

Implementasi Kegiatan *Market Day* untuk Meningkatkan Perkembangan Sosial Emosional pada Kelompok B1 di TK DWP Dikpora Ampenan

St. Nur Marhamah Z. Salampessy*, Baik Nilawati Astini, Baiq Nada Buahana

Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Jurusan Ilmu Pendidikan, FKIP, Universitas Mataram, Jl. Majapahit No. 62, Mataram NTB, 83125. Indonesia

*Corresponding Author: stnurnurmarhamahzsalampessy25@gmail.com

Article History

Received : September 16th, 2025

Revised : October 23th, 2025

Accepted : November 10th, 2025

Abstract: Perkembangan sosial emosional merupakan aspek penting dalam pendidikan anak usia dini karena berkaitan dengan kemampuan anak untuk mengelola emosi, berinteraksi dengan lingkungan sosial, dan membangun karakter yang positif. Namun, hasil observasi awal di TK DWP Dikpora Ampenan menunjukkan bahwa sebagian anak kelompok B1 masih mengalami kesulitan dalam berinteraksi, bekerja sama, dan mengendalikan emosi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kegiatan *market day* dalam meningkatkan perkembangan sosial emosional anak usia dini. Penelitian menggunakan metode penelitian tindakan kelas (PTK) model Kemmis & McTaggart yang dilaksanakan dalam dua siklus. Subjek penelitian adalah 15 anak kelompok B1 di TK DWP Dikpora Ampenan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi dan dokumentasi, dengan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pelaksanaan kegiatan *market day* maupun perkembangan sosial emosional anak. Pada pra siklus, perkembangan sosial emosional anak hanya mencapai 53,33%. Setelah pelaksanaan siklus I, perkembangan meningkat menjadi 66,67% dengan keterlaksanaan kegiatan sebesar 74,37%. Pada siklus II, capaian perkembangan sosial emosional anak mencapai 86,67% dengan keterlaksanaan kegiatan sebesar 88,67%. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan *market day* efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri, kemampuan bekerja sama, keterampilan komunikasi, serta pengendalian emosi anak. Dengan demikian, *market day* dapat dijadikan strategi pembelajaran yang kontekstual, menyenangkan, dan bermakna dalam mengembangkan aspek sosial emosional anak usia dini.

Keywords: Anak usia dini, Kegiatan *market day*, Perkembangan sosial emosional

PENDAHULUAN

Anak usia dini yaitu anak yang berada dalam proses pertumbuhan dan perkembangan yang unik. Proses pembelajaran pada anak usia dini hendaknya dilakukan dengan tujuan memberikan konsep-konsep dasar yang memiliki kebermaknaan bagi anak melalui pengalaman nyata yang memungkinkan anak untuk menunjukkan aktivitas dan rasa ingin tahu (curiosity) secara optimal. Pada rentang usia lahir sampai 6 tahun anak mengalami masa keemasan (the golden years) yang merupakan masa di mana anak mulai peka atau sensitive untuk menerima berbagai rangsangan. Masa peka adalah masa terjadinya kematangan fungsi fisik dan psikis, anak telah siap merespon stimulasi yang diberikan oleh

lingkungan. Masa peka pada masing-masing anak berbeda, seiring dengan laju pertumbuhan dan perkembangan anak secara individual (Yusuf et al., 2023). Pada masa ini anak-anak mengalami proses perkembangan, seperti perkembangan fisik, perkembangan kognitif, perkembangan mental, perkembangan sosial, perkembangan emosional, maupun perkembangan moral. Kemampuan sosial-emosional anak usia dini perlu dikembangkan karena memiliki pengaruh besar dalam keberhasilan pembelajaran anak. Salah satu aspek perkembangan yang sangat penting untuk dikembangkan adalah aspek perkembangan sosial emosional (Buahana et al., 2024).

Perkembangan sosial emosional anak usia dini, khususnya pada rentang usia 5-6 tahun, memiliki peran yang sangat penting dalam

membentuk kepribadian, kemampuan berinteraksi, dan pengelolaan emosi anak di masa depan. Pada usia ini, anak mulai belajar memahami emosi diri sendiri, mengenali perasaan orang lain, serta membangun hubungan sosial yang sehat dengan teman sebaya maupun orang dewasa di sekitarnya (Rachmayani et al, 2024). Hurlock mengatakan bahwa perkembangan sosial adalah kemampuan seseorang dalam bersikap atau berperilaku dalam berinteraksi dengan unsur sosialisasi di masyarakat yang sesuai dengan tuntunan sosial. Perkembangan sosial merupakan pencapaian kematangan dalam hubungan sosial. Kemampuan sosial anak dapat diperoleh dari berbagai kesempatan dan pengalaman bergaul dengan organ-organ di lingkungannya. Kebutuhan berinteraksi dengan orang lain telah dirasakan sejak usia enam bulan, ketika anak sudah mampu mengenal lingkungannya (Ajeng et al., 2020). Perkembangan social-emosional yang baik pada usia ini akan menjadi fondasi bagi keberhasilan anak dalam menjalani kehidupannya di masa depan, baik dalam lingkungan sekolah maupun Masyarakat (Sari et al,2024).

Perkembangan sosial emosional sangat penting keberadaannya pada diri seseorang karena hubungannya dengan kemampuan anak dalam menjalin interaksi dengan orang lain. Terlebih ketika berada di sekolah, anak akan melakukan banyak interaksi secara langsung kepada guru dan teman-temannya, sehingga akan menstimulasi perkembangan sosial emosionalnya. Perkembangan emosional anak perlu dikembangkan ke arah positif sehingga anak mampu mengekspresikan emosi sesuai dengan harapan lingkungan agar dapat diterima oleh komunitas tempat anak berada (Nurhasanah et al., 2021).

Permasalahan sosial pada anak usia dini dapat berdampak negatif pada anak secara mental, fisik, maupun sosial emosional. Adapun permasalahan pada anak yaitu anak sulit fokus saat belajar, beradaptasi dengan teman sebaya, serta menjalin hubungan baik dengan teman sebaya (Indanah & Yulisetyaningrum, 2019). Dengan demikian penting dalam melakukan identifikasi dan penanganan terhadap permasalahan perkembangan sosial emosional pada anak usia dini. Perlu adanya rangsangan terhadap perkembangan sosial emosional yang nantinya akan mempengaruhi aspek perkembangan lainnya. Oleh karena itu,

diperlukan stimulasi yang tepat untuk mengasah keterampilan sosial emosional anak secara optimal.

Belajar melalui pengalaman (*experiential learning*), lebih efektif bagi anak karena dapat membangun sendiri pengetahuan yang dimilikinya dengan melakukan secara langsung kegiatan yang mereka pilih. Cara belajar melalui pengalaman dapat memicu anak untuk lebih berani dan mereka menjadi tidak takut untuk berhasil kemudian juga dapat meningkatkan rasa percaya diri anak karena kegiatan pengalaman dilakukan dengan cara yang paling menyenangkan bagi anak (Yetra et al., 2020). Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam mengembangkan sosial-emosional anak adalah melalui kegiatan berbasis pengalaman langsung. *Market day*, sebagai salah satu bentuk kegiatan simulasi, dapat menjadi media yang efektif untuk mengembangkan kemampuan sosial-emosional anak. Dalam kegiatan *market day*, anak-anak terlibat dalam berbagai peran, seperti pedagang, pembeli, atau pengelola, yang membutuhkan interaksi sosial, kerjasama, dan pengelolaan emosi (Listiana et al, 2024).

Kegiatan *market day* memberikan kesempatan kepada anak untuk belajar bekerja sama dalam kelompok, mengambil keputusan, serta memahami aturan-aturan sosial yang berlaku di lingkungan sekitar. Aktivitas ini juga menumbuhkan sikap empati dan menghargai usaha orang lain, yang merupakan aspek penting dalam perkembangan sosial emosional. (Kumalasari & Hasibuan, 2023) Lebih dari itu *market day* membantu anak memahami nilai-nilai ekonomi dasar secara sederhana, seperti konsep uang, transaksi, serta nilai tukar barang dan jasa. Meskipun tampak sederhana, pemahaman ini dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab dan keterampilan hidup yang berguna di masa depan (Zulkarnain & Akbar, 2018).

Market day merupakan aktivitas pembelajaran yang mengajarkan anak-anak bagaimana cara memasarkan produk kepada teman, guru atau pun kepada pihak luar, kegiatan ini biasanya berbentuk bazaar atau pasar yang diselenggarakan disekolah. Kegiatan ini biasanya melibatkan segenap komponen sekolah (Rochmah et al, 2022). Program *market day* merupakan program yang terlaksana secara sistematis, yakni mulai dari perencanaan sekolah dalam menyusun terlaksananya kegiatan *market day*, kemudian dilanjutkan dengan

pelaksanaan kegiatan yang melibatkan seluruh peserta termasuk guru dan peserta didik, tidak lupa pula setelah melakukan kegiatan evaluasi dilakukan dengan mengandalkan sebuah penilaian terkait hal apa saja yang di rasa perlu untuk dipernaiki maupun tetap dilaksanakan. Dalam hal ini sudah terlihat jelas bahwa perlunya manajemen yang baik, mulai dari pengelolaan hingga sampai evaluasi berlangsung, hal ini dilakukan agar terhindar dari kejadian yang tidak di inginkan dan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan dan capain perkembangan sosial emosional pada anak melalui program *market day* ini melekat pada dirinya (Hudiyana et al., 2023).

Yulidinawati et al. (2018) berpendapat bahwa *market day* merupakan suatu disiplin ilmu tersendiri yang memiliki proses sistematis dan dapat diterapkan dalam bentuk kreativitas serta inovasi. Dalam penerapannya, anak tidak diberikan pembelajaran yang bersifat teoritis, melainkan melalui kegiatan nyata yang diharapkan dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasi. Sedangkan menurut Zulkarnain & Eliyyil (2018), *Market Day* merupakan kegiatan yang meniru sistem jual beli, di mana sebagian anak berperan sebagai penjual dan sebagian lainnya sebagai pembeli. Kegiatan ini berkaitan dengan hubungan timbal balik antarindividu yang saling terhubung dan memiliki tujuan yang sama (Rianti & Jaya, 2023). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada bulan Maret 2025 di Taman Kanak-kanak Dharma Wanita Persatuan Pendidikan Pemuda dan Olahraga (TK DWP Dikpora) Ampenan, ditemukan bahwa perkembangan sosial emosional anak kelompok B1 masih menunjukkan beberapa permasalahan. Beberapa anak terlihat malu untuk berinteraksi, dengan berbicara atau bermain bersama teman, serta kurang mampu bekerja sama dalam kelompok. Selain itu, terdapat anak yang mudah marah, menangis saat tidak mendapatkan keinginannya, dan belum bisa mengelola emosi saat menghadapi konflik sederhana. Sikap seperti tidak mau berbagi mainan atau memaksakan kehendak juga masih tampak dalam kegiatan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian anak membutuhkan stimulasi lebih untuk mengembangkan aspek sosial emosional mereka secara optimal.

Namun demikian, selama periode observasi tersebut juga ditemukan beberapa anak yang sudah menunjukkan perkembangan sosial emosional yang cukup baik. Anak-anak ini mulai

terlihat berani berinteraksi, aktif berpartisipasi dalam kegiatan kelompok, serta mampu berbagi dan menunggu giliran saat bermain. Beberapa anak tampak menunjukkan empati, seperti membantu temannya yang kesulitan atau menenangkan teman yang menangis. Selain itu, ada pula yang sudah mampu mengikuti aturan kelas dengan baik, seperti duduk tertib, mendengarkan saat guru berbicara, dan berbicara sopan kepada teman. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan pembelajaran yang tepat dan menyenangkan anak-anak memiliki potensi besar untuk berkembang secara sosial dan emosional. Melihat kondisi tersebut, diperlukan strategi pembelajaran yang mampu menstimulasi perkembangan sosial emosional secara menyenangkan dan bermakna. Kegiatan *market day* dinilai sangat tepat untuk diterapkan karena dapat memperkaya pengalaman sosial anak melalui pembelajaran yang lebih variatif, interaktif, dan kontekstual. Melalui aktivitas jual beli sederhana, anak-anak dibimbing untuk berkomunikasi, bernegosiasi, mengambil peran, mengelola perasaan, sehingga perkembangan sosial emosional anak dapat meningkat secara alami dan menyenangkan.

METODE

Penelitian ini menggunakan Penelitian Tindakan Kelas (PTK). Adapun model PTK menurut Kemmis dan Mc Taggart mempunyai komponen utama yaitu perencanaan (planning), pelaksanaan (action), pengamatan (observing), dan refleksi (reflecting) (Paizaluddin & Ermalinda, 2014). Setiap Komponen ini saling terkait dan berfungsi untuk mempercepat siklus yang berkelanjutan dan meningkatkan praktik pembelajaran di kelas. Dengan mengikuti model ini, peneliti dapat mengidentifikasi masalah, melaksanakan tindakan yang direncanakan, mengamati hasilnya, dan melakukan refleksi untuk perbaikan di masa mendatang. Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap tahun 2025. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 15 anak. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi dan dokumentasi. Untuk mengukur karakteristik variabel diperlukan alat ukur yang disebut dengan instrumen. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data di lokasi penelitian adalah lembar observasi. Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini melalui metode deskriptif kualitatif

dan deskriptif kuantitatif. Untuk menganalisis hasil capaian penelitian, digunakan rumus untuk mencari presentase hasil capaian penelitian berikut adalah rumus yang digunakan menurut sugiyono (2019):

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

p = Angka presentase

f = Frekuensi yang sedang di cari presentasinya

n = Jumlah frekuensi atau responden (anak didik)

Peningkatan peningkatan perkembangan sosia emoisonal anak dapat dinyatakan berhasil jika terdapat peningkatan persentase hasil dari kegiatan yang diamati dalam setiap sesi pengamatan. Penelitian ini dapat dianggap berhasil jika peningkatan perkembangan sosial emosional anak mengalami peningkatan yang signifikan melalui kegiatan *market day*, dengan target pencapaian sebesar $\geq 85\%$ anak memenuhi kriteria berkembang sesuai harapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian tindakan kelas (PTK) ini bertujuan untuk peningkatan perkembangan sosial emosional pada kelompok B1 melalui kegiatan *market day* di TK DWP Dikpora Ampenan. Penelitian ini dilaksanakan dalam 2 siklus yang masing-masing siklus terdiri dari 2 pertemuan. Adapun hasil penelitian pra siklus, siklus I dan II yang memuat pelaksanaan kegiatan *market day* dan perkembangan sosial emosional adalah sebagai berikut:

Pra Siklus

Adapun penelitian ini didasarkan pada kondisi awal yang mana peneliti temukan beberapa masalah diantaranya yaitu masih terdapat beberapa anak malu berinteraksi dengan berbicara atau bermain bersama teman, serta kurang mampu bekerja sama dalam kelompok. Selain itu, terdapat anak yang mudah marah, menangis dan belum mampu untuk mengelola emosinya sendiri. Selain itu pada strategi pembelajaran yang digunakan oleh guru juga masih kurang variatif dan inovatif sehingga perkembangan sosial emosional anak kurang distimulai dengan baik sehingga peneliti mencoba untuk menerapkan kegiatan *market day* pada pra siklus. Perkembangan sosial emosional

anak pra pra siklus mendapatkan persentase secara klasikal sebanyak 53,33% atau masih dikategorikan mulai berkembang. Pada pra siklus terdapat 2 anak yang tergolong ke dalam kategori belum berkembang (BB), 5 anak yang tergolong ke dalam kategori mulai berkembang (MB), dan 8 orang anak yang tergolong ke dalam kategori berkembang sesuai harapan (BSH). Sedangkan pada kategori berkembang sangat baik (BSB) masih belum ada anak yang tergolong ke dalam kategori tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan tindakan-tindakan pembelajaran yang dapat meningkatkan perkembangan sosial emosional anak pada kelompok B1.

Berdasarkan hasil analisis peneliti pada pra siklus menunjukkan bahwa perkembangan sosial emosional pada anak kelompok B1 terhadap penerapan kegiatan *market day* untuk meningkatkan perkembangan sosial emosional pada pra siklus ditemukan hasil perhitungan presentase secara klasikal sebesar 53,33%. dengan skor rata-rata tertinggi untuk indikator perkembangan pada indikator nomor 11 (anak menunggu giliran bergantian peran), nomor 1 (anak mengikuti peran sebagai penjual dan pembeli tanpa menolak), dan nomor 30 (anak dapat mengatur perasaan kecewa ketika produk jualan belum laku. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anak mampu menjalankan peran sosial secara positif, menunjukkan sikap sabar, dan mengapresiasi proses jual beli. Sementara itu, skor rata-rata terendah terlihat pada indikator nomor 28 (anak menghargai produk teman yang berbeda) dan nomor 20 (anak bersedia menukar produk jualan dengan temannya sebagai bentuk sikap berbagi). Yang mengindikasikan masih perlunya penguatan pada aspek penerimaan perbedaan dan sikap berbagai dalam interaksi sosial. Secara umum, hasil ini memperlihatkan bahwa kegiatan *market day* memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan sosial emosional anak, terutama dalam hal kejasama, kesabaran, dan sopan santun, meskipun masih dibutuhkan strategi pembelajaran yang lebih variatif untuk menguatkan indikator yang masih rendah.

Siklus I

Pada tahap perencanaan, peneliti bersama guru kelas B1 melakukan diskusi mengenai hal-hal yang perlu disiapkan sebelum tindakan, seperti penyusunan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Harian (RPPH) dengan tema "Pekerjaan" subtema penjual dan pembeli,

menyiapkan tempat bermain peran, pembagian peran anak sebagai penjual (7 anak) dan pembeli (8 anak), menentukan modal dan harga produk, menyiapkan perlengkapan jual beli serta alat dokumentasi. Pelaksanaan siklus I dilaksanakan dalam dua kali pertemuan, yakni Kamis 17 Juli 2025 dan Sabtu 19 Juli 2025, dengan jumlah peserta didik yang hadir 15 anak. Pada pertemuan pertama kegiatan diawali dengan ice breaking, doa, serta pengenalan tema, kemudian anak dibagi peran menjadi penjual dan pembeli untuk melaksanakan kegiatan *market day* secara simulatif. Dalam kegiatan inti terlihat beberapa anak masih malu-malu, kurang percaya diri, dan belum sepenuhnya mematuhi aturan, meskipun sebagian sudah mulai mencoba berinteraksi. Pada pertemuan kedua, pelaksanaan berlangsung lebih baik, anak mulai menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, aktif menawarkan dagangan, serta pembeli lebih berani bertanya harga maupun memilih barang, meskipun masih ada beberapa anak yang belum disiplin mengikuti aturan. Kegiatan pada setiap pertemuan diakhiri dengan merapikan tempat, istirahat, makan bersama, refleksi mengenai pengalaman selama *market day*, serta ditutup dengan doa dan menyanyi bersama.

Berdasarkan, hasil pengamatan kegiatan *market day* pada siklus I, diketahui bahwa jumlah skor pada pertemuan pertama adalah 55 dan pada pertemuan kedua meningkat menjadi 64 dengan persentase keterlaksanaan klasikal sebesar 74,37%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan pada siklus I sudah berjalan cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang belum maksimal, terutama pada tahap perencanaan seperti pembagian kelompok, penentuan modal dan harga, persiapan produk, serta penjelasan aturan kegiatan *market day* yang masih memperoleh skor rendah (2). Namun, terdapat pula kegiatan yang terlaksana dengan baik seperti berbaris di depan kelas, berdoa bersama, serta dokumentasi yang konsisten mendapat skor tinggi. Pada pertemuan kedua terlihat adanya peningkatan pada beberapa indikator, di antaranya dekorasi dan logistik, pengaturan produk di stand, transaksi jual beli, pendampingan guru, menghitung pendapatan, diskusi bersama, evaluasi, pemberian apresiasi, dan bersih-bersih bersama. Peningkatan ini menandakan bahwa anak mulai lebih terbiasa dengan kegiatan *market day*, lebih aktif, dan menunjukkan perkembangan dalam mengikuti aturan serta menjalankan perannya. Dengan

demikian, pelaksanaan siklus I dapat dikategorikan cukup baik namun masih memerlukan perbaikan pada aspek tertentu untuk mencapai hasil yang optimal pada siklus berikutnya.

Berdasarkan hasil pengamatan, dapat diketahui bahwa hasil pengamatan dari peningkatan perkembangan sosial emosional anak melalui kegiatan *market day* pada siklus I menunjukkan bahwa 10 anak berada pada kategori berkembang sesuai harapan (BSH) dan presentase secara klasikal 66,67% dengan ciri mulai berani berinteraksi dengan teman, aktif menawarkan atau membeli barang dengan suara jelas, serta mematuhi sebagian besar aturan permainan. Sementara itu, 4 anak berada pada kategori mulai berkembang (MB) dan presentase secara klasikal 33,33% dengan ciri cenderung pasif, berbicara pelan, kurang percaya diri saat bertransaksi, dan belum konsisten mematuhi aturan. Dan 1 anak berada dalam kategori belum berkembang (BB) Secara klasikal, capaian ini sudah mengalami peningkatan dibanding pra siklus, namun belum mencapai target keberhasilan 85%, sehingga diperlukan tindak lanjut dan pendampingan lebih intensif kepada anak yang pasif, serta penguatan pemahaman aturan kegiatan.

Pada tahap refleksi siklus I, peneliti menganalisis proses pelaksanaan kegiatan *market day* untuk merencanakan perbaikan pada siklus II. Hasil refleksi menunjukkan masih terdapat beberapa kendala, antara lain 1) masih terdapat anak yang belum menunjukkan sikap percaya diri, 2) masih terdapat anak yang bersikap malu-malu ketika ingin memberli barang dagangan temannya, 3) masih terdapat anak yang tidak mengikuti aturan main yang telah disepakati, 4) kegiatan masih bersifat pasif karena menggunakan media gambar, 5) antusiasme anak bervariasi. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan bentuk kegiatan. Berdasarkan hasil refleksi tersebut, tindakan perbaikan yang direncanakan pada siklus I adalah 1) lebih memberikan semangat dan motivasi kepada anak agar lebih percaya diri dalam mengikuti kegiatan *market day*, 2) perlu menekan pentingnya aturan main melalui penguatan karakter, serta menyusun aturan yang disepakati bersama secara lebih jelas, 3) barang dagangan akan diganti dengan makanan asli atau beda nyata agar anak mendapat pengalaman yang lebih konkret, menyenangkan, dan melibatkan banyak indera, 4) penggunaan barang nyata akan menambah daya tarik

kegiatan, serta memungkinkan eksplorasi dan partisipasi lebih aktif dari seluruh anak.

Siklus II

Siklus II dilaksanakan selama dua kali pertemuan pada tanggal 24 dan 26 Juli 2025 dengan jumlah peserta didik sebanyak 15 anak, yang dirancang berdasarkan hasil refleksi siklus I agar aturan main lebih jelas dan anak mampu mengikuti kegiatan dengan tertib. Perencanaan meliputi penyusunan RPPH, penyiapan tempat *market day*, pembagian peran anak sebagai penjual dan pembeli, penentuan modal serta harga produk bervariasi antara Rp1.000–Rp3.000, penyediaan uang mainan dengan nominal yang berbeda, serta perlengkapan dan dokumentasi. Pada pertemuan pertama anak menjalani kegiatan sesuai peran masing-masing, penjual mulai berani menawarkan produk dan pembeli aktif bertanya maupun membeli, sementara guru dan peneliti memberikan pendampingan untuk meningkatkan rasa percaya diri anak. Pertemuan kedua dilakukan dengan pola kegiatan serupa namun dengan pergantian peran sehingga seluruh anak memperoleh pengalaman sebagai penjual maupun pembeli. Hasilnya, pada siklus II terlihat anak lebih tertib, percaya diri, dan antusias dalam menjalankan perannya, serta semakin mampu memahami aturan dan alur kegiatan *market day*.

Kegiatan *market day* pada siklus II ini merupakan perbaikan dan penyempurnaan dari pelaksanaan siklus I. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan *market day* yang dilakukan pada siklus II ini relatif sama dengan siklus I dengan mengadakan beberapa perbaikan terhadap hasil evaluasi siklus I. Sehingga proses Pelaksanaan kegiatan *market day* pada siklus II Berdasarkan data hasil pengamatan kegiatan *market day* pada siklus II menunjukkan adanya peningkatan keterlaksanaan dibandingkan siklus I. Kegiatan yang diamati meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga penutup dengan jumlah skor pada pertemuan pertama sebesar 69 dan pertemuan kedua sebesar 73. Persentase keterlaksanaan secara klasikal mencapai 88,75%, yang menunjukkan bahwa hampir seluruh aspek kegiatan dapat terlaksana dengan baik. Pada pertemuan kedua terlihat adanya peningkatan kualitas, khususnya pada kegiatan diskusi membangun pengetahuan awal, penjelasan aturan *market day*, pembagian produk jualan, serta pemberian uang mainan kepada pembeli yang mengalami peningkatan dari skor 3 menjadi

4. Hal ini menandakan bahwa anak semakin memahami alur kegiatan, lebih tertib, serta mampu menjalankan perannya dengan lebih percaya diri dan antusias. Dengan demikian, pelaksanaan siklus II dapat dikategorikan sangat baik karena sebagian besar indikator ketercapaian sudah terpenuhi sesuai dengan tujuan penelitian. menunjukkan bahwa kegiatan *market day* telah terlaksana secara optimal, mampu menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan perkembangan sosial emosional anak.

Pelaksanaan kegiatan *market day* pada siklus II berjalan lebih optimal dibandingkan siklus I, ditandai dengan meningkatnya antusiasme, ketertiban, dan rasa percaya diri anak dalam menjalankan peran sebagai penjual maupun pembeli. Penjelasan aturan yang lebih rinci di awal kegiatan, pembagian peran yang jelas, serta pendampingan intensif guru membuat pelaksanaan lebih terarah dan kondusif. Anak yang sebelumnya pasif mulai berani berinteraksi, menawarkan dagangan, dan melakukan transaksi dengan percaya diri, sementara sebagian besar anak menunjukkan keterampilan sosial emosional yang lebih baik, seperti keberanian berbicara, kemampuan bekerja sama, kesabaran menunggu giliran, serta inisiatif dalam berinteraksi. Hasil pengamatan menunjukkan hampir seluruh indikator kegiatan berjalan sangat baik dengan capaian 90%, sedangkan perkembangan sosial emosional anak mencapai ketuntasan klasikal sebesar 86,67% dan melampaui indikator keberhasilan 85%. Dengan demikian, tindakan pada siklus II dapat dikatakan berhasil karena perencanaan yang matang, strategi pembelajaran yang tepat, serta pendampingan guru yang efektif mampu menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, bermakna, dan mendorong anak berkembang secara optimal.

Tindakan penelitian yang telah dilakukan pada anak kelompok B1 di TK DWP Dikpora Ampenan dalam implementasi kegiatan *market day* untuk meningkatkan perkembangan sosial emosional yang dilakukan selama 2 siklus, hasil kegiatan *market day* yang dilaksanakan menunjukkan nilai presentase secara klasikal pada siklus I sebesar 60% dan meningkat pada siklus II sebesar 90% dan terdapat peningkatan perkembangan sosial emosional anak. Adapun persentase secara klasikal perkembangan sosial anak pada pra siklus setelah dilakukan tindakan

mencapai 53,33%, pada siklus I meningkatkan menjadi sebesar 66,67% dan siklus II meningkat lagi menjadi 86,67%. Dengan demikian terjadi peningkatan perkembangan sosial emosional pada anak dari pra siklus, ke siklus I, dan ke siklus II.

Tabel 1. Pelaksanaan kegiatan *market day*

Pelaksanaan	ketuntasan	Presentase
Siklus I	119	4,37%
Siklus II	142	8,75%

Tabel 2. Perkembangan Sosial Emosional pada Kelompok B

Kategori	Pra-Siklus	Siklus I	Siklus II
BB	13,33%	06,67%	0%
MB	33,34%	26,67%	13,33%
BSH	53,33%	66,67%	53,33%
BSB	0%	0%	33,34%
Peningkatan Secara Klasikal	53,33%	66,67%	86,67%

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa implementasi kegiatan *market day* dalam pembelajaran terbukti efektif untuk meningkatkan perkembangan sosial emosional anak kelompok B1 di TK DWP Dikpora Ampenan. Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menguatkan bahwa kegiatan *market day* mampu memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek perkembangan anak usia dini. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rianti et al, 2023) memperlihatkan bahwa melalui kegiatan *market day*, anak semakin mampu mengembangkan keterampilan sosialnya dalam berinteraksi dengan teman maupun orang lain. selain itu, menurut (Aliyah et al, 2025) menyebutkan bahwa *market day* merupakan metode yang efektif untuk meningkatkan rasa percaya diri anak usia dini. Dan Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan strategi pembelajaran berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*), tetapi juga memperlihatkan bahwa kegiatan *Market Day* mampu memfasilitasi anak untuk belajar berinteraksi sosial, melatih kepercayaan diri, mengelola emosi, serta bekerja sama dengan teman sebaya dalam suasana yang menyenangkan dan kontekstual (Putra & Pramono, 2023). Dengan demikian, hasil penelitian yang telah dilakukan di TK DWP Dikpora Ampenan semakin memperkuat bukti bahwa kegiatan *market day* merupakan salah satu strategi pembelajaran yang efektif untuk

meningkatkan perkembangan sosial emosional anak usia dini. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi anak untuk belajar berinteraksi, bekerja sama, berbagi, menghargai perbedaan, sekaligus melatih kepercayaan diri, kemandirian serta tanggung jawab. Oleh karena itu, *market day* dapat dijadikan sebagai alternatif kegiatan pembelajaran yang menyenangkan sekaligus bermakna bagi anak usia dini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan *market day* berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan perkembangan sosial emosional anak. Pada pra siklus, perkembangan sosial emosional anak berada pada 53,33%. Setelah dilakukan tindakan pada siklus I, Pelaksanaan *market day* terlaksana sebesar 74,37% dengan perkembangan sosial emosional meningkat sebesar 66,67%. Selanjutnya pada siklus II, pelaksanaan *market day* terlaksana lebih optimal hingga 88,75%, dengan perkembangan sosial emosional anak meningkat secara signifikan mencapai 86,67%. Dengan demikian, kegiatan *market day* terbukti efektif untuk melatih keterampilan sosial emosional anak, khususnya dalam hal kerjasama, komunikasi, kepercayaan diri, serta tanggung jawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada dosen pembimbing I, dosen pembimbing II yang sudah memberikan arahan dan masukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Selanjutnya terima kasih untuk semua orang yang sudah terlibat pada penelitian ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik. Dengan dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu dan temuannya dapat dipublikasikan sebagai pengetahuan tambahan bagi pembaca.

REFERENSI

- Aliyah, N., Anugrah, Y. F., & Enjang. (2025). Peningkatan Aspek Percaya Diri Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintergrasi*, 4(1), 55-62.
- Astini, B. N., Astawa, I. M. S., Suarta, I. N., & Yuspiaya, M. (2021). Mengembangkan

- permainan tongkat estafet untuk meningkatkan sosial emosional anak usia 5-6 tahun. *Indonesian Journal of Elementary and Childhood Education*, 2(1), 177-184.
- Buahana, B. N., & Sativa, F. E. (2024). Stimulasi Disiplin Pada Anak Usia 4-5 Tahun di PAUD Merpati Ampenan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1351–1355.
- Hudiya, F. R., Wulandari, R., Lubis, H. S., Putri, A., & Wahyuni, S. (2023). Mengenalkan Jiwa Kewirausahaan Kepada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Market Day. *Journal of Educational Research and Humaniora (JERH)*, 12-21.
- Indanah & Yulisetyaningrum. (2019). Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Pra Sekolah. *Jurnal Ilmu Keperawatan dan Kebidanan*, 10(1), 221-228
- Juwita, R. P., Fajriah, H., Hijriati, P. (2022). Penerapan Kegiatan Market Day Terhadap Kemampuan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun di TK IT Mina Aceh Besar. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 3(2), 78-88.
- Kumalasari, N., & Hasibuan, R. (2023). Pengaruh Kegiatan Market Day Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun. *SELING: Jurnal Program Studi PGRA*, 9(2), 322-329.
- Liani, P. N., Syafrudin, U., & Nopiana. (2023). Identifikasi Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia 5–6 Tahun.
- Listiana, H., Nada, Z. Q., Izzati, N. A., Widiyawati, R., & Holis, M. (2024). Model "*Market day*" Sebagai Upaya untuk Memperluas Pendekatan Pembelajaran yang Ramah Anak di RA Nurur Rahmah. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 66-83.
- Nurhasanah, S., Astini, B.N., & Fahrudin. (2021). Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini dalam Konteks Pembelajaran di PAUD. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2),156-160
- Paizzulidim, & Emmalinda. (2014). *Penelitian Tindakan Kelas: Konsep dan Praktik*. Alfabeta.
- Putra, Y. D., & Pramono. (2023). Peningkatan Keterampilan Sosial Anak Melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas (BRUE)* 9(2). 234-240.
- Rachmayani, I., Cahyani, A. P., Tahir, M., & Suarta, I. N. (2024). Pengaruh Penerapan Pendekatan Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Keterampilan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(3), 616-629.
- Rianti, R., & Jaya, M. P. S. (2023). Analisis Interaksi Sosial Anak Dalam Kegiatan Marketing Day Pendidikan Anak Usia Dini Salimah di Palembang. *Journal on Teacher Education*, 4(3), 217-230
- Rochmah, S. N., Hanipah, I., & Sofiana, N. (2022). Kegiatan Market Day Untuk Mengenalkan Literasi Keuangan Anak Usia Dini. *JESA-Jurnal Edukasi Sebelas April*, 6(2), 145-151.
- Sari, M., Sodik, M. A. M., Sumirat, E. M. (2024). Deskripsi Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini. *Jurnal Ceria*, 7(6), 641-649.
- Silfiya, s., Wulan, D. S. A. (2024). Analisa Perkembangan Sosial Anak Usia 5-6 Tahun Pada Permainan Balok di TK Ulul Ilmi 2 Medan Marelan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*,1(4),187-203.
- U'байдah, S., Habibah, S., Junaidi, M. (2024). Implementasi Program *Market day* Untuk Mengajarkan Pemahaman Literasi Keuangan Anak Usia Dini DI PAUD Bustanul Ulum Tumapel. *Murid* ,1(1),26-31.
- Yetra, S., Izzati., Yaswinda (2020). Pelaksanaan Model Experiential Learning di Pendidikan Anak Usia Dini Sekolah Alam Minangkabau. *Jurnal Golden Age*, universitas hamzanwadi, 4(1), 90-99.
- Yusuf, R. N., Al Khoeri, N. S. T. A., Herdiyanti, G. S., & Nuraeni, E. D. (2023). Urgensi pendidikan anak usia dini bagi tumbuh kembang anak. *Plamboyan Edu*, 1(1), 37-44.
- Zulkarnain, & Akbar, E. (2018). Implementasi Market Day Dalam Mengembangkan Entrepreneurship Anak Usia Dini Di TKIT An-najah Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*,12(2),391-400.