

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pendidikan merupakan suatu proses sadar dan terencana yang bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik secara optimal, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Dalam sistem pendidikan nasional Indonesia, tujuan pendidikan tidak hanya menitikberatkan pada aspek kognitif, tetapi juga pada pembentukan karakter dan kemampuan sosial. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 ayat (3) yang menyatakan bahwa:

“pendidikan nasional diselenggarakan dalam rangka meningkatkan keimanan, ketakwaan, serta akhlak mulia guna mencerdaskan kehidupan bangsa. Dengan demikian, pendidikan memiliki orientasi pada pengembangan manusia yang utuh, termasuk kemampuan berinteraksi dalam kehidupan sosial”.<sup>1</sup>

Kemampuan interaksi sosial merupakan salah satu kompetensi penting yang perlu dikembangkan sejak pendidikan dasar. Interaksi sosial mencakup kemampuan individu dalam berkomunikasi, berinteraksi, serta menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Kemampuan tersebut menjadi esensial karena proses pembelajaran di sekolah tidak hanya berlangsung secara individual, tetapi juga melibatkan hubungan sosial dengan orang lain. Kurangnya kemampuan interaksi

---

<sup>1</sup> Tim Redaksi Pustaka Yustisia, *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Amandemennya* (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2017), Pasal 31 ayat (3).

sosial dapat menghambat perkembangan peserta didik, khususnya dalam hal kepercayaan diri, komunikasi, dan keberanian dalam berinteraksi.<sup>2</sup>

Fenomena yang terjadi di berbagai sekolah dasar menunjukkan bahwa masih terdapat peserta didik yang memiliki kemampuan interaksi sosial yang belum optimal. Hal ini ditandai dengan rendahnya rasa percaya diri dalam menyampaikan pendapat, kecenderungan bersikap pasif, kurangnya fokus dalam pembelajaran, serta keterbatasan dalam menjalin komunikasi dengan orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya strategi pembelajaran yang mampu memberikan ruang interaksi sosial secara nyata dan bermakna.<sup>3</sup>

Dalam perspektif keislaman, pentingnya interaksi sosial juga ditegaskan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam QS. Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ

إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia diciptakan dalam keberagaman untuk saling mengenal dan berinteraksi. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, termasuk dalam lingkungan pendidikan di sekolah.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Abdul Syani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 52–55.

<sup>3</sup>Ni Wayan Deliani, Ari Sofia, Amrina Izzatika, dan Erni, “Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Kelas IV Sekolah Dasar,” *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol. 11 No. 1 (2024). h. 15

<sup>4</sup>Siti Aisah dkk., “Telaah Nilai-Nilai Pendidikan Sosial dari Q.S Al-Hujurat: 11–13,” *Arfannur: Journal of Islamic Education*, Vol. 2 No. 1 (2021).

Selain itu, terdapat QS. Al-Ma'idah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

Ayat tersebut menegaskan pentingnya sikap saling tolong-menolong dalam kebaikan. Nilai ini relevan dengan pembelajaran berbasis aktivitas nyata yang menuntut keberanian berinteraksi, komunikasi, serta tanggung jawab individu dalam melaksanakan kegiatan.<sup>5</sup>

Salah satu bentuk pembelajaran yang berpotensi dalam mengembangkan kemampuan interaksi sosial adalah program *Market Day*. *Market Day* merupakan kegiatan pembelajaran berbasis pengalaman (*Experiential Learning*) yang melibatkan peserta didik dalam aktivitas jual beli sederhana di lingkungan sekolah. Dalam pelaksanaannya, peserta didik melakukan kegiatan secara mandiri, mulai dari menyiapkan produk, menentukan harga, mempromosikan, hingga menjual barang kepada warga sekolah. Meskipun bersifat individual, kegiatan ini tetap menuntut adanya interaksi sosial secara langsung, seperti komunikasi, keberanian menawarkan produk, serta kemampuan beradaptasi dalam menghadapi pembeli. Dengan demikian, *Market Day* tidak hanya berorientasi pada kegiatan ekonomi sederhana, tetapi juga menjadi sarana pengembangan keterampilan sosial peserta didik.<sup>6</sup>

Pelaksanaan *Market Day* juga sejalan dengan implementasi Kurikulum Merdeka melalui penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5), khususnya pada dimensi

---

<sup>5</sup>Ahmad Zain Sarnoto dan Muhammad Abdullah, "Nilai Pendidikan Karakter dalam QS. Al-Ma'idah Ayat 2 (Kajian Tafsir Tarbawi)," *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 9 No. 2 (2023).

<sup>6</sup>Kolb, David A. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (2nd ed.). Pearson Education, 2017. h. 57

gotong royong, mandiri, kreatif, dan bernalar kritis. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam kegiatan *Market Day* karena peserta didik dituntut untuk bertanggung jawab secara individu, kreatif dalam mengolah produk, serta aktif berinteraksi dalam proses penjualan.<sup>7</sup>

Menurut teori Lev Vygotsky, perkembangan sosial dan kognitif peserta didik sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya. Pembelajaran akan lebih efektif apabila peserta didik terlibat aktif dalam komunikasi dan interaksi dengan orang lain.<sup>8</sup> Dalam konteks ini, *Market Day* menjadi sarana yang tepat karena memberikan pengalaman langsung yang menuntut adanya interaksi sosial nyata meskipun dilakukan secara mandiri.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan guru kelas IV di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin, diperoleh informasi bahwa masih terdapat peserta didik yang memiliki kemampuan interaksi sosial yang rendah. Guru menyampaikan bahwa:

“Masih ada peserta didik yang kurang percaya diri saat berbicara di depan orang lain dan beberapa anak masih pasif serta kurang berani berinteraksi secara langsung.”

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2026 dengan guru wali kelas IV B sekaligus pengelola program *Market Day* serta guru wali kelas IV A selaku penanggung jawab program *Market Day* di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin, diperoleh informasi bahwa kemampuan komunikasi sebagian peserta didik kelas IV masih belum berkembang secara

---

<sup>7</sup>Kemendikbudristek. *Panduan Pengembangan Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5)*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2022.

<sup>8</sup>Schunk, Dale H. *Learning Theories: An Educational Perspective* (8th ed.). New York: Pearson, 2019.

optimal. Hal ini terlihat dari masih adanya peserta didik yang kurang percaya diri dalam menyampaikan pendapat serta belum aktif dalam berinteraksi secara lisan dalam kegiatan pembelajaran maupun kegiatan sekolah.

Meskipun program *Market Day* telah dilaksanakan sebagai bagian dari implementasi P5 di sekolah, namun kajian empiris mengenai perannya dalam meningkatkan kemampuan interaksi sosial peserta didik masih belum dilakukan secara mendalam, khususnya pada kelas IV.<sup>9</sup>

Adapun alasan pemilihan penelitian ini adalah karena program *Market Day* memiliki potensi dalam mengembangkan kemampuan interaksi sosial peserta didik, namun belum banyak dikaji secara khusus dalam konteks peningkatan keterampilan sosial secara empiris di sekolah dasar.

Sedangkan alasan pemilihan kelas IV adalah karena peserta didik kelas IV telah memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan program *Market Day* di sekolah, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengamati secara lebih nyata dinamika interaksi sosial yang terjadi. Selain itu, peserta didik kelas IV berada pada tahap perkembangan sosial yang lebih matang dibandingkan kelas rendah, sehingga relevan untuk dijadikan subjek penelitian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengetahui secara lebih mendalam peran program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial peserta didik kelas IV SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin.

---

<sup>9</sup>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.

## B. Definisi Operasional/Istilah

### 1. Program *Market Day* Berbasis P5

Secara etimologis, istilah *Market Day* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *Market* yang berarti pasar dan *Day* yang berarti hari. Dengan demikian, *Market Day* dapat dimaknai sebagai suatu kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas pasar yang dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu.<sup>10</sup>

Dalam konteks pendidikan, Program *Market Day* berbasis Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) merupakan kegiatan pembelajaran berbasis aksi nyata yang melibatkan peserta didik dalam aktivitas jual beli sebagai sarana pengembangan keterampilan sosial, komunikasi, kerja sama, kreativitas, dan tanggung jawab peserta didik.

Dalam penelitian ini, Program *Market Day* dioperasionalkan sebagai kegiatan berbasis P5 yang melibatkan peserta didik kelas IV SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin dalam peran sebagai penjual dan pembeli, yang mencakup aktivitas menyiapkan produk, menawarkan barang, berinteraksi dengan pembeli, melakukan transaksi, serta bekerja sama dalam kelompok selama kegiatan berlangsung.

Indikator Program *Market Day*:

- a. Keterlibatan aktif peserta didik dalam kegiatan jual beli.
- b. Kemampuan menawarkan dan menjelaskan produk secara lisan.
- c. Kerjasama peserta didik dengan orang tua dan teman.
- d. Sikap jujur dan bertanggung jawab dalam transaksi.

---

<sup>10</sup>Juhari, A., D. Indriyani, dan L. Lisnawati, "Implementasi Kegiatan *Market Day* dalam Upaya Menanamkan Jiwa Entrepreneur Sejak Dini," *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin* 4, no. 3 (2024). h. 21.

- e. Partisipasi peserta didik dalam berinteraksi dengan warga sekolah.

## 2. Interaksi Sosial Peserta Didik

Interaksi sosial di lingkungan sekolah merupakan proses hubungan timbal balik yang terjadi antara peserta didik dengan teman sebaya, guru, maupun pihak lain dalam berbagai kegiatan pembelajaran. Interaksi tersebut terwujud melalui komunikasi, kerja sama, serta keterlibatan aktif peserta didik dalam setiap aktivitas yang dilakukan.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini, interaksi sosial dioperasionalkan sebagai perilaku sosial peserta didik yang terlihat melalui aktivitas kerja sama dan hubungan sosial selama kegiatan berlangsung.

### Indikator Interaksi Sosial:

- a. Kemampuan bekerja sama dengan teman.
- b. Inisiatif terlibat dalam hubungan sosial dengan teman dan guru selama kegiatan berlangsung.
- c. Sikap saling menghargai dan toleransi.
- d. Partisipasi aktif dalam kegiatan kelompok.
- e. Kemampuan menyesuaikan diri dalam lingkungan sosial.

---

<sup>11</sup>Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), hlm. 55.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Penyelenggaraan Program *Market Day* yang dilaksanakan di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin?
2. Bagaimana Peran Program *Market Day* dalam Meningkatkan Interaksi Sosial Peserta Didik Kelas IV di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang disebutkan di atas, tujuan penelitian akan dijelaskan lebih lanjut dalam pembahasan berikutnya. Adapun maksud dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan Penyelenggaraan Program *Market Day* yang dilaksanakan di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana Peran Program *Market Day* dalam Meningkatkan Interaksi Sosial Peserta Didik Kelas IV di SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin

### **E. Signifikansi Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan referensi mengenai peran Program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial peserta didik seolah dasar.

- b. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji Program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial sekolah dasar.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Guru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta ide bagi guru dalam menerapkan pembelajaran berbasis praktik langsung yang mampu mendukung pengembangan kemampuan interaksi sosial peserta didik.

### b. Bagi Sekolah

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan dalam mengembangkan dan mengevaluasi Program *Market Day* sebagai salah satu bentuk pembelajaran yang mendukung keterampilan abad ke-21, khususnya dalam aspek interaksi sosial, komunikasi, kerja sama, dan kewirausahaan peserta didik.

### c. Bagi Peneliti

- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman sekaligus rujukan dalam memperdalam kajian mengenai Program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial sekolah dasar.

## F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut ini adalah hasil penelitian sebelumnya yang relevan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kebaruan Penelitian
1.	Ilmiah & Destiana (2025)	<i>Market Day Encourages Social Interaction Among Children Aged 3–4 Years Old</i>	Kualitatif	<i>Market Day</i> meningkatkan interaksi sosial anak melalui komunikasi, kerja sama, dan aktivitas jual beli	Sama-sama membahas <i>Market Day</i> dan interaksi sosial	Subjek anak usia dini (3–4 tahun), bukan SD kelas IV	Menunjukkan <i>Market Day</i> berpengaruh pada interaksi sosial, namun belum pada peserta didik SD kelas IV
2.	Saputri & Sukartono (2022)	Implementasi <i>Market Day</i> dalam Pembentukan Karakter Mandiri Siswa SD	Kualitatif	<i>Market Day</i> membentuk karakter mandiri peserta didik melalui kegiatan ekonomi sederhana	Sama-sama membahas <i>Market Day</i> di SD	Fokus pada karakter mandiri, bukan interaksi sosial	Menunjukkan <i>Market Day</i> sebagai media pembelajaran karakter, belum mengkaji interaksi sosial
3.	Aulya et al. (2025)	<i>Market Day</i> sebagai Sarana Pembinaan Karakter Kewirausahaan Siswa SD	Kualitatif	<i>Market Day</i> meningkatkan karakter kewirausahaan dan keberanian peserta didik	Sama-sama membahas <i>Market Day</i> di SD	Fokus kewirausahaan, bukan interaksi sosial	Menunjukkan dampak <i>Market Day</i> pada soft skills, namun belum pada kemampuan interaksi sosial

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kebaruan Penelitian
4.	Dianuri et al. (2024)	<i>Role Playing</i> Berbasis <i>Market Day</i> dalam Pembelajaran IPS SD	Kualitatif	<i>Market Day</i> membantu meningkatkan komunikasi dan kerja sama peserta didik	Ada unsur <i>Market Day</i> dan interaksi sosial	<i>Market Day</i> sebagai model pembelajaran IPS	Memberikan gambaran bahwa <i>Market Day</i> mendukung interaksi sosial, tetapi belum menjadi fokus utama
5.	Siregar (2021)	Peran Motivasi Guru dalam Meningkatkan Komunikasi Peserta Didik	Kualitatif	Motivasi guru meningkatkan komunikasi dan interaksi sosial peserta didik	Sama-sama membahas interaksi sosial	Tidak menggunakan <i>Market Day</i>	Menjadi dasar teori interaksi sosial tanpa konteks <i>Market Day</i>

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa program *Market Day* telah banyak diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Market Day* dapat memberikan dampak positif terhadap peserta didik, terutama dalam aspek pengembangan karakter, interaksi sosial, kewirausahaan, serta pembelajaran berbasis aktivitas.

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek karakter seperti kemandirian dan kewirausahaan, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji kemampuan interaksi sosial masih sangat terbatas. Sementara itu, penelitian mengenai interaksi sosial peserta didik juga telah banyak dilakukan, tetapi umumnya belum dikaitkan secara langsung dengan program *Market Day*.

Berdasarkan uraian tersebut, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggabungan antara program *Market Day* sebagai media pembelajaran kontekstual dengan kemampuan interaksi sosial peserta didik kelas IV SD Muhammadiyah 6 Banjarmasin. Penelitian ini tidak hanya menempatkan *Market Day* sebagai kegiatan kewirausahaan, tetapi juga sebagai sarana yang berpotensi meningkatkan kemampuan interaksi sosial peserta didik secara langsung di lingkungan sekolah dasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai *Market Day* dan interaksi sosial masih cenderung berdiri sendiri dan belum banyak dikaji secara terintegrasi, khususnya pada peserta didik kelas IV sekolah dasar.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab untuk memudahkan dalam memahami alur pembahasan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. BAB I Pendahuluan**

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, fokus dan tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

##### **2. BAB II Kajian Teori**

Berisi kajian teori Program *Market Day*, Kemampuan Komunikasi, dan Interaksi Sosial

### 3. BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data dan uji keabsahan data.

### 4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan terkait peran Program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial peserta didik.

### 5. BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian tentang peran Program *Market Day* dalam meningkatkan interaksi sosial peserta didik kelas IV.