



The role of "Market Day" in developing entrepreneurial habitus at MTS Zia Salsabila School

Dean Antania Simatupang¹, Sakti Ritonga²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia
dean0309213047@uinsu.ac.id¹, saktiritonga@uinsu.ac.id²

ABSTRACT

The development of entrepreneurial spirit in secondary education has become an important focus in preparing adaptive and innovative generations. "Market Day", as an experience-based learning strategy, has been implemented in various institutions. However, no research has analyzed the formation of students' entrepreneurial habitus through this activity within Pierre Bourdieu's theoretical framework. This research aims to analyze the role of "Market Day" in developing students' entrepreneurial habitus at MTs Zia Salsabila, specifically by identifying the implementation of activities and evaluating its contribution to forming habitus through the internalization of entrepreneurial mindset, attitudes, and habits. The research used a descriptive qualitative approach with a purposive sampling technique involving the principal, two teachers, and five students. Data collection was conducted through semi-structured interviews, participatory observation, and a documentation study, then analyzed using the Miles-Huberman-Saldana interactive model. "Market Day" successfully developed entrepreneurial habitus through three dimensions: cognitive (ability to manage capital and marketing strategies), affective (independence, self-confidence, risk-taking, courage), and behavioral (honesty, responsibility, cooperation). Students demonstrated a transformation from a job seeker to a job creator mindset. "Market Day" proved effective as an arena for forming permanent entrepreneurial habitus through repeated experiences and systematic internalization of entrepreneurial values.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 12 Mar 2025

Revised: 19 Aug 2025

Accepted: 2 Sep 2025

Publish online: 5 Oct 2025

Keywords:

character education;
entrepreneurship; habitus;
Market Day; Pierre Bourdieu

Open access

Curricula: Journal of Curriculum Development is a peer-reviewed open-access journal.

ABSTRAK

Pengembangan jiwa kewirausahaan dalam pendidikan menengah menjadi fokus penting dalam mempersiapkan generasi yang adaptif dan inovatif. "Market Day" sebagai strategi pembelajaran berbasis pengalaman telah diterapkan di berbagai institusi, namun belum ada penelitian yang menganalisis pembentukan habitus kewirausahaan murid melalui kegiatan ini dalam kerangka teori Pierre Bourdieu. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran "Market Day" dalam mengembangkan habitus kewirausahaan murid di MTs Zia Salsabila, khususnya mengidentifikasi implementasi kegiatan dan mengevaluasi kontribusinya dalam membentuk habitus melalui internalisasi pola pikir, sikap, dan kebiasaan wirausaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap kepala sekolah, dua guru, dan lima murid. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model interaktif Miles-Huberman-Saldana. "Market Day" berhasil mengembangkan habitus kewirausahaan melalui tiga dimensi: kognitif (kemampuan mengelola modal dan strategi pemasaran), afektif (kemandirian, kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko), dan behavioral (kejujuran, tanggung jawab, kerja sama). Murid menunjukkan transformasi pola pikir dari job seeker menjadi job creator. "Market Day" terbukti efektif sebagai arena pembentukan habitus kewirausahaan yang permanen melalui pengalaman berulang dan internalisasi sistematis nilai-nilai kewirausahaan.

Kata Kunci: habitus, kewirausahaan; Market Day; pendidikan karakter; Pierre Bourdieu

How to cite (APA 7)

Simatupang, D. A., & Ritonga, S. (2025). The role of "Market Day" in developing entrepreneurial habitus at MTS Zia Salsabila School. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 4(2), 1455-1470.

Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.

Copyright

2025, Dean Antania Simatupang, Sakti Ritonga. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited.

*Corresponding author: dean0309213047@uinsu.ac.id

INTRODUCTION

Pengembangan jiwa kewirausahaan dalam dunia pendidikan telah menjadi fokus utama dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan masa depan. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan penciptaan pedagang atau pengusaha baru, melainkan mencakup pengembangan identitas diri yang kuat, pola pikir tangguh, dan kemampuan adaptasi dalam menghadapi dinamika kehidupan (Avianti & Pitaloka, 2024; Sucipto, 2025). Dalam konteks ini, pendidikan kewirausahaan memegang peranan penting dalam membentuk karakter murid yang mandiri, kreatif, inovatif, dan berorientasi pada pemecahan masalah (Nuraeni, 2022). "Market Day" sebagai salah satu strategi pembelajaran berbasis pengalaman telah diterapkan di berbagai institusi pendidikan sebagai sarana efektif untuk memberikan pengalaman langsung kepada murid dalam bidang kewirausahaan (Marlina et al., 2025).

Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada murid untuk terlibat dalam seluruh aspek bisnis, mulai dari perencanaan usaha, produksi, pemasaran, hingga evaluasi bisnis. Melalui pengalaman praktis ini, murid tidak hanya memperoleh keterampilan teknis bisnis, tetapi juga mengembangkan *soft skills* yang esensial untuk kehidupan masa depan (Hanama et al., 2024; Rosyida et al., 2025). Konsep habitus yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu menjadi relevan dalam konteks ini, di mana habitus merupakan pola pikir dan kebiasaan yang terbentuk dari pengalaman dan lingkungan sosial seseorang (Kristiani et al., 2025). Dalam "Market Day", habitus kewirausahaan berkembang melalui pengalaman bisnis berulang yang memungkinkan murid menginternalisasi pola pikir wirausaha secara bertahap. Pembekalan kompetensi kewirausahaan melalui kegiatan produktif menjadikan murid lebih efektif dalam kehidupan (Aulia et al., 2025).

Lebih lanjut, "Market Day" sebagai salah satu program kewirausahaan dalam menumbuhkan nilai-nilai mandiri, kreatif, berani mengambil risiko, kepemimpinan, tindakan, dan kerja keras yang ada dalam jiwa murid (Setiawati et al., 2022). Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi efektivitas "Market Day" dalam pengembangan kewirausahaan. Penelitian menunjukkan bahwa kegiatan "Market Day" mampu meningkatkan sikap kemandirian, kreativitas, keberanian mengambil risiko, kepemimpinan, dan orientasi pada tindakan di kalangan murid (Muslikhah et al., 2023). "Market Day" juga memberikan pengalaman langsung kepada murid untuk merasakan bagaimana menjalankan usaha kecil, mulai dari merancang produk, mengelola keuangan, hingga berinteraksi dengan pelanggan.

Murid diharapkan mahir dalam berbagai keterampilan kewirausahaan melalui kegiatan ini, namun dengan cakupan yang lebih general dan tidak hanya terbatas pada aspek kewirausahaan (Sari et al., 2024). Selain itu, studi di SMP PGRI 400 Tangerang mendemonstrasikan bahwa "Market Day" efektif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan murid, seperti kreativitas, inovasi, dan kemampuan berbisnis (Hutahaeon & Kusumasari, 2024). Fokus penelitian tersebut pada pembelajaran keterampilan bisnis praktis, mulai dari perencanaan usaha, pengelolaan modal, hingga strategi pemasaran. Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi signifikan, masih terdapat gap dalam pemahaman mendalam tentang bagaimana "Market Day" secara spesifik membentuk habitus kewirausahaan murid dalam konteks teori Bourdieu.

Penelitian ini memberikan kebaruan ilmiah dengan mengintegrasikan konsep habitus Pierre Bourdieu dalam analisis dampak "*Market Day*" terhadap pembentukan karakter kewirausahaan murid. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada aspek keterampilan dan sikap, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pengalaman berulang dalam "*Market Day*" berkontribusi dalam membentuk disposisi mental dan pola perilaku murid yang bersifat permanen. Kebaruan lainnya terletak pada pendekatan holistik yang menganalisis tidak hanya *output* keterampilan, tetapi juga proses internalisasi nilai-nilai kewirausahaan yang membentuk habitus murid. Penelitian ini juga mengisi kekosongan literatur tentang analisis mendalam terhadap mekanisme pembentukan *mindset* wirausaha melalui kegiatan "*Market Day*" dalam konteks pendidikan menengah di Indonesia.

Meskipun "*Market Day*" telah banyak diterapkan di sekolah-sekolah yang menerapkan Kurikulum Merdeka, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis kegiatan tersebut dalam membangun habitus kewirausahaan murid. Permasalahan utama yang muncul adalah bagaimana kegiatan "*Market Day*" dapat secara efektif mengubah pola pikir murid dari orientasi menjadi karyawan menuju orientasi menjadi pengusaha (*job seeker* menjadi *job creator*). Pengembangan habitus kewirausahaan murid melalui "*Market Day*" diharapkan dapat mengubah pola pikir murid dalam kewirausahaan untuk mendorong para murid agar mulai mengenal dan membuka usaha atau berwirausaha. Kegiatan "*Market Day*" sudah banyak dilakukan di beberapa sekolah yang menerapkan Kurikulum merdeka, akan tetapi kegiatan jual beli pada "*Market Day*" belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis kegiatan tersebut dalam membangun jiwa wirausaha murid.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini mengkaji bagaimana implementasi kegiatan "*Market Day*" di MTs Zia Salsabila dalam mengembangkan habitus kewirausahaan murid, serta bagaimana "*Market Day*" berkontribusi dalam membentuk disposisi mental dan pola perilaku kewirausahaan yang permanen pada murid. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran "*Market Day*" dalam mengembangkan habitus kewirausahaan murid di MTs Zia Salsabila. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis implementasi kegiatan "*Market Day*" sebagai strategi pengembangan keterampilan kewirausahaan murid di sekolah, serta mengevaluasi kontribusi "*Market Day*" dalam membentuk habitus kewirausahaan murid melalui internalisasi pola pikir, sikap, dan kebiasaan wirausaha.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis berupa pengembangan pemahaman konsep habitus dalam konteks pendidikan kewirausahaan, serta menjadi rujukan bagi peneliti lainnya yang mengkaji pengembangan jiwa kewirausahaan melalui program "*Market Day*". Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi *valuable* kepada *stakeholder* pendidikan tentang efektivitas "*Market Day*" sebagai media pengembangan jiwa kewirausahaan, memberikan informasi kepada orang tua bahwa kegiatan program "*Market Day*" dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan adanya bimbingan guru dan orang tua, serta menjadi dasar pengembangan strategi dan kebijakan pendidikan yang lebih efektif dalam mempersiapkan murid menjadi wirausaha sukses di masa depan.

LITERATURE REVIEW

"Market Day" sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan

"Market Day" merupakan salah satu bentuk kegiatan pendidikan berbasis praktik yang bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada murid mengenai dunia usaha (Setiawati *et al.*, 2022). Dalam konteks pendidikan, "Market Day" didefinisikan sebagai kegiatan simulasi jual beli yang dilakukan pada waktu tertentu di sekolah dengan melibatkan murid sebagai penjual maupun pembeli. Melalui kegiatan ini, murid belajar mengelola produk, menentukan harga, melakukan promosi, serta berinteraksi dengan konsumen secara nyata (Azzahra *et al.*, 2023; Nurhayati *et al.*, 2025). Pelaksanaan "Market Day" umumnya mencakup lima tahapan utama: 1) Eksplorasi ide usaha; 2) Perencanaan produk; 3) Produksi barang; 4) Penjualan; serta 5) Refleksi pengalaman. Tahap eksplorasi membantu murid mengidentifikasi peluang pasar melalui diskusi dan pengumpulan informasi. Perencanaan menekankan pada penyusunan strategi usaha, mulai dari desain produk hingga penentuan harga jual. Tahap produksi menuntut kreativitas murid dalam menciptakan atau memodifikasi barang, sedangkan tahap penjualan menjadi ajang praktik interaksi bisnis langsung.

Pada tahap refleksi, murid diajak mengevaluasi pengalaman yang diperoleh, termasuk strategi yang berhasil maupun kendala yang dihadapi (Dewi *et al.*, 2024; Putri & Pratiwi, 2023). "Market Day" menjadi model pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang efektif dalam membangun keterampilan kognitif, sosial, emosional, serta motorik murid. Selain aspek kognitif, "Market Day" juga berkontribusi terhadap pengembangan karakter murid. Kegiatan ini mendorong tumbuhnya kepercayaan diri, kemandirian, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan berkomunikasi. Nilai kejujuran, tanggung jawab, dan kerja sama juga tertanam melalui praktik jual beli yang beretika (Aliyah *et al.*, 2025; Rosyida *et al.*, 2025). "Market Day" bukan sekadar ajang transaksi, tetapi merupakan sarana pembelajaran komprehensif yang mempersiapkan murid menghadapi tantangan kehidupan nyata dan masa depan. Kegiatan ini mendukung peningkatan keterampilan komunikasi dan kolaborasi murid yang sesuai dengan *output* Kurikulum Merdeka (Zarkasyi *et al.*, 2023).

Konsep Habitus Kewirausahaan

Konsep habitus berasal dari kajian filsafat dan sosiologi, yang kemudian dikembangkan secara mendalam oleh Pierre Bourdieu. Habitus dimaknai sebagai pola kebiasaan, disposisi, atau struktur mental yang terbentuk melalui pengalaman sosial, dan secara tidak disadari membimbing individu dalam bertindak (Mustikasari *et al.*, 2023; Mohulaingo *et al.*, 2025). Habitus tidak muncul secara instan, melainkan hasil dari internalisasi struktur sosial, pendidikan, serta pengalaman historis yang panjang. Dalam konteks kewirausahaan, habitus tercermin dalam pola pikir kreatif, sikap berani mengambil risiko, ketekunan, serta kemampuan adaptif menghadapi tantangan bisnis (Anindhita & Fatimah, 2025). Habitus kewirausahaan berhubungan erat dengan berbagai bentuk modal, baik ekonomi, sosial, budaya, maupun simbolik. Misalnya, pengalaman sosial di sekolah membentuk kebiasaan murid untuk bekerja sama, menghargai norma, dan mengembangkan kreativitas. Semua ini menjadi bekal yang terinternalisasi dan mempengaruhi tindakan mereka dalam praktik

kewirausahaan. Habitus kewirausahaan juga bersifat dinamis. Seseorang dapat bertahan lama sebagai hasil pembiasaan, tetapi juga mampu bertransformasi seiring perubahan lingkungan sosial (Kudubun & Singgalen, 2020; Hong *et al.*, 2023; Tan & Liu, 2022). Dalam kerangka ini, kegiatan "Market Day" dapat dipandang sebagai arena (*field*) tempat murid berinteraksi dan berlatih habitus wirausaha melalui pengalaman praktis yang berulang.

Peran Guru dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan

Guru memiliki peran fundamental dalam proses pembelajaran kewirausahaan di sekolah dengan memberikan pembelajaran yang menyenangkan untuk murid (Rostiana & Wahyudin, 2025). Sebagai fasilitator, guru berfungsi membimbing murid sejak tahap eksplorasi ide hingga refleksi pasca kegiatan "Market Day" (Dewi *et al.*, 2024). Guru dapat mendorong murid untuk berpikir kritis, mengeksplorasi ide inovatif, serta mengasah kemampuan *problem solving* melalui studi kasus dan simulasi usaha (Subro & Fawaid, 2025). Pendekatan ini mendukung murid untuk belajar mengaitkannya dengan pengalaman nyata, tidak hanya secara teori saja. Selain sebagai fasilitator, guru berperan sebagai *role model* dengan sikap kreatif, jujur, dan berani mengambil risiko yang ditunjukkan guru dapat menginspirasi murid untuk meneladani nilai-nilai kewirausahaan tersebut. Guru berperan sebagai motivator dengan memberikan apresiasi dan dukungan terhadap usaha murid, sehingga mereka terdorong untuk berani mencoba meskipun menghadapi kegagalan (Nordian, 2024). Program-program khusus seperti "Market Day", lomba bisnis, dan kunjungan ke dunia industri semakin memperkuat peran guru dalam menanamkan semangat kewirausahaan di sekolah (Dewi *et al.*, 2024; Farwati & Santosa, 2023). Keterlibatan guru bukan hanya dalam aspek akademik, tetapi juga dalam pembentukan mentalitas dan karakter kewirausahaan murid.

"Market Day" dan Pengembangan Entrepreneurial Habitus

"Market Day" menjadi sarana strategis dalam menumbuhkan habitus kewirausahaan karena kegiatan ini melibatkan murid secara langsung dalam praktik kewirausahaan. Pertama, kegiatan ini mendorong terbentuknya pola pikir kewirausahaan. Murid belajar berpikir kreatif dan adaptif dalam menciptakan produk, menentukan strategi pemasaran, dan menghadapi persaingan. Kedua, "Market Day" memperkuat sikap mental kewirausahaan melalui pengalaman nyata menghadapi konsumen dan persaingan pasar. Kepercayaan diri, ketekunan, serta keberanian mengambil keputusan menjadi bagian dari disposisi yang tertanam dalam diri murid (Hanama *et al.*, 2024; Dewi *et al.*, 2024; Rosyida *et al.*, 2025). Ketiga, "Market Day" berfungsi sebagai sarana internalisasi nilai dan etika bisnis.

Praktik jual beli di sekolah tidak hanya menekankan keuntungan materi, tetapi juga mengajarkan kejujuran, tanggung jawab, dan kerja sama. Nilai-nilai tersebut kemudian menjadi bagian dari habitus yang terbawa dalam kehidupan sehari-hari murid. Keempat, kegiatan ini melatih keterampilan praktis seperti pengelolaan keuangan sederhana, strategi negosiasi, serta kemampuan komunikasi. Pengalaman berulang tersebut akan melekat dan membentuk habitus wirausaha yang berkelanjutan (Dewi *et al.*, 2024; Taufiq *et al.*, 2024). "Market Day" bukan hanya kegiatan temporer, melainkan proses pembentukan habitus kewirausahaan yang berlangsung secara sistematis dan mendalam. Melalui

dukungan guru, pengalaman langsung, dan internalisasi nilai, murid diharapkan mampu mengembangkan pola pikir dan kebiasaan yang relevan untuk menjadi wirausahawan yang tangguh di masa depan.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif untuk memahami makna, proses, serta pengalaman sosial yang dialami subjek penelitian. Pendekatan ini dipilih supaya peneliti dapat menggali secara mendalam peran "*Market Day*" dalam membentuk habitus kewirausahaan murid. Penelitian dilaksanakan di MTs Zia Salsabila Medan karena sekolah ini telah mengimplementasikan Kurikulum Merdeka dengan program "*Market Day*" sebagai praktik pembelajaran kontekstual. Populasi penelitian ini yaitu seluruh warga sekolah yang terlibat dalam kegiatan "*Market Day*", meliputi kepala sekolah, guru, dan murid. Dari populasi tersebut, ditentukan sampel penelitian berupa informan kunci yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian terdiri atas kepala sekolah sebagai pengambil kebijakan, dua orang guru sebagai pendamping kegiatan, serta lima orang murid sebagai pelaku utama dalam praktik kewirausahaan. Jumlah ini dianggap memadai sebab penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data, bukan banyaknya jumlah informan (Korstjens & Moser, 2021).

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap kepala sekolah, guru, dan murid terkait pelaksanaan "*Market Day*". Sedangkan data sekunder berupa dokumen sekolah, laporan kegiatan, serta foto sebagai pelengkap. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara utama. Pertama, wawancara semi-terstruktur yang memungkinkan peneliti menggali informasi secara fleksibel sesuai kebutuhan penelitian. Kedua, observasi partisipatif yang memberikan kesempatan peneliti untuk memahami perilaku dan interaksi murid secara langsung dalam kegiatan kewirausahaan. Ketiga, studi dokumentasi berupa arsip dan laporan sekolah yang mendukung validitas data.

Data yang terkumpul dianalisis dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang mencakup proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan yang berlangsung secara siklus hingga data mencapai kejenuhan, sesuai dalam penjelasannya dalam buku "*Qualitative Data Analysis: A methods sourcebook*". Reduksi dilakukan dengan menyaring data yang relevan, penyajian dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk menemukan pola, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan melalui verifikasi berulang agar hasil penelitian lebih kredibel. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk menjamin keabsahan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari kepala sekolah, guru, dan murid, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan memadukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

RESULTS AND DISCUSSION

Implementasi "Market Day"

Pelaksanaan "Market Day" di MTs Zia Salsabila merupakan program rutin yang dirancang untuk memberikan pengalaman nyata berwirausaha kepada murid. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan sebulan sekali pada hari Sabtu pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Lokasi kegiatan dipusatkan di halaman sekolah yang ditata menyerupai pasar mini dengan stan-stan sederhana hasil dekorasi murid dan guru. Suasana tersebut dibuat sedemikian rupa agar mendekati kondisi pasar sesungguhnya sehingga murid dapat belajar langsung bagaimana mengelola usaha dalam lingkungan nyata. Kepala sekolah menegaskan bahwa tujuan utama dari "Market Day" bukan sekadar mencari keuntungan, melainkan memberikan kesempatan kepada murid untuk belajar melalui pengalaman.

"Market Day" adalah kegiatan pembelajaran praktik jual beli, di mana murid berperan sebagai pedagang maupun pembeli. Tujuannya agar murid bisa belajar langsung bagaimana mengelola usaha kecil, mulai dari modal hingga pelayanan," (Wawancara, inisial SS, 6/8/2025).

Guru IPS menambahkan bahwa kegiatan ini diawali dengan rapat guru untuk menentukan tema, kemudian murid diarahkan membuat kelompok kecil agar pembagian kerja lebih terstruktur.

"Tahapannya dimulai dari perencanaan produk, pembagian modal, pengaturan tempat, sampai evaluasi setelah kegiatan selesai. Semua proses diarahkan agar murid terlibat penuh, bukan hanya melihat," (Wawancara, Guru IPS, 6/8/2025).

Observasi lapangan memperlihatkan bahwa sejak pagi murid tampak sibuk menyiapkan stan masing-masing. Mereka menata meja dengan taplak, menempel poster promosi, serta menghias dengan balon atau kertas warna. Ada kelompok yang menambahkan spanduk sederhana bertuliskan nama kelompok dan produk yang dijual. Produk yang ditawarkan beragam, mulai dari minuman segar, makanan ringan, kue buatan rumah, hingga kerajinan tangan sederhana. Harga ditetapkan cukup terjangkau, berkisar Rp2.000-Rp7.000 per item, sehingga dapat dibeli oleh sesama murid maupun guru. Dalam wawancara, seorang murid kelas IX menceritakan bagaimana kelompoknya menyiapkan produk untuk dijual.

"Kami rapat dulu menentukan mau jualan apa. Akhirnya pilih roti bakar karena gampang dibuat. Modal kami kumpulkan Rp10.000 per orang, terus belanja bahan di warung. Sebelum hari H, kami coba bikin di rumah biar pas jualan tidak gagal," (Wawancara, inisial A, 6/8/2025).

Cerita ini menggambarkan keterlibatan murid sejak tahap awal perencanaan hingga praktik langsung. Selain persiapan teknis, guru memberikan bimbingan terkait strategi penjualan. Observasi menunjukkan beberapa guru berkeliling mengecek kesiapan stan sambil memberi arahan sederhana, misalnya cara menyusun barang agar menarik atau bagaimana melayani pembeli dengan ramah. Dokumentasi foto memperlihatkan guru mendampingi murid sambil sesekali mencatat hal-hal penting untuk bahan evaluasi setelah kegiatan berakhir. Beberapa kendala juga terungkap dalam proses implementasi. Kepala sekolah menyebutkan bahwa keterbatasan bahan sering menjadi tantangan.

"Kadang ada murid yang kehabisan stok lebih cepat karena tidak memperhitungkan jumlah pembeli. Ada juga yang kebingungan menentukan harga sehingga keuntungan jadi sangat kecil," (Wawancara, inisial SS, 6/8/2025).

Observasi mendukung hal ini, terlihat ada stan yang kehabisan produk sebelum kegiatan berakhir, sementara stan lain masih berusaha menjual sisa barang dengan memberikan diskon. Secara keseluruhan, implementasi "Market Day" berjalan dengan antusiasme tinggi dari murid. Suasana pasar mini di sekolah tampak ramai dengan interaksi antara penjual dan pembeli, diiringi promosi kreatif dari masing-masing kelompok. Dokumentasi visual menunjukkan keramaian di sekitar stan penjualan, di mana murid saling berlomba menarik perhatian pembeli. Hal ini memperlihatkan bahwa kegiatan "Market Day" berhasil menciptakan pengalaman pembelajaran kontekstual yang memberi ruang bagi murid untuk belajar, mencoba, dan berlatih keterampilan kewirausahaan secara nyata.

Pengalaman Murid dalam "Market Day"

Pengalaman murid dalam "Market Day" di MTs Zia Salsabila menunjukkan adanya keterlibatan aktif dan antusiasme tinggi dalam setiap tahap kegiatan. Murid tidak hanya berperan sebagai penjual, tetapi juga ikut merencanakan produk, membagi tugas, serta menentukan strategi promosi supaya barang yang dijual cepat habis. Aktivitas ini menciptakan suasana belajar yang menyenangkan sekaligus menantang, di mana murid merasa seolah-olah benar-benar mengelola sebuah usaha kecil. Seorang murid kelas VIII menceritakan pengalaman berkesannya saat berjualan.

"Yang paling berkesan waktu saya dan kelompok saya jualan minuman. Kita harus atur strategi supaya cepat habis. Ada yang jadi kasir, ada yang bagian promosi, saya kebagian melayani pembeli. Rasanya seperti benar-benar punya toko sendiri," (Wawancara, inisial N, 6/8/2025).

Murid lain menambahkan bahwa pengalaman berjualan melatih keberanian untuk berinteraksi dengan pembeli.

"Awalnya agak malu-malu untuk menawarkan, tapi lama-lama jadi terbiasa. Kalau kita diam saja, barang tidak akan laku, jadi harus berani menyapa pembeli," (Wawancara, inisial A, 6/8/2025).

Observasi lapangan memperlihatkan dinamika yang menarik. Beberapa kelompok tampak sangat kreatif menggunakan yel-yel dan poster warna-warni untuk mempromosikan produk, sementara kelompok lain memilih cara sederhana dengan menyapa langsung calon pembeli. Dokumentasi foto menunjukkan murid laki-laki maupun perempuan berusaha menarik perhatian dengan memegang produk dan mengangkatnya ke arah pembeli sambil berteriak harga atau memberikan diskon kecil. Suasana ini menciptakan atmosfer pasar yang hidup di halaman sekolah. Selain pengalaman menyenangkan, murid juga menghadapi tantangan yang berharga sebagai bagian dari proses belajar.

"Ada kalanya produk kami tidak cepat laku. Akhirnya kami harus keliling menawarkan ke teman-teman atau guru. Dari situ kami belajar tidak boleh malu, kalau mau usaha harus berani" (Wawancara, inisial A, 6/8/2025).

Tantangan lain muncul dalam pembagian tugas, di mana ada kelompok yang mengalami kebingungan karena beberapa anggota kurang aktif. Guru yang mendampingi sempat mengingatkan agar setiap murid ikut serta sesuai perannya sehingga beban tidak ditanggung oleh satu orang saja. Catatan observasi menunjukkan adanya variasi pengalaman antar kelompok. Beberapa kelompok berhasil menjual habis produk mereka sebelum kegiatan berakhir, sementara kelompok lain masih menyisakan barang hingga menit-menit terakhir.

Situasi ini melatih murid untuk berpikir cepat, misalnya dengan menurunkan harga atau memberikan bonus tambahan agar produk lebih cepat habis. Dokumentasi memperlihatkan bahwa meskipun terdapat kendala, murid tetap menunjukkan semangat dan bekerja sama menyelesaikan kegiatan hingga akhir. Pengalaman murid dalam "Market Day" tidak hanya sebatas praktik transaksi jual beli, tetapi juga menjadi ajang pembelajaran sosial, emosional, dan mental. Mereka belajar bekerja dalam tim, berkomunikasi dengan orang lain, mengatasi rasa malu, serta menemukan strategi untuk menghadapi kendala nyata dalam usaha kecil. Proses ini memberikan bekal berharga yang tidak didapatkan hanya melalui teori di kelas, melainkan melalui pengalaman langsung yang penuh dinamika.

Nilai dan Kebiasaan yang Terbentuk

Kegiatan "Market Day" di MTs Zia Salsabila bukan hanya memberikan pengalaman berjualan, tetapi juga menanamkan nilai-nilai penting yang membentuk kebiasaan positif pada murid. Nilai tersebut mencakup kejujuran, tanggung jawab, disiplin, kerja sama, dan keberanian mengambil risiko. Melalui pengalaman nyata ini, murid belajar bahwa kewirausahaan bukan hanya soal keuntungan finansial, melainkan juga sikap dan etika dalam menjalankan usaha. Kepala sekolah menegaskan bahwa aspek pembelajaran karakter menjadi perhatian utama dalam setiap pelaksanaan "Market Day".

"Kami lebih menekankan pada sikap kerja sama, kejujuran, dan tanggung jawab. Walaupun ada yang rugi, itu tetap dianggap pembelajaran berharga," (Wawancara, inisial SS, 6/8/2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa sekolah menempatkan nilai sebagai prioritas utama, sehingga murid dapat memahami arti keberhasilan dari perspektif yang lebih luas. Salah satu pengalaman konkret terkait kejujuran diungkapkan oleh seorang murid.

"Waktu 'Market Day' terakhir, aku jualan kue dan minuman. Ada pembeli yang ngasih uang Rp20.000, seharusnya kembalian Rp10.000, tapi aku hampir salah kasih Rp5.000. Untung aku cek dulu dan aku kasih yang benar. Dari situ aku sadar kalau jujur bikin pelanggan percaya," (Wawancara, inisial N, 6/8/2025).

Pengalaman ini memperlihatkan bahwa murid belajar dari situasi nyata bagaimana sikap jujur menjadi dasar kepercayaan konsumen. Selain kejujuran, tanggung jawab juga muncul sebagai nilai penting yang dipelajari murid.

"Kami selalu menilai bagaimana murid membagi tugas, apakah mereka bekerja sama dengan baik, dan bagaimana mereka menyelesaikan kegiatan sampai akhir. Bagi kami, sikap bertanggung jawab itu lebih penting daripada besar kecilnya keuntungan," (Wawancara, Guru IPS, 6/8/2025).

Observasi mendukung hal ini, terlihat beberapa kelompok tetap menjaga kebersihan stan dan merapikan sisa barang setelah acara selesai, meskipun mereka lelah setelah berjualan. Kedisiplinan murid ikut meningkat melalui "Market Day".

"Saya jadi belajar bangun lebih pagi supaya bisa menyiapkan barang. Kalau terlambat, kelompok jadi repot karena semua sudah sibuk," (Wawancara, inisial DP, 6/8/2025).

Dokumentasi memperlihatkan suasana pagi hari ketika murid datang lebih awal untuk menata produk, menunjukkan adanya kebiasaan baru yang terbentuk dari keteraturan

waktu. Observasi lapangan menunjukkan bahwa kerja sama menjadi nilai yang terus ditekankan sepanjang kegiatan. Murid tampak saling membantu membawa barang, menata meja, hingga melayani pembeli secara bergantian. Guru mencatat bahwa meskipun terdapat perbedaan pendapat di antara anggota kelompok, mereka akhirnya belajar menyelesaikan masalah bersama. Dokumentasi foto memperlihatkan murid tertawa bersama saat melayani pembeli, menunjukkan semangat kebersamaan yang terjalin. Selain nilai-nilai tersebut, keberanian mengambil risiko juga mulai tumbuh di kalangan murid. Seorang murid mengungkapkan keinginannya mencoba usaha di luar sekolah setelah mengikuti "Market Day".

"Setelah ikut "Market Day", saya semakin tertarik mencoba usaha online. Saya melihat peluang di media sosial untuk berjualan makanan ringan, karena menurut saya itu bisa menjangkau lebih banyak orang," (Wawancara, inisial DP, 6/8/2025).

Hal ini memperlihatkan bagaimana pengalaman sederhana di sekolah dapat memotivasi murid untuk berani mengambil langkah baru dalam dunia nyata. "Market Day" tidak hanya membentuk kebiasaan dalam konteks kegiatan sekolah, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kewirausahaan yang akan terbawa dalam kehidupan sehari-hari murid. Nilai kejujuran, tanggung jawab, disiplin, kerja sama, dan keberanian mengambil risiko muncul secara alami dari interaksi dan pengalaman nyata. Kebiasaan ini menjadi fondasi penting dalam membangun habitus kewirausahaan yang berkelanjutan.

Keterlibatan Orang Tua dan Lingkungan

Kegiatan "Market Day" di MTs Zia Salsabila tidak hanya melibatkan murid dan guru, tetapi juga orang tua dan masyarakat sekitar sebagai bagian penting dari proses pembelajaran. Kehadiran orang tua dan warga sekolah memperkaya pengalaman murid, karena mereka berinteraksi langsung dengan konsumen nyata di luar kelompok sebaya. Keterlibatan ini memperluas ruang belajar murid sehingga kegiatan "Market Day" tidak hanya bersifat internal, tetapi juga menjadi bagian dari interaksi sosial dengan komunitas sekitar. Kepala sekolah menegaskan peran orang tua lebih ditekankan pada dukungan moral dan material, bukan pada pelaksanaan teknis. Ia menyampaikan:

"Orang tua biasanya membantu menyediakan bahan atau modal, tapi kami tekankan agar proses jual beli tetap dilakukan murid," (Wawancara, inisial SS, 6/8/2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa sekolah menjaga esensi kemandirian murid, sehingga kegiatan tetap menjadi sarana belajar langsung bagi murid. Dari sisi orang tua, dukungan terhadap kegiatan ini memberikan dampak positif pada perkembangan anak.

"Anak saya jadi lebih percaya diri ketika berbicara dengan orang lain, lebih disiplin dalam mengatur waktu, dan mulai berani mencoba hal baru," (Wawancara, inisial SH, 6/8/2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa "Market Day" tidak hanya memberi manfaat akademik, tetapi juga membentuk karakter murid di rumah. Observasi lapangan memperlihatkan banyak orang tua hadir di halaman sekolah untuk membeli produk yang dijual anak-anak mereka. Dokumentasi foto menunjukkan interaksi langsung antara orang tua dan murid, di mana anak-anak tampak bangga melayani orang tua sebagai pembeli di stan mereka.

Beberapa murid bahkan mengaku merasa lebih termotivasi ketika orang tuanya datang membeli produk yang mereka buat sendiri. Selain keterlibatan orang tua, masyarakat sekitar sekolah juga berpartisipasi sebagai konsumen.

Beberapa warga turut datang untuk membeli makanan dan minuman yang dijual murid sehingga suasana semakin menyerupai pasar sungguhan. Guru mencatat bahwa keterlibatan masyarakat ini penting untuk melatih keberanian murid menghadapi pembeli yang tidak mereka kenal. Suasana ini terdokumentasi dalam foto yang memperlihatkan murid berinteraksi dengan warga sekitar sambil mempromosikan produk mereka. Keterlibatan orang tua dan masyarakat berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperluas dimensi pembelajaran "*Market Day*". Orang tua memberikan dorongan moral dan rasa percaya diri kepada anak, sedangkan masyarakat sekitar menciptakan pengalaman berjualan yang lebih realistis. Namun, seluruh proses inti tetap dijalankan oleh murid sehingga esensi kemandirian dalam praktik kewirausahaan tetap terjaga.

Discussion

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa implementasi "*Market Day*" di MTs Zia Salsabila tidak hanya berfungsi sebagai simulasi jual beli, tetapi juga sebagai arena pendidikan di mana murid secara aktif membentuk habitus kewirausahaan. Proses ini terjadi melalui pengalaman berulang mulai dari persiapan produk, pembagian tugas, interaksi dengan konsumen, hingga evaluasi pasca kegiatan. Dalam kerangka teori Bourdieu, arena sekolah menjadi ruang interaksi sosial yang memungkinkan internalisasi disposisi kewirausahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa habitus kewirausahaan terbentuk melalui pengalaman konkret yang sistematis, sejalan dengan pandangan bahwa habitus merupakan hasil dari pembiasaan dan pengalaman sosial yang terus-menerus (Mustikasari *et al.*, 2023).

Temuan menunjukkan tiga dimensi habitus yang tampak jelas. Pertama, aspek kognitif, di mana murid belajar mengelola modal, menentukan harga, dan mengatur strategi pemasaran sederhana. Pengalaman ini mengafirmasi hasil penelitian yang menemukan bahwa kegiatan "*Market Day*" mendorong pengembangan kemampuan berpikir kreatif dan adaptif dalam konteks ekonomi kecil (Azzahra *et al.*, 2023). Kedua, aspek afektif, tercermin dalam meningkatnya rasa percaya diri, kemandirian, serta keberanian mengambil risiko, sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa "*Market Day*" efektif menumbuhkan sikap mental kewirausahaan di kalangan murid (Muslikhah *et al.*, 2022). Ketiga, aspek behavioral, yang terwujud dalam kebiasaan berperilaku jujur, bekerja sama, dan melayani konsumen dengan ramah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menekankan peran "*Market Day*" dalam internalisasi nilai etika bisnis dan kerja sama sosial (Aliyah *et al.*, 2025; Rosyida *et al.*, 2025).

Selain itu, peran guru sebagai fasilitator, motivator, dan *role model* terbukti menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas pembelajaran "*Market Day*". Guru tidak hanya mengawasi, tetapi juga aktif membimbing murid agar terbiasa disiplin, jujur, dan berani mencoba strategi baru. Guru mendorong murid untuk berani mencoba hal-hal yang perlu dilakukan dalam berwirausaha melalui pembelajaran kewirausahaan (Al Munawar *et al.*, 2025). Hal ini mendukung temuan yang menekankan pentingnya peran guru dalam pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman (Robandi & Setiawardani, 2025; Subro & Fawaid,

2025). Keterlibatan orang tua dan masyarakat sekitar sebagai konsumen juga memperkaya arena pembentukan habitus. Dukungan ini dapat dipahami dalam kerangka modal sosial Bourdieu, di mana lingkungan sosial berkontribusi pada penguatan habitus yang sedang terbentuk. Fakta bahwa murid mulai menunjukkan minat mencoba usaha online setelah mengikuti "Market Day" menunjukkan adanya transfer habitus dari arena sekolah ke ranah sosial lain, sesuai dengan karakteristik habitus yang dinamis dan mampu beradaptasi dengan perubahan (Hong *et al.*, 2023; Tan & Liu, 2022).

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini konsisten dengan temuan yang menegaskan bahwa siklus *experiential learning* efektif membangun keterampilan kewirausahaan (Dewi *et al.*, 2024; Putri & Pratiwi, 2023). Namun, penelitian ini memberikan kontribusi lebih jauh dengan menunjukkan bagaimana habitus kewirausahaan dapat terbentuk melalui kegiatan rutin sekolah yang terstruktur. Studi lain juga menekankan efektivitas "Market Day" dalam meningkatkan keterampilan bisnis praktis, sementara penelitian ini menambahkan pemahaman mengenai internalisasi nilai dan disposisi kewirausahaan secara lebih mendalam (Hutahaeon & Kusumasari, 2024). Penelitian ini melengkapi *gap* dalam literatur dengan menekankan dimensi habitus kewirausahaan, bukan hanya aspek teknis keterampilan usaha.

Kontribusi teoritis penelitian ini yakni memperkuat relevansi konsep habitus Bourdieu dalam pendidikan kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa habitus tidak hanya terbentuk dalam lingkungan keluarga atau masyarakat luas, tetapi juga dapat diinisiasi secara sistematis di arena sekolah melalui program berbasis praktik seperti "Market Day". Secara praktis, penelitian ini memberikan model implementasi kegiatan kewirausahaan yang dapat direplikasi di sekolah lain dengan menekankan tiga aspek: keterlibatan guru, dukungan orang tua sebagai support system, dan pengalaman berulang yang memungkinkan internalisasi nilai dan keterampilan kewirausahaan. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan berbasis praktik dalam kurikulum formal. "Market Day" dapat menjadi strategi efektif untuk menyiapkan murid menghadapi tantangan abad 21 dengan mengembangkan karakter, keterampilan sosial, dan disposisi kewirausahaan sejak dini.

Bagi sekolah, hasil penelitian ini memberi panduan konkret tentang tahapan implementasi "Market Day" yang efektif, termasuk strategi melibatkan *stakeholder* dalam mendukung pembentukan habitus kewirausahaan. Penelitian ini tetap memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, cakupan penelitian terbatas pada satu sekolah sehingga generalisasi ke konteks yang lebih luas memerlukan kajian tambahan. Kedua, periode observasi relatif singkat sehingga belum dapat menilai dampak jangka panjang dari habitus yang terbentuk. Ketiga, instrumen yang digunakan masih bersifat deskriptif-kualitatif sehingga belum mampu mengukur habitus secara kuantitatif. Keempat, faktor eksternal seperti kondisi sosial-ekonomi keluarga, pengaruh media, dan *peer group* belum dieksplorasi secara detail. Kelima, perbedaan karakteristik murid seperti gender dan latar belakang keluarga juga belum diteliti secara mendalam, padahal hal ini dapat memengaruhi variasi pembentukan habitus kewirausahaan.

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan beberapa aspek yang belum tercakup secara optimal dalam penelitian ini. Penelitian longitudinal dengan periode observasi yang lebih panjang

(minimal 2-3 tahun) perlu dilakukan untuk mengukur sustainability dan long-term impact dari habitus kewirausahaan yang terbentuk, serta penelitian komparatif multi-situs yang melibatkan berbagai jenis sekolah dengan karakteristik sosial-ekonomi, budaya, dan geografis yang berbeda untuk menguji generalisasi temuan. Pengembangan instrumen pengukuran habitus kewirausahaan yang terstandar dan tervalidasi secara psikometris menjadi kebutuhan mendesak, dapat berupa skala likert yang mengukur dimensi kognitif, afektif, dan behavioral untuk memungkinkan *assessment* yang lebih presisi dan dapat dikuantifikasi.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi "*Market Day*" di MTs Zia Salsabila terbukti berkontribusi signifikan dalam membentuk habitus kewirausahaan murid. Kegiatan yang dilaksanakan rutin sebulan sekali ini menjadi arena efektif bagi murid untuk menginternalisasi pola pikir dan perilaku kewirausahaan melalui proses yang sistematis. "*Market Day*" berjalan melalui tahapan terstruktur seperti perencanaan produk, persiapan modal, pelaksanaan transaksi, hingga evaluasi, sehingga menciptakan pengalaman pembelajaran yang menyerupai pasar nyata. Dukungan guru sebagai fasilitator dan orang tua sebagai *support system* memperkuat efektivitas kegiatan tanpa mengurangi kemandirian murid dalam mengelola usaha. "*Market Day*" juga membentuk habitus kewirausahaan murid dalam tiga dimensi utama yaitu, kognitif (kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan strategis), afektif (kemandirian, keberanian mengambil risiko, serta kepercayaan diri), dan *behavioral* (etika bisnis, tanggung jawab, kerja sama, serta komunikasi efektif). Transformasi pola pikir dari *job seeker* menuju *job creator* mulai terlihat melalui minat murid mencoba usaha di luar sekolah, termasuk melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa "*Market Day*" tidak hanya berdampak dalam konteks sekolah, tetapi juga memiliki potensi berkelanjutan dalam kehidupan murid, sekaligus mempersiapkan mereka menjadi generasi wirausaha yang tangguh di masa depan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan analisis faktor-faktor eksternal seperti kondisi sosial-ekonomi keluarga, paparan media dan teknologi, pengaruh *peer group*, serta dukungan komunitas lokal dalam proses pembentukan habitus, sekaligus melakukan studi *differential analysis* berdasarkan karakteristik individual murid seperti gender, tingkat prestasi akademik, dan *background* keluarga untuk mengidentifikasi pola-pola pembentukan habitus yang berbeda. Terakhir, penelitian *action research* yang melibatkan guru sebagai peneliti-praktisi dan *follow-up study* terhadap alumni yang pernah mengikuti program "*Market Day*" dapat dilakukan untuk mengoptimalkan model implementasi dan mengukur dampak jangka panjang terhadap pilihan karier serta pencapaian entrepreneurial mereka di dunia nyata.

AUTHOR'S NOTE

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menegaskan bahwa data dan isi artikel bebas dari plagiarisme.

REFERENCES

- Al Munawar, M. A. R., Azyan, N. I., Aurelia, S., Indriani, S., & Hadiapurwa, A. (2025). Teachers' views on optimizing Kurikulum Merdeka in SMK Kencana accounting department. *Hipkin Journal of Educational Research*, 2(1), 93-108.
- Aliyah, N., Anugrah, Y. F., & Enjang, E. (2025). Peningkatan aspek percaya diri anak usia dini melalui kegiatan market day. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 4(1), 55-62.
- Anindhita, B. K., & Fatimah, N. (2025). Habituaasi nilai karakter Per Ardua Ad Astra dalam pembentukan karakter peserta didik SMA Institut Indonesia. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 10-22.
- Aulia, D., Khotami, E. N., & Arum, P. S. (2025). Implementasi pendidikan enterpreneurship melalui program market day sekolah dasar. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar (JRPD)*, 6(1), 90-98.
- Avianti, W., & Pitaloka, E. (2024). Menanamkan jiwa kewirausahaan pada generasi muda: Pelatihan keterampilan kewirausahaan untuk ketahanan bisnis. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 9(1), 1-12.
- Azzahra, F., Putri, T. R., Hendrick, Z. T., Lalita, A. C., Maulida, N., & Marini, A. (2023). Pembelajaran IPS SD melalui kegiatan market day guna meningkatkan pemahaman siswa mengenai kegiatan kewirausahaan di sekolah. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 3(1), 107-114.
- Dewi, N. W. R., Windayani, N. L. I., Arifin, A., Laia, B., & Sutajaya, I. M. (2024). Membangun jiwa enterpreneurship dan kreativitas di sekolah melalui kegiatan market day berorientasi kearifan lokal. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 100-112.
- Farwati, S., & Santosa, S. (2023). Menumbuhkan jiwa berwirausaha melalui pendidikan kewirausahaan bagi generasi muda. *Perwira-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 6(2), 61-71.
- Hanama, A., Kristiawan, Y., Siswanto, D. H., & Firman, A. B. P. D. A. (2024). Program market day sebagai stimulus untuk mengembangkan karakter kewirausahaan murid sekolah dasar. *Murabbi*, 3(2), 62-70.
- Hong, M., Ge, Z., & Wu, C. (2023). The emergence of entrepreneurial ecosystems by capital, habitus, and practice: A two-phase model based on Bourdieu's approach. *Frontiers in Psychology*, 13(1), 1-13.
- Hutahaean, L. E., & Kusumasari, I. R. (2023). Edukasi kewirausahaan melalui program kerja market day di SMP PGRI 400 Tangerang. *Near: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 1-6.
- Korstjens, I., & Moser, A. (2022). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 6: Longitudinal qualitative and mixed-methods approaches for longitudinal and complex health themes in primary care research. *European Journal of General Practice*, 28(1), 118-124.

- Kristiani, M. R. P., Hadiwijoyo, S. S., & Sihainenia, R. R. (2025). Keberadaan TPA sebagai peluang ekonomi masyarakat Ngronggo: Analisis habitus dari perspektif Pierre Bourdieu. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(5), 3659-3670.
- Kudubun, E. E., & Singgalen, Y. A. (2020). Sopi ke kopi: Mengubah habitus melalui modal sosial dalam kewirausahaan. *Journal Sosiologi*, 3(1), 9-21.
- Marlina, M., Prasetyo, T., & Hamamy, F. (2025). Market day sebagai inovasi implementasi dalam kurikulum merdeka untuk penguatan profil pelajar Pancasila di sekolah dasar. *Jurnal Pengajaran Sekolah Dasar*, 4(1), 1-19.
- Mohulaingo, R., Pomalingo, S., Halidu, S., & Cuga, C. (2025). Mengurai kekerasan simbolik dibalik seragam sekolah di sekolah dasar: Pandangan Pierre Bourdieu tentang habitus dalam pendidikan. *Sinergi: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 1474-1487.
- Muslikhah, S., Kosasih, A. D., & Wijarnako, B. (2023). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui "market day". *Primary*, 2(3), 178-186.
- Mustikasari, M., Arlin, A., & Kamaruddin, S. A. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam memahami realitas sosial. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 9-14.
- Nordian, A. (2024). Peran guru dalam meningkatkan prestasi belajar siswa melalui metode pengajaran yang inovatif dan inspiratif. *Universal Explorations in Research*, 1(1), 53-75.
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran pendidikan dalam pembentukan jiwa wirausaha: Pendidikan kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1(2), 38-53.
- Nurhayati, P., Munastiwi, E., & Diana, R. R. (2025). Market day as a vehicle for regional cultural and culinary education for early childhood education. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 6(1), 92-107.
- Putri, N. A., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Menerapkan jiwa entrepreneur melalui kegiatan market day bagi siswa Di UPT SD Negeri 206 Gresik. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 40-52.
- Robandi, B., & Setiawardani, W. (2025). Training curriculum needs for entrepreneurship literacy of higher education in society 5.0. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 4(1), 567-580.
- Rostiana, N., & Wahyudin, D. (2025). The influence of the STAD learning model towards improving Mathematics learning outcomes. *Inovasi Kurikulum*, 22(2), 37-48.
- Rosyida, M., Fithriyah, D. N., Choiriyah, M. R., Alfia, S. M., & Ariani, F. D. E. A. (2025). Implementasi proyek P5 melalui kegiatan market day untuk meningkatkan karakter kemandirian peserta didik sekolah dasar. *Jurnal Pengajaran Sekolah Dasar*, 4(2), 252-267.
- Sari, J., Santosa, S., & Nurdin, M. N. I. (2024). Konstruksi kegiatan market day dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship siswa. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(1), 115-126.

- Setiawati, N. A., Nst, F. S., & 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.
- Subro, M. H., & Fawaid, A. (2025). Penerapan pembelajaran abad 21 dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis siswa. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 6344-6348.
- Sucipto, S. (2025). Membangun jiwa kewirausahaan siswa sejak dini: Pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membentuk karakter siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(1), 16-29.
- Tan, C. Y., & Liu, D. (2022). Typology of habitus in education: Findings from a review of qualitative studies. *Social Psychology of Education*, 25(6), 1411-1435.
- Taufiq, A., Sahdan, M. Z., & Setianingsih, D. (2024). Construction of religious habitus in Indonesian Islamic boarding schools. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, dan Tradisi)*, 10(2), 187-201.
- Zarkasyi, A. H., Himam, A. S., Lubis, R. H., Prameswari S. K., & Badriya, I. (2023). Kurikulum merdeka for Arabic language learning according to Piaget's Cognitive Development theory. *Inovasi Kurikulum*, 20(2), 305-316.