

IMPLEMENTASI PROGRAM MARKET DAY UNTUK MENUMBUHKAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN SANTRI KUTTAB

Arvani Yulianto & Syamsul Bakri

UIN Raden Mas Said Surakarta

arvan330@gmail.com; syambakr99@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to analyze the implementation of the market day program in fostering entrepreneurial character among the students of Kuttab Al Faruq Sukoharjo, as well as the factors that support and hinder its implementation. The research method employed is qualitative case study. The research informants include teachers, students, and guardians of the Kuttab students. Data collection was conducted through observation, interviews, and documentation. Data analysis technique utilized qualitative data analysis with an interactive model. The findings of the research indicate that the market day program at Kuttab Al Faruq can foster entrepreneurial character among the students, from the planning stage to implementation and evaluation. The entrepreneurial character traits developed among the students include self-confidence, independence, teamwork, and problem-solving skills. The supporting factors for the implementation of market day include educator involvement, active participation from guardians, enthusiasm from students, and the availability of school facilities. The hindering factors for the implementation of market day include lack of trading experience and difficulty in devising marketing strategies.

Keywords : Market Day Program, Entrepreneurial Character, Kuttab

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk menganalisis implementasi program market day dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan santri Kuttab Al Faruq Sukoharjo, serta faktor yang mendukung dan menghambat implementasinya. Metode penelitian menggunakan kualitatif studi kasus. Informan penelitian adalah guru, santri, dan wali santri Kuttab. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data memakai analisis data kualitatif dengan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program market day di Kuttab Al Faruq dapat menumbuhkan karakter kewirausahaan santri, mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Karakter kewirausahaan santri yang terbentuk meliputi rasa percaya diri, mandiri, kerja sama, dan problem solving. Faktor pendukung implementasi market day yaitu adanya keterlibatan pendidik, partisipasi aktif dari wali santri, antusiasme dari santri, serta adanya fasilitas dari sekolah. Faktor penghambat implementasi market day yaitu kurangnya pengalaman dalam berdagang, serta kesulitan dalam membuat strategi pemasaran.

Kata Kunci: Program Market Day, Karakter Kewirausahaan, Kuttab

PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan Islam non-formal, Kuttab berfokus pada pengajaran Al-Qur'an dan ilmu agama dasar pada anak-anak setingkat sekolah dasar. Menurut Saugi (2020), peran Kuttab sangat krusial dalam menumbuhkan karakter dan nilai-nilai Islam pada generasi muda. Di tengah era globalisasi yang penuh persaingan dan perubahan cepat, keberhasilan anak-anak dalam menghadapi tantangan membutuhkan pondasi karakter yang kuat (Arahman & Pratikno, 2022). Namun, dalam menghadapi dinamika zaman yang terus berkembang, seringkali fokus utama Kuttab adalah pada aspek keagamaan, sehingga terkesan mengesampingkan pembelajaran keterampilan lainnya (Rahmani et al., 2020). Oleh karena itu, Kuttab perlu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan membekali santrinya dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk masa depan.

Salah satu langkah yang perlu diambil oleh Kuttab adalah melakukan analisis internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh lembaga tersebut. Perencanaan strategis lembaga melalui analisis internal dan eksternal penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan lembaga (Chusniyah et al., 2023). Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap tuntutan zaman dan harapan masyarakat, Kuttab dapat merancang strategi pengajaran yang lebih holistik, mencakup pengembangan keterampilan non-agama seperti kewirausahaan. Melalui pembelajaran kewirausahaan, Kuttab dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan sekaligus memastikan bahwa santrinya memiliki keterampilan dalam bidang agama serta siap menghadapi tantangan masa depan. Sebagaimana pernyataan Khizbullah & Mushthofa (2021) bahwa pembelajaran kewirausahaan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan lembaga pendidikan.

Karakter kewirausahaan merupakan salah satu karakter penting yang perlu ditumbuhkan pada santri Kuttab. Kewirausahaan dapat membantu santri menjadi mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi berbagai tantangan di masa depan (Badawi, 2023). Selain itu, kewirausahaan juga dapat membantu santri berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat (Sholeh & Supratno, 2023). Dengan demikian, kemampuan untuk berpikir kreatif, mengambil risiko yang terukur, serta kemandirian dalam mengelola usaha dapat membantu santri menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari dan mengambil peran aktif dalam pembangunan masyarakat.

Kuttab Al Faruq Sukoharjo mempunyai sebuah program pendidikan kewirausahaan untuk santrinya. Program tersebut yaitu *market day*. Tujuan program tersebut untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan pada santri. Program ini dipilih sebagai strategi implementasi karena menciptakan pengalaman langsung dalam berwirausaha. Melalui kegiatan ini, santri dapat belajar mempraktikkan berbagai keterampilan kewirausahaan, seperti memproduksi dan menjual produk, menawarkan dan mempromosikan produk, mengelola keuangan, bekerjasama dalam tim, berinteraksi dengan konsumen, serta menghadap risiko dan kegagalan (Dwinata et al., 2023). Pembelajaran kewirausahaan diharapkan dapat memperkaya pengalaman pendidikan holistik santri (Afipah & Imamah, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya pendidikan kewirausahaan berupa program *market day* di berbagai konteks pendidikan. Menurut riset Asmara (2023), kegiatan *market day* efektif dalam meningkatkan kemampuan bahasa ekspresif dan berhitung pada anak usia TK. Setiawati et al. (2022) dalam risetnya mengidentifikasi enam nilai inti kewirausahaan yang dapat ditumbuhkan dalam program *market day* pada anak usia SD, yaitu independen, kreatif, berani mengambil risiko, kepemimpinan, berorientasi pada tindakan, dan kerja keras. Novita et al. (2023) dalam risetnya juga mengungkapkan bahwa kegiatan *market day* bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman nilai mata uang. Selaras dengan penelitian Wulandari (2023), bahwa pelaksanaan *market day* dapat meningkatkan kreativitas dan prestasi akademik siswa dalam pembelajaran ekonomi siswa SMP. Namun, kebanyakan penelitian tersebut tidak secara khusus memfokuskan pada implementasi program *market day* di lembaga Kuttab.

Penelitian tentang implementasi program *market day* untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan santri Kuttab relevan dengan kondisi saat ini. Kuttab perlu membekali santrinya dengan keterampilan kewirausahaan yang berguna bagi masa depan. Meskipun pendidikan agama merupakan inti dari kurikulum Kuttab, kekurangan dalam keterampilan kewirausahaan dapat menjadi hambatan bagi santri dalam menghadapi kompleksitas dunia modern. Oleh karena itu, program *market day* menjadi solusi untuk membantu Kuttab dalam menanggulangi kekurangan tersebut. Akan tetapi, penelitian yang membahas terkait implementasi program *market day* di Kuttab masih sangat terbatas. Begitu pula penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas program *market day*. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang mendalam untuk mengidentifikasi pelaksanaan program serta tantangan yang muncul dalam konteks santri Kuttab Al Faruq.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini untuk menganalisis implementasi program *market day* dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan santri Kuttab Al Faruq Sukoharjo, serta faktor yang mendukung dan menghambat implementasinya. Kontribusi penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan pendidikan Islam, khususnya dalam program pembelajaran kewirausahaan dan pengembangan karakter yang lebih holistik di lembaga Kuttab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus (Houghton et al., 2015). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam implementasi program *market day* di Kuttab serta faktor pendukung dan penghambatnya. Lokasi penelitian ini adalah di Kuttab Al Faruq, kecamatan Grogol, kabupaten Sukoharjo, provinsi Jawa Tengah. Waktu pelaksanaan kegiatan yaitu di bulan Februari 2024. Informan dalam penelitian ini adalah guru, santri, dan wali santri Kuttab. Guru Kuttab diwawancarai untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana implementasi program *market day* dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan santri. Santri Kuttab diwawancarai untuk mendapatkan informasi tentang pengalaman mereka mengikuti program *market day*, manfaat program, dan karakter kewirausahaan yang mereka peroleh. Wali santri Kuttab diwawancarai untuk mendapatkan informasi tentang kesan mereka mengikuti program *market day* serta manfaat program.

Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilaksanakan untuk mengamati secara langsung implementasi program *market day* di Kuttab, wawancara dilaksanakan untuk mendapatkan informasi tentang program *market day*, karakter kewirausahaan, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data tertulis tentang program *market day*, seperti laporan kegiatan dan foto kegiatan.

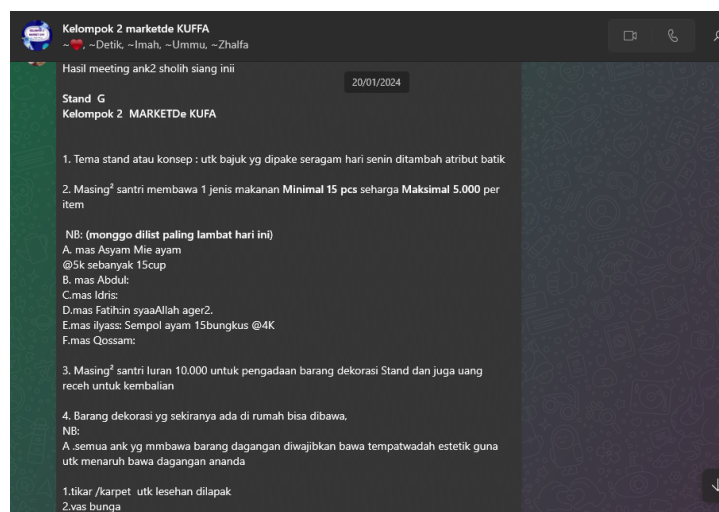
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif. Analisis data dilakukan melalui langkah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yang membandingkan data dari berbagai sumber data (Miles et al., 2014).

HASIL

Implementasi Program Market Day di Kuttab Al Faruq Sukoharjo

Tahapan pertama sebelum hari-H pelaksanaan program *market day* digelar yaitu ada perencanaan. Dalam konteks ini, pihak Kuttab Al Faruq telah membagi santri Kuttab menjadi 12 kelompok. Tiap kelompok dibimbing oleh satu ustadz/ah. Sebelum hari-H, tiap kelompok mendiskusikan barang apa yang akan dijual serta barang apa yang perlu disiapkan untuk menghias *stand*. Dalam proses perencanaan ini, santri dilatih untuk jeli dan teliti dalam memperhatikan dan mengecek kondisi barang dagangannya, mulai dari kualitas, konsep, harga, hingga kesesuaian dengan target pasar.

Selain itu, pihak Kuttab juga melibatkan wali santri dalam pelaksanaan program. Ada satu perwakilan wali santri di tiap kelompok yang nanti akan mendampingi santri saat hari pelaksanaan program. Beberapa pekan sebelum acara diselenggarakan, pihak Kuttab mengkonfirmasi pada wali santri melalui grup *Whatsapp* untuk dapat bersinergi dalam membantu kesuksesan acara *market day* dengan mengkondisikan putra-putrinya terkait barang apa yang akan dijual anak nanti. Hal ini tercermin dalam gambar 1.



Gambar 1. Grup Whatsapp untuk koordinasi guru, wali santri, dan santri tiap kelompok

Tahap kedua yaitu pelaksanaan program *market day*. Saat hari-H *market day*, santri menyiapkan *stand* dan menghiasnya dengan sebaik mungkin untuk menarik perhatian pembeli. Dalam hal ini, santri berlatih bekerja sama dalam kelompok untuk menata *stand* dan mengembangkan strategi penjualan yang kreatif. Setelah *stand* siap, dan pengunjung berdatangan, santri dan pendamping dari wali santri berada di *stand* masing-masing untuk menjajakan dan

menawarkan dagangannya. Ada pula santri yang bertugas untuk berkeliling sambil menjajakan makanannya.

Program *market day* melibatkan santri secara aktif dalam seluruh proses pembelajaran, sehingga lebih interaktif dan menyenangkan. Santri berlatih jual beli dengan temannya, guru, wali santri, maupun pihak luar yang ikut menghadiri *market day*. Secara sadar dan spontan santri melaksanakan proses berpikir kritis dan kreatif. Santri juga belajar literasi dengan menghitung jumlah belanjaan, jumlah pendapatan, jumlah pengeluaran, serta menulis sederhana barang yang terjual dan tidak, dengan dipandu oleh 1 guru dan 1 wali santri di tiap kelompok. Kegiatan ini sebagaimana tercermin pada gambar 2 dan 3. Berdasarkan pengamatan peneliti saat acara berlangsung, santri merasa senang, antusias, dan bersemangat.



Gambar 2. Menghias stand tiap kelompok



Gambar 3. Kegiatan jual beli saat market day

Tahap ketiga yaitu setelah acara *market day* digelar, terdapat evaluasi terkait pelaksanaan *market day* yang telah digelar. Evaluasi menjadi bagian penting dalam kegiatan. Evaluasi ini dilaksanakan melalui beberapa cara, antara lain panitia *market day* dari pihak internal Kuttub Al Faruq mengadakan diskusi guna mengetahui kekurangan dan kelebihan program tersebut. Data penjualan juga dianalisis untuk mengetahui produk yang paling diminati, produk yang

kurang diminati, kelompok yang terbaik dalam berdagang, serta kelemahan kelompok dalam berdagang. Lebih lanjut, pengunjung *market day* diwawancarai untuk mengetahui pendapat mereka tentang acara tersebut. Dari hasil survei panitia kepada para pengunjung, menunjukkan skor kepuasan program *market day* di Kuttab Al Faruq pada angka 9/10. Survei pengunjung ini sebagaimana dilakukan seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Survei pengunjung market day

Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Program Market Day di Kuttab Al Faruq Sukoharjo

Setiap program ada hal-hal yang mendukung dan menghambat dalam pelaksanaannya. Begitupula program *market day* yang diselenggarakan Kuttab Al Faruq. Adapun faktor yang mendukung implementasi *market day* yaitu adanya keterlibatan pendidik, partisipasi aktif dari wali santri turut mendukung implementasi program *market day*, serta antusiasme santri dalam penyelenggaraan program *market day*.

Sedangkan faktor yang menghambat implementasi *market day* yaitu kurangnya pengalaman beberapa guru dan santri dalam berdagang. Guru dan santri yang kurang mengetahui produk apa yang laku di pasaran akan kesulitan dalam memilih produk untuk dijual. Santri kebingungan dengan banyaknya jumlah dagangan yang dijual, bingung menghitung uang untuk berbelanja dan kembalian. Kesulitan dalam membuat strategi pemasaran untuk menarik pembeli juga turut menghambat pelaksanaan *market day*. Beberapa santri tampak kebingungan menjajakan barang dagangannya pada orang lain. Hal-hal tersebut dapat menyebabkan kesulitan dalam menjalankan program *market day*.

PEMBAHASAN

Analisis Implementasi Program Market Day untuk Menumbuhkan Karakter Kewirausahaan Santri Kuttab Al Faruq Sukoharjo

Kuttab Al Faruq merupakan lembaga pendidikan Islam non-formal tingkat sekolah dasar yang terdapat di salah satu kecamatan Grogol, kabupaten Sukoharjo, provinsi Jawa Tengah (Chusniyah & Makruf, 2024). Di Kuttab Al Faruq terdapat salah satu program yang dapat mendukung tumbuh kembang anak dalam menanamkan karakter kewirausahaan, serta sebagai bentuk sosialisasi pada masyarakat terkait salah satu program yang terdapat di Kuttab. Tujuan diselenggarakannya program ini sebagai edukasi dini pada santri untuk memahami dunia wirausaha, berlatih mengekspresikan diri, berlatih menjadi individu mandiri, berlatih keterampilan bahasa, sosial dan emosional. Semua hal tersebut agar dapat bermanfaat dalam keseharian dan aktivitas sosial, serta bekal masa depan santri (Dwinata et al., 2023).

Karakter kewirausahaan dapat ditumbuhkan pada santri melalui program *market day* (Badawi, 2023). Program ini diselenggarakan 1x pada tiap semester genap di Kuttab Al Faruq. Dalam hal ini, santri berperan sebagai pedagang yang menjualkan barang dagangannya. Sebagaimana pedagang, santri harus memperhatikan dan mengecek kondisi barang dagangannya, kualitas dagangan, konsep dagangan, harus adil dan jujur saat berdagang, menyiapkan mental dan fisik saat berdagang, serta ulet dan tekut dalam menjualkan dagangannya.

Tahapan pertama yaitu perencanaan program *market day*. Pada tahap ini, santri belajar menjadi pembeli di pasar untuk membeli bahan-bahan yang akan dibutuhkan dalam membuat jajanan yang akan dijual dengan bantuan wali santri. Hal ini agar terjalin kesolidan dan koordinasi yang baik dari pihak lembaga maupun wali santri dalam mendukung keberhasilan program. Pembagian kelompok, pemilihan barang dagangan, dan keterlibatan wali santri merupakan langkah penting dalam memastikan persiapan yang baik sebelum hari pelaksanaan (Nadlifah et al., 2023).

Penyelenggaraan program *market day* disesuaikan dengan kurikulum dan kalender pendidikan Kuttab Al Faruq yang telah ditetapkan di awal tahun pelajaran. Hal ini menunjukkan adanya integrasi yang baik dengan proses pembelajaran formal. Integrasi model pembelajaran kewirausahaan dengan kurikulum dapat meningkatkan motivasi belajar karena santri dapat melihat aplikasi langsung dari materi yang dipelajari, seperti berhitung, muamalah, adab berkomunikasi, materi jual beli, dan lainnya (Agustina, 2017). Program *market day* juga membantu santri mengembangkan karakter kewirausahaan yang meliputi independen,

kreatif, berani mengambil risiko, kepemimpinan, berorientasi pada tindakan, dan kerja keras (Setiawati et al., 2022). Dengan integrasi yang baik, program *market day* dapat menjadi program bermanfaat dan berkelanjutan untuk menumbuhkan karakter kewirausahaan santri.

Tahap kedua yaitu pelaksanaan program *market day*. Program *market day* melibatkan santri secara aktif dalam seluruh proses pembelajaran, sehingga lebih interaktif dan menyenangkan. Hal ini sangat bermanfaat untuk melatih keberanian, keterampilan sosial, dan keterampilan berbahasa santri (Asmara, 2023; Rofiah, 2022). Santri tidak hanya mengasah keterampilan praktis, tetapi juga mengembangkan sikap positif, seperti kejujuran, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Mental dan fisik santri diuji karena mereka harus ulet dan tekun dalam menawarkan dan menjualkan dagangannya. Santri juga belajar berkomunikasi dengan baik dan menarik minat pembeli. Lebih lanjut, santri didorong untuk mandiri dalam mengelola usahanya dan membangun rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Acara *market day* ini juga dimeriahkan dengan adanya kajian parenting untuk umum, lomba tahfidz dan mewarnai untuk TK se-Solo Raya. Dengan mengadakan kajian parenting untuk umum dan menghadirkan narasumber yang kompeten, dapat menarik minat masyarakat untuk datang ke Kuttab Al Faruq. Begitupun dengan mengadakan lomba tahfidz dan mewarnai untuk TK se-Solo Raya, dapat menarik minat anak-anak dan orang tua untuk datang ke Kuttab Al Faruq. Selain itu, acara ini juga memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Whatsapp untuk mempromosikan *market day* dan Kuttab Al Faruq. Dengan demikian, banyak masyarakat yang berasal dari luar Kuttab Al Faruq turut memeriahkan acara *market day* yang digelar. Hal ini menjadi bagian sosialisasi efektif Kuttab kepada khalayak umum.

Melalui sosialisasi ini, diharapkan meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Kuttab Al Faruq dan program-programnya. Lebih dari itu, sosialisasi yang efektif dapat menarik minat calon wali santri untuk mendaftarkan putra-putrinya di Kuttabb Al Faruq, sekaligus membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan pemerintah. Sebagaimana pendapat Afriwanti & Pasrizal (2021) bahwa sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran tentang layanan pendidikan di suatu lembaga dan memperkuat citra lembaga pendidikan tersebut di mata orang tua dan masyarakat umum.

Tahap ketiga yaitu evaluasi program *market day*. Pada tahap ini, Kuttab Al Faruq mengadakan evaluasi pasca acara dan survei kepuasan pengunjung saat hari-H acara. Evaluasi dan survei

kepuasan pengunjung merupakan langkah penting untuk meningkatkan kualitas acara *market day*. Dengan melaksanakan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan, lembaga pendidikan dapat menghadirkan program-program sekolah yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak (Huljannah, 2021).

Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Program Market Day untuk Menumbuhkan Karakter Kewirausahaan Santri Kuttab Al Faruq Sukoharjo

Adapun faktor yang mendukung implementasi *market day* yaitu adanya keterlibatan pendidik. Peran pendidik yang aktif dalam mendukung dan memandu santri sangat berpengaruh terhadap kesuksesan program (Yestiani & Zahwa, 2020). Pendidik dapat membantu santri dalam memilih produk, membuat strategi pemasaran, dan mengatur *stand*. Selain itu, partisipasi aktif dari wali santri turut mendukung implementasi program *market day*. Wali santri turut membantu dalam menyiapkan produk, mengantarkan santri ke lokasi *market day*, dan membantu penjualan produk. Optimalisasi peran orang tua dalam mendukung program sekolah dapat mendukung keberhasilan program-program sekolah sekaligus mendukung penguatan karakter pada anak (Wulandari & Kristiawan, 2017).

Antusiasme santri dalam penyelenggaraan program *market day* juga turut memengaruhi kelancaran program. Santri yang melaksanakan aktivitas dengan senang akan lebih mudah dalam menumbuhkan karakter yang diharapkan (Asafri et al., 2021). Kemudian faktor pendukung lainnya yaitu fasilitas dari sekolah yang mendukung pelaksanaan program *market day*, serta adanya perencanaan matang sehingga program *market day* dapat berjalan dengan baik dan terarah. Sebagaimana penelitian serupa yang dilaksanakan oleh Nadlifah et al. (2023), bahwa faktor yang mendukung pelaksanaan *market day* yaitu antusiasme siswa yang tinggi, dukungan orang tua, dan dukungan dari sekolah.

Sedangkan faktor yang menghambat implementasi *market day* yaitu kurangnya pengalaman beberapa guru dan santri dalam berdagang. Hal-hal tersebut dapat menyebabkan kesulitan dalam menjalankan program *market day*. Selaras dengan riset Nadlifah et al. (2023), terkait faktor penghambat pelaksanaan *market day* yaitu siswa tidak terbiasa berbelanja barang dagangan di pasar, orang tua kurang mendukung, serta kekhawatiran berlebih orang tua pada anaknya.

Program *market day* di Kuttab Al Faruq membuktikan menjadi langkah efektif dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan santri. Dalam memainkan peran sebagai pedagang dan pembeli, santri dapat memperoleh pembelajaran tentang bagaimana berperilaku dengan

baik, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya dirinya (Dwinata et al., 2023). Selanjutnya, dalam pelaksanaan *market day*, santri dapat mengasah keterampilan berkomunikasi dan keberanian, yang terlihat saat berjual beli (Asmara, 2023). Pendampingan dari guru dan wali santri juga menjadi penting dalam program *market day* untuk memastikan pencapaian aspek perkembangan anak sesuai dengan yang diharapkan (Nadlifah et al., 2023).

Melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan terstruktur, dan evaluasi menyeluruh, program *market day* memberikan dampak positif signifikan. Dengan pengembangan yang berkelanjutan, program ini dapat menjadi bekal berharga bagi santri dalam menghadapi masa depan dan berkontribusi bagi kemajuan ekonomi masyarakat (Sholeh & Supratno, 2023). Hasil penelitian ini memberikan dasar bagi pengembangan program serupa di lembaga Kuttab lainnya, serta memberikan kontribusi pada literatur terkait pendidikan kewirausahaan di lingkungan pendidikan Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program *market day* di Kuttab Al Faruq dapat menumbuhkan karakter kewirausahaan santri, mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Hal ini dibuktikan dengan hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang menunjukkan terbentuknya karakter kewirausahaan santri, seperti rasa percaya diri, mandiri, kerja sama, dan *problem solving*. Adapun faktor pendukung implementasi *market day* yaitu adanya keterlibatan pendidik, partisipasi aktif dari wali santri, antusiasme dari santri, serta adanya fasilitas dari sekolah. Faktor penghambat implementasi *market day* yaitu kurangnya pengalaman dalam berdagang, serta kesulitan dalam membuat strategi pemasaran.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang program *market day* sebagai salah satu metode pembelajaran efektif dalam mengembangkan karakter kewirausahaan santri. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi pada Kuttab Al Faruq dan lembaga penelitian serupa untuk mengadakan program *market day* secara berkelanjutan, serta menjalin kerja sama dengan pihak lain untuk mendukung program *market day*. Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, yaitu sampel penelitian yang terbatas pada Kuttab Al Faruq serta durasi penelitian yang singkat. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian di lembaga pendidikan lain dengan sampel yang lebih besar dan durasi penelitian yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afipah, H., & Imamah, I. (2023). Implementasi Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila terhadap Enam Dimensi Karakter di PAUD. *Journal of Education Research*, 4(3), 1534–1542. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i3.456>
- Afriwanti, D., & Pasrizal, H. (2021). Marketing Strategy for Education Services in Integrated Islamic-Based Junior High Schools. *Journal of Islamic Education Students (JIES)*, 1(2), 48–61. <https://doi.org/10.31958/jies.v1i2.3022>
- Agustina, D. A. (2017). Model Pembelajaran Untuk Mengenalkan Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Dasar Kelas Rendah. *Bangun Rekaprima*, 3(2), 43–53. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v3i2.866>
- Arahman, M. A. H., & Pratikno, A. S. (2022). Urgensi Pendidikan Karakter di Tengah Masifnya Pengaruh Globalisasi Kebudayaan: Ditinjau dari Perspektif Agama Islam. *Attamwir: Jurnal Keislaman Dan Pendidikan*, 13(2), 133–145. <https://doi.org/10.53915/jurnalkeislamandanpendidikan.v13i2.124>
- Asafri, H., Pitriyani, P., & Rosmiati, R. (2021). Strategi Pengembangan Karakter Entrepreneurship di Sekolah. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6), 5085–5091. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1588>
- Asmara, F. D. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif dan Berhitung Permulaan Anak Usia Dini Kelompok B di Tk Negeri Pembina Kecamatan Subah. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 529–536. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3309>
- Badawi, B. (2023). Pembentukan karakter kewirausahaan dengan kegiatan market day di sekolah dasar soekarno hatta. *Edukasi Lingua Sastra*, 21(1), 88–97. <https://doi.org/10.47637/elsa.v21i1.647>
- Chusniyah, A., Ariyanto Akhmad, R., & Ramadhan Putra P, H. (2023). Strategic Planning for Education Quality Improvement Based on SWOT Analysis: A Case Study. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 9(02), 199–210. <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v9i02.8366>
- Chusniyah, A., & Makruf, I. (2024). Manajemen Kurikulum Tahfidz Al-Qur'an di Kuttub Al Faruq Sukoharjo. *ISLAMIKA*, 6(1), 381–396. <https://doi.org/10.36088/islamika.v6i1.4387>
- Dwinata, A., Asmarani, R., Sarumaha, M. S., Hikmah, N., & Pratiwi, E. Y. R. (2023). Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(4), 2536–2544. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i4.6022>
- Houghton, C., Murphy, K., Shaw, D., & Casey, D. (2015). Qualitative case study data analysis: An example from practice. *Nurse Researcher*, 22(5), 8–12. <https://doi.org/10.7748/nr.22.5.8.e1307>
- Huljannah, M. (2021). Pentingnya Proses Evaluasi Dalam Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Educator (Directory of Elementary Education Journal)*, 2(2), 164–180. <https://doi.org/10.58176/edu.v2i2.157>
- Khizbullah, M. A., & Mushtofa, A. (2021). Urgensi wirausaha di lembaga pendidikan. *Jurnal Tawadhu*, 5(2), 178–190. <https://doi.org/10.52802/twd.v5i2.233>

- Miles, M. B., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed). SAGE Publications.
- Nadlifah, N., Fajzrina, L. N. W., Triyana, T., Ismaiayah, N., Loka, N., & Mujiati, T. (2023). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Anak Usia Dini melalui Event Market Kids. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3), 3486–3497. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4354>
- Novita, D., Astuti, L. S., & Hikmah, R. (2023). Pengaruh kegiatan market day dalam meningkatkan pemahaman nilai mata uang pada siswa TK Al-Barkah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21964–21971.
- Rahmani, M., Fatimah, S., Berampu, N., & Lubis, F. K. (2020). Mengenal Lembaga Pendidikan Dasar Kuttub Periode Klasik. *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 8–17. <https://doi.org/10.56114/al-ulum.v1i1.4>
- Rofiah, S. H. (2022). Pengembangan Keterampilan Sosial Anak Melalui Model Role Playing “Market Day” Di Ra Fitri Mulia Gebang – Patrang—Jember. *Childhood Education : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2), 80–93. <https://doi.org/10.53515/CJI.2022.3.2.80-93>
- Saugi, W. (2020). Implementation of Curriculum Kuttub Al-Fatih on Children at an Early Age. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 70–82. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.510>
- Setiawati, N. A., Syam Nst, F., & Zahara, R. (2022). Application Of The Market Day Based Entrepreneurship Learning Model In Building Generation Entrepreneurs. *Journal Of Education And Teaching Learning (JETL)*, 4(1), 38–48. <https://doi.org/10.51178/jetl.v4i1.432>
- Sholeh, Moch. C., & Supratno, H. (2023). Penanaman karakter kewirausahaan di pesantren tebuireng. *Al-Hasanah: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 8(2), 292–307. <https://doi.org/10.51729/82220>
- Wulandari, D. (2023). Penerapan project based learning melalui market day untuk meningkatkan kreativitas dan hasil belajar materi kegiatan ekonomi kelas VII SMP negeri 3 karanganyar. *EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran*, 3(3), 233–242. <https://doi.org/10.51878/educational.v3i3.2442>
- Wulandari, Y., & Kristiawan, M. (2017). Strategi sekolah dalam penguatan pendidikan karakter bagi siswa dengan memaksimalkan peran orang tua. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v2i2.1477>
- Yestiani, D. K., & Zahwa, N. (2020). Peran Guru dalam Pembelajaran pada Siswa Sekolah Dasar. *FONDATIA*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v4i1.515>