kepribadian wirausaha. Menurut Venesaar, motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan

daya penggerak di dalam diri seorang *entrepreneur* yang menimbulkan kegiatan *entrepreneur* dalam menjamin kelangsungan kegiatan *entrepreneur* dan yang memberi arah pada kegiatan *entrepreneur* tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki tercapai.¹¹⁷ Sementara itu menurut Siagian, motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani memberi resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.¹¹⁸

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan wirausaha, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi masa depan, mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi, serta laba dan keuntungan. Dari deskripsi tersebut motivasi berwirausaha memiliki indikator yang saling berpengaruh dengan kepribadian wirausaha, dimana jika ada tidaknya motivasi yang diberikan dari beberapa pihak sangat berarti terhadap munculnya benih pribadi wirausaha yang sukses dalam menjalankan roda kinerja bidangnya. Untuk itu diperlukan *support* sistem yang kuat agar motivasi selalu diberikan karena dampak yang ditimbulkan pun juga berarti positif terhadap tindakan seseorang.

Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel motivasi berwirausaha juga harus diperhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan dalam menopang program ini. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator komunikasi yang baik sebesar 71,67%. Untuk indikator kreatifitas = 71,90%, sedangkan indikator inovasi = 68,57%. Indikator yang paling dominan dalam program ini yakni kreatifitas peserta didik

¹¹⁷ Venesaar, *Student Attitudes and Intention Toward*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 55.

¹¹⁸ Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 95.

sehingga berpengaruh terhadap kepribadian wirausahanya. Haris mengungkapkan bahwa kreativitas itu muncul tidak secara kebetulan tetapi karena arahan dan kerja keras secara berkala, sehingga mampu memberikan sumbangsih yang bagus akan produknya dikalangan masyarakat.¹¹⁹

Indikator kereativitas ini akan berpengaruh terhadap bagaimana peserta didik memiliki sifat aktif, tidak mau diam banyak inisiatif dalam menciptakan sebuah karya yang menarik sehingga memberikan corak yang berbeda.

Di sisi lain faktor lain yang berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha antara lain yaitu: Faktor lingkungan keluarga yang mensupport penuh peserta didik dan faktor relasi untuk memperluas jangkauan pengetahuan mengenai kiat-kiat sukses berbisnis.¹²⁰

3. Pengaruh program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y) peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan yaitu mengenai pengaruh program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier berganda dengan nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,050) atau 5%. Kemudian untuk nilai Fhitung = 16,054 lebih besar dari nilai Ftabel = $F \alpha (2;32) = 3,29$. Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hipotesis tersebut yaitu tolak H_0 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha peserta didik kelas V MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.

Adapun nilai korelasinya (R) sebesar 0,708. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga variabel. Dengan kata

¹¹⁹ Haris, *Berani Memulai Berwirausaha*, (Kalimantan: CV. Publisher Multimedia Indonesia, 2020), 89.

¹²⁰ Ratna. Analisis Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Pembelajaran IPS di Sekolah Dasar. Tesis. Bandung. Pasca Sarjana UPI. 2013.

lain program *market day* dan motivasi berwirausaha memiliki hubungan yang positif dengan kepribadian wirausaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,501. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 50,1%, sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa program *market day* dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kepribadian wirausaha. Analisis ketercapaian tiap indikator dalam mempengaruhi variabel kepribadian wirausaha peserta didik juga harus di perhatikan untuk mengetahui mana indikator yang paling dominan dalam menopang program ini. Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan bantuan program aplikasi axel peneliti memperoleh deskripsi analisis yakni: indikator kepercayaan diri dan optimis sebesar 77,00%. Untuk indikator berani mengambil resiko = 69,76%. Indikator menyukai tantangan = 79,29%. Lalu indikator memiliki jiwa pemimpin = 74,229%, sedangkan indikator berorientasi masa depan = 83,93%. Indikator yang paling dominan dalam program ini yakni berorientasi masa depan peserta didik sehingga berpengaruh terhadap kepribadian wirausahanya. Muhibbin mengungkapkan bahwa berorientasi masa depan itu muncul tidak secara kebetulan tetapi karena arahan dan kerja keras secara berkala, sehingga mampu menunjang mental dalam menghadapi masalah yang diterimanya.¹²¹

Indikator berorientasi mada depan akan berpengaruh terhadap bagaimana peserta didik melihat tujuan yang jelas baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Di sisi lain peserta didik biasanya akan mengambil inisiatif untuk bertindak secara langsung bukan menunggu sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki terjadi begitu saja.

¹²¹ Muhibbin, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 88.

Dalam hal ini sejalan dengan suryana bahwa factor yang berpengaruh terhadap kepribadin wirausaha itu adalah indicator-indikator yang terdapat pada program *market day* dan motivasi berwirausaha.¹²² Serta faktor lain yang berpengaruh antara lain: 1) Kemampuan dan kemauan yang berkaitan dengan dorongan seseorang agar memperoleh apa yang diharapkan. 2) Tekad yang kuat dan kerja keras merujuk pada keteguhan hati dan keinginan yang mendalam untuk mencapai tujuan. Kerja keras mengacu pada dedikasi dan usaha yang gigih dalam melaksanakan tugas dengan amanah. Dalam dunia kewirausahaan kedua elemen tersebut aalah fondasi yang penting untuk mengatasi tantangan dan mencapai kesuksesan; 3) Kesempatan dan peluang. Kesempatan diartikan sebagai situasi memungkinkan seseorang untuk memulai sebuah usaha. Sementara itu peluang merupakan kondisi dimana seorang mampu memanfaatkan kesempatan yang ada demi memperoleh keuntungan. Adanya kesempatan dan peluang menawarkan kemungkinan wirausahawan untuk menemukan, menciptakan, dan mengembangkan bisnis yang sukses.¹²³

Ketiga variabel ini memiliki hubungan yang saling berkaitan untuk mancapai tujuan yang sama, yaitu menjadikan peserta didik yang memiliki kiat sukses dalam berwirausaha demi menopang masa depan yang lebih cerah. Program ini tentu menjadi jembatan bagus bagi peserta didik untuk memupuk skill mereka dalam dunia kerja. Apalagi dengan umur yang relatif masih dini untuk berfikir seperti itu menjadikan kemandirian anak akan tanggungjawab yang begitu sulit dijalankan jika tanpa dedikasi yang tinggi.

¹²² Suryana, "Karakteristik Kewirausahaan, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 39.

¹²³ Ibid, 57.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah diolah menggunakan SPSS dan dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana dan berganda, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* (X1) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yaitu nilai $F_{hitung} = 24,967 > \text{nilai } F_{tabel} = 4,14$. Untuk besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,656. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Dan untuk besarnya kontribusi (R^2) yaitu 0,431. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi program *market day* terhadap kepribadian wirausaha yaitu 43,1%, sedangkan sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel lainya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yaitu nilai $F_{hitung} = 7,779 > \text{nilai } F_{tabel} = 4,14$. Untuk besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,437. Nilai ini menunjukkan hubungan yang tergolong sedang antara kedua variabel. Dan untuk besarnya kontribusi (R^2) yaitu 0,191. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 19,1%, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi oleh variabel lainya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara program *market day* (X1) dan motivasi berwirausaha (X2) terhadap kepribadian wirausaha (Y). Hasil perhitungan yang diperoleh yaitu dengan menggunakan uji regresi linier berganda yaitu nilai $F_{hitung} = 16,054 > \text{nilai } F_{tabel} = 3,29$. Adapun nilai korelasinya (R) sebesar 0,708. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga variabel. Dan untuk besarnya kontribusi (R^2) yaitu 0,501. Menurut hasil tersebut dapat disimpulkan

bahwa besarnya kontribusi program *market day* dan motivasi berwirausaha terhadap kepribadian wirausaha yaitu 50,1%, sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, terdapat beberapa saran dari peneliti bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya sebagai berikut.

1. Bagi pendidik

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pendidik lebih memberikan dorongan motivasi berwirausaha dalam menjalankan program *market day* karena melalui perhitungan motivasi memiliki indeks persentasi yang masih sedikit dalam menunjang kepribadian wirausaha peserta didik. Disisi lain penelitian ini juga mampu menambah wawasan guru untuk membangun jiwa kewirausahaan dalam menghadapi tantangan revolusi industri 4.0.

2. Bagi sekolah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur lembaga dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi berwirausaha peserta didik melalui program-program baru yang lebih kreatif dan inovatif.

3. Bagi peserta didik

Peserta didik mampu lebih mengerti bahwa kepribadian yang sukses baik dari segi apapun itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dijalankan dengan rasa cinta dan dedikasi semangat yang tinggi.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini baik digunakan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga bisa menjadi wadah memperluas wawasan kajian ilmu pengetahuan, ilmu sosial dan ekonomi guna membentuk motivasi dan kepribadian wirausaha untuk menyongsong Indonesia emas 2045.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, She Fira Azka, "Implementasi Nilai Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Melalui *Market Day* ada Era Industri 4.0", *Pendidikan, Social dan Keagamaan*, 21, No. 2, 2023.
- Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012.
- Asrofi, Muhammad, "Menumbuhkan Literasi Keuangan Melalui Program *Market Day* di SDIT Lukman Al-hakim Internasional", *Studi Islam*, X, No.2, 2020.
- Darmawa, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Darojat, Ojat. *Pendidikan Kewirausahaan*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013.
- Dedi, *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya, 2015.
- Ekawati Amelia, "Model Pembelajaran untuk Mengenalkan Kewirausahaan pada Siswa Sekolah Dasar Kelas Rendah", *Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3, No. 2, 2017.
- Farichah, Silmi, "Upaya Penanaman Jiwa *Entrepreneurship* melalui Kegiatan *Market Day* di SD Islam Nurul Izzah kota Malang", *Management dan Ilmu Pendidikan*, 5, No. 2, 2023.
- Farinia, *Materi Pendukung Literasi Finansial*, Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017.
- Firmansyah, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, Jakarta: Qiara Media, 2019.
- Ghozali, Muhammad, "*Market Day* Sebagai Sarana Pembentukan Karakter Kewirausahaan pada Anak Kreativas", *Journal of Community Empowerment*, 1, No. 2, 2022.
- Hamalik, Oemar, *Proses Belajar Mengajar*, Jakarta: Bumi Aksara. 2007.
- Margaretha, Farah dan Siti Maysari, "Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia", *Jurnal Akuntansi & Investasi*, 16. No. 2. 2016.
- Meisitha, Letty, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program *Market Day* di Sekolah terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa", *Economic Education*, 3, No. 1, 2020.

- Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Ncanywa, T. *Entrepreneurship And Development*, Jakarta: *A Case Of Higher*, 2019.
- Nur, Hidayah, "*Market Day dan Entrepreneurship*". Yogyakarta: K-Media, 2022.
- Noviani, Leny, "Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan di SMA NEGERI 1 Sumberlawang", *Kewirausahaan dan Bisnis*, 27, No. 4, 2022.
- Ratna. Analisis Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Pembelajaran IPS di Sekolah Dasar. Tesis. Bandung. Pasca Sarjana UPI. 2013.
- Ridwan, *Metode & Teknik Penyusunan Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Romadoni, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Pendidikan Pengelolaan Keuangan di Keluarga terhadap Literasi Keuangan Siswa SMK Negeri 1 Surabaya", *Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3, No. 1, 2015.
- Rukmana, "Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan melalui Kegiatan *Market Day*", *Obsesi Pendidikan Anak Usia Dini*, 7, No. 1, 2023.
- Sanusi, Ahmad, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Setiati, Eni, *Kidpreneur: Ajari Anak Berwirausaha Sejak Dini*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Sudaryana, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Sleman: CV. Budi Utama, 2022.
- Suryana, "Karakteristik Kewirausahaan, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Uswatun, "Upaya Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* Melalui Kegiatan *Market Day* bagi Anak Usia Dini", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1, No.1, 2019.
- Venesaar, *Student Attitudes and Intention Toward*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Wahjosumidjo, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Wahyuni, Rina Sri, "Pengaruh Kegiatan *Market Day* Sejak Dini terhadap Minat *Entrepreneur* di SDIT Cendekia Taka", *Inkam*, 1, No. 1, 2022: 16.

Wawancara dengan Kepala Mister-qu, Ibu Lia Anies Winianti, pada tanggal 23 Oktober 2023 pukul 08. 20 WIB di ruangan Kepala Sekolah.

Wawancara dengan Wali Kelas V, Ibu Kumala pada tanggal 23 Oktober 2023 pukul 09. 30 WIB di ruangan kelas V.

Wijayanti, *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*, Lumajang: Widya Gama Press, 2021.

Yusuf, “Implementasi Pembelajaran *Entrepreneurship* di Taman Kanak-kanak”, *Pendidikan Anak Usia Dini*, 6, No.3, 2021.

Zainul, Muhammad, “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Internalisasi Nilai Kewirausahaan di Keluarga dan Motivasi Minat Kewirausahaan”, *Educatio*, 7, No. 2, 2018: 79



