

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem pendidikan dalam kurikulum 2013 di Indonesia memiliki tujuan agar seluruh peserta didik dapat mencapai beberapa aspek yang penting. Beberapa aspek yang tercakup meliputi aspek kognitif yang mencakup intelektual dan pengetahuan, aspek afektif yang mencakup sikap mental dan moral, serta aspek psikomotorik yang mencakup keterampilan dan keterampilan fisik. Namun, pada kenyataannya, fokus pembelajaran sering kali hanya tertuju pada aspek kognitif atau intelektual, sedangkan aspek afektif jarang ditekankan dan aspek psikomotorik sering terlupakan.

Kemahiran dalam bersosial anak dapat diperoleh melalui berbagai peluang dan pengalaman dalam berteman dengan orang-orang di sekitarnya. Perkembangan sosial merupakan kemampuan individu dalam menunjukkan karakter atau perilaku yang sesuai saat menjalin hubungan dengan faktor sosialisasi dalam masyarakat yang mengikuti norma sosial.¹

Pentingnya perkembangan sosial dan emosional anak harus diperhatikan, termasuk hubungan sosial dan emosionalnya dalam aspek fisik, mental, dan psikologis. Melalui perbedaan ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang mencerminkan emosi, anak-anak dapat berkomunikasi perasaan mereka kepada orang lain dan memahami berbagai sudut pandang orang

¹ Ajeng Rahayu Tresna Dewi, Mira Mayasarokh, and Eva Gustiana, "Perilaku Sosial Emosional Anak Usia Dini," *Jurnal Golden Age* 4, no. 01 (2020): 181–90.

lain. Perkembangan psikologis, bahasa, dan sosial anak dapat ditingkatkan dan dikembangkan oleh orang lain melalui interaksi sosial mereka.²

Perkembangan sosial dan emosional memang merupakan dua aspek yang berbeda, namun keduanya saling terkait dan saling mempengaruhi. Perkembangan sosial berkaitan dengan kemampuan individu dalam berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain, sementara perkembangan emosional berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola dan mengekspresikan emosi.

Proses sosialisasi pada anak usia 7 hingga 12 tahun memainkan peran penting dalam membentuk kemampuan mereka untuk berinteraksi dan beranggota sosial. Selama periode ini, anak-anak mulai lebih aktif terlibat dalam kehidupan sosial dan mengembangkan kemampuan berkomunikasi dengan teman seumurannya dan orang dewasa.³

Perkembangan sosial-emosional pada anak sekolah dasar terjadi secara bertahap sesuai dengan kemampuan mereka, dan dipengaruhi oleh pola asuh dan hubungan mereka dengan keluarga serta kondisi lingkungan sekitar. Sejak masa sebelum sekolah, anak-anak mulai menunjukkan cara mereka bergaul dan berinteraksi dengan teman, baik yang belum dikenal maupun yang sudah dikenal. Setiap tahapan perkembangan memiliki ciri dan karakteristiknya sendiri. Perbandingan dapat ditemukan dalam

² Susianty Selaras Ndari, Amelia Vinayastri, and Khusniyati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial Emosi Anak Usia Dini* (Edu Publisher, 2019).

³ Dwi Yesti Erlenta, "Implementasi Permainan Outbond Blind Lead Dalam Menstimulasi Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun Di Tk Pertiwi Kabupaten Empat Lawang" (Iain Bengkulu, 2021).

karakteristik sosial anak. Idealnya, setiap tahap perkembangan harus ditempuh sesuai dengan usianya karena jika tidak, dapat timbul masalah dalam pertumbuhan dan perkembangan anak. Selain itu, setiap tahap perkembangan juga melibatkan kebutuhan sosial yang berbeda-beda bagi setiap anak. Oleh karena itu, pola asuh orangtua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan sosial anak pada setiap tahap perkembangan.⁴

Setiap anak pastilah mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, sama seperti perkembangan sosial emosional terhadap anak, mereka mempunyai potensi dalam bersosialisasi dan berinteraksi dengan temannya, keluarga dan masyarakat yang berbeda, sesuai dengan tahapan umur.

MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun merupakan salah satu sekolah swasta di Provinsi Jawa Timur khususnya Kabupaten Ponorogo yang telah menerapkan keterampilan berwirausaha melalui sebuah kegiatan yang disebut sebagai "Market Day". Program *market day* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memberikan fasilitas kepada siswa dalam menjajakan dan memasarkan produk yang mereka hasilkan kepada siswa lain, guru, dan karyawan. Kegiatan *market day* diadakan setiap bulan oleh sekolah sebagai wadah bagi siswa yang memiliki minat dan bakat di bidang kewirausahaan. Tidak ada batasan khusus untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini, sehingga setiap kelas diwajibkan untuk mengirimkan perwakilannya.

⁴ Andi Agusniatih and Jane M Manopa, *Keterampilan Sosial Anak Usia Dini: Teori Dan Metode Pengembangan* (Edu Publisher, 2019).

Market Day merupakan salah satu komponen dalam pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran yang lebih komprehensif tentang kehidupan, mengembangkan kemampuan dalam mengelola struktur emosi dan mental agar lebih seimbang, serta membentuk perilaku sehari-hari yang semakin matang dari periode ke periode selanjutnya.⁵

Kegiatan *market day* sangat penting karena bertujuan untuk membangun jiwa kewirausahaan, pemahaman tentang dunia bisnis, daya kreasi, dan inovasi bagi murid. Selain itu, *market day* juga berperan dalam membangun rasa percaya diri pada anak, meningkatkan kemampuan berinteraksi anak, dan melatih kecerdasan berbisnis anak.⁶

Anak-anak akan belajar mengenai konsep jujur, misalnya saat menimbang dan menakar produk, serta memahami perbedaan produk yang baik dan tidak baik. Hal ini berarti bahwa anak-anak tidak hanya belajar tentang aspek teknis dalam berdagang, tetapi juga tentang integritas dan nilai-nilai moral yang penting dalam dunia bisnis.⁷

Orangtua bisa menggunakan aktivitas *market day* dalam memberikan dorongan terhadap proses pembelajaran anak-anaknya, adapun pendidik dan sekolah bisa menggunakan sarana *market day* agar

⁵ Feby Febriyanti, Ahmad Mulyadiprana, and Akhmad Nugraha, "Analisis Penanaman Nilai-Nilai Karakter Melalui Kegiatan Kewirausahaan 'Market Day' Di SD IT Abu Bakar Ash-Shiddiq," *Pedadidaktika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 8, no. 1 (2021): 231–40.

⁶ Indra Zultiar and Leonita Siwiyanti, "Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day," *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen)* 6, no. 11 (2017): 13–30.

⁷ Zultiar and Siwiyanti.

memperkokoh solidaritas komunikasi sekolah. Apabila *market day* berjalan secara maksimal, sehingga didapati banyaknya manfaat dalam keperluan pendidikan di sekolah, bisa didapatkan sekalian.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Wiresti yang mengkaji tentang analisis aspek perkembangan sosial emosional dan bahasa dalam program *market day* di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa program *market day* memiliki peranan sangat baik dalam menstimulasikan pengembangan sosial emosional dan program *market day* dapat meningkatkan perkembangan sosial emosional dan program *market day* dapat meningkatkan perkembangan sosial emosional dan Bahasa anak mengingat hasil presentasi yang tinggi.⁹

Penelitian lain yang juga relevan dalam penelitian ini dilakukan oleh Isnani yang mengkaji tentang meningkatkan keterampilan sosial melalui *market day* pada anak kelompok B di TK TAT TWAM ASI Yogyakarta (Sub Unit Dharma Wanita) dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keterampilan sosial anak dapat ditingkatkan melalui kegiatan *market day*.¹⁰

Peneliti melakukan studi pendahuluan yang dilaksanakan pada tanggal 31 Mei 2023 di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo, dengan realita sekolah di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo didapatkan hasil bahwa kegiatan *market day* merupakan kegiatan rutinitas

⁸ Zultiar and Siwiyanti.

⁹ Ririn Dwi Wiresti, "Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional Dan Bahasa Dalam Program *Market Day* Di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta," *Diunduh Dari JAPRA (Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal)*, 2020.

¹⁰ Annisa Aulia Isnaini, "Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui *Market Day* Pada Anak Kelompok B," *Pendidikan Guru PAUD S-1* 8, no. 6 (2019): 561–68.

yang dilakukan oleh kepala sekolah dan tim management MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo dibantu wali kelas masing-masing, kegiatan *market day* dilakukan setiap pekan sekali untuk rombel per kelasnya, dan akan dilakukan lintas kelas beberapa bulan sekali. Kegiatan *market day* dilaksanakan setiap pekan guna memberikan refreshing untuk peserta didik dan meningkatkan kemampuan sosial emosional seperti sikap percaya diri, berani, mampu menyelesaikan konflik dan juga mampu melatih jiwa entrepreneurship peserta didik dimulai dari usia dini. Kegiatan *market day* merupakan suatu kegiatan di mana peserta didik menjual barang-barang yang dihasilkan sendiri maupun barang yang dibeli dari luar, dengan tujuan pemasaran atau penjualan kembali dalam kegiatan *market day* tersebut.

Semua peserta didik diwajibkan untuk mengikuti kegiatan ini, baik kegiatan *market day* rombel kelas masing-masing ataupun lintas kelas. Setiap kelas mempunyai jadwal peserta didik yang nantinya akan menjualkan barang dagangannya, sehingga tidak setiap *market day* semua peserta didik menjadi penjual. Kegiatan *market day* ini juga menantang peserta didik untuk berkreasi dalam membuat barang atau makanan yang dapat mereka jual selama acara tersebut. Hal ini mendorong peserta didik untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menciptakan produk yang menarik dan menarik minat pembeli. Jumlah dan harga barang sudah ditentukan dari kelas masing-masing. Kegiatan *market day* yang dilakukan MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo inipun juga mengajarkan konsep bersedekah sebelum berbelanja, dengan nominal seikhlasnya. Hasil

uang sedekah tersebut digunakan untuk membeli sarana prasarana kelas yang sudah rusak, menjenguk temannya yang sakit dan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan *market day* memang dapat melatih peserta didik agar memiliki jiwa kewirausahaan serta dapat menstimulus kemampuan sosial emosional pada usia 7-12 tahun. Pendidikan secara sederhana dapat diartikan sebagai proses yang terstruktur dan sistematis dalam memperoleh pemahaman, pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan melalui pembelajaran yang ditujukan kepada peserta didik atau kelompok tertentu. Tujuan pendidikan ini dapat dicapai melalui metode pengajaran, pelatihan, atau penelitian yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Masalah pendidikan memang menjadi upaya utama kita dalam membangun kepribadian anak bangsa. Melalui pendidikan, kita dapat membentuk dan mempersiapkan generasi penerus terbaik yang akan menjadi sumber daya manusia unggul dan melanjutkan kepemimpinan bangsa. Hal ini memiliki kaitan erat dengan kemampuan sosial-emosional anak usia 7-12 tahun, yang menjadi fokus dalam mata kuliah psikologi perkembangan peserta didik. Dalam mata kuliah tersebut, kita mempelajari tentang bagaimana anak-anak pada rentang usia tersebut mengembangkan kemampuan sosial dan emosional mereka, serta bagaimana pendidikan dapat berperan dalam memfasilitasi perkembangan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Pada latar belakang telah diuraikan beberapa hal berkenaan dengan penelitian ini, sehingga peneliti merumuskan fokus masalah yang akan

dibahas dalam penelitian ini, yaitu: Seberapa besar pengaruh kegiatan *market day* terhadap kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Membuktikan pengaruh kegiatan *market day* terhadap kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo: Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan *market day* terhadap kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah semangat peneliti dalam mempelajari ilmu pendidikan dan kemampuan sosial emosional sehingga bisa mengamalkannya.

a. Manfaat praktisi bagi lembaga

Penelitian ini sebagai bahan masukan dalam rangka perbaikan kualitas kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar.

b. Manfaat praktisi bagi guru

Penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar sehingga kegiatan *market day* berperan penting dalam pengembangan tersebut.

c. Manfaat praktis bagi siswa

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo.

d. Manfaat praktis bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memperbaiki hubungan antara sekolah, orang tua dan lingkungan sekitar.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan peneliti. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis satu (H_1) menyatakan bahwa ada pengaruh kegiatan *market day* (variebel X) dengan kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo.
2. Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kegiatan *market day* (variebel X) dengan kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfizh Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo.

F. Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional

1. Definisi Konseptual

Menghindari timbulnya berbagai interpretasi dan untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa pengertian yang terkandung dalam judul skripsi ini

yaitu: pengaruh kegiatan *market day* dan kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar.

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dilakukan dalam 2 variabel, yaitu:

- a. Variabel bebas, yang menjadi variabel bebas adalah kegiatan *market day*. Adapun kegiatan *market day* yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses kegiatan *market day*
- b. Variabel terikat, yang menjadi variabel terikatnya adalah Kemampuan sosial emosional anak sekolah dasar di MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun (MISTER-QU) Ponorogo

