

## Self-Efficacy Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Pada Program Market Day

<sup>1</sup>Muhammad Azriansah, <sup>1</sup>Purnama Raya Akbar

<sup>1</sup> STKIP Taman Siswa Bima.

\*Corresponding Author e-mail: [muhammad.azriansah@gmail.com](mailto:muhammad.azriansah@gmail.com)

Received: November 2025; Revised: December 2025; Published: January 2026

### Abstrak

*Self-efficacy* memainkan peran penting bagi siswa dalam memberikan keyakinan pada kemampuan diri untuk menuntaskan tugas dan tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran *self-efficacy* kewirausahaan siswa sekolah dasar Islam Terpadu Al Azzam Kec. Bolo, Kab. Bima pada program *market day*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Total jumlah siswa yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 39 orang yang terdiri dari 23 siswa perempuan dan 16 siswa laki-laki. Angket dikembangkan terdiri dari 20 pernyataan yang dirancang dengan tujuan mengukur tujuh indicator *self-efficacy* dalam pembelajaran. Data disebutkan skor *self-efficacy* siswa pada masing-masing indikator dianalisis secara deskriptif. Rata-rata skor siswa secara keseluruhan terkategorikan tinggi dengan perolehan 78,38. Siswa Perempuan memiliki skor persentase *self-efficacy* lebih tinggi dibandingkan dengan siswa laki-laki. Rata-rata skor persentase siswa Perempuan 59% sedangkan skor rata-rata persentase siswa laki-laki adalah 47%. Pada 5 siswa dengan *self-efficacy* sangat tinggi, 3 di antaranya adalah Perempuan. Selain dari itu, dari 22 orang siswa yang memerlukan skor *self-efficacy* yang tinggi, 17 di antaranya adalah siswa perempuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa program *market day* harus terus disempurnakan guna untuk meningkatkan *self-efficacy* siswa ke tahap yang lebih baik secara kolektif.

**Kata Kunci:** *Self-Efficacy, Kewirausahaan, Market Day.*

**How to Cite:** Azriansyah, M., & Akbar, P. R. (2026). Self-Efficacy Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar Pada Program Market Day. *Journal of Autheintic Reiseiarch*, 5(1), 411–418. <https://doi.org/10.36312/ap1tfh30>



<https://doi.org/10.36312/ap1tfh30>

Copyright© 2026, Azriansyah et al.  
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



## PENDAHULUAN

Studi prediksi dari McKinsey Global Institute pada tahun 2012 mengungkapkan bahwa di tahun 2030, Indonesia diperkirakan menjadi perekonomian terbesar ke-7 di dunia. Prediksi lain diutarakan Pricewaterhouse Coopers (2017), Indonesia justru bisa menempati kekuatan perekonomian terbesar ke-5 dunia di tahun 2030. Prediksi tersebut tentu mempunyai alasan dan syarat yang harus terpenuhi. Prediksi tersebut mendasar pada dua alasan menurut Capita Asset Manajemen (2021). Pertama, jumlah populasi. Indonesia memiliki populasi besar yang didominasi oleh kaum muda (milennial/gen-Y) dan produktif. Pada tahun 2037, Indonesia akan memasuki satu fase yang disebut fase penuaan (*aging*). Alasan kedua, Indonesia memiliki sumber daya alam (SDA) yang banyak dan beragam sebagai dasar bahan baku untuk mendukung produksi (Marfitania, et al., 2024).

Hasil kajian di atas menjadikan Indonesia terus berbenah di segala sektor, baik sektor infrastruktur, pertanian, pertambangan dan lain sebagainya, terutama di sektor Pendidikan. Penggelontorkan APBN 20% menjadi salah satu bukti komitmen pemerintah dalam membenahi dunia Pendidikan. Selain dari pada kebijakan nasional, pemerintah juga memberikan ruang kepada sekolah untuk menciptakan program-program membangun sebagai bentuk kesiapan dalam menyongsong Indonesia Emas 2045 (Muhyiddin, et al., 2025). Salah satu program sekolah adalah program kewirasahaan siswa yaitu *market day* (Meissitha, et al., 2020).

Program *market day* akhir-akhir ini menjadi sebuah program yang sedang trending di berbagai sekolah dan di berbagai daerah (Nugrahani, et al., 2021). Terutama sekolah-sekolah yang ingin memiliki program pembeda dengan sekolah lain. Program *market day* adalah sebuah program ekstrakurikuler sekolah dengan bertujuan untuk menumbuh kembangkan minat, jiwa dan keterampilan siswa dalam kewirausahaan yang kreatif dan inovatif (Agustini, et al., 2024). Secara teknis *market day* adalah pembelajaran di sekolah di mana siswa berperan sebagai penjual yang menghasilkan dan menawarkan produk atau jasa, mempelajari dan melakukan kegiatan ekonomi secara sederhana, memperkenalkan literasi keuangan, serta menanamkan nilai-nilai karakter seperti kerja keras dan kolaborasi (Nurhayati, 2023). Kewirausahaan bisa diartikan sebagai sikap mental dan jiwa yang bisa menciptakan suatu yang baru bernilai bagi diri sendiri maupun orang lain (Nuraeni, 2022). Pada prakteknya, program *market day* mengharuskan siswa dengan berbagai kelompok dan kelas untuk bisa menyajikan varian produk usaha yang berbasis kreatifitas dan inovasi (Dewi, et al., 2024). Pada kegiatan selanjutnya, siswa diminta untuk bisa melakukan interaksi entrepreneurial dengan kelompok lain, baik sebagai produsen maupun konsumen sebuah produk.

Banyak penelitian mengungkapkan bahwa *market day* memberikan dampak positif terhadap siswa. Sulistyowati dan Salwa (2016) menemukan pelaksanaan program *market day* dapat membangun budaya atau kebiasaan positif bagi warga sekolah dan menumbuhkan karakter berani, bertanggung jawab, komunikatif, dan manajemen keuangan. Peneltian lain seperti Isnaini (2019) menunjukkan bahwa kegiatan *market day* memunculkan nilai kewirausahaan bagi anak usia dini yakni mandiri, kreatif, pengambil resiko, kepemimpinan, ada tindakan, dan kerja keras. Kegiatan *market day* juga berpengaruh terhadap kebiasaan hingga karakter anak didik misalnya jujur, disiplin, terampil, inovatif, berani, dan bertanggung jawab (Febriyanti, et al., 2021).

Banyak penelitian telah dilakukan dalam menela'ah pengaruh sebuah program *market day* terhadap perubahan ataupun peningkatan kualitas SDM siswa sekolah dasar. Penelitian tersebut dilaksanakan di berbagai daerah, dengan berbagai macam variable, namun peneltian serupa masih jarang dilakukan di sekolah dasar kabupaten bima. Padahal program *market day* telah menjamur di berbagai sekolah, terutama sekolah yang memiliki visi berkemajuan. Oleh karena demikian, penelitian tentang terhadap program *market day* harus dilakukan di kabupaten bima.

Sesuai dengan target utama program *market day* ialah bertujuan untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* serta memberikan pengalaman hidup langsung kepada siswa. Siswa diharapkan dapat memiliki jiwa kewirausahaan guna bisa menjadi pribadi yang sukses dan siap menghadapi tantangan zaman. Program *market day* tidak hanya menjadi acara seremonial saja, namun harus benar-benar bisa

membangkitkan minat dan jiwa kewirausahaan siswa. Terutama muncul *self-efficacy* siswa dalam kewirusahaan. *Self-efficacy* merupakan salah satu element yang krusial dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan yang ingin di raih. Tujuan utama program *market day* hanya akan maksimal apabila muncul *self-efficacy* siswa yang kuat untuk mencapai tujuan program tersebut.

*Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan diri sendiri mencapai tujuan, menuntaskan tugas dan menghadapi tantangan situasi tertentu. Bandura (1977) memperkenalkan konsep yang disebut *self-efficacy* untuk merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas tertentu. *Self-efficacy* siswa dipengaruhi oleh dua kategori; faktor internal dan faktor eksternal (Containte, et al 2019). Faktor internal berupa pengalaman pribadi seperti akumulasi pengalaman sebelumnya, kemampuan akademik dan juga dipengaruhi oleh kondisi emosional siswa. Sedangkan ketogori faktor eksternal berupa dukungan sosial, dukungan keluarga, lingkungan belajar serta metode pengajaran yang digunakan oleh guru menentukan munculnya *self-efficacy* secara eksternal (Halim et al., 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya telah banyak mengungkapkan program *market day* terhadap banyak variable, namun masih minim yang mengeksplorasi hubungan antara *market day* dengan *self-efficacy* kewirausahaan siswa sekolah dasar. Oleh sebab itu, penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi pengaruh program *market day* SDIT AL Azzam kecamatan bolo, kabupaten bima terhadap *self-efficacy* siswa dalam melakukan berbagai tantangan belajar pada program tersebut.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif sehingga bisa menggambarkan tingkat *self-efficacy* siswa pada program *market day*. Lokasi penelitian ini di lakukan di kelas V SDIT Al-Azzam yang berlokasi di desa Kananga, kecamatan bolo, kabupaten bima, provinsi NTB. Total jumlah siswa yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 39 orang yang terdiri dari 23 siswa perempuan dan 16 siswa laki-laki. Penelitian ini menggunakan berupa angket *self efficacy* yang dikembangkan berdasarkan Hendriana et al (2017), angket dikembangkan terdiri dari 20 pernyataan yang dirancang dengan tujuan mengukur tujuh indicator *self-efficacy* dalam pembelajaran. Ketuju indikator tersebut adalah (1) kemampuan mengatasi masalah, (2) keyakinan akan keberhasilan diri, (3) keberanian menghadapi tantangan, (4) keberanian mengambil resiko, (5) kesadaran akan kekuatan atau tidak mudah menyerah , (6) kemampuan berinteraksi dengan orang lain dan (7) ketangguhan.

Pengumpulan data pada penelitian melalui dua tahapan. Pemberian angket kepada siswa dan penskoran berdasarkan jawaban siswa. Angket yang dibagikan kepada siswa menggunakan skala Linkert. Metode pengukuran sikap, opini, atau persepsi dalam survey, umumnya menggunakan skala tersebut, dengan menggunakan serangkaian pernyataan yang meminta responden untuk menunjukkan tingkat persetujuannya.

Untuk pernyataan positif seperti sangat setuju = 4, setuju = 3, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju = 1. Sedangkan untuk siswa yang pernyataan negatif, sangat setuju=1, setuju =2, tidak setuju=3, sangat tidak setuju=4. Tahapan kedua adalah jawaban siswa diurutkan secara jumlah skore jawaban siswa dan data jawaban siswa tersebut dikonversi kedalam bentuk persentase berdasarkan table di bawah ini.

**Tabel 1.** *Self-efficacy category.*

Skor %	Category
81-100	Sangat Tinggi
61-80	Tinggi
41-60	Sedang
20-14	Rendah
0-19	Sangat rendah

Data distribusi skor *self-efficacy* siswa pada masing-masing indikator dianalisis secara deskriptif. Tujuan dari Analisa tersebut untuk menentukan indikator yang paling dominan dan indikator tidak dominan sehingga memerlukan penguatan, peningkatan dan perbaikan di program *market day*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil sebaran angket penelitian kepada 37 orang siswa kelas IV SD, ditemukan hasil yang dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut.

**Tabel 2.** Hasil angket *self-efficacy* siswa SD kelas IV

Jumlah siswa	Kategori <i>self-efficacy</i>	Rata-rata skor	Rata-rata skor <i>self-efficacy</i>
5	Sangat tinggi		
22	Tinggi		
10	Sedang	78,38	Tinggi
0	Rendah		
0	Sangat rendah		

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa lima siswa memeroleh pencapaian kategori level *self-efficacy* sangat tinggi, 22 orang siswa memeroleh kategori tinggi, dan sepuluh siswa yang memeroleh kategori sedang. Pada Tabel 2 juga menunjukkan bahwa tidak ada siswa yang memeroleh kategori rendah dan sangat rendah. Selain itu, rata-rata skor siswa secara keseluruhan terkategori tinggi dengan perolehan 73,38.

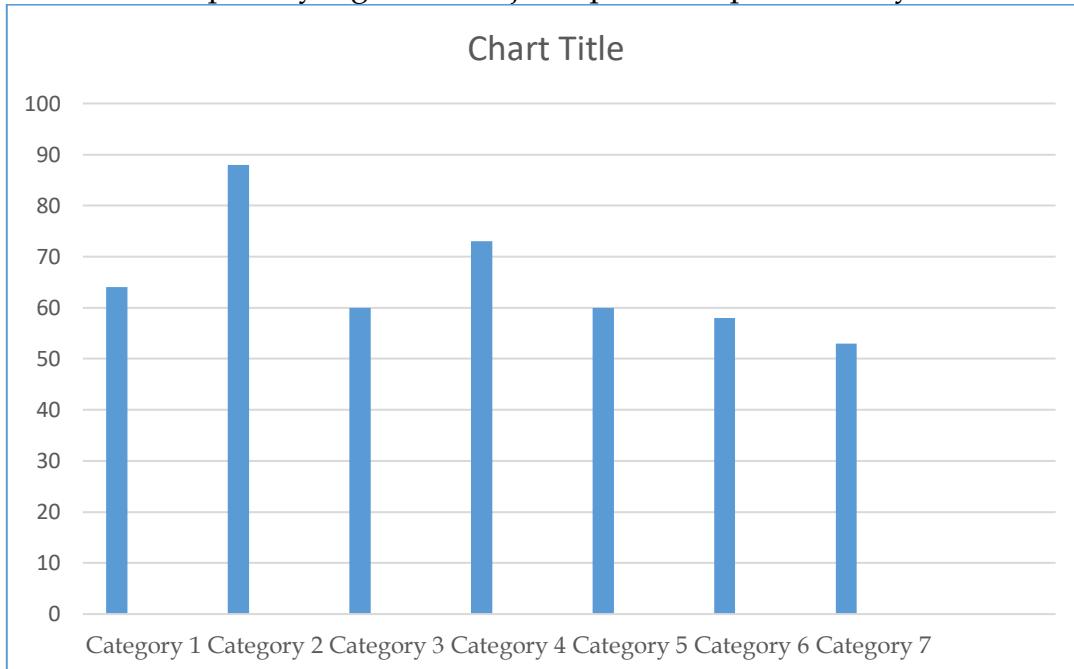
**Tabel 3.** Hasil angket *self-efficacy* siswa SD kelas IV berdasarkan gender

Gender siswa	Jumlah siswa	Kategori siswa	Kategori rata-rata <i>self-efficacy</i>	Persentase
Siswi (perempuan)	23	3 siswi terkategori sangat inggi	Tinggi	59%
		17 siswi terkategori tinggi		
		3 siswa yang edang		
Siswa (laki-laki)	16	2 siswa terkategori sangat tinggi	Tinggi	41%
		5 siswa terkategori tinggi		

9	siswa
	terkategori
	sedang

Table 3 menunjukkan bahwa siswa Perempuan memiliki skor self-efficacy lebih tinggi dibandingkan dengan siswa laki-laki. Rata-rata skor siswa Perempuan 59% sedangkan skor rata rata siswa laki-laki adalah 41 %.

Adapun analisis data ditempuh melalui langkah-langkah antara lain reduksi data yaitu merangkum, memilih memilih hal yang penting, memfokuskan pada pokok dan memfilter yang tidak perlu. Kemudian display data dengan bentuk narasi singkat agar mudah dideskripsikan dan ditarik kesimpulan. Langkah terakhir pengambilan kesimpulan yang telah disajikan pada tahap sebelumnya.



Gambar 2 merupakan hasil Analisa data tujuh kategori Hnedriana et al (2017), angket dikembangkan terdiri dari 20 pernyataan yang dirancang dengan tujuan mengukur tujuh indicator self-efficacy dalam pembelajaran. Ketujuh indicator tersebut Adalah (1) kemampuan mengatasi masalah, (2) keyakinan akan keberhasilan diri, (3) keberanian menghadapi tantangan, (4) keberanian mengambil resiko, (5) kesadaran akan kekuatan diri , (6) kemampuan berinteraksi dengan orang lain dan (7) ketangguhan.

Pada indicator kemampuan mengatasi masalah, 64% siswa menunjukkan pernyataan yang positif atau mampu mengatasi masalah di market day, skore tersebut. Kemudian, sebanyak 88% siswa yakin pada keberhasilan diri. Indicator kedua ini merupakan pencapaian skor tertinggi dibandingkan dengan pencapaian skor indicator lainnya. Dengan skor tersebut, indicator keyakinan pada keberhasilan diri dikategorikan jumlah yang sangat tinggi. Salah satu sebab yang memainkan peran penting dibalik pencapaian skor tertinggi pada indikator kedua ini adalah adanya daya motivasi guru dan support circle market day yang positif. Sehingga memicu keyakinan siswa terhadap dirinya. Selanjutnya, Sebanyak 60% siswa menunjukkan keberanian menghadapi tantangan. Skore tersebut ialah terkategorisasi sedang. Temuan ini bisa menjadi dasar bahwa masih 40 % siswa yang belum

sepenuhnya berani menghadapi tantangan dalam program market day. Hal ini harus menjadi perhatian guru dan sekolah untuk bisa membantu siswa setiap kali ada rintangan pada program market day. Pengaruh Factor eksternal dapat mempengaruhi keberanian siswa dalam menghadapi situasi yang sulit ataupun tantangan yang lebih berat. Factor eksternal meliputi dua hal, dukungan guru dan lingkungan belajar yang aman (Abdolerezapour et al 2023).

Pada indikator self-efficacy ke empat, yaitu tentang keberanian mengambil resiko, sekitar 73% siswa menunjukkan keberanian mengambil sikap. Persentase tersebut masuk kategori tinggi. Di program market day, siswa belajar mengambil sebuah Tindakan yang berkonsekuensi. Siswa dengan self-efficacy yang baik lebih cenderung mencoba pendekatan baru dan mengeksplorasi solusi yang inovatif (Abdolrezapour et al., 2023). Indicator selanjutnya adalah Indikator tentang kesadaran akan kekuatan dan kelemahan diri. Sebanyak 61% siswa menunjukkan bahwa mereka mengetahui kemampuan diri sekaligus batas diri. Hal itu berarti mereka memahami kemampuan diri mereka dalam menghasilkan produk serta hal lainnya di market day, menjadikan mereka percaya diri, sekaligus membuat mereka mengetahui kelemahan diri. Dengan usia ideal untuk belajar, masih banyak hal yang mereka harus belajar dari berbagai sumber.

Indikator self-efficacy keenam, yaitu kemampuan berinteraksi dengan orang lain, siswa masih memerlukan banyak pendampingan dari guru. Terbukti, hanya 58% siswa yang memiliki kemampuan berinteraksi dengan orang lain. Persentase tersebut terkategorii sedang. Temuan tersebut harus menjadi perhatian guru agar bisa mendampingi siswa untuk bisa belajar berinteraksi sosial. Modal besar dalam bermaketing adalah berinteraksi. Temuan berikutnya adalah hasil angket pada indicator self-efficacy terakhir, yaitu ketangguhan. Persentase siswa dalam ketangguhan adalah hanya 53% (kategori sedang). Perolehan tersebut merupakan perolehan skor persentase terendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir setengah siswa kelas IV masih mudah rapuh dalam menghadapi problematika, seperti tawar menawar, kompetisi penjualan, meja dagang yang tiba-tiba patah, produk usaha yang tidak laku hal lainnya di program market day.

Berdasarkan data hasil penelitian ini, terdapat empat indikator self-efficacy yang memeroleh kategori tinggi, dan tiga indikator yang memeroleh kategori sedang. Meskipun secara keseluruhan indikator memeroleh skor 78,38 Terkategorii tinggi. Namun masih ada tiga indikator self-efficacy yang tergolong sedang, yaitu indikator keberanian menghadapi tantangan (60%), indikator kemampuan berinteraksi dengan orang lain (58%) dan indikator ketangguhan (53%).

Interaksi sosial yang positif di lingkungan belajar serta interaksi dalam belajar kelompok bisa meningkatkan kepercayaan diri dan self-efficacy siswa (Weintzel 1999). Atas dasar pandangan tersebut, kemampuan interaksi sosial yang tergolong sedang pada penelitian ini harus menjadi perhatian para guru. Indikator lain yang terkategorii sedang adalah indikator keberanian siswa menghadapi tantangan ataupun resiko. Sebanyak 60% masih belum berani menghadapi tantangan dan resiko. Keberanian mengambil tantangan dan resiko mutlak harus ada pada diri seorang entrepreneur masa depan. Untuk itu, wood dan Bandura (1989) merekomendasikan bahwa bimbingan dalam mengambil resiko bagi siswa menjadi hal yang penting. Hal tersebut bertujuan untuk mencegah siswa dari mengambil Keputusan yang salah, dan memberikan keyakinan siswa dalam mengambil tindakan.

Secara keseluruhan, self-efficacy siswa dalam program market day sangat positif. Rata-rata skor self-efficacy siswa terkategori tinggi. Melalui peneltian pendidik bisa memahami program market day menjadi wadah untuk memunculkan dan meningkatkan self efficacy siswa. Adapun indicator self-efficacy siswa yang masih tergolong sedang dapat dilakukan pendampingan dan bimbingan agar bisa mencapai hasil yang maksimal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa self-efficacy kewirusahaan siswa SDIT AL AZZAM pada program market day terkategori tinggi dengan skor rata 78,38. Namun, terapat indikator self-efficacy yang masih terkategori sedang. Seperti indikator self efficacy dalam hal seperti Namun masih ada tiga indikator self-efficacy yang tergolong sedang, yaitu indikator keberanian menghadapi tantangan, indikator kemampuan berinteraksi dengan orang lain, dan indikator ketangguhan. Selain daripada itu, penelitian ini menemukan hal yang menarik, bahwa secara gender, ternyata siswi Perempuan memeroleh hasil lebih baik meski secara rata-rata skor sama dengan siswa laki-laki. Pada 5 siswa dengan self-efficacy sangat tinggi, 3 di antaranya adalah Perempuan. Selain dari pada itu, dari 22 orang siswa yang memeroleh skor self-efficacy yang tinggi, 17 di antaranya adalah siswa perempuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa program market day harus terus disempurnakan guna untuk menaikkan self-efficacy siswa ke tahap yang lebih baik secara kolektif.

## REFERENSI

- Abdolrezapour, P., Jahanbakhsh Ganjeh, S., & Ghanbari, N. (2023). Self-efficacy and Resilience as Predictors of Students' Academic Motivation in Online Education. *PLOS One*, 18(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285984>
- Agustini, R., Zulaika, S., & Dewi, J. K. (2024). *Implementasi Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) Dalam Program Kewirausahaan Di Sdit Juara Rejang Lebong* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company. Supporting Students' Self-Efficacy. In Online Submission. <https://eric.ed.gov/?id=ED592850>
- Dewi, N. W. R., Windayani, N. L. I., Arifin, A., Laia, B., & Sutajaya, I. M. (2024). Membangun Jiwa Entrepreneurship dan Kreativitas di Sekolah Melalui Kegiatan Market Day Berorientasi Kearifan Lokal. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 100-112.
- Febriyanti, F., Mulyadiprana, A., & Nugraha, A. (2021). 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(1), 231-240.
- Halim, L., Mohd Shahali, E. H., & H Iksan, Z. (2023). Effect of environmental factors on Students' interest in STEM careers: The mediating role of self-efficacy. *Research in Science & Technological Education*, 41(4), 1394-1411. <https://doi.org/10.1080/02635143.2021.2008341>

- Isnaini, A. A. (2019). Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui Market Day Pada Anak Kelompok B. *Pendidikan Guru PAUD S-1*, 8(6), 561-568.
- Marfitania, T., Hidayani, T. R., Chiuman, L., Fachrial, E., & Marbun, N. V. M. D. (2024). Perlambat Penuaan Dengan Tanaman Indonesia: Bukti Ilmiah. *PUBLIS PENERBIT UNPRI PRESS*, 1(2).
- Meisitha, L., Pujiati, P., & Suroto, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha dan Program Market Day di Sekolah Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa. *ECONOMIC EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP JOURNAL* (2020) 3 (1): 18-24 p-ISSN: 2579-5902 e-ISSN: 2775-2607, 3(1), 18-24.
- Muhyiddin, N. T., Gunawan, E., & Zaina, S. L. (2025). *Menyongsong Indonesia Emas Tahun 2045: Daya Dukung SDM dan SDA, Hambatan dan Jalan Keluar*. USK Press.
- Nugrahani, R. A., Munastiwi, E., & Suhendro, E. (2021). Strategi Pengembangan Nilai-Nilai Entrepreneurship Pada Anak Usia Dini. *Journal of Early Childhood Education (JECE)*, 2(2), 138-154.
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran pendidikan dalam pembentukan jiwa wirausaha: Pendidikan kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1(2), 38-53.
- Nurhayati, D. (2023). Literasi keuangan dalam kegiatan market day di SDIT At-Taqwa Surabaya. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 11(8).
- Pricewaterhouse Coopers. (2018). *PwC Indonesia Economic Update*, Brace for impact?<https://www.pwc.com/id/en/pwc-publications/general-publications/indonesia-economic-update.html>.
- Sulistiyowati, P., & Salwa, S. (2016). Upaya mengembangkan karakter jiwa kewirausahaan pada siswa sejak dini melalui program market day (kajian pada sdit mutiara hati malang). *Pancaran Pendidikan*, 5(3), 111-120.