

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Grand Theory Penguatan Sosial emosional

a. Teori Sosial

Teori pembelajaran sosial diperkenalkan oleh Albert Bandura (1977) yang mengemukakan bahwa pembelajaran terjadi melalui pengamatan, peniruan, dan pemodelan dan dipengaruhi oleh faktor seperti perhatian, motivasi, sikap, dan emosi. Perilaku Sosial Emosional tumbuh dari hasil pengamatan perilaku agresif dalam lingkungannya, seperti di rumah, di sekolah, atau melalui media, dan kemudian meniru perilaku tersebut.

Teori pembelajaran sosial menekankan peran penguatan dalam membentuk sosial emosional di mana seseorang terlibat dalam melakukan suatu tindakan menerima penguatan positif seperti mendapatkan kekuasaan atau status di antara rekan-rekannya, maka mereka lebih mungkin untuk melanjutkan perilaku itu. Sebaliknya, jika mereka menghadapi konsekuensi negatif, seperti penolakan sosial atau hukuman mereka mungkin kurang termotivasi untuk mengulangi perilaku tersebut.

b. Teori Identitas Sosial Henri Tajfel

Teori Identitas Sosial dikemukakan oleh Henri Tajfel dan John Turner. Teori ini mengatakan bahwa individu mendapatkan rasa diri dan identitas dari keanggotaan mereka dalam kelompok sosial, dan mereka berusaha untuk mempertahankan identitas sosial yang positif. Favoritisme dalam kelompok dan derogasi terhadap kelompok lain dapat menyumbang pada konflik antar kelompok, termasuk sosial emosional, karena individu berupaya untuk meningkatkan status kelompoknya sendiri dengan meningkatkan egoisme pada anggota kelompok lain. Teori identitas sosial awalnya

dikembangkan pada tahun 1970-an oleh Henri Tajfel. Tajfel (2004) mengungkapkan identitas sosial mencakup kesadaran bahwa seseorang termasuk dalam suatu lingkungan sosial atau kelompok.

Teori identitas sosial mengacu pada nilai kelompok yang dimasukkan ke dalam konsep diri individu (Abrams, 1996: 150). Tajfel (2004) menjelaskan bahwa identitas sosial merujuk pada pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam suatu kelompok, bersama dengan nilai-nilai dan emosi yang terkait.

2. Pendidikan Karakter

a. Pengertian Pendidikan Karakter

Karakter secara harfiah berasal dari bahasa latin *Charakter*, yang memiliki arti: watak, tabiat, sifat-sifat kejiwaan, budi pekerti, kepribadian atau akhlak. Pengertian karakter juga diungkapkan oleh Samani dan Hariyanto (2013:41) sebagai sesuatu yang khas dari seseorang sebagai cara berfikir dan perilaku untuk hidup dan bekerjasama dalam hubungannya dengan sesama yang dapat membuat keputusan dan mempertanggung jawabkan perbuatannya. Tsauri, Sofyan (2015:43) menyatakan bahwa perspektif dalam pendidikan karakter melibatkan peran pendidikan dalam membentuk karakter peserta didik.

Thomas Lickona (2012:56) menjelaskan bahwa pendidikan karakter adalah proses pembentukan kepribadian melalui pendidikan budi pekerti, yang tercermin dalam tindakan nyata seperti perilaku baik, kejujuran, tanggung jawab, penghormatan terhadap hak orang lain, dan kerja keras. Samani dan Hariyanto (2013:45) mengartikan pendidikan karakter sebagai usaha untuk mengajarkan anak-anak membuat keputusan bijak dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga mereka dapat memberikan kontribusi positif bagi lingkungan mereka.

Gunawan, Heri (2022:24) menjelaskan bahwa pendidikan karakter adalah segala sesuatu yang dilakukan guru, yang mampu

mempengaruhi karakter peserta didik. Guru membantu membentuk watak peserta didik yang mencakup keteladanan bagaimana perilaku guru, cara guru berbicara atau menyampaikan materi, bagaimana guru bertoleransi, dan berbagai hal terkait lainnya. Barnawi dan Arifin (2012:36) mendefinisikan pendidikan karakter sebagai sebuah usaha untuk mendidik anak-anak agar dapat mengambil keputusan dengan bijak dan mempraktikannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga mereka dapat memberikan kontribusi yang positif kepada lingkungan.

Simpulan pengertian pendidikan karakter adalah usaha menyiapkan peserta didik dengan dimensi agama, sosial, dan budaya yang terwujud dalam bentuk budi pekerti yang baik dalam perkataan, perbuatan, pikiran, sikap, dan kepribadian.

b. Tujuan Pendidikan Karakter

Tujuan pendidikan pada dasarnya adalah untuk membuat seseorang menjadi *good* dan *smart*. Rasulullah Muhammad saw juga menegaskan bahwa misi utamanya dalam mendidik manusia adalah untuk mengupayakan pembentukan karakter yang baik. Majid (2014:11) menjelaskan bahwa tujuan dari pendidikan adalah mengubah manusia menjadi lebih baik dalam pengetahuan, sikap dan keterampilan. Tujuan pendidikan karakter untuk meningkatkan mutu proses dan hasil pendidikan yang mengarah pada pembentukan karakter dan akhlak mulia peserta didik secara utuh, terpadu, dan seimbang, sesuai dengan standar kompetensi lulusan pada setiap satuan pendidikan.

Mulyasa (2012:9) mengemukakan pendidikan karakter diharapkan dapat memfasilitasi peserta didik dalam meningkatkan dan memanfaatkan pengetahuan mereka secara mandiri, serta mengkaji, menginternalisasi, dan mempersonalisasikan nilai-nilai karakter dan akhlak mulia agar tercermin dalam perilaku sehari-hari. Sahrudin, dkk (dalam Isna, 2011:105) berpendapat pendidikan

karakter bertujuan membentuk masyarakat yang tangguh, kompetitif, bermoral, toleran, bergotong-royong, patriotik, dinamis, serta berorientasi pada ilmu pengetahuan dan teknologi, semuanya didasari oleh iman dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berlandaskan Pancasila.

Mansur (2011:81) berharap bahwa pendidikan karakter pada peserta didik dapat meningkatkan dan memanfaatkan pengetahuan mereka mandiri, mengkaji, menginternalisasi, mempersonalisasikan nilai karakter dan akhlak tercermin perilaku sehari. Pendidikan karakter pada tingkat satuan pendidikan bertujuan untuk membentuk budaya sekolah yang mencakup nilai-nilai dasar perilaku, tradisi, kebiasaan sehari-hari, dan simbol-simbol yang diterapkan oleh semua warga sekolah dan masyarakat sekitar.

Tujuan pendidikan karakter seperti yang diuraikan di atas, adalah untuk menciptakan manusia Indonesia yang utuh, yaitu individu yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, serta memiliki tanggung jawab tinggi dalam menjalani kehidupan.

3. *Entrepreneurship*

a. *Pengertian Entrepreneurship*

Pembangunan sistem pendidikan nasional bertujuan untuk menciptakan kemerdekaan bagi bangsa Indonesia, terutama dalam meningkatkan tingkat kecerdasan masyarakat guna menjadikan bangsa yang berbudaya dan mampu bersaing di tingkat internasional. Hasanah, Ir (2015:21) menerangkan bahwa *entrepreneurship* dapat diartikan sesuatu kemampuan yang inovatif dan kreatif yang dijadikan sebagai dasar, proses, sumber dan perjuangan untuk menciptakan nilai lebih pada barang dan jasa dengan keberanian penuh untuk menghadapi risiko yang berlangsung. Tingkat sekolah dasar menjadi salah satu langkah nyata untuk mencapai tujuan

pendidikan tersebut adalah melalui pengembangan dan implementasi pendidikan *entrepreneurship*.

Kementerian Pendidikan Nasional menjelaskan arti *entrepreneurship* yaitu suatu jiwa, sikap, dan kemampuan untuk membuat sebuah inovasi yang memiliki nilai tinggi dan bermanfaat, untuk diri sendiri maupun bagi orang lain. Hadist yang memperkuat dinyatakan oleh H.R Bukhari menerangkan mengenai *entrepreneurship* yakni:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدَيْهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدَيْهِ

Artinya: “Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik dari memakan hasil jerih payahnya sendiri, dan sesungguhnya Nabi Daud makan dari hasil jerih payahnya sendiri”.

Hadist di atas memiliki relevansi terhadap *entrepreneurship* bahwa kegiatan *entrepreneurship* ini merupakan peluang pekerjaan yang baik, lebih jauhnya bahwa hasil penelitian membuktikan secara empiris bahwa kegiatan *entrepreneurship* merupakan faktor yang strategis dalam meningkatkan kegiatan perekonomian terutama untuk masyarakat kecil dan menengah. Proses kegiatan ini merupakan hasil dari diri sendiri dari setiap individu dengan halal dengan melibatkan orang lain sebagai pembeli dan diri sendiri sebagai penjual.

Husaini Usman menjelaskan mengenai pengertian *entrepreneurship* yaitu sikap mental dan jiwa yang selalu aktif, dapat menciptakan dan mampu membuat karya, serta berusaha dalam rangka meningkatkan pemasukan untuk pendapatan dalam kegiatan usaha yang dilakukannya. Hasanah, Ir (2015:17) mengemukakan arti dari *entrepreneuship* merupakan suatu kemampuan untuk berfikir secara kreatif dan dapat berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, dan proses untuk menghadapi tantangan dalam hidup.

Sunyoto & Wahyuningsih (2009:2) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah mental dan sikap, jiwa yang selalu aktif berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti meningkatkan penghasilan. Hasanah, Ir (2015:21) menerangkan bahwa *entrepreneurship* dapat diartikan sesuatu kemampuan yang inovatif dan kreatif yang dijadikan sebagai dasar, proses, sumber dan perjuangan untuk menciptakan nilai lebih pada barang dan jasa dengan keberanian penuh untuk menghadapi risiko yang berlangsung.

Simpulan dari berbagai pendapat beberapa ahli di atas , pengertian *entrepreneurship* merupakan sebuah kegiatan usaha jual beli yang melibatkan dua orang sebagai pembeli dan penjual dengan kemampuan berinovasi, kreatif dan produktif dalam memasarkan suatu produk sehingga dapat bermanfaat bagi diri sendiri ataupun orang lain.

b. Indikator *Entrepreneurship*

Proses penyusunan indikator yang terdapat dalam penilaian guru kelas mempunyai peran penting yaitu untuk mengamati perkembangan peserta didik dan ketercapaian pada proses pembelajaran. Mulyani, dkk (2010:46) menyatakan bahwa indikator berfungsi untuk mengukur keberhasilan pembelajaran yang telah dilaksanakan. Keberhasilan ini diukur dan dievaluasi dengan melihat kegiatan yang sesuai dengan tujuan pembelajaran.

Penentuan indikator harus disesuaikan dengan tujuan pembelajaran, serta kebutuhan dan potensi siswa. dapat berkembang secara maksimal. Meredith, Geoffrey (dalam Suryana, 2011:24) mengungkapkan beberapa indikator mengenai *entrepreneurship* adalah sebagai berikut:

- 1) Percaya diri dan optimisme, yakni kepercayaan diri kuat, kemandirian, dan individualistis.
- 2) Berani menempuh resiko dan menyukai tantangan

- 3) Kepemimpinan yaitu mempunyai jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran.
- 4) Keorisinalan yaitu inovatif, kreatif dan fleksibel.
- 5) Berorientasi pada masa depan, yaitu mempunyai visi terhadap masa depan.

Harris (2014:81) menyatakan bahwa wirausahawan sukses adalah mereka yang memiliki beberapa keunggulan pada bidang ilmu pengetahuan meliputi kualitas sikap, motivasi, nilai pribadi serta perilaku yang dibutuhkan dalam melaksanakan pekerjaan. Pengetahuan kewirausahaan perlu dimiliki yaitu: 1. Pengetahuan mengenai usaha akan dibuat, 2. Pengetahuan peran serta tanggung jawab, 3. Pengetahuan dalam kepribadian dan kemampuan diri, 4. Pengetahuan untuk melakukan manajemen bisnis yang baik.

Simpulan dari beberapa indikator *entrepreneurship* yang telah dijelaskan bahwa *entrepreneurship* pada peserta didik yang berkaitan dengan pembelajaran menjadi tolak ukur dalam ketercapaian indikator tersebut agar tujuan pembelajaran yang dilakukan dapat tercapai dengan baik.

c. Manfaat *Entrepreneurship*

Barnawi, Arifin (2012:58) menjelaskan bahwa sekolah dasar merupakan jenjang pendidikan formal yang sangat tepat untuk dimulainya pendidikan *entrepreneurship*, peserta didik memiliki pengaruh besar dalam pengaplikasian dan pengaktualisasian nilai-nilai yang berada pada pendidikan kewirausahaan atau *entrepreneurship* di kehidupan sehari-hari maupun pada kehidupan dimasa depan peserta didik. Hidayah., Cita Eri (2022:21) menerangkan bahwa untuk menciptakan manusia yang berjiwa *entrepreneur*, orang yang berhasil tidak bisa dilakukannya secara singkat, tetapi harus dapat melewati sebuah proses pendidikan yang panjang dan sistematis.

Sistem pendidikan di Indonesia harus mampu beralih pola pendidikan kolonial hanya menghasilkan tenaga kerja mampu

mencetak individu kreatif dan mandiri. Eman Suherman (2010:21) berpendapat bahwa pendidikan *entrepreneurship* saling memiliki keterkaitan yang tidak dapat terpisah antara kreativitas dan inovasi. Inovasi tercipta karena adanya daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan, karena lingkungan cepat sekali berubah.

Ayoedya (2011:5) menjelaskan beberapa manfaat *entrepreneurship* adalah sebagai berikut : a) Mengerti secara keseluruhan mengenai dunia usaha, b) Mengasah talenta peserta didik dalam kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*) , c) memiliki bekal ilmu selain pendidikan formal karena ilmu *entrepreneurship* ini dapat diaplikasikan sewaktu-waktu, d) mengetahui alternatif mencari pendapatan selain bekerja sebagai karyawan, e) memiliki arah menjadi pengusaha yang sukses.

Kegiatan *entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Saroni (2012:147) yakni di sekolah dapat dijadikan penanaman jiwa pendidikan kewirausahaan kepada peserta didik sejak dini. Pentingnya menanamkan *entrepreneurship* sejak dini dapat melatih peserta didik untuk melakukan kegiatan berwirausaha karena pada era globalisasi ini sangat pesat dalam persaingan pekerjaan, sehingga perlu skill *entrepreneurship* untuk menghadapi tantangan tersebut.

4. Sosial Emosional

a. Pengertian Sosial

thomas (2010:122) menerangkan bahwa perkembangan sosial merupakan pencapaian kematangan dalam hubungan sosial sebagai proses belajar untuk menyesuaikan diri terhadap norma-norma kelompok, moral, dan tradisi menjadi satu kesatuan untuk saling berkomunikasi dan dapat bekerja sama dengan baik. Hurlock (2022:251) mengartikan bahwa perkembangan sosial adalah mereka yang perilakunya mencerminkan kebersihan di dalam tiga proses

sosialisasi, mereka cocok dengan kelompok tempat mereka menggabungkan diri dan diterima sebagai anggota kelompok.

Pengertian sosial yang dijelaskan oleh Chaplin, P (2008:649) mendefinisikan sosial sebagai kegiatan berinteraksi dengan orang lain, yang memerlukan sosialisasi dan perilaku yang diterima oleh orang lain, serta belajar memainkan peran sosial yang dapat diterima dan mengembangkan sikap sosial yang layak di terima oleh orang lain. Suyadi (2010:108) berpendapat bahwa perkembangan sosial adalah tingkat jalinan interaksi anak dengan orang lain, mulai dari orang tua, saudara, teman bermain, hingga masyarakat luas.

Ambron, Suean R (dalam Yusuf, 2010:123) mengartikan sosial sebagai proses pembelajaran yang membimbing anak menuju perkembangan kepribadian sosial agar menjadi anggota masyarakat yang bertanggung jawab dan efektif. Susanto, Ahmad (2012:40) menjelaskan bahwa sosial adalah penyesuaian diri terhadap lingkungan masyarakat dengan berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif.

Pengertian sosial dapat disimpulkan suatu proses belajar anak dalam menjalin hubungan interaksi dengan orang lain baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan masyarakat yang dapat membimbing anak tersebut sehingga memiliki kepribadian sosial yang baik.

b. Pengertian Emosional

Suyadi (2010:108) mengartikan bahwa perkembangan emosional merupakan ungkapan perasaan peserta didik pada saat berinteraksi dengan orang lain. Saputra (2005:141) menjelaskan bahwa emosi merupakan suatu keadaan perasaan yang kompleks yang disertai karakteristik kegiatan yang motoris. Sapiro, Lawrence (dalam Suyadi, 2010:109) menyatakan bahwa emosi adalah kondisi kejiwaan manusia. Emosi hanya dapat dikaji melalui letupan-letupan

emosional atau gejala dan fenomena. Kondisi masing-masing emosi anak berbeda-beda.

Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh faktor genetik, lingkungan, pola asuh orang tua, seperti kondisi sedih, gembira, gelisah, benci, dan beda. Emosi seorang anak harus diberikan dengan stimulus yang sesuai dengan perkembangan pada anak tersebut. Mashar, Riana (2011:62) menjelaskan perkembangan emosional melibatkan kemampuan mengatur, memproses, mengontrol emosi agar dapat merespons positif terhadap situasi.

Pengertian Emosional di atas dapat disimpulkan bahwa proses seseorang meluapkan perasaannya terhadap orang lain maupun dirinya sendiri agar dapat memberikan dampak positif dan mengendalikan pribadinya menjadi manusia yang berwatak dan berkarakter baik dalam meluapkan emosionalnya. sosial emosional yaitu suatu proses seseorang berkaitan perkembangan sosial dan emosional berkaitan dengan kemampuan bersosialisasi mengelola emosi sesuai dengan aturan berlaku di masyarakat. Perkembangan sosial emosional ini tidak dapat di pisahkan karena keduanya sangat berhubungan erat pada proses kepribadian seorang anak.

c. Pengertian Sosial Emosional

Perkembangan sosial emosional merupakan kemampuan berperilaku sesuai tuntutan sosial masyarakat. Mental seorang anak yang kuat ditandai dengan kemampuan anak dalam menghadapi berbagai masalah dan mampu menyelesaikan sendiri dengan baik. Kemampuan anak dalam hal ini tidak muncul dengan sendirinya, melainkan dengan bebrapa upaya yang harus di lakukan dengan pembiasaan-pembiasaan sejak usia dini. Al Qur'an Surat Yusuf ayat 111 secara tersirat menjelaskan tentang sosial emosional sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ ۗ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَٰكِن تَصَدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ﴿١١١﴾

Artinya: Sungguh, pada kisah mereka benar-benar terdapat pelajaran bagi orang-orang yang berakal sehat. (Al-Qur'an) bukanlah cerita yang dibuat-buat, melainkan merupakan pembena (kitab-kitab) yang sebelumnya, memerinci segala sesuatu, sebagai petunjuk, dan rahmat bagi kaum yang beriman. (Q.S Yusuf: 111)

Surat Yusuf ayat 111 membuktikan bahwa manusia harus mampu menggunakan akal pikiran dalam mengendalikan sosial emosionalnya. Sosial emosional digunakan untuk dapat menciptakan berbagai hal baik sehingga mampu mengolah dirinya agar menjadi pribadi yang berkualitas.

Yusuf, LN (2007:11) menjelaskan bahwa sosial emosional merupakan gabungan dua kata, yaitu sosial dan emosional. Sosial memiliki arti sesuatu berkaitan masyarakat. Lebih lanjut, konsep ini dapat diartikan sebagai hubungan atau interaksi individu atau lebih. Istilah mencakup berbagai pengertian digunakan menggambarkan beragam aspek seperti fungsi kelompok, kebiasaan, karakteristik, dan ciri-ciri lainnya diperoleh suatu konteks sosial. Sosial emosional menekankan keterkaitan antara aspek-aspek emosional individu dengan lingkungan sosialnya.

Definisi di atas, disimpulkan bahwa sosial emosional adalah aspek dalam diri manusia yang melibatkan perasaan pemikiran tertentu, didukung oleh dorongan ingin tahu lingkungan sosialnya. Ini berkaitan dengan pengendalian dan ekspresi emosi, hubungan antarpersonal, eksplorasi pengalaman sekitar, serta pembelajaran dari situasi-situasi tersebut.

d. Indikator Sosial Emosional

Goleman, D (2020:235) menjelaskan aspek indikator pengembangan karakter sosial emosional:

Tabel 2.1 Aspek dan Indikator Sosial Emosional Anak

Variable	Aspek	Indikator
Emosional	Mandiri	Mampu menyelesaikan tugas
	Tenang	Memiliki kesadaran menciptakan suasana kondusif

Variable	Aspek	Indikator
	Percaya diri	Tidak ragu mengerjakan tugas melakukan kegiatan
	Semangat	Antusias dalam mengikuti setiap kegiatan
	Konsisten	Mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir tanpa mengeluh
Sosial	Toleran	Berteman dengan siapa saja tanpa pilih kasih
	Responsif	Mudah di arahkan saat melakukan kegiatan
	Aktif	Antusias bersemangat menerima hal baru
	Meniru	Melakukan kegiatan diarahkan guru

Simpulan indikator sosial emosional sangat di perlukan oleh seorang guru untuk mengukur sampai sejauh mana tingkat keberhasilan suatu pembelajaran atau program pembelajaran diterapkan seorang guru mencapai tolak ukur dalam ketercapaian indikator tersebut dengan tujuan pembelajaran yang dilakukan dapat tercapai dengan maksimal.

e. Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sosial Emosional

- 1) Perkembangan sosial emosional tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi peserta didik didalamnya. Andriani, Ana (2022:65) menjelaskan faktor-faktor emosional yang mempengaruhi perkembangan peserta didik sebagai berikut : a) Pengaruh keadaan individu sendiri, b) Konflik-konflik dalam proses perkembangan, c) faktor lingkungan.

Faktor-faktor emosional di atas dapat disimpulkan bahwa keadaan individu dapat dilihat dari usia, keadaan fisik yang dapat mempengaruhi peserta didik tersebut. Fase perkembangan pada anak juga mengalami fase yang berbeda sesuai dengan konflik yang di hadapi oleh anak tersebut. Faktor lingkungan memiliki 3 lingkungan yaitu: lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal atau masyarakat dan lingkungan sekolah.

- 2) Perkembangan sosial, tidak berbeda jauh dengan perkembangan emosi, dimana perkembangan sosial peserta didik juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tirtayan, dkk:2014 (dalam Andriyani, A 2022:68) menjelaskan bahwa faktor perkembangan sosial anak dipengaruhi faktor individu seperti kematangan fisik dan psikis, kemampuan berbahasa, dan cara berpikir, serta faktor lingkungan keluarga yang memainkan peran penting dalam pembentukan nilai-nilai sosial.

Interaksi dengan lingkungan di luar rumah, termasuk teman sebaya, juga turut memengaruhi perkembangan sosial. Faktor pengaruh pengalaman sosial anak, yang mencakup kondisi sosial-ekonomi keluarga dan norma-norma yang ditanamkan, juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku sosial anak sesuai dengan harapan normatif masyarakat. Faktor-faktor perkembangan sosial sangat berpengaruh pada peserta didik di berbagai lingkungan yang di tinggali.

f. Faktor penghambat perkembangan sosial emosional

Hurlock, E (2015:251) menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan sosial anak dan kemampuannya untuk beradaptasi dalam masyarakat, yaitu: kesempatan penuh untuk sosialisasi, kemampuan berkomunikasi dengan kata-kata yang dapat dimengerti dan topik yang menarik bagi orang lain, motivasi untuk bersosialisasi, serta metode belajar efektif dengan bimbingan yang membantu anak mempelajari pola perilaku penting untuk penyesuaian sosial yang baik.

Faktor mempengaruhi perkembangan sosial memberi kesempatan sosialisasi sangat penting bagi perkembangan anak, membantu mereka berinteraksi dengan berbagai kelompok usia dan lingkungan. Pada situasi bersama-sama, anak perlu memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan mampu membicarakan

topik yang menarik. Motivasi anak untuk bersosialisasi dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang diperoleh dari aktivitas sosial, dan hasil akhirnya dapat membentuk pola perilaku dan penyesuaian sosial yang baik. Penggunaan metode belajar efektif dengan bimbingan dapat mempercepat pembelajaran anak, terutama jika dilakukan oleh seseorang yang dapat membimbing dan memberikan contoh yang baik.

Nugroho, Ali dll (2011:4) menjelaskan bahwa terdapat elemen-elemen yang memengaruhi perkembangan emosi pada anak usia dini mencakup faktor-faktor sebagai berikut: keadaan di dalam individu. Keadaan individu, seperti usia, kondisi fisik, tingkat kecerdasan, peran, dan faktor-faktor lainnya, memiliki potensi untuk mempengaruhi perkembangan emosi.

Aspek utama seperti kecacatan tubuh atau elemen-elemen yang dianggap sebagai kekurangan oleh anak dapat secara signifikan memengaruhi perkembangan emosi dan konflik. Makhluk sosial, individu sejak lahir hingga akhir hayatnya senantiasa terlibat dalam hubungan individu dan menjalani relasi interpersonal.

Konteks relasi interpersonal ini, dapat dilihat dari berbagai aktivitas baik yang muncul secara naluriah maupun melalui proses pembelajaran. Terdapat beragam faktor memengaruhi perkembangan seorang anak, termasuk yang bersifat alamiah dan pembelajaran. Faktor mempengaruhi perkembangan seorang anak mempunyai berbagai kenacakteragaman, baik sifatnya internal maupun eksternal. Internal artinya faktor tersebut berasal dari dalam diri anak, misalnya faktor turunan. Eksternal faktor dimaksud berasal luar dirinya, misalnya faktor lingkungan.

g. Karakter Sosial Emosional

Susanto, Ahmad (2014:139) menyebutkan bahwa pola perilaku sosial pada anak mencakup meniru, persaingan, kerjasama, simpati, empati, dukungan sosial, dan berbagi. Pola perilaku sosial ini dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

a. Meniru perilaku dan sikap orang yang mereka kagumi, seperti guru berperilaku tema pembelajaran, b. Menunjukkan hasrat untuk bersaing dengan teman sejak usia empat tahun, baik dalam meraih prestasi maupun berlomba-lomba dalam berbagai kegiatan. c. Mulai mengembangkan kerja sama dan bermain secara bersama-sama sejak usia tiga tahun akhir, meningkatkan aktivitas kelompok dengan bermain bersama orang lain. d. Simpati, pemahaman terhadap perasaan orang lain, mulai berkembang seiring banyaknya interaksi sosial dan bermain bersama. e. Empati, kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan orang lain, melibatkan kemampuan membayangkan diri sendiri di tempat orang lain. f. Dukungan sosial dari teman-teman menjadi lebih penting menjelang akhir masa kanak-kanak, melebihi persetujuan dari orang dewasa. g. Anak belajar membagi miliknya, terutama mainan, untuk mendapatkan persetujuan sosial, menunjukkan keakraban dan memperkuat pertemanan.

Anak merupakan objek nyata yang dapat langsung mencontoh dan meniru apa yang dilihatnya. Proses inilah yang harus di waspadai oleh seorang guru dan orang tua untuk lebih memperhatikan keadaan anak. Sosial Emosional seorang anak harus di pantau agar sesuai dengan perkembangan anak tersebut.

5. *Market Day*

a. *Pengertian Market Day*

Ayuningtyas, H (2022:1) menyatakan bahwa istilah *market day* berasal dari bahasa Inggris yang berarti hari pasar, memiliki arti *market* berarti pasar dan *day* berarti hari. Praheto (2016:259) mengartikan *market day* sebagai aktivitas yang dilakukan oleh lembaga atau sekolah di mana siswa melakukan transaksi jual beli pada hari telah ditentukan. Tujuan dari kegiatan adalah mengajarkan siswa tentang diri mereka sendiri, kreativitas, penghargaan terhadap waktu, kemampuan memecahkan masalah, dan sikap suka berbagi.

Zultiar dan Siwiyati (2017) menjelaskan bahwa "market day" adalah kegiatan pendidikan yang bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran tentang kehidupan, sehingga mampu membentuk mental dan emosi yang lebih stabil serta mengembangkan sikap atau perilaku sehari-hari siswa. Market day juga merupakan kegiatan

pembelajaran kewirausahaan atau *entrepreneur*. dengan mengajarkan peserta didik mengenai cara bagaimana memasarkan produk kepada teman ataupun guru yang ada pada lingkungan sekolah.

Market day adalah kegiatan belajar entrepreneur, maksud dari enterpreneur ini yaitu anak-anak dibina cara memasarkan produk yang sudah di buat sendiri pada temannya, pendidik, maupun untuk orang luar sekolah. Kegiatan ini umumnya dilakukan dengan membuat bazar atau pasar yang pelaksanaan di sekolahnya. Wahyuningsih et al., (2020:25) mendefinisikan pasar sebagai tempat penjual dan pembeli bertemu melakukan transaksi pertukaran barang jasa dengan menggunakan sistem tertentu. *Market day* bisa saja menumbuhkan rasa kepercayaan dirinya, meningkatkan kemampuan berkomunikasi anak dan membentuk kecerdasan berbisnis anak.

Hidayah,Nur.,dkk (2022:2) menerangkan tentang gagasan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan. Pada jenjang sekolah dasar terutama pada era millennial ini, seorang anak mampu mempelajari kegiatan kewirausahaan ini dengan baik dan di landasi oleh pendidikan karakter yang baik pula. Zultiar, Indra., dkk (2017:19) menjelaskan bahwa *Market day* memegang peranan krusial dalam konteks pendidikan dengan tujuan memberikan pemahaman dan kesadaran yang lebih mendalam terkait dengan realitas kehidupan.

Kurniawati, et.al (2022:26) mendefinisikan bahwa *market day* adalah aktualisasi dari kegiatan pada pentingnya menanamkan nilai *entrepreneurship* sejak dini. Kegiatan *market day* oleh peserta didik yaitu melakukan kegiatan menjual dan membeli produk yang mereka buat dengan kreativitas yang diciptakan oleh masing-masing kelompok. Produk kegiatan ini berupa makanan yang dibuat oleh diri sendiri, sehingga kebersihanpun terjaga. Pada jenjang sekolah dasar, kegiatan *market day* tidak sepenuhnya dibebankan kepada peserta

didik. Peranan orang tua dan bantuan guru sebagai pendamping program market day ini sangat diperlukan.

Guru memiliki peran sebagai pendamping dan membantu proses jalannya program market day ini agar dapat terlaksana dengan baik. Orang tua peserta didik mempunyai peran dalam membantu peserta didik membuat produk yang akan di jual. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam mengelola sosial emosional dan mental anak-anak, menciptakan keseimbangan yang lebih baik, dan membuat perilaku peserta didik lebih terarah dari satu periode ke periode berikutnya.

Market day bukan hanya kegiatan bisnis anak-anak, tetapi juga menjadi landasan pembelajaran yang mencakup ilmu yang bermakna. Peserta didik tidak hanya belajar tentang konsep bisnis dan keuangan, melainkan juga terlibat dalam interaksi sosial yang membangun karakter, menumbuhkan rasa tanggung jawab, dan mengasah keterampilan komunikasi melalui pengalaman nyata di lingkungan sekolah. Kegiatan ini menjadi pondasi yang tidak terpisahkan dari pembelajaran holistik yaitu membentuk karakter anak-anak untuk masa depan yang lebih baik.

b. Tujuan *Market Day*

Hidayah, Nur., dkk (2022:3) menjelaskan bahwa mengikuti kegiatan market day, diharapkan peserta didik menerapkan karakter *entrepreneurship* berbagai macam kreativitas, yaitu:

- 1) Peserta didik melakukan produksi pemasaran/penjualan produknya sendiri kepada teman, guru, atau pihak luar di lingkungan sekolah, 2) *Market day* adalah salah satu bentuk pendidikan yang bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran tentang kehidupan, 3) Tujuan dari *market day* adalah untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, 4) Orang tua dapat memanfaatkan kegiatan untuk menunjukkan dukungan kepada anak-anak mereka, 5) guru dan sekolah dapat memanfaatkan wahana *Market Day* untuk memperkuat soliditas komunitas sekolah, 6) kegiatan *Market d ay* juga memiliki fungsi kontrol.

Dun S, dkk (1993) dalam Suryana (2014:108) menjelaskan gambaran untuk mencapai kesuksesan dalam *entrepreneurship* yaitu memiliki ide, visi atau tujuan usaha, berani menghadapi resiko baik berupa waktu dan uang, mampu membuat perencanaan, bekerja keras, membangun hubungan baik dan bertanggung jawab. Peserta didik dapat berpikir kreatif dan mampu menghadapi kendala apapun selama kegiatan ini berlangsung.

Tujuan dari *Market day* diatas dapat disimpulkan bahwa *Market Day* sebagai kegiatan pendidikan, memberikan kesempatan kepada peserta didik mengaplikasikan keterampilan produksi kemampuan pemasaran dengan menjual produknya kepada teman, guru, atau pihak luar. *Market day* bukan hanya sekadar kegiatan jual-beli, melainkan juga sebuah pendidikan yang bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran mendalam tentang kehidupan. Kegiatan *market day* membantu peserta didik membangun struktur emosi dan mental yang lebih stabil, serta membentuk sikap-sikap positif dalam kehidupan sehari-hari.

Tujuan diadakannya *market day* mencakup aspek pengembangan jiwa entrepreneur, pemahaman dunia bisnis, serta melatih kreativitas dan inovasi pada peserta didik. Kegiatan ini juga memiliki dampak positif terhadap peningkatan rasa percaya diri, kemampuan komunikasi, dan kecerdasan berbisnis anak. Tidak hanya itu, orang tua dapat menggunakan Market Day sebagai peluang untuk menunjukkan dukungan mereka terhadap pendidikan anak-anak mereka.

Melibatkan peserta didik dan orang tua pada kegiatan *market day* bisa dimanfaatkan oleh guru dan sekolah untuk memperkuat solidaritas komunitas sekolah. *Market day* harus di jalankan dengan optimal karena memiliki banyak manfaat pendidikan di sekolah dapat tercapai sekaligus. Kegiatan ini juga memiliki fungsi pengawasan yang bertujuan mengajarkan prinsip-prinsip berjual beli yang baik kepada anak-anak.

c. Kelebihan dan Manfaat *Market Day*

Sulistiyowati, S (2016:115) menjelaskan beberapa kelebihan dan manfaat dari *market day* yaitu untuk mengembangkan *soft skill* pada peserta didik yang meliputi keterampilan dalam berwirausaha, kreatif, berani, bertanggung jawab, teliti, mandiri, dan tidak mudah putus asa serta mampu bersosialisasi dengan peserta didik lain. *Market day* menciptakan pengalaman belajar untuk mendapatkan pengetahuan yang belum pernah didapatkan oleh peserta didik sehingga dapat membentuk sikap mental serta karakter berguna untuk masa depan.

Ayuningtyas, H (2022:4) menjelaskan beberapa kelebihan dan manfaat pada kegiatan *market day* yaitu:

- a. *Market day* dapat mengembangkan keterampilan lunak anak, seperti kemampuan berwirausaha, bersosialisasi, kreativitas, tanggung jawab, ketelitian, kemandirian, dan ketahanan mental.
- b. *Market day* membantu dalam membentuk nilai peserta didik agar menjadi penjual atau pembeli baik dalam interaksi, menjalankan peran dengan benar, melatih sikap jujur.
- c. *Market day* melatih peserta didik untuk melakukan jual beli dengan cara yang baik dan sesuai dengan norma masyarakat dan agama.
- d. *Market day* menawarkan pengalaman belajar yang sangat berharga, memberikan pengetahuan serta mengembangkan berbagai sikap mental dan karakter bermanfaat bagi peserta didik.
- e. *Market day* adalah kegiatan konkret, berbasis pengalaman (*learning by doing*), menyenangkan, sehingga dapat menumbuhkan ketertarikan peserta didik dalam bidang ekonomi.

Market day bukan hanya kegiatan jual-beli, namun salah satu hal penting dalam pendidikan holistik yang bertujuan membentuk individu yang siap menghadapi masa depan serta dengan program kegiatan *market day* ini juga dapat membangkitkan minat pada wirausaha, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan taraf ekonomi suatu negara, membuka lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kualitas hidup individu.

B. Penelitian Relevan

Penelitian ini membahas tentang karakteristik sosial emosional peserta didik melalui program *Market Day* yang sudah di teliti beberapa peneliti diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kelsey L. Kaspar and Susan L. Massey (2023), dengan judul "*Implementing Social-Emotional Learning in the Elementary Classroom*" menghasilkan penerapan pembelajaran dengan menggunakan sosial emosional pada anak memberikan pengaruh yang baik kepada peserta didik. Peserta didik dapat mengelola emosi dan dapat bekerja sama peserta didik lain bahkan berkomunikasi dengan orang lain dapat teratasi dengan baik. Pembelajaran sosial emosional memberdayakan generasi agar anak-anak menjadi lebih percaya diri menghadapi masa depannya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri, O., dkk (2023) dengan judul "*Market Day Program for Low Class: Improving Independent Character Education at Elementary School*" menghasilkan pendidikan karakter harus di tanamkan oleh peserta didik, terutama peserta didik di sekolah dasar. Menanamkan pendidikan karakter menumbuhkan sikap kemandirian salah satunya melalui program yang di integrasi pada sekolah dan dilaksanakan pada luar pelajaran. Program *Market Day* menjadi solusi utama pada penelitian ini serta memberikan dampak positif bagi peserta didik dan meningkatkan karakter peserta didik tersebut.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia, R (2023) dengan judul "*Implementation of Market Day Activities to Build Children's Social Emotional in Primary School Grade IV at SDN 1 Sambeng Kulon*" menghasilkan dampak positif bagi peserta didik dalam karakter sosial emosional dengan menggunakan program *Market Day* di sekolah tersebut. *Market Day* membawa keaktifan dan menciptakan suasana sekolah yang aktif serta menyenangkan. Kegiatan ini menjadikan penyemangat kepada peserta didik dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaannya.

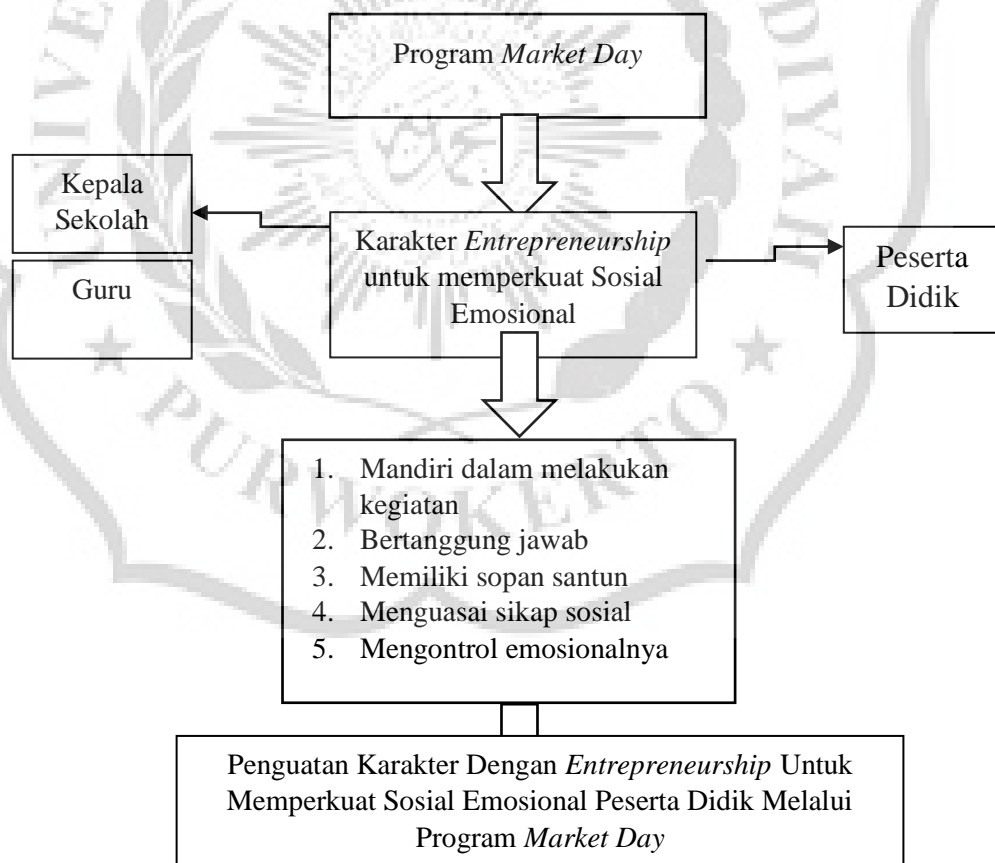
4. Penelitian yang dilakukan oleh Jannah, R., dkk (2023) dengan judul “Penerapan Pendidikan Karakter Terhadap Sosial Emosional Peserta Didik Kelas 4B SD Negeri Gayamsari 02” menunjukkan bahwa dalam kegiatan Market Day, indikator tanggung jawab yang paling dominan adalah kemampuan anak untuk mengatur diri sendiri. Anak-anak dapat mengatur aktivitas mereka saat menjadi penjual atau pembeli, termasuk mengatur siapa yang akan mengembalikan uang pembeli dan apa yang akan dibeli, serta bagaimana mereka menjalankan peran mereka sebagai pembeli.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Badawi (2023) dengan judul “Pembentukan Karakter Kewirausahaan Dengan Kegiatan *Market Day* Di Sekolah Dasar Soekarno Hatta” menghasilkan Kegiatan kewirausahaan *Market Day* menumbuhkan karakter kewirausahaan, memahami dunia usaha, melatih kreativitas dan inovasi di dalam diri siswa. Nilai-nilai karakter yang ditanamkan melalui kegiatan *Market Day* di sekolah dasar Soekarno Hatta adalah karakter inovatif, kreatif, kooperatif, disiplin, tanggung jawab, jujur, mandiri dan percaya diri. Nilai-nilai karakter tersebut diperoleh dari kegiatan *Market Day* seperti konsep pendidikan karakter yaitu olah pikir, olah hati, olah rasa.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Pradilla, C., dkk (2023) dengan judul “Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan Ditanamkan Sejak Usia Sekolah Dasar dalam Perspektif Islam” menyimpulkan bahwa menanamkan nilai pada karakter *entrepreneur* pada anak dapat dilakukan melalui berbagai strategi seperti modeling, *field trip*, observasi, *market day*, dan praktik wirausaha. Sifat dasar seorang wirausaha muslim yang dapat mendorong seseorang menjadi individu yang handal dan kreatif juga dibahas dalam penelitian tersebut dalam menjalankan usahanya atau aktifitas kerjanya yaitu dengan menyukai dan menyadari adanya ketetapan dan perubahan. Ketetapan ditemukan antara lain pada konsep aqidah, sedangkan perubahan dilaksanakan pada masalah-masalah muamalah, termasuk peningkatan kualitas kehidupan. Diharapkan guru mampu

mengkonkritkan kegiatan wirausaha dan menjelaskan pentingnya wirausaha dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan contoh nyata.

C. Kerangka Pikir

Penguatan karakter *entrepreneurship* terhadap sosial emosional peserta didik di sekolah sangat diperlukan untuk menanamkan pendidikan karakter. Program *Market day* menjadi salah satu solusi dalam membuat suasana lingkungan belajar yang menyenangkan, aktif, kreatif untuk menumbuhkan karakter sosial emosional peserta didik.

Peran guru dalam kegiatan ini sangat di perlukan untuk memberikan contoh baik, memberikan sebuah motivasi kepada peserta didik agar lebih terdorong dalam meningkatkan jiwa kewirausahaanya. Skema kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir