



Analisis Interaksi Sosial Anak Dalam Kegiatan Marketing Day Pendidikan Anak Usia Dini Salimah di Palembang

Rianti¹, Melinda Puspita Sari Jaya²

Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini^{1,2}

Universitas PGRI Palembang

e-mail: beezero890@gmail.com¹, melindapsj@univpgri-palembang.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan supaya menganalisa permasalahan yang sedang dialami oleh anak. Melalui kegiatan simulasi jual beli atau *marketing day* anak dapat lebih banyak berinteraksi bersama teman sebayanya, gurunya serta lingkungannya. Populasi berjumlah 36 orang dan sampel anak usia 5-6 tahun di kelas B1 berjumlah 16 orang. Peneliti menggunakan metode Kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan data *reduction*, data *display*, dan *concluding drawing/ verification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa data yang didapatkan dari lapangan yaitu kendala-kendala yang dihadapi saat kegiatan *marketing day* yang berkaitan dengan interaksi sosial anak seperti orang tua tidak memiliki waktu yang cukup untuk mendampingi anak saat kegiatan *marketing day*, konsentrasi dan pemahaman anak dan anak mudah merasa malu dan tidak percaya diri.

Kata Kunci: *Interaksi Sosial, Marketing Day dan Anak Usia Dini.*

Abstract

This study aims to analyze the problems that are being experienced by children. Through buying and selling simulation activities or marketing day, children can interact more with their peers, teachers and their environment. The population is 36 people and the sample of children aged 5-6 years in class B1 is 16 people. Researchers use qualitative methods. Data collection techniques in research are observation, interviews and documentation. The analysis technique uses data reduction, data display, and conclusive drawing/verification. The results of this study indicate that the data obtained from the field are the constraints faced during marketing day activities related to children's social interactions such as parents not having enough time to accompany children during marketing day activities, concentration and understanding of children and children easily feel shy and insecure.

Keywords: *Social Interaction, Marketing Day and Early Childhood.*

PENDAHULUAN

Marketing day adalah suatu kegiatan simulasi jual beli yang mana dalam praktiknya anak dapat banyak melakukan interaksi dengan temannya. Melalui kegiatan *marketing day* dapat dijadikan sebagai alat agar anak mampu berinteraksi sesuai dengan harapan. Melalui beberapa tahapan pertemuan dalam

bermain anak akan menunjukkan perubahan yang pasti namun perlahan. Mulai dari anak yang kurang bisa menjadi bisa.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, interaksi sosial anak masih butuh di kembangkan ketika anak sedang mengikuti suatu kegiatan. Maka dari itu melalui penelitian ini diharapkan perilaku sosial anak khususnya dalam berinteraksi dapat berkembang. Melalui kegiatan simulasi jual beli atau *marketing day* anak dapat lebih banyak berinteraksi bersama teman sebayanya, gurunya serta lingkungannya.

Kegiatan yang direncanakan oleh pihak sekolah berdasarkan aspek perkembangan anak. Salah satu program kegiatan yang ada disekolah yaitu *marketing day*. Kegiatan *marketing day* yang ada disekolah tidak hanya menjadi kegiatan puncak tema, namun diharapkan melalui ada kegiatan ini anak bisa berkembang sesuai melalui tahapan perkembangannya serta dapat juga menjadi saran minat dan bakat anak.

Penelitian ini menentukan fokus penelitian pada anak usia dini yang masih kurang dalam berinteraksi, sehingga dapat dilakukan analisis interaksi sosial anak dalam kegiatan *marketing day*. Melalui kegiatan tersebut diharapkan komunikasi anak bersama temannya dapat berkembang dengan baik.

Dalam menganalisa interaksi sosial anak dengan kegiatan simulasi jual beli, maka yang dapat menjadi subfokus penelitian ini yaitu:

- a. Interaksi anak dengan teman sebaya dan guru
- b. Sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan *Marketing Day*
- c. Sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung

Melalui ada kegiatan tersebut, anak diharapkan bisa berinteraksi secara baik terhadap teman serta lingkungan disekitarnya dan anak mampu mencapai tingkat perkembangan yang sesuai dengan usianya. Maka dari itu dimana jadi rumusan masalahnya didalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada rasa tanggung jawab anak untuk diri sendiri dan orang lain ?
2. Apakah anak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan ?
3. Apakah anak dapat bersikap kooperatif terhadap teman dan guru?

Tujuan didalam penelitian ini ialah supaya menganalisa permasalahan yang sedang dialami oleh anak. Dengan menggunakan Permendikbud Nomor 137 dan 145 tahun 2014 sebagai acuan diharapkan sikap interaksi sosial yang kurang bagi anak dapat berkembang dengan sesuai.

Manusia ialah makhluk sosial dimana tiap manusia itu saling memerlukan satu sama lain. Didalam kehidupan manusia melakukan interaksi sosial baik kepada makhluk hidup ataupun lingkungan. Bagi anak usia dini interaksi sosial sangat besar pengaruhnya bagi aspek perkembangan dan pertumbuhan anak, maka penting bagi setiap orang tua dan tenaga pendidik untuk memahami tentang interaksi sosial. Interaksi sosial yang baik nantinya memberi pengaruh positif pada proses berinteraksi pada anak terutama ketika bersama teman sebaya. Teman sebaya bisa memberi pertolongan ketika anak yang tadi merasakan takut dan belum terbiasa mengerjakan suatu kegiatan jadi percaya diri

dan kuat bahwa anak nantinya dapat mengerjakan hal tersebut karena pertolongan misal dukungan dimana diberi pada teman sebaya anak.

Interaksi sosial menurut Hernawan (dalam Pebriana, 2017:4) adalah salah satu prinsip integritas kurikulum pembelajaran seperti keterampilan komunikasi, bekerja sama dimana bisa dalam menumbuhkan komunikasi secara harmonis antara individu dan lingkungan anak. Artinya melalui interaksi dimana baik dapat mempengaruhi hubungan sosial yang baik pula. Anak dapat menjadi pribadi yang penuh toleransi terhadap perbedaan dalam lingkungannya melalui pemahaman dengan berinteraksi.

Fahri (2019: 154) berpendapat bahwa "Interaksi sosial dinamakan juga dengan proses sosial yang berarti terdapat hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing masing orang yang terlibat di dalamnya yang memainkan peran secara aktif". Didalam interaksi ini lebih dari sekedar terjadinya hubungan antara pihak-pihak terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Hal ini dimaksudkan bahwa didalam interaksi sosial orang yang memainkan peran memiliki keterlibatan antara satu sama lain.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa menurut Bagus (2017: 166) tindakan interaksi sosial ialah kunci segala kehidupan sosial dikarenakan tanpa interaksi sosial belum nantinya terjadi kehidupan bersama ataupun bermasyarakat. Bertemu individu antar individu lainnya dengan tidak langsung nantinya menghasilkan pergaulan hidup didalam suatu kelompok sosial. Pergaulan semacam itu baru nantinya terjadi jika orang perorangan ataupun kelompok-kelompok manusia bekerja sama, saling berbicara, dan sebagainya supaya mencapailah tujuannya bersama, mengadakan persaingan, pertikaian. Maka interaksi sosial ialah dasar proses sosial, dimana menunjukkan dengan hubungan-hubungan sosial yang dinamis didalam kehidupan masyarakatnya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa interaksi sosial ialah keterampilan komunikasi yang melibatkan hubungan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok ataupun kelompok dengan kelompok, yang mana didalam kegiatan interaksi dapat memberikan pengaruh dan efek bagi individu-individu lainnya dalam lingkungan sosial.

Menurut Ardiyanto, (2017) interaksi sosial memiliki ciri-cirinya dibawah ini:

1. Ada jumlah pelakunya sesuai jumlah lebih daripada satu orang
2. Adanya komunikasi antara pelaku memakai simbol-simbolnya
3. Adanya dimensi waktu seperti (masa lampasanya, masa kininya, dan masa akan datangnya) dimana ditentukan sifat aksi dimana sedang berlangsung
4. Adanya tujuan tertentu didalamnya terlepaslah dari sama tidak tujuannya ini melalui perkiraan oleh pengamatnya.

Macam-macam bentuk interaksi sosial dijelaskan didalam subbab ini ialah bentuk interaksi sosial asosiatif seperti kerjasamanya, akomodasinya, asimilasinya, dan bentuk disosiatifnya dimana seperti persaingan dan kontraversi (Ardiansyah, 2017).

1) Proses Asosiatif (*Processes of Association*)

Proses Sosial Asosiatif ialah hubungan positif dimana terjadi didalam masyarakat. Proses ini sifatnya membangunkan alalu mempereratkan ataupun memperkuat hubungan jalinan solidaritas ddialam kelompok masyarakat supaya jadi satu kesatuan dimana lebih erat didalam proses berinteraksinya.

2) Proses Disosiatif.

Proses disosiatif sering disebut juga sebagai *oppositional processes*, persis halnya dengan kerja sama, dapat ditemukan pada setiap masyarakat, walaupun bentuk dan arahnya ditentukan oleh kebudayaan dan *system social* masyarakat bersangkutan. Apakah suatu masyarakat lebih menekankan pada salah satu bentuk oposisi, atau lebih menghargai kerja sama, hal itu tergantung pada unsure-unsur kebudayaan terutama yang menyangkut system nilai, struktur masyarakat dan system sosialnya. Faktor yang paling menentukan adalah system nilai masyarakat tersebut.

Pendidikan anak usia dini memiliki berbagai macam metode pembelajaran dan strategi yang menarik dan beragam untuk dapat memudahkan anak dalam memahami pembelajaran. Salah satu kegiatan yang menarik dan bermakna yaitu melalui kegiatan *outdoor* salah satunya melalui program kegiatan *Market Day*.

Program *Market Day* bila dilihatnya dari segi bahasa berasal dari bahasa inggris ialah "*market*" memiliki arti pasar dan "*day*" memiliki hari. Ririn Dwi Wiresti (2020:116) menyatakan bahwa "*market day* dinilai ampuh untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan pada anak". Dengan melalui kegiatan praktek langsung anak mampu memahami nilai-nilai kewirausahaan dengan mudah.

Sedangkan, Yulidinawati dkk (2018) berpendapat bahwa "*Marketing day* merupakan suatu ilmu disiplin tersendiri memiliki proses sistematis dan dapat diterapkan dalam bentuk penerapan kreativitas dan keinovasian". Artinya dalam penerapannya anak tidak begitu diberi pembelajaran dengan teoritis ataupun pembelajaran dengan langsung dimana bersifat nyata dengan harapan agar anak menjadi lebih kreatif dan inovatif.

Zulkarnain dan Eliyyil (2018) mengemukakan bahwa "*Market Day* merupakan kegiatan yang dilakukan sebagaimana sistem jual beli yang sebahagian menjadi penjual bagi sebahagian bagi yang lain". Hal ini dimaksudkan bahwa dalam kegiatan *market day* berkaitan dengan hubungan timbal balik antara manusia dimana memiliki jalinan satu dengan lain serta memiliki maksud dan tujuan yang berkaitan.

Dilihatlah pendapat ahli di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa *marketing day* merupakan suatu kegiatan kewirausahaan yang dilakukan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi serta juga mempelajari mengenai nilai, kemampuan dan perilaku seseorang didalam menghadapi tantangan hidup melalui resiko dimana nantinya terjadi.

Dengan ada *Market Day* ini tujuannya ialah menumbuhkannya jiwa *entrepreneur*, memahamkan dunia bisnis, melatih kreativitas dan

menginovasikan buat anak. *Market day* bisa menumbuhkannya rasa percaya diri anaknya, meningkatkannya kemampuan berkomunikasi anaknya dan melatihkannya kecerdasannya anak didalam berbisnis. Orangtua bisa memanfaatkannya kegiatan *Market Day* supaya menjelaskan dukungan atas proses pendidikan anak tersebut, sementara guru dan sekolahnya bisa memanfaatkannya wahana *Market Day* supaya memperkuat soliditas komunitas sekolahnya. Bila *Market Day* berlangsung secara optimal, nantinya akan banyak bermanfaat didalam kepentingan pendidikan di sekolah supaya dapat diwujudkan anak.

Melalui kegiatan *market day* ini, anak nantinya teredukasi sejak dini bagaimana cara berjualan secara baik. Anak nantinya terbiasa pada konsep kejujurannya seperti didalam timbangannya, takarannya dan menentukan barang memiliki kualitas baik dan kualitas buruk.

Bila dikaitkan pada anak usia dini, tentunya anak belum diterangkan apa arti kewirausahaan itu sesungguhnya. Karena dalam kegiatan dilapangan anak perlu terlibat didalam prosesnya, misal mencobakan mengungkapkan ide jadi perencanaan awal lalu menuangkan kemampuan didalam membuat hasil karya untuk diperjualbelikan didalam kegiatan *marketing day* tersebut.

Sehingga dalam meningkatkan interaksi antar anak, dapat melalui kegiatan *marketing day*. Dalam kegiatan *marketing day* dapat memberikan manfaat kepada anak dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Namun tidak juga hanya berfokus pada nilai-nilai kewirausahaan tapi adapun nilai moral yang tumbuh melalui kegiatan *marketing day* seperti sikap toleransi, kerja sama, mandiri, disiplin dan tanggung jawab.

Didalam tiap kegiatan dimana dikerjakan disekolah, anak diharapkan mendapatkan pembelajaran dalam setiap pengalamannya. Karakteristik anak dalam belajar memiliki strategi yang berbeda, namun didukung dengan berbagai media dan kegiatan yang mengacu pada aspek perkembangan anak maka anak akan mudah memahami maksud dari pembelajaran tersebut. Kegiatan *marketing day* merupakan salah satu strategi pembelajaran yang telah disusun dalam rencana kegiatan sekolah dan merupakan kegiatan rutin dalam semester.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif menjadi metode ilmiah kadang dimanfaatkan dan dilakukan oleh sekelompok peneliti didalam bidang ilmu sosial, termasuklah ilmu pendidikan. Sejumlah alasan ini dikemukakannya bahwa penelitian kualitatif memperkaya hasil penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif dilakukan supaya membangun pengetahuan dengan pemahaman dan penemuan.

Penelitian dikerjakan berdasarkan data dipunya oleh seorang calon peneliti ketika mengerjakan pengamatan dilokasi penelitian. Hasil dari pengamatan yang dikerjakan lalu menjadi data dimana nantinya ditindaklanjuti untuk bahan penelitian dan dikembangkan kembali sebagai sebuah penelitian penuh.

Adapun data dipakai didalam penelitian ini ialah kualitatif. Data kualitatif, idalah data dimana disajikan didalam bentuk kata verbal bukanlah didalam bentuk angka yaitu data kualitatif didalam penelitian ini merupakan gambaran umum obyek penelitian, seperti: Sejarah singkat berdiri sekolah, letak geografis obyeknya, Visi, Misi, tujuan serta struktur organisasinya, keadaan gurunya, keadaan siswanya, keadaan sarana dan prasarananya, standart penilaiannya ketika aspek sosial saat interaksi sosial anak di kegiatan *marketing day*.

Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data lisan dan sumber data tertulis. Data lisan diperoleh dari guru yang terlibat langsung dalam kegiatan pembelajaran tersebut, dan juga dari para kepala sekolah yang mengetahui identitas anak tersebut. Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertama. Adapun yang menjadi sumber data primer ddialam penelitian ini ialah kepala sekolah, guru, orang tua dan anak usia dini di Paud Salimah Palembang
- b. Sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Bisa juga dikatakan data yang tersusun didalam bentuk dokumen-dokumen. Didalam penelitian ini, dokumentasi dan angket ialah sumber data sekunder.

Pada tahap ini peneliti memanfaatkan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data relevan yang diperlukan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menurut Suharsimi Arikunto (2014: 45) yang dipergunakan didalam penelitian ini, yaitu metode observasi, metode dokumentasi dan metode wawancara. Peneliti mengutip buku Moleong (2021: 320), bahwa keabsahan data dikerjakan buat membuktikan apakah penelitian yang dilaksanakan benar-benar adalah penelitian ilmiah sekaligus supaya menguji data yang didapat. Uji keabsahan data didalam penelitian kualitatif seperti uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lalu dilanjutkan penelitian dengan menggali informasi melalui wawancara yang dilakukan delapan kali pertemuan setiap hari Jum'at yang dimana hari tersebut dilakukan kegiatan *marketing day* di PAUD Salimah Palembang. Adapun pada tanggal kegiatan *marketing day* yaitu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Data Penelitian *Marketing day*

No	Hari	Tanggal	Jenis <i>Marketing day</i>
1	Jum'at	09 September 2022	Pempek (makanan yang terbuat dari terigu)
2	Jum'at	16 September 2022	Alat Tulis (ATK Sekolah)
3	Jum'at	23 September 2022	Puding (makanan Ringan yang terbuat dari agar)
4	Juma'at	30 September 2022	Donat (makanan Ringan yang terbuat dari tepung)
5	Jum'at	07 Oktober 2022	Kelepon (makanan ringan yang terbuat dari

			ubi-ubian)
6	Jum'at	14 Oktober 2022	Susu murni
7	Jum'at	21 Oktober 2022	Hasil kreativitas anak
8	Jum'at	28 Oktober 2022	Bubur dan jasuke (makanan terbuat dari kacang dan jagung)

Tujuan dari analisis data ialah menyederhanakan data ke dalam bentuk lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan dimana sering dengan deskriptif kualitatif menjadi alatnya. Secara umum analisis data memakai metode triangulasi untuk metode dimana menjamin kredibilitas datanya.

Triangulasi pendapat Moleong (2021:330) ialah teknik pemeriksaan keabsahan data dimana menggunakan suatu data lainnya diluar data itu supaya keperluan pengecekan ataupun menjadi perbandingan pada data itu. Teknik triangulasi ini paling banyak dipergunakan yaitu pemeriksaan dengan sumber lainnya. Didalam penelitian ini peneliti mempergunakan Triangulasi sumber, Triangulasi metode dan Triangulasi teori

1. Triangulasi Sumber

Ialah langkah pengecekan kembali data-data yang didapatkan dari informan memakai cara menanyakan kebenaran data ataupun informasi pada informan satu dan informan lainnya. Peneliti mempergunakan berbagai orang informan tambahan selain informan utama supaya mengecek kebenaran dari informan utama.

Didalam penelitian ini informan utama ialah Kepala Sekolah 1 (satu) orang dan guru 2 (dua) orang, dan informan tambahan adalah orang tua 1 (satu) orang.

Tabel 3. Triangulasi Sumber

Pertanyaan Penelitian	Informan	
	Informan 1	Informan 2
Bagaimana interaksi sosial anak dengan teman sebaya dan guru di PAUD Salimah	<p>Informan 1 Kegiatan <i>marketing day</i> adalah kegiatan yang sudah diprogramkan dari sekolah, dimana kegiatan ini dilaksanakan setiap hari Jumat pada bulan ke 3 dan 4 di semester 1, dengan tujuan untuk mengetahui aspek perkembangan anak khususnya dalam berinteraksi dengan teman dan gurunya. Selain itu juga agar anak memahami arti kegiatan wirausaha, mengenal nilai mata uang dan fungsinya serta terjadinya interaksi jual beli, disini juga anak dituntut untuk mau berinteraksi dengan teman-temannya, yang tadinya anaknya pemalu dan tidak mau keluar suara, dalam kegiatan ini anak diminta untuk berinteraksi dengan teman sebaya sehingga tercipta kegiatan jual beli. Lalu anak juga diminta untuk berani</p>	<p>Informan 2 <i>Marketing day</i> juga dapat menumbuhkan rasa percaya diri pada anak, meningkat kemampuan komunikasi anak dan melatih kecerdasan anak terutama pada anak B1 di PAUD Salimah dimana kegiatan ini dilakukan setiap hari jumat pada bulan ke 3 dan 4 semester 1, jadi anak pastinya sudah memiliki beberapa rencana saat menyiapkan barang apa saja yang akan anak jual di kegiatan <i>marketing day</i>. Disini terlihat bahwa anak akan banyak mengeluarkan ide dan dikemukakan pada guru sehingga terjadi interaksi anatara anak dan guru dengan baik. Sebelum acara diselenggarakan guru sudah memberikan koordinasi kepada orang tua mengenai jadwal kegiatan ini. Lalu anak bersama guru berdiskusi bersama menentukan menu apa yang akan</p>

	bertanya pada guru tentang setiap kegiatan yang anak lakukan pada kegiatan <i>marketing day</i> . Membiasakan anak untuk dapat menunjukkan suasana hatinya dalam mengikuti sebuah kegiatan. Melalui <i>marketing day</i> yang melibatkan orang tua juga dapat membuat ikatan antara anak dan orang tua menjadi dekat	di buat untuk diperjual belikan ketika kegiatan <i>marketing day</i> , dengan cara ini anak dapat belajar menjadi lebih aktif dan percaya diri dalam mengemukakan pendapatnya
	Informan 3 PAUD Salimah menerapkan kegiatan <i>Marketing day</i> ini untuk menstimulus anak dan menanamkan sejak dini kepada anak tentang kewirausahaan dan mengajarkan secara langsung mengenai nilai mata uang dan fungsinya. Selain itu juga membuat anak berani untuk berinteraksi dengan teman-temannya di sekolah sehingga anak tidak hanya diam saja atau malu tetapi anak menjadi berani dan memiliki sikap percaya diri yang tinggi tentu anak nantinya akan bisa bertanggungjawab atas segala perbuatan yang anak lakukan dan tentunya anak akan tidak mudah putus asa ketika anak menghadapi suatu permasalahan	Informan 4 Disini guru dapat mengamati anak satu persatu ketika kegiatan <i>Marketing day</i> berlangsung, untuk mengetahui lebih dalam mengenai capaian aspek pertumbuhan dan perkembangan anak akan baik ketika anak sedang beraktifitas bersama-sama. Karna anak yang tidak minat pada kegiatan ini akan sangat terlihat ketika kegiatan ini berlangsung. Dan anak yang dapat mengikuti alur kegiatan ini sesuai peran dan peraturan yang berlaku bisa dikatakan bahwa anak sudah berhasil dalam salah satu aspek perkembangannya. Dan diharapkan dengan adanya kegiatan yang dilakukan setiap Jum'at ini dapat menumbuhkan sikap berani, percaya diri, kreatif dan bertanggungjawab tentunya anak mampu berinterkasi dengan baik kepada teman-temannya dan guru
Apakah sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan <i>Marketing Day</i> dapat distimulus dengan baik	Informan 1 PAUD Salimah mengadakan kegiatan <i>Marketing day</i> ini untuk meningkatkan kemampuan yang ada didalam diri anak salah satunya menumbuhkan sikap kooperatif anak. Sikap kooperatif tidak hanya dapat ditumbuhkan melalui kerja kelompok dikelas namun jg asangat menyenangkan jika adanya kegiatan belajar di luar ruangan. Karena dengan adanya kegiatan ini makan guru dan orang tua akan menstimulus sikap kooperatif anak.	Informan 2 Dengan adanya kegiatan ini pasti ada tujuan dibalik terselenggaranya kegiatan ini, yaitu untuk menciptakan dan membiasakan pribadi baik dalam diri anak. Mengajarkan ilmu-ilmu kehidupan yang berjangka panjang bagi setiap anak. Sikap yang akan dikembangkan salah satunya kooperatif yaitu sikap yang menunjukkan kerjasama. Anak diajarkan untuk dapat melakukan suatu hal secara bersama-sama.
	Informan 3 Dalam melakukan kerjasama anak harus bisa menerima pendapat orang lain, mampu memecahkan suatu permasalahan secara bersama, mengatur suatu program yang ia	Informan 4 Orang tua akan menstimulus sikap kooperatif anak dimana pada kegiatan <i>Marketing day</i> anak dengan teman-temannya akan saling bekerja sama, selain itu anak juga akan bekerja sama dengan

	jalankan sesuai dengan konsepnya. Anak tidak melakukan penentangan terhadap suatu sikap individu maupun golongan tertentu, disini dengan adanya kegiatan <i>Marketing day</i> ini anak diharapkan memiliki sikap kooperatif baik dengan sesama temannya, dengan guru dan orang tua. Hal ini ditamamkan supaya anak memiliki sikap kooperatif dimana pun anak berada untuk saat ini ataupun masa datang	orang tuanya, hal tersebut terlihat sekali saat anak akan menyiapkan menu yang akan anak perdagangkan saat kegiatan <i>Marketing day</i> saat di sekolah anak pun bekerja sama dengan tim kelompoknya untuk memperkenalkan barang dagangannya agar barang yang mereka jual dapat disukai dan terjual habis
Apakah sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung berkembang dengan baik	Informan 1 Dalam kegiatan <i>marketday</i> ini anak-anak distimulus untuk memiliki sikap toleransi yang tinggi dengan teman-temannya terutama ketika salah satu temannya menghadapi masalah	Informan 2 Saat melakukan kegiatan <i>marketday</i> sikap toleransi anak sudah berkembang dengan baik hal ini terlihat saat anak membantu temannya dalam menjualkan barang dagangannya
	Informan 3 Sikap toleransi anak dapat distimulus dengan baik melalui kegiatan <i>marketday</i> ini hal ini terlihat saat anak melakukan kegiatan menjual barang dagangannya ada salah satu temannya yang uangnya kurang maka anak tersebut tetap memberikan barang tersebut kepada temannya sehingga terlihat sekali bahwa sikap toleransi anak sudah berjalan dengan baik dengan adanya kegiatan <i>marketday</i> ini	Informan 4 Anak-anak saat mengikuti kegiatan <i>marketday</i> ini saat antusias sekali terutama saat anak-anak akan menyiapkan barang dagangannya disini juga anak-anak mau mebagi makanan kepada temannya yang tidak memiliki uang hal tersebut dapat terlihat bahwa sikap toleransi anak sudah muncul pada diri anak

2. Triangulasi Metode

Adalah suatu metode yang melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan dapat valid. Peneliti menggunakan semua teknik pengumpulan data untuk memperkuat keabsahan data yang diperoleh.

Tabel 4. Triangulasi Metode

Pertanyaan Penelitian	Metode Pengumpulan Data		
	Observasi	Wawancara	Dokumentasi
Bagaimana interaksi sosial anak dengan teman sebaya dan guru di PAUD Salimah	Dari hasil pengamatan peneliti interaksi sosial anak dengan teman sebaya dan guru di PAUD Salimah sudah berjalan	Dapat menumbuhkan sikap berani, percaya diri, kreatif dan bertanggungjawab tentunya anak mampu berinterkasi dengan baik kepada teman-temannya dan	

	dengan baik dengan adanya kegiatan <i>marketday</i> ini sangat membantu sekali untuk anak	guru	
Apakah sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan <i>Marketing Day</i> dapat distimulus dengan baik	Observasi Dari hasil pengamatan peneliti sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan <i>Marketing Day</i> dapat distimulus dengan baik hal ini terlihat bahwa anak dapat memiliki sikap berani, percaya diri, kreatif dan bertanggungjawab serta memiliki sikap kooperatif dengan sesama temannya	Wawancara Sikap yang akan dikembangkan salah satunya kooperatif yaitu sikap yang menunjukkan kerjasama. Anak diajarkan untuk dapat melakukan suatu hal secara bersama-sama. Dalam melakukan kerjasama anak harus bisa menerima pendapat orang lain, mampu memecahkan suatu permasalahan secara bersama, mengatur suatu program yang ia jalankan sesuai dengan konsepnya.	Dokumentasi 
Apakah sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung berkembang dengan baik	Observasi Dari hasil pengamatan peneliti sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung berkembang dengan baik hal ini karena ada nya stimulus yang dilakukan guru dan orang tua melalui kegiatan <i>marketday</i> ini	Wawancara Sikap toleransi anak dapat distimulus dengan baik melalui kegiatan <i>marketday</i> ini hal ini terlihat saat anak melakukan kegiatan menjual barang dagangannya ada salah satu temannya yang uangnya kurang maka anak tersebut tetap memberikan barang tersebut kepada temannya	Dokumentasi 

3. Triangulasi Teori

Berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih, dan dapat dilaksanakan dengan penjelasan banding (*rival explanation*).

Tabel 5. Triangulasi Teori

Pertanyaan Penelitian	Hasil Penelitian	Teori
Bagaimana interaksi sosial anak dengan	Interaksi sosial anak dengan teman sebaya dan guru di PAUD	Hal ini sependapat dengan Prihatin (2016) bahwa penerapan <i>marketing day</i> bermanfaat untuk mengembangkan <i>soft</i>

teman sebaya dan guru di PAUD Salimah	Salimah telah diterapkan dengan baik melalui kegiatan <i>marketing day</i> .	<i>skill</i> anak seperti keterampilan berwirausaha, kreatif, berani, bertanggungjawab, cakap, teliti, mandiri, tidak mudah putus asa, kemampuan bersosialisasi baik dengan teman sebaya dan guru di sekolah. Sesuai dengan teori yang dikatakan oleh Ririn (2020:116) bahwa <i>marketing day</i> dinilai ampuh untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan dan interaksi anak.
Apakah sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan <i>Marketing Day</i> dapat distimulus dengan baik	Sikap kooperatif anak selama mengikuti kegiatan <i>Marketing Day</i> ini sudah tertanam dengan baik hal ini terlihat saat anak-anak menyiapkan tempat untuk kegiatan tersebut.	Hal ini didukung oleh pendapat Indra (2017) <i>Marketing day</i> juga dapat menumbuhkan rasa percaya diri pada anak, meningkatkan kemampuan komunikasi anak, sikap kooperatif dan melatih kecerdasan bisnis anak. Jika <i>marketing day</i> berlangsung dengan optimal, maka sekian banyak manfaat untuk kepentingan pendidikan di sekolah, bisa sekaligus diraih.
Apakah sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung berkembang dengan baik	Sikap toleransi anak selama kegiatan berlangsung berkembang dengan baik terlihat saat anak mau membagikan makanannya kepada temannya serta membantu temannya saat mendagangkan jualan temannya	Hal ini didukung oleh pendapat Ririn (2020) menjelaskan program <i>marketing day</i> berperan baik sekali untuk menstimulus perkembangan sosial-emosional, cukup untuk perkembangan bahasa anak khususnya dalam hal interaksi sosial anak dimana anak membuat sendiri barang/produk yang akan dijual, lalu anak berinteraksi dengan teman sebayanya saat menjual barang/produk yang anak bawa dan juga sikap toleransi dengan temannya

Analisa ini berdasarkan pada pengatan serta proses penggalian informasi bersama para narasumber terkait dengan Tanya jawab. Dari hasil tersebut didapatkan bahwa Analisis Interaksi Sosial Anak Dalam Kegiatan Marketing Day di PAUD Salimah Palembang sudah memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang menjadi tujuan kegiatan ini di adakan. Walaupun dalam kenyataannya prosesnya membutuhkan waktu yang lambat dan mengalami beberapa kendala. Namun dengan caranya sendiri anak mampu memecahkan permasalahan yang ada.

Sependapat dengan yang disampaikan Yulidinawati dkk (2018) bahwa "*Marketing day* merupakan suatu ilmu disiplin tersendiri memiliki proses sistematis dan dapat diterapkan dalam bentuk penerapan kreativitas dan keinovasian". Artinya dalam penerapannya anak tidak hanya diberikan pembelajaran secara teoritis namun juga pembelajaran secara langsung yang bersifat nyata dengan harapan agar anak menjadi lebih kreatif dan inovatif.

Interaksi sosial bisa diartikan kata Saraswati & Widaningsih (2008) sebagai hubungan sosial antarindividu, individu dengan kelompok, maupun antarkelompok. Manusia merupakan makhluk sosial sehingga mereka memerlukan interaksi sosial untuk hidup bersama dalam sebuah lingkungan.

Penelitian ini dilakukan di PAUD Salimah Palembang terhadap guru, 4 orang anak beserta orang tua wali murid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial anak dalam kegiatan *Marketing day* di PAUD Salimah. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan juga dokumentasi (foto, video dokumentasi wawancara dan serta rekaman suara).

Hal ini diperkuat dengan penelitian Ririn (2020) yang berjudul “Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional dan Bahasa dalam Program Market Day di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta”. Adapun hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa program market day berperan sebesar 83,78% untuk perkembangan sosial-emosional yang artinya masuk dalam kategori sangat baik dan 62,96% untuk perkembangan bahasa yang artinya masuk dalam kategori cukup. Dari angka tersebut menurut Amirono, program market day berperan baik sekali untuk menstimulus perkembangan sosial-emosional dan cukup untuk perkembangan bahasa. Perkembangan sosial-emosional dan perkembangan bahasa merupakan perkembangan yang saling mempengaruhi. Perkembangan sosial tanpa bahasa akan terhambat dan sebaliknya. Program market day adalah program yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan entrepreneurship pada anak usia dini.

Selanjutnya sejalan dengan penelitian Annisa (2019) yang berjudul Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui *Market Day* Pada Anak Kelompok B”. Adapun hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa terdapat peningkatan keterampilan sosial anak kelompok B di TK TAT TWAM ASI yang ditunjukkan dengan peningkatan keterampilan sosial anak dari hasil Pra Tindakan yang berada pada kriteria berkembang sesuai harapan dengan persentase 26,7% dan kriteria mulai berkembang dengan persentase 73,3%. Kriteria pada Siklus I mengalami peningkatan pada kriteria berkembang sesuai harapan dengan persentase 53,3% dan kriteria mulai berkembang dengan persentase 47,4%. Pada Siklus II, kriteria berkembang sangat baik dengan persentase 13,3%, kriteria berkembang sesuai harapan dengan persentase 73,3% dan kriteria mulai berkembang dengan persentase 13,3%.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan mengenai interaksi sosial anak dalam kegiatan *Marketing day* di PAUD Salimah. Peneliti menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan data hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh penulis kepada narasumber, selanjutnya penulis akan menganalisis data terhadap informasi yang sudah diperoleh mengenai Analisis Interaksi Sosial Anak Dalam Kegiatan *Marketing day* Di PAUD Salimah. Berikut ini adalah data yang didapatkan dari lapangan yaitu kendala-kendala yang dihadapi saat kegiatan *marketing day* yang berkaitan dengan interaksi sosial anak seperti orang tua tidak memiliki waktu yang cukup untuk mendampingi anak saat kegiatan *marketing day*, konsentrasi dan pemahaman anak dan anak mudah merasa malu dan tidak percaya diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, dkk. 2017. Kontak Dan Tingkat Interaksi Sosial Masyarakat Berdasarkan Tipologi Perumahan Di Kelurahan Tunggulwulung Dan Mojolangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. <http://eprints.itn.ac.id/id/eprint/197>
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyana, I Komang S & Putu Wulandari T. (2022). *Analisis Implementasi Pendekatan Saintifik Dalam Mengembangkan Sikap Spiritual Dan Sikap Sosial Di Tk B PAUD Hindu Dama Kumara*. WIDYACARYA ; JURNAL Pendidikan, Agama dan Budaya Volume 6, Nomor 1, Maret 2022, pp 86-98 p-ISSN : 2580-7544 e-ISSN : 2721-2394 Open Access: <http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/widyacarya/index>
- Fadlillah. 2017. *Bermain Dan Permainan Anak Usia Dini*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fahri, Lalu Moh. dan Lalu A. Hery Qusyairi. 2019. Interaksi Sosial dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan*. STIT PALAPA. Vol 07 No 01.
- Indra Zultiar dan Leonita Siwiyanti. 2017. Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Anak Sejak Dini melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*.
- Irawan, Rika. 2021. Analisis Model Pembelajaran Kooperatif Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia Dini Di TK Ikal Dolog Kelompok B1 Di Chik Pineung Raya Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Universitas Bina Bangsa Getsempena*. Vol 1 No 1.
- Isnaini, A. A. 2019. Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui *Market Day* Pada Anak Kelompok B. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Edisi 6 Tahun ke- 8*.
- Maryati, Sri & Istiningasih. (2021). *Pembelajaran Sanintifik pada Anak Usia Dini dalam Pengembangan Kreativitas di Tanam Kanak-Kanak*. Jurnal Obsesi : Jurnanl Pendidikan Anak Usia Dini, Volume 5 No. 1. DOI: 10.31004/obsesi.v5i1.508
- Moleong, L. J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (40th ed.). Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Novan. 2016. *Psikologi Perkembangan Anak Usia Dini*.Yogyakarta: Gava Media.
- Pebriana, P. H. 2017. Analisis penggunaan gadget terhadap kemampuan interaksi sosial pada anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1-11.
- Prihatin Sulistyowati dan Salwa. 2016. Upaya Mengembangkan Karakter Jiwa Kewirausahaan pada Siswa Sejak Dini melalui Program Market Day. *Jurnal UNEJ*
- Priyanto, Bagus dan Sungkowo Edy Mulyono. (2017).Interaksi Sosial Anak Jalanan Dengan Teman Sebaya Di Yayasan Setara Kota Semarang (*Social Interaction With Street Children Peers In Yayasan Setara In Semarang*). Universitas Negeri Surabaya. Vol.2, No.2, Hal.116-213.
- Rahelly, Yetty. (2018). *Implementasi Kurikulum 2013 Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Sumatera Selatan*. Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Volume 12 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.21009/JPUD.122> DOI: <https://doi.org/10.21009/JPUD.122.19>
- Saraswati, M., & Widaningsih, I. (2008). *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*

- (*Geografi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi*). Bandung:Grafindo Media Pratama.
- Sari, Fianti dkk. (2020). *Pengaruh Pendekatan Saintifik terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif Anak Kelompok B*. Jurnal Pendidika: Teori, Penelitian dan Pengembangan Volume 5 Nomor 4.
- Siwiyanti, Leonita. 2017. Menanamkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day Embedding the Entrepreneurship Values through Market Day Activity. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Vol 1 No 1.
- Sri Tatminingsih. 2017. Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Anak Sejak Dini melalui Kegiatan Market Day. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: IKAPI.
- Wiresti, Ririn Dwi. 2020. Analisis Aspek Perkembangan Sosial-Emosional dan Bahasa dalam Program Market Day di TK Khalifah Condongcatur Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Vol 3 No 2.
- Yuliarti, Monika Sri. 2020. Interaksi Sosial dalam Masa Krisis: Berkomunikasi Online Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Problematika Sosial Pandemi COVID-19*. Universitas Sebelas Maret.
- Zulkarnain dan Eliyyil Akbar. 2018. Implementasi Market Day Dalam Mengembangkan Entrepreneurship Anak Usia Dini Di TKIT An-Najah Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Pendidikan Usia Dini*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Vol 12 No 2.