



Edukasi Kewirausahaan Bagi Anak Melalui Pelatihan Pembuatan Dan Pemasaran Gelang Sebagai Produk Kreatif Di Desa Sempajaya

Luis Pitaloka¹, Raihan Adinda Putri Kahilla², Rizka Zia Ananda³, Syahrial Fauzi⁴, Hendra Harmain⁵

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

luispitaloka2367@gmail.com , raihanadindaputri9@gmail.com , ziananda2203@gmail.com ,

fauzigunelsa53@gmail.com , hendra.harmain@uinsu.ac.id

Abstrak

Kegiatan edukasi kewirausahaan sejak usia sekolah dasar penting dilakukan untuk mengenalkan kreativitas, kemandirian, dan proses sederhana dalam menghasilkan serta memasarkan suatu produk. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kewirausahaan kepada anak melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran gelang sebagai produk kreatif di Desa Sempajaya. Kegiatan dilaksanakan pada 22–23 Agustus 2026 dengan melibatkan lima orang anak kelas V dan VI sekolah dasar. Metode kegiatan dilakukan secara praktik langsung melalui tahap pemberian edukasi mengenai kewirausahaan, pelatihan dan praktik pembuatan gelang, serta pemasaran produk kepada masyarakat. Pada tahap pembuatan, peserta diberikan kesempatan untuk mengembangkan kreativitas melalui pemilihan bahan dan kreasi gelang masing-masing. Pemasaran dilakukan pada 23 Agustus 2026 melalui stan dalam kegiatan perayaan 17 Agustus di Lapangan Vihara, Dusun 9, Desa Sempajaya. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 28 gelang berhasil terjual dengan harga Rp8.000 per gelang sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp224.000 dari modal kegiatan sebesar Rp150.000. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta mengenai tahapan sederhana kewirausahaan, mulai dari memahami konsep, menghasilkan produk kreatif, hingga memasarkan produk kepada masyarakat. Dengan demikian, pelatihan pembuatan dan pemasaran gelang dapat menjadi salah satu bentuk edukasi kewirausahaan yang sederhana, kreatif, dan aplikatif bagi anak sekolah dasar.

Kata Kunci : edukasi kewirausahaan, anak sekolah dasar, produk kreatif, pembuatan gelang, pemasaran.

Abstract

Entrepreneurship education activities starting in elementary school are important for fostering creativity, independence, and an understanding of the basic process of producing and marketing a product. This activity aims to provide entrepreneurship education to children through training in the production and marketing of bracelets as a creative product in Sempajaya Village. The activity took place on August 22–23, 2026, and involved five fifth- and sixth-grade elementary school students. The program was conducted through hands-on activities, including an educational session on entrepreneurship, training and practice in bracelet-making, and product marketing to the community. During the bracelet-making phase, participants were given the opportunity to exercise their creativity by selecting materials and designing their own bracelets. The marketing event took place on August 23, 2026, at a booth set up during the August 17th celebration at Vihara Field, Hamlet 9, Sempajaya Village. The results of the activity showed that 28 bracelets were sold at a price of Rp8,000 per bracelet, generating revenue of Rp224,000 from an initial investment of Rp150,000. This activity provided participants with hands-on experience in the basic stages of entrepreneurship, from understanding the concept and creating a creative product to marketing the

product to the public. Thus, training in bracelet-making and marketing can serve as a simple, creative, and practical form of entrepreneurship education for elementary school students.

Keyword : *entrepreneurship education, elementary school students, creative products, bracelet making, marketing.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu keterampilan yang penting diperkenalkan sejak usia sekolah dasar sebagai upaya membentuk sikap kreatif, mandiri, bertanggung jawab, dan inovatif pada anak. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga mencakup proses mengenalkan ide, menghasilkan produk, memecahkan masalah, dan berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, pengenalan kewirausahaan kepada anak perlu dilakukan melalui pendekatan yang sesuai dengan usia dan karakteristik peserta didik, salah satunya melalui kegiatan praktik pembuatan produk kreatif. Kegiatan pembelajaran yang melibatkan pengalaman langsung dapat memberikan kesempatan kepada anak untuk mengembangkan keterampilan sekaligus memahami penerapan sederhana konsep kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendidikan kewirausahaan pada tingkat sekolah dasar dapat dikembangkan melalui kegiatan pembelajaran yang menggabungkan aspek kreativitas dan praktik. (Sufiyanto & Shalehoddin, 2022) membahas pengembangan program eduentrepreneurship di sekolah dasar yang bertujuan menanamkan sikap kewirausahaan, seperti kejujuran, tanggung jawab, percaya diri, dan inovasi. Program tersebut menghubungkan pendidikan kewirausahaan dengan pengembangan produk serta pengenalan proses usaha sejak dini. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat diarahkan tidak hanya pada pemahaman konsep, tetapi juga pada pengembangan karakter dan keterampilan praktis anak.

Salah satu bentuk kegiatan yang dapat digunakan untuk mengenalkan kewirausahaan kepada anak adalah pelatihan pembuatan kerajinan tangan. Kegiatan kerajinan memungkinkan peserta didik menuangkan ide dan kreativitas melalui produk yang dapat digunakan maupun dikembangkan sebagai barang bernilai jual. Penelitian (Tri Wahyuni Purwaningsih, n.d.) membahas pelatihan pembuatan gelang dan aksesoris menggunakan manik-manik serta tali kepada anak-anak sekolah dasar. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman praktik pembuatan kerajinan dan memperoleh tanggapan positif dari peserta. Temuan ini relevan dengan kegiatan pengabdian di Desa Sempajaya yang memanfaatkan gelang sebagai produk kreatif untuk mengenalkan keterampilan kewirausahaan kepada anak.

Selain keterampilan produksi, pengenalan kewirausahaan juga perlu dihubungkan dengan kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan proses memperkenalkan produk kepada calon konsumen agar produk dapat diketahui dan memiliki peluang untuk dibeli. Bagi anak sekolah dasar, pengenalan pemasaran dapat dilakukan melalui kegiatan sederhana, seperti memperkenalkan hasil karya, berinteraksi dengan pembeli, dan memahami proses jual beli. Penelitian mengenai implementasi *Market Day* sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan bagi siswa sekolah dasar menunjukkan bahwa kegiatan pasar sekolah dapat memberikan pengalaman kontekstual mengenai konsep ekonomi dasar, termasuk modal, harga jual, dan keuntungan. Dengan demikian, kegiatan pemasaran secara langsung dapat menjadi media pembelajaran yang menghubungkan hasil kreativitas anak dengan pengalaman kewirausahaan.

Kegiatan pelatihan kerajinan tangan dan pemasaran juga telah diterapkan dalam berbagai program pengabdian kepada masyarakat. Salah satu penelitian yang relevan adalah Pelatihan Kewirausahaan Anak Sekolah Dasar Melalui Kreativitas Membuat Gelang Manik-Manik pada SDN Karangjaya II Kabupaten Karawang (Talia Anggraeni, n.d.). Kegiatan tersebut berfokus pada pengenalan kewirausahaan melalui pelatihan pembuatan gelang manik-manik kepada siswa sekolah dasar. Hasil yang dilaporkan mencakup pengembangan pemahaman dasar kewirausahaan, kreativitas,

kepercayaan diri, serta inisiatif dalam menciptakan dan memasarkan produk. Penelitian lain yang membahas pengembangan kreativitas peserta didik melalui kerajinan gelang manik-manik juga menghubungkan kegiatan tersebut dengan keterampilan kewirausahaan, komunikasi, dan pemasaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kegiatan kewirausahaan bagi anak telah dikembangkan melalui pendidikan kewirausahaan, pelatihan kerajinan, dan kegiatan pasar atau pemasaran. Namun, masih terdapat peluang untuk mengembangkan kegiatan pengabdian yang menghubungkan proses edukasi, pembuatan produk kreatif secara mandiri, dan pemasaran langsung dalam rangkaian kegiatan yang sederhana serta sesuai dengan lingkungan masyarakat. Kegiatan di Desa Sempajaya dirancang untuk memberikan pengalaman tersebut kepada anak-anak sekolah dasar melalui produk gelang. Perbedaan fokus kegiatan ini terletak pada pelaksanaan pelatihan pembuatan gelang yang dilanjutkan dengan penjualan produk hasil kreasi anak melalui stan pada kegiatan masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada keterampilan menghasilkan kerajinan, tetapi juga memperkenalkan tahapan sederhana dari proses produksi hingga pemasaran produk.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 22 Agustus 2026 di Posko Villa Berastagi Resort, Desa Sempajaya, dengan melibatkan lima orang anak kelas V dan VI sekolah dasar. Kegiatan diawali dengan pemberian penjelasan mengenai maksud dan tujuan pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan pengajaran cara membuat gelang. Setelah memperoleh arahan, peserta diberikan kesempatan untuk membuat kreasi gelang masing-masing sesuai dengan kreativitas mereka. Selanjutnya, pada 23 Agustus 2026, hasil produk gelang dipasarkan melalui stan yang dibuka pada kegiatan perayaan 17 Agustus di Lapangan Vihara, Dusun 9 Desa Sempajaya. Pelaksanaan kegiatan ini memberikan pengalaman kepada anak untuk mengikuti proses pembuatan produk kreatif dan mengenal kegiatan pemasaran secara langsung dalam lingkungan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kewirausahaan kepada anak-anak sekolah dasar melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran gelang sebagai produk kreatif di Desa Sempajaya. Secara khusus, kegiatan ini diarahkan untuk mengenalkan proses pembuatan produk, memberikan ruang bagi anak untuk mengembangkan kreativitas, serta memperkenalkan pengalaman pemasaran melalui penjualan hasil karya. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk pengabdian yang mendukung pengenalan kewirausahaan sejak dini melalui aktivitas praktik yang sederhana, kreatif, dan kontekstual.

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan metode pelatihan dan praktik langsung yang bertujuan memberikan pengalaman awal mengenai kewirausahaan kepada anak-anak sekolah dasar melalui pembuatan dan pemasaran gelang sebagai produk kreatif. Sasaran kegiatan terdiri atas lima orang anak kelas V dan VI sekolah dasar yang berada di Desa Sempajaya. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam dua hari, yaitu tanggal 22 dan 23 Agustus 2026. Kegiatan pembuatan gelang dilaksanakan pada 22 Agustus 2026 di Posko Villa Berastagi Resort, Desa Sempajaya, sedangkan kegiatan pemasaran dilaksanakan pada 23 Agustus 2026 melalui stan pada acara perayaan 17 Agustus di Lapangan Vihara, Dusun 9 Desa Sempajaya.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap edukasi kewirausahaan, tahap pelatihan dan praktik pembuatan gelang, serta tahap pemasaran produk. Ketiga tahapan tersebut disusun secara berurutan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan awal mengenai kewirausahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman menghasilkan produk dan memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan dilakukan melalui edukasi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan pemasaran sederhana. Pendekatan tersebut dipilih karena sesuai dengan karakteristik peserta yang masih berada pada jenjang sekolah dasar sehingga materi kewirausahaan disampaikan secara

sederhana dan lebih banyak melibatkan aktivitas praktik. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu edukasi kewirausahaan, pembuatan produk kreatif, dan pemasaran produk.

Pada tahap pertama, peserta diberikan edukasi mengenai maksud dan tujuan kegiatan. Penjelasan disampaikan dengan bahasa sederhana agar peserta memahami bahwa kegiatan pembuatan gelang tidak hanya bertujuan menghasilkan kerajinan, tetapi juga mengenalkan proses sederhana dalam menghasilkan suatu produk yang dapat diperkenalkan kepada orang lain. Tahap ini menjadi pengantar sebelum peserta mengikuti praktik pembuatan gelang.

Tahap kedua merupakan pelatihan dan praktik pembuatan gelang yang dilaksanakan pada 22 Agustus 2026. Peserta terlebih dahulu diberikan contoh mengenai cara membuat gelang, kemudian diarahkan untuk mempraktikkannya secara langsung. Setelah memahami cara pembuatannya, peserta diberikan kesempatan untuk membuat kreasi gelang masing-masing. Pendampingan dilakukan selama proses berlangsung agar peserta dapat mengikuti tahapan pembuatan dengan baik sekaligus memiliki kebebasan dalam menentukan bentuk dan kreasi gelang yang dibuat.

Tahap ketiga merupakan pemasaran produk yang dilaksanakan pada 23 Agustus 2026. Gelang yang telah dibuat pada kegiatan sebelumnya dipasarkan melalui stan yang dibuka pada acara perayaan 17 Agustus di Lapangan Vihara, Dusun 9 Desa Sempajaya. Melalui kegiatan tersebut, produk hasil kreativitas peserta diperkenalkan kepada masyarakat dan dijual sebagai produk kreatif. Tahap pemasaran ini memberikan pengalaman sederhana kepada peserta mengenai proses memperkenalkan dan menawarkan suatu produk kepada calon pembeli.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif melalui pengamatan terhadap proses pelaksanaan kegiatan. Aspek yang diamati meliputi keterlibatan peserta dalam mengikuti edukasi, kemampuan mengikuti proses pembuatan gelang, kreativitas dalam menghasilkan produk, serta keterlibatan dalam kegiatan pemasaran. Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil pengamatan dan dokumentasi kegiatan karena pelaksanaan hanya dilakukan dalam satu kali pelatihan dengan jumlah peserta yang terbatas.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan	Waktu dan Tempat	Pelaksanaan Kegiatan	Hasil Kegiatan
Edukasi kewirausahaan	22 Agustus 2026, Posko Villa Berastagi Resort	Penjelasan mengenai maksud dan tujuan kegiatan serta pengenalan kewirausahaan secara sederhana	Peserta memperoleh pemahaman awal mengenai kegiatan kewirausahaan
Pelatihan dan praktik	22 Agustus 2026, Posko Villa Berastagi Resort	Demonstrasi cara membuat gelang, kemudian peserta membuat kreasi gelang masing-masing dengan pendampingan	Peserta menghasilkan gelang sesuai dengan kreativitas masing-masing
Pemasaran produk	23 Agustus 2026, Lapangan Vihara Dusun 9	Membuka stan pada kegiatan perayaan 17 Agustus dan memperkenalkan serta menjual produk gelang	Produk gelang diperkenalkan dan dipasarkan kepada masyarakat

Tabel 1 menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan dilakukan secara berurutan dan saling berkaitan, mulai dari pemberian pemahaman mengenai kewirausahaan, pembuatan produk kreatif, hingga pemasaran produk kepada masyarakat. Rangkaian kegiatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam mengenal proses sederhana kewirausahaan, mulai dari menghasilkan produk hingga memperkenalkannya kepada calon konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi Kewirausahaan

Kegiatan edukasi kewirausahaan dilaksanakan pada 22 Agustus 2026 di Posko Villa Berastagi Resort, Desa Sempajaya. Kegiatan diikuti oleh lima orang anak sekolah dasar yang terdiri dari peserta kelas V dan VI. Kegiatan ini dirancang sebagai bentuk pengenalan kewirausahaan melalui aktivitas yang sederhana dan sesuai dengan usia peserta. Pemilihan pembuatan gelang sebagai produk kreatif dilakukan karena proses pembuatannya relatif sederhana, bahan mudah digunakan oleh anak, serta memberikan kesempatan kepada peserta untuk menentukan bentuk dan kombinasi warna sesuai kreativitas masing-masing.

Kegiatan diawali dengan pemberian penjelasan mengenai maksud dan tujuan kegiatan. Peserta diperkenalkan bahwa kegiatan yang dilakukan bukan hanya sekadar membuat gelang, tetapi juga merupakan bentuk pengenalan terhadap proses kewirausahaan. Peserta diberikan pemahaman bahwa suatu produk dapat dibuat dari ide dan kreativitas, kemudian memiliki nilai ketika dapat digunakan dan ditawarkan kepada orang lain. Penyampaian materi dilakukan secara sederhana agar peserta dapat memahami hubungan antara proses membuat produk dan kegiatan pemasaran.

Pengenalan kewirausahaan kepada anak melalui pengalaman langsung memiliki keterkaitan dengan konsep pendidikan kewirausahaan pada jenjang sekolah dasar. Kegiatan Market Day, misalnya, memberikan kesempatan kepada anak untuk mengalami secara langsung proses pembuatan produk, jual beli, pengelolaan uang, dan pemasaran. Penelitian (Dwinata et al., 2023) menunjukkan bahwa kegiatan Market Day dapat digunakan sebagai sarana pembinaan karakter kewirausahaan siswa sekolah dasar melalui aktivitas yang mendorong kreativitas dan pengalaman langsung.

Pendidikan kewirausahaan pada jenjang sekolah dasar juga dapat dikembangkan melalui kegiatan yang menghubungkan pengetahuan dengan pengalaman nyata. (Afandi, 2021) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar/madrasah ibtidaiyah dapat diterapkan melalui proses pendidikan yang menanamkan nilai dan keterampilan kewirausahaan sejak dini. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengenalan kewirausahaan tidak harus dilakukan melalui materi yang bersifat teoritis, tetapi dapat disesuaikan dengan karakteristik dan pengalaman peserta didik.

Dalam konteks kegiatan di Desa Sempajaya, tahap edukasi menjadi dasar sebelum peserta melakukan praktik. Peserta terlebih dahulu memperoleh pemahaman mengenai kegiatan yang akan dilakukan sehingga proses pembuatan gelang memiliki tujuan yang jelas. Pemberian pemahaman tersebut kemudian dilanjutkan dengan praktik agar peserta dapat menghubungkan pengetahuan yang diperoleh dengan pengalaman menghasilkan suatu produk.



Gambar 1. Edukasi kewirausahaan dan pengenalan pembuatan gelang

Gambar 1 memperlihatkan kegiatan peserta bersama pendamping pada saat proses edukasi dan pengenalan pembuatan gelang. Peserta berkumpul dengan bahan-bahan yang akan digunakan dan mulai mengikuti proses pembuatan produk. Dokumentasi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan edukasi dilakukan dengan pendekatan praktik, sehingga peserta tidak hanya menerima penjelasan tetapi juga mulai terlibat dalam aktivitas menghasilkan produk.

Pemberian pengalaman langsung juga sesuai dengan hasil penelitian (Afandi, 2021) yang menunjukkan bahwa kegiatan Market Day memberikan kesempatan kepada siswa sekolah dasar untuk belajar melalui pengalaman langsung dalam proses kewirausahaan. Kegiatan tersebut melibatkan siswa dalam aktivitas yang berkaitan dengan produk dan penjualan sehingga pembelajaran kewirausahaan menjadi lebih konkret.

Selain itu, penerapan kegiatan kewirausahaan melalui praktik memiliki keterkaitan dengan pembelajaran berbasis proyek yang memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk belajar melalui pengalaman nyata. Panduan Pengembangan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila Edisi Revisi 2024 menjelaskan bahwa proyek dapat dirancang secara fleksibel dengan mempertimbangkan konteks dan kebutuhan peserta didik serta mendorong keterlibatan mereka dalam mengamati, mengeksplorasi, dan merumuskan solusi terhadap permasalahan nyata (Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan, 2024). Prinsip tersebut memiliki keterkaitan dengan kegiatan di Desa Sempajaya karena peserta memperoleh pengalaman langsung melalui proses membuat dan memasarkan produk kreatif.

Pelatihan dan Praktik Pembuatan Gelang

Setelah memperoleh penjelasan mengenai kegiatan, peserta diarahkan untuk mengikuti pelatihan pembuatan gelang. Pada tahap ini, pendamping terlebih dahulu memperkenalkan bahan yang digunakan, kemudian memberikan contoh mengenai cara merangkai bahan hingga menjadi gelang. Setelah memperoleh contoh, peserta diberikan kesempatan untuk mencoba membuat gelang secara langsung.

Proses pembuatan dilakukan dengan memberikan ruang kepada peserta untuk menentukan sendiri kombinasi bahan dan warna yang akan digunakan. Peserta menggunakan berbagai jenis manik-manik yang telah disediakan untuk menghasilkan gelang sesuai dengan pilihan masing-masing. Pendamping memberikan bantuan ketika peserta mengalami kesulitan dalam proses merangkai, tetapi peserta tetap diberikan kesempatan untuk mengerjakan produknya sendiri.



Gambar 2. Pelatihan dan praktik pembuatan gelang oleh peserta

Gambar 2 menunjukkan peserta yang sedang melakukan praktik pembuatan gelang dengan menggunakan bahan dan manik-manik yang telah disediakan. Peserta terlihat terlibat secara langsung dalam proses memilih bahan, menyusun manik-manik, dan merangkainya menjadi gelang. Kegiatan dilakukan secara bersama-sama dengan pendampingan sehingga peserta dapat bertanya dan memperoleh bantuan ketika mengalami kesulitan.

Praktik pembuatan produk memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan pemberian materi secara teoritis. Peserta dapat melihat secara langsung bagaimana suatu bahan

sederhana dapat diolah menjadi produk yang memiliki bentuk dan nilai guna. Proses tersebut juga memberikan ruang bagi peserta untuk menggunakan kreativitas dalam menentukan hasil akhir gelang.

Hasil penelitian (Retno Indri Astuti, n.d.) menunjukkan bahwa pelaksanaan Market Day dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan, produksi, jual beli, dan evaluasi. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan dapat dirancang sebagai rangkaian pengalaman yang saling berhubungan, bukan hanya kegiatan penjualan produk. Hal tersebut memiliki kesesuaian dengan kegiatan di Desa Sempajaya yang menghubungkan proses edukasi, produksi gelang, dan pemasaran.

(Donary Arsita Putri et al., n.d.) juga menunjukkan bahwa kegiatan Market Day dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan siswa, termasuk kreativitas, komunikasi, kerja sama, berpikir kritis, dan kepercayaan diri. Dalam kegiatan tersebut, siswa juga diperkenalkan pada perencanaan produk, pengelolaan modal, pemasaran, dan perhitungan keuntungan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan menghasilkan produk dan memasarkannya dapat menjadi pengalaman pembelajaran kewirausahaan yang lebih konkret bagi anak.

Kegiatan pembuatan gelang di Desa Sempajaya memberikan ruang bagi peserta untuk menentukan kombinasi bahan dan warna sesuai dengan pilihan masing-masing. Produk yang dihasilkan tidak sepenuhnya sama karena peserta memiliki kebebasan dalam menentukan bentuk dan kombinasi manik-manik. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya unsur kreativitas dalam proses produksi.

(Farhati Salsabila, n.d.) menemukan bahwa kegiatan Market Day dapat digunakan untuk menumbuhkan kemandirian dan kreativitas siswa melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan. Peserta tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi ikut terlibat dalam proses kegiatan sesuai dengan tugas yang diberikan. Dalam kegiatan Desa Sempajaya, keterlibatan tersebut terlihat melalui kesempatan yang diberikan kepada peserta untuk membuat gelang secara langsung dengan pendampingan.

Kegiatan pembuatan gelang juga menunjukkan bahwa produk kreatif dapat digunakan sebagai media sederhana untuk mengenalkan proses kewirausahaan. Peserta tidak hanya belajar menghasilkan benda yang dapat digunakan, tetapi juga memperoleh pemahaman bahwa produk tersebut dapat memiliki nilai ekonomi ketika ditawarkan kepada masyarakat.

Pemasaran Produk Gelang

Setelah kegiatan pembuatan gelang selesai pada 22 Agustus 2026, tahap selanjutnya adalah pemasaran produk. Kegiatan pemasaran dilaksanakan pada 23 Agustus 2026 melalui pembukaan stan pada kegiatan perayaan 17 Agustus yang bertempat di Lapangan Vihara, Dusun 9, Desa Sempajaya. Produk gelang yang telah dibuat sebelumnya kemudian ditawarkan kepada masyarakat dengan harga Rp8.000 untuk setiap gelang.

Pelaksanaan pemasaran menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan karena peserta dapat melihat bahwa proses kewirausahaan tidak berhenti setelah produk selesai dibuat. Produk yang telah dihasilkan kemudian diperkenalkan dan ditawarkan kepada masyarakat. Dengan demikian, peserta memperoleh gambaran mengenai hubungan antara kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran.



Gambar 3. Pemasaran produk gelang kepada masyarakat

Gambar 3 menunjukkan kegiatan pemasaran produk gelang kepada masyarakat. Gelang hasil kegiatan ditata pada meja stan dan ditawarkan secara langsung kepada calon pembeli. Pada kegiatan tersebut, peserta turut terlibat dalam proses memperkenalkan dan menawarkan produk yang telah dibuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya berhenti pada tahap menghasilkan produk, tetapi dilanjutkan dengan praktik pemasaran secara langsung di lingkungan masyarakat.

Dalam kegiatan ini, sebanyak 28 gelang berhasil terjual. Dengan harga jual Rp8.000 per gelang, penerimaan dari penjualan mencapai Rp224.000. Modal yang digunakan untuk kegiatan sebesar Rp150.000. Modal tersebut berasal dari kontribusi 15 orang panitia, dengan masing-masing memberikan Rp10.000. Berdasarkan perbandingan antara penerimaan dan modal, terdapat selisih sebesar Rp74.000.

Tabel 2. Hasil Pemasaran Produk Gelang

Uraian	Hasil
Jumlah Gelang Terjual	28 Gelang
Harga Jual per Gelang	Rp. 8.000
Total Penerimaan	Rp. 224.000
Modal Kegiatan	Rp. 150.000
Selisih Penerimaan dan Modal	Rp. 74.000

Dalam kegiatan ini, sebanyak 28 gelang berhasil terjual. Dengan harga jual Rp8.000 per gelang, penerimaan dari penjualan mencapai Rp224.000. Modal yang digunakan untuk kegiatan sebesar Rp150.000. Modal tersebut berasal dari kontribusi 15 orang panitia, dengan masing-masing memberikan Rp10.000. Berdasarkan perbandingan antara penerimaan dan modal yang dicatat, terdapat selisih sebesar Rp74.000.

Hasil tersebut juga memberikan pengalaman sederhana mengenai hubungan antara produk, harga, modal, dan penerimaan. Peserta dapat melihat bahwa produk yang dibuat melalui kreativitas memiliki nilai ketika dapat digunakan dan ditawarkan kepada orang lain. (Yuliantika & Hikmawaty, 2024) menunjukkan bahwa kegiatan Market Day dapat berhubungan dengan pembentukan karakter kewirausahaan siswa, termasuk kemandirian, tanggung jawab, kerja sama, dan inovasi.

Dengan demikian, pemasaran produk dalam kegiatan ini tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembelajaran. Peserta dapat melihat secara langsung bagaimana produk yang telah dibuat diperkenalkan kepada masyarakat dan kemudian ditukarkan dengan sejumlah uang. Pengalaman tersebut memberikan gambaran sederhana mengenai hubungan antara produksi, pemasaran, dan penerimaan.

Dalam kegiatan Desa Sempajaya, pemasaran dilakukan dalam lingkungan kegiatan masyarakat sehingga produk yang dibuat dapat langsung diperkenalkan kepada calon pembeli. Kondisi tersebut memberikan pengalaman yang lebih nyata dibandingkan apabila produk hanya dibuat tanpa dilanjutkan dengan pemasaran. Peserta dapat melihat bahwa suatu produk membutuhkan proses pengenalan kepada masyarakat agar memiliki kesempatan untuk terjual.

Perlu diperhatikan bahwa nilai Rp74.000 dalam kegiatan ini merupakan selisih antara penerimaan penjualan dan modal yang dicatat, bukan keuntungan bersih. Hal tersebut karena data kegiatan yang tersedia hanya mencatat modal sebesar Rp150.000 dan penerimaan penjualan sebesar Rp224.000, tanpa rincian biaya tambahan lainnya. Oleh karena itu, hasil tersebut tidak digunakan untuk menyatakan besarnya laba bersih kegiatan.

Implementasi Edukasi Kewirausahaan melalui Produk Kreatif

Implementasi kegiatan dilakukan melalui rangkaian yang saling berhubungan, yaitu edukasi kewirausahaan, pembuatan produk kreatif, dan pemasaran produk. Tahap edukasi memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai tujuan kegiatan dan konsep sederhana kewirausahaan. Tahap berikutnya memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghasilkan gelang berdasarkan

keaktivitas masing-masing. Setelah produk selesai dibuat, kegiatan dilanjutkan dengan pemasaran kepada masyarakat.

Rangkaian tersebut menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan dapat diberikan melalui kegiatan yang bersifat praktis. Peserta tidak hanya memperoleh penjelasan mengenai kewirausahaan, tetapi juga mengalami proses menghasilkan produk dan melihat produk tersebut dipasarkan. Pola tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Manajemen et al., 2023) yang menjelaskan bahwa kegiatan Market Day dapat dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta dapat menanamkan nilai seperti percaya diri, keberanian mengambil risiko, kreativitas dan inovasi, kerja sama, tanggung jawab, kejujuran, serta kerja keras.

Penelitian (Dwinata et al., 2023) juga menunjukkan bahwa Market Day dapat menjadi sarana pembinaan karakter kewirausahaan melalui kegiatan yang melibatkan siswa dalam proses jual beli, komunikasi, dan kerja sama. Dengan demikian, rangkaian kegiatan di Desa Sempajaya memiliki kesesuaian dengan prinsip pembelajaran kewirausahaan yang memberikan pengalaman langsung kepada peserta.

Dalam kegiatan di Desa Sempajaya, rangkaian tersebut diterapkan dalam bentuk yang lebih sederhana dan disesuaikan dengan kondisi peserta. Lima peserta dari kelas V dan VI diberikan pengalaman untuk membuat produk gelang dengan pendampingan. Produk yang dihasilkan kemudian dipasarkan dalam kegiatan masyarakat pada hari berikutnya. Dengan demikian, peserta memperoleh pengalaman mengenai tahapan dasar kewirausahaan mulai dari memperoleh ide, menghasilkan produk, hingga memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya hasil yang dapat diukur dari sisi pemasaran. Sebanyak 28 gelang berhasil terjual dengan penerimaan sebesar Rp224.000 dari modal kegiatan sebesar Rp150.000. Data tersebut menjadi bukti bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan produk secara fisik, tetapi juga dilanjutkan sampai produk tersebut dipasarkan dan menghasilkan penerimaan.

Dari sisi pelaksanaan, penggunaan gelang sebagai produk kreatif memberikan media yang sederhana bagi peserta untuk mengenal proses kewirausahaan. Proses pembuatannya dapat dilakukan secara langsung, bahan dapat disusun berdasarkan kreativitas peserta, dan produk yang telah selesai dapat digunakan maupun ditawarkan kepada orang lain. Hal tersebut membuat kegiatan produksi dan pemasaran dapat dihubungkan dalam satu rangkaian pembelajaran.

(Farhati Salsabila, n.d.) menunjukkan bahwa kegiatan Market Day dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan kemandirian dan kreativitas melalui keterlibatan peserta didik secara langsung. Sementara itu, (Donary Arsita Putri et al., n.d.) menunjukkan bahwa kegiatan Market Day juga dapat memperkenalkan keterampilan seperti perencanaan produk, pengelolaan modal, pemasaran, dan perhitungan keuntungan. Kedua temuan tersebut memiliki keterkaitan dengan kegiatan di Desa Sempajaya yang memberikan pengalaman kepada peserta mulai dari menghasilkan produk hingga memasarkannya.

(Sarinikmah et al., 2024) juga menunjukkan bahwa kegiatan berbasis Market Day dapat melibatkan tahapan promosi, produksi, pemasaran atau penjualan, hingga pelaporan. Hal tersebut memiliki keterkaitan dengan kegiatan di Desa Sempajaya yang menghubungkan proses pembuatan produk dengan kegiatan pemasaran kepada masyarakat.

(Siswanto et al., n.d.) menjelaskan bahwa kegiatan *Market Day* dapat digunakan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa melalui keterlibatan dalam proses perencanaan, produksi, pemasaran, evaluasi, dan pengelolaan keuangan. Dalam kegiatan Desa Sempajaya, penerapan dilakukan dalam bentuk yang lebih sederhana melalui pembuatan dan pemasaran gelang.

Dengan demikian, implementasi edukasi kewirausahaan melalui pembuatan dan pemasaran gelang di Desa Sempajaya memberikan pengalaman kewirausahaan sederhana kepada peserta. Kegiatan menghubungkan proses edukasi, kreativitas, produksi, dan pemasaran dalam satu rangkaian. Selain menghasilkan 28 gelang yang terjual dengan penerimaan Rp224.000, kegiatan ini memberikan pengalaman praktis kepada peserta mengenai bagaimana suatu produk kreatif dapat dihasilkan dan diperkenalkan kepada masyarakat.

Secara keseluruhan, kegiatan yang dilaksanakan pada 22–23 Agustus 2026 tersebut menunjukkan bahwa pengenalan kewirausahaan kepada anak dapat dilakukan melalui aktivitas sederhana yang menggabungkan penjelasan dan praktik. Pembuatan gelang menjadi media untuk mengenalkan proses menghasilkan produk, sedangkan pemasaran memberikan pengalaman mengenai nilai ekonomi dari produk yang telah dibuat. Rangkaian tersebut menjadi bentuk edukasi kewirausahaan yang bersifat praktis dan kontekstual bagi anak-anak di Desa Sempajaya.

KESIMPULAN

Kegiatan edukasi kewirausahaan melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran gelang di Desa Sempajaya memberikan pengalaman langsung kepada anak dalam memahami tahapan sederhana kegiatan kewirausahaan. Kegiatan yang dilaksanakan pada 22 Agustus 2026 di Posko Villa Berastagi Resort diikuti oleh lima orang anak kelas V dan VI sekolah dasar. Kegiatan dilakukan melalui pemberian penjelasan mengenai kewirausahaan, pelatihan dan praktik pembuatan gelang, serta pemberian kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan kreasi gelang berdasarkan pilihan masing-masing. Tahapan tersebut memberikan pengalaman kepada peserta dalam menghasilkan produk kreatif secara langsung.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pemasaran produk pada 23 Agustus 2026 melalui pembukaan stan dalam kegiatan perayaan 17 Agustus di Lapangan Vihara, Dusun 9, Desa Sempajaya. Sebanyak 28 gelang berhasil terjual dengan harga Rp8.000 per gelang sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp224.000. Modal yang digunakan sebesar Rp150.000 yang berasal dari kontribusi 15 orang panitia, sehingga terdapat selisih sebesar Rp74.000 antara penerimaan dan modal yang dicatat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan produk kreatif, tetapi juga memberikan pengalaman mengenai proses pemasaran dan nilai ekonomi suatu produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan bagi anak dapat dilakukan melalui aktivitas sederhana, kreatif, dan praktik langsung yang menghubungkan proses edukasi, produksi, dan pemasaran dalam satu rangkaian kegiatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, pihak Desa Sempajaya, pengelola Posko Villa Berastagi Resort, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu terlaksananya kegiatan edukasi kewirausahaan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada anak-anak peserta kegiatan yang telah mengikuti proses edukasi, pembuatan, dan pemasaran gelang dengan antusias, serta kepada seluruh anggota tim yang telah berkontribusi dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan. (2024). Panduan pengembangan proyek penguatan Profil Pelajar Pancasila edisi revisi. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Afandi, M. (2021). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan (Entrepreneurship) di Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(1), 2580–362. <https://doi.org/10.29240/jpd.v5i1>
- Donary Arsita Putri, R., Nur Indah Sari, F., Pramitha Rahayu, A., Supiaranti, A., & Fauzi Giwangsa, S. (n.d.). ANALISIS KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN SISWA SEKOLAH DASAR DALAM MEMBANGUN MARKET DAY. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 12(2), 5–7. <https://doi.org/10.46368/jpd.v12i2.2581>
- Dwinata, A., Asmarani, R., Sarumaha, M. S., Hikmah, N., & Pratiwi, E. Y. R. (2023). Program Market Day Sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(4), 2536–2544. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i4.6022>
- Farhati Salsabila, A. C. U. (n.d.). UPAYA MENUMBUHKAN KEMANDIRIAN DAN KREATIVITAS SISWA MELALUI KEGIATAN MARKET DAY DI SEKOLAH DASAR.

- Manajemen, J., Ekonomi, D., Jiwa, M., Siswa, W., Dasar, S., Kegiatan, M., Ranem, N., Putu, N., Dewi, C. P., Sugriwa, G. B., Tinggi, S., Hindu, A., & Kuturan, N. M. (2023). Ni Putu Candra Prastya Dewi. In *Jurnal Manajemen dan Ekonomi (JME)* (Vol. 1, Number 2). <https://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/jme>
- Retno Indri Astuti, I. F. (n.d.). *PENERAPAN PROGRAM MARKET DAY UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS DAN Jiwa KEWIRAUSAHAAN SISWA DI SDN UJUNGRUSI 04*.
- Sarinikmah, S., Rakib, M., & Nurdin, N. (2024). Penanaman Nilai-Nilai Kewirausahaan Berbasis Market Day pada Peserta Didik Pendidikan Dasar. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 179–194. <https://doi.org/10.55681/armada.v2i3.1243>
- Siswanto, N. A., Sumarno, S., & Utami, S. (n.d.). Menumbuhkan Jiwa Berwirausaha Siswa melalui Implementasi Proyek Market Day. In *Ainara Journal* (Vol. 5, Number 4). Retrieved <http://journal.ainarapress.org/index.php/ainj>
- Sufiyanto, M. I., & Shalehoddin, S. (2022). POLA PENGEMBANGAN WIRAUSAHA DAN PENCARIAN MODAL USAHA DALAM PROGRAM EDUENTREPREUNERSHIP DI SEKOLAH DASAR. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 10(2), 117–130. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n2.p117-130>
- Talia Anggraeni, N. Y. (n.d.). *Pelatihan Kewirausahaan Anak Sekolah Dasar Melalui Kreativitas Membuat Gelang Manik - Manik Pada SDN Karangjaya II Kabupaten Karawang*.
- Tri Wahyuni Purwaningsih, A. S. A. (n.d.). *MENINGKATKAN KREATIVITAS SISWA TERHADAP KERAJINAN TANGAN UNTUK MENUMBUHKAN Jiwa WIRAUSAHA*.
- Yuliantika, R., & Hikmawaty, L. (2024). Pengaruh kegiatan market day terhadap pembentukan karakter jiwa kewirausahaan di sekolah dasar. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 9(4), 19–24. <https://doi.org/10.29210/30035938000>