



**SOSIALISASI PRODUK HALAL UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS UMKM DAN INTERPERSONAL PESERTA DIDIK SDN TANJUNG HARAPAN, MERBAU MATARAM, LAMPUNG SELATAN: PENDEKATAN METODE *PARTICIPATORY ACTION RESEARCH***

**Feby Valentin Mardiansyah, Vandan Wiliyanti<sup>\*)</sup>, Indra Gunawan, dan Solatun Khoiriyah**

*Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*

*Jalan Letnan Kolonel H JI. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35131*

<sup>\*)</sup> E-mail: [vandanwiliyanti@radenintan.ac.id](mailto:vandanwiliyanti@radenintan.ac.id)

**Info Artikel:**

Dikirim:  
21 Mei 2024  
Revisi:  
30 Mei 2024  
Diterima:  
31 Mei 2024

**Kata Kunci:**

Keterampilan sosial;  
Kreativitas;  
Market Day;  
Sekolah Dasar Pendidikan Kewirausahaan

**Abstract**

*Halal product socialization is important in the context of education at SDN Tanjung Harapan. Halal is not only related to religious aspects, but also has an impact on increasing creativity in micro, small and medium enterprises (MSMEs) managed by students. This study aims to explore the impact of halal product socialization on the intrapersonal creativity of SDN Tanjung Harapan students. This study aims to increase the intrapersonal creativity of Tanjung Harapan State Elementary School (SDN) students in Market Day activities. Market Day is an activity where learners create products or services that are sold to students, teachers, and parents at school. This research was conducted to develop learners' creativity in producing innovative and interesting products or services. The activities carried out were attended by grades 4-6 of Tanjung Harapan Elementary School as an effort to train entrepreneurship as early as possible. This activity is the result of the work program carried out by KKN UIN Raden Intan Lampung members in Tanjung Harapan village, Merbau Mataram, South Lampung. This work uses the Participatory Action Research (PAR) method which involves collaboration between researchers and students of SDN Tanjung Harapan. The research steps include: a. Problem identification: Identify the needs of students in understanding halal products. b. Action planning: Designing a halal product socialization program that is suitable for the level of understanding of students. c. Implementation: Implement the socialization program and observe changes in the understanding and creativity of students. d. Evaluation: Analyzing the results of the socialization program and formulating recommendations. The results of the discussion show that after the socialization of halal products, students' understanding of halal products has increased significantly. In addition, this program also has a positive impact on learners' intrapersonal creativity. They are more aware of the importance of halal products in their MSME business, and this inspires them to create more innovative and quality products. In its implementation, there are 3 stages to make the event successful, namely the planning and preparation stage, then the execution or implementation stage and then evaluation. Based on the results of the study, it can be concluded that the socialization of halal products has a positive impact on the intrapersonal creativity of students of SDN Tanjung Harapan. A better understanding of halal products encourages learners to develop creative ideas in their MSME businesses. Therefore, it is important to continue encouraging halal product socialization programs in education to support the development of more creative and ethical MSMEs in the future.*

---

## Abstrak

Sosialisasi produk halal menjadi penting dalam konteks pendidikan di SDN Tanjung Harapan. Halal bukan hanya berkaitan dengan aspek agama, tetapi juga berdampak pada peningkatan kreativitas dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola oleh peserta didik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak sosialisasi produk halal terhadap kreativitas intrapersonal peserta didik SDN Tanjung Harapan. PkM ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas intrapersonal peserta didik Sekolah Dasar Negeri (SDN) Tanjung Harapan dalam kegiatan Market Day. Market Day adalah kegiatan di mana peserta didik menciptakan produk atau jasa yang dijual kepada siswa, guru, dan orang tua di sekolah. PkM ini dilakukan untuk mengembangkan kreativitas peserta didik dalam menghasilkan produk atau jasa yang inovatif dan menarik. Dalam kegiatan yang dilakukan diikuti oleh kelas 4-6 Sekolah Dasar Tanjung Harapan sebagai upaya melatih berwirausaha sedini mungkin. Kegiatan ini merupakan hasil dari program kerja yang dilakukan oleh anggota KKN UIN Raden Intan Lampung di desa Tanjung Harapan, Merbau Mataram, Lampung Selatan. PkM ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan kolaborasi antara peneliti dan peserta didik SDN Tanjung Harapan. Langkah-langkah PkM meliputi: a. Identifikasi masalah: Identifikasi kebutuhan peserta didik dalam pemahaman produk halal. b. Perencanaan tindakan: Merancang program sosialisasi produk halal yang sesuai dengan tingkat pemahaman peserta didik. c. Pelaksanaan: Melaksanakan program sosialisasi dan mengamati perubahan dalam pemahaman dan kreativitas peserta didik. d. Evaluasi: Menganalisis hasil program sosialisasi dan merumuskan rekomendasi. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa setelah sosialisasi produk halal, pemahaman peserta didik mengenai produk halal meningkat secara signifikan. Selain itu, program ini juga berdampak positif terhadap kreativitas intrapersonal peserta didik. Mereka lebih sadar akan pentingnya produk halal dalam bisnis UMKM mereka, dan ini menginspirasi mereka untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan berkualitas. Dalam pelaksanaannya, terdapat 3 tahapan guna menyukseskan acara yakni tahap perencanaan dan persiapan kemudian tahap pelaksanaan atau pelaksanaan dan kemudian evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa sosialisasi produk halal memiliki dampak positif terhadap kreativitas intrapersonal peserta didik SDN Tanjung Harapan. Pemahaman yang lebih baik tentang produk halal mendorong peserta didik untuk mengembangkan ide-ide kreatif dalam bisnis UMKM mereka. Oleh karena itu, penting untuk terus mendorong program sosialisasi produk halal dalam pendidikan untuk mendukung perkembangan UMKM yang lebih kreatif dan beretika di masa depan.

---

## PENDAHULUAN

Masa golden age adalah masa anak keemasan dapat dijadikan sebagai ajang melatih untuk mengembangkan bakat dan minat. Tingkat Sekolah Dasar merupakan tingkatan yang cukup penting dalam pembentukan karakter bagi siswa melalui beragam kegiatan positif melalui berbagai kegiatan yang melatih tumbuh kembang siswa dalam hal keberanian dan tanggung jawab (Febriyanti et al., 2021). Mental merupakan salah satu unsur yang penting seorang yang akan terjun ke dunia usaha sehingga sebelum adanya pelaksanaan market day kelompok KKN yang bertugas akan memberikan motivasi dalam meningkatkan jiwa kreativitas market day dalam berbagai hal yang akan diperjual belikan dalam acara market day. Jiwa bermain yang terdapat pada siswa SD Kelas 4-6 masih sangat tinggi, sehingga dalam menyiasati fokus serta keseriusan maka dibentuk tim guna mengajarkan sejak dini kekompakan dan taktik dalam menjajakan dagangannya. Selain mental, kreativitas merupakan unsur yang penting yang harus dilatih sejak dini [1].

Pendidikan merupakan kunci penting dalam mengembangkan potensi dan kreativitas individu. Di dalamnya, peserta didik diajak untuk berkreasi, berinovasi, serta mengembangkan kemampuan intrapersonal yang mempengaruhi kualitas hidup mereka di masa depan [2]. Salah satu bentuk pendidikan yang dapat mendorong kreativitas dan kemampuan intrapersonal adalah melalui kegiatan Market Day di lingkungan sekolah [3]. Siswa mendapat kesempatan untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa kepada siswa lain, instruktur, dan orang tua pada acara yang disebut Market Day.

Lembaga pendidikan sekolah dasar memanfaatkan kegiatan Market Day sebagai program untuk membantu siswa belajar melatih kreativitas, mendorong jiwa kewirausahaan pada anak, memahami dunia bisnis, dan berinovasi. Anak-anak seringkali mendapatkan pengalaman belajar langsung pada saat kegiatan Market Day [4]. Anak-anak berperan sebagai pelanggan dan penjual, dan mereka menciptakan barang mereka sendiri dengan memanfaatkan bahan limbah untuk menciptakan produk baru, serta dengan menciptakan makanan dari bahan-bahan yang mereka temukan untuk dijual [5]. Karena kurangnya pemahaman para tenaga pengajar yang belum terbiasa dengan kegiatan hari pasar, kegiatan Hari Pasar masih banyak yang kurang dimanfaatkan di lembaga pendidikan tingkat sekolah dasar [6]. Market Day berasal dari bahasa inggris yang berarti hari pasar, merupakan kegiatan siswa didik dalam suatu lembaga pendidikan Tingkat Sekolah Dasar melakukan simulasi penjualan atau berdagang yang dilakukan pada satu hari di puncak tema. Tujuan di adakan kegiatan Market Day diantaranya untuk mengajarkan melatih jiwa kreativitas anak dan menumbuhkan kewirausahaan dengan bermain peran pasar-pasaran di lingkungan sekolah. Kewirausahaan adalah implementasi dari kemampuan membuat hal baru dengan kreatif mungkin dan memodifikasi agar mendapat nilai tambah Menurut Riyanto, Mempunyai pandangan kewirausahaan (*entrepreneurship*), pendidikan berarti berkembang mekar sendiri [7]. Kewirausahaan itu bukan mencetak anak jadi pengusaha akan tetapi memunculkan makna kewirausahaan seorang anak, agar anak berani mengambil dan mengejar kesempatan berdasarkan kemampuan dirinya [8].

Sekolah Dasar Negeri (SDN) Tanjung Harapan menyadari pentingnya mengembangkan kreativitas dan keterampilan intrapersonal peserta didik. Kegiatan Market Day menjadi pilihan yang tepat untuk membuka peluang bagi peserta didik untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menciptakan produk atau jasa yang unik dan menarik [9]. Adanya market day yang dihadirkan oleh kelompok KKN UIN Raden Intan Lampung di SD Negeri Tanjung Harapan sebagai bukti bahwasanya generasi muda sepatutnya dilatih sedini mungkin untuk dapat menciptakan peluang usaha yang nantinya akan memudahkan dirinya dan lingkungan sekitar dalam menghadirkan peluang dalam berbisnis. Pemilihan produk halal merupakan hal yang penting karena faktor lingkungan yang mayoritas adalah muslim sehingga dengan adanya pemilihan yang dilakukan dapat meningkatkan kepedulian siswa terhadap barang yang akan dijual sehingga harus memperhatikan unsur halal serta kebersihan untuk penjualan makanan [10]. Dengan demikian, diharapkan peserta didik dapat mengembangkan sikap inovatif, rasa percaya diri, dan kemampuan mengatasi tantangan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode PkM yang digunakan adalah tindakan kelas dengan menggunakan beberapa siklus. PkM ini melibatkan siswa kelas 4-6 dari SDN Tanjung Harapan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan angket yang difokuskan pada kreativitas intrapersonal peserta didik sebelum dan setelah dilakukannya intervensi. PkM ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan kolaborasi antara peneliti dan peserta didik SDN Tanjung Harapan. Langkah-langkah PkM meliputi:

- a) Identifikasi masalah: Identifikasi kebutuhan peserta didik dalam pemahaman produk halal.
- b) Perencanaan tindakan: Merancang program sosialisasi produk halal yang sesuai dengan tingkat pemahaman peserta didik.
- c) Pelaksanaan: Melaksanakan program sosialisasi dan mengamati perubahan dalam pemahaman dan kreativitas peserta didik.
- d) Evaluasi: Menganalisis hasil program sosialisasi dan merumuskan rekomendasi.

Berikut adalah metode PkM yang digunakan dalam PkM tentang "Sosialisasi Produk Halal dalam upaya peningkatan kreativitas umkm intrapersonal peserta didik SDN Tanjung":

1. Jenis PkM: PkM ini adalah kegiatan kualitatif dan menggunakan pendekatan penelitian tindakan kelas (PTK). Pendekatan ini dipilih karena dapat memungkinkan intervensi dan pengamatan secara langsung terhadap proses dan hasil perubahan yang terjadi pada peserta didik dalam siklus kegiatan Market Day.

2. Partisipan: Partisipan PkM adalah peserta didik kelas 4-6 dari SDN Tanjung Harapan yang akan berpartisipasi dalam kegiatan Market Day. Jumlah peserta didik yang terlibat akan disesuaikan dengan kapasitas dan tingkat partisipasi yang diinginkan.
3. Instrumen
  - a. Angket Kreativitas Intrapersonal: Digunakan untuk mengukur tingkat kreativitas intrapersonal peserta didik sebelum dan setelah kegiatan Market Day. Angket ini akan mencakup aspek-aspek seperti kemampuan menghasilkan ide kreatif, rasa percaya diri, dan kemampuan mengatasi tantangan.
  - b. Observasi: Dilakukan untuk memantau tingkah laku, interaksi, dan proses kreatif peserta didik selama pelaksanaan Market Day. Catatan dari observasi akan digunakan untuk mengidentifikasi perubahan dan perkembangan kreativitas peserta didik.
  - c. Wawancara: Beberapa peserta didik akan diwawancarai untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang pandangan mereka terhadap proses kreatif, tantangan yang dihadapi, dan kepuasan mereka terhadap hasil yang dicapai.
  - d. Dokumentasi Produk/Jasa: Produk atau jasa yang dihasilkan oleh peserta didik selama Market Day akan didokumentasikan untuk mengevaluasi tingkat kreativitas dan inovasi dalam karya mereka.
4. Prosedur
  - a. Pra-PkM: Dilakukan pengumpulan data awal tentang kreativitas intrapersonal peserta didik melalui angket dan observasi sebelum pelaksanaan Market Day.
  - b. Pelaksanaan Market Day: Peserta didik akan berpartisipasi dalam kegiatan Market Day dengan menciptakan produk atau jasa yang unik dan menarik. Observasi akan dilakukan selama kegiatan ini untuk mengamati interaksi dan proses kreatif peserta didik.
  - c. Evaluasi Intervensi: Setelah pelaksanaan Market Day, data kreativitas intrapersonal peserta didik akan dikumpulkan kembali menggunakan angket dan wawancara. Produk atau jasa yang dihasilkan akan didokumentasikan dan dievaluasi.
  - d. Analisis Data: Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif dan/atau kuantitatif untuk mengidentifikasi perubahan dan tingkat peningkatan kreativitas intrapersonal peserta didik setelah pelaksanaan Market Day.
  - e. Siklus Berikutnya (Jika Diperlukan): Jika hasil evaluasi menunjukkan adanya potensi peningkatan lebih lanjut, kegiatan akan dilanjutkan dengan siklus berikutnya dengan intervensi dan evaluasi lebih lanjut.
5. Etika: Kegiatan ini akan mematuhi etika penelitian, termasuk mendapatkan persetujuan dari pihak berwenang (seperti kepala sekolah dan orang tua peserta didik), menjaga kerahasiaan data, dan menghormati privasi peserta didik.
6. Analisis Data: Data kualitatif akan dianalisis dengan pendekatan tematik. Dengan mengikuti metode yang sistematis dan tepat, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan hasil yang valid dan dapat diandalkan untuk meningkatkan kreativitas intrapersonal peserta didik dalam kegiatan Market Day di SDN Tanjung Harapan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

Kegiatan Sosialisasi produk halal terdapat beberapa tahap dalam pelaksanaannya. Tahapan ini meliputi dari pertama hingga akhir acara yang diselenggarakan, hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Isnaini bahwa terdapat beberapa tahapan, diantaranya: perencanaan proyek, persiapan proyek, penyusunan waktu pelaksanaan, monitoring proyek, pengujian proses dan hasil dan evaluasi pengalaman. Dalam pelaksanaan market day yang ada di SD Tanjung Harapan pada kelas 4-6, tahapan yang dilakukan membutuhkan waktu beberapa hari yang dilakukan dari tahapan awal hingga akhir, yang dibagi menjadi 3 kelompok yang meliputi tahapan-tahapan yang dipaparkan oleh Isnaini, diantaranya:

1. Perencanaan dan Persiapan Perencanaan merupakan unsur pertama yang dimulai oleh kelompok KKN. Adanya perencanaan merupakan sebuah strategi agar acara yang dijalankan dapat berjalan dengan maksimal dan meminimalisir adanya kendala. Adanya perencanaan merupakan buah pemikiran yang kemudian dilakukan rancangan dan persiapan. Perencanaan yang dilakukan oleh anggota KKN didiskusikan dan

dilakukan persiapan. Persiapan sendiri meliputi observasi ke SDN Tanjung Harapan guna melihat keadaan siswa serta target yang akan diikutsertakan dalam acara. Dalam observasi yang dilakukan didapatkan bahwa pembatasan kelas dilakukan dalam keikutsertaan acara market day yang diadakan oleh anggota KKN UIN Raden Intan Lampung, yakni pada kelas 4-6 Sekolah Dasar. Dalam persiapan dibutuhkan 3 hari untuk mempersiapkan market day dimana sebelum pelaksanaan ada pemberitahuan kepada siswa disini KKN UIN Raden Intan Lampung meminta bantuan pada guru-guru SD Tanjung Harapan dalam menyukseskan acara seperti memaparkan barang apa saja yang harus dipersiapkan dalam acara market day. Produk halal merupakan unsur utama yang digelontorkan sehingga siswa bebas menentukan untuk menjual produk makanan atau lainnya yang halal dan berkelompok yang diundi secara acak. Hal ini untuk melatih siswa dalam kegiatan sosial serta mengajarkan berfikir kritis dalam kelompok.

2. Pelaksanaan Setelah dilakukan observasi kemudian tahap inti yakni pelaksanaan. Pelaksanaan market day hanya diadakan beberapa jam, yakni pada saat kegiatan belajar mengajar dilakukan yang digantikan dengan kegiatan market day. Kegiatan market day sendiri merupakan pembelajaran dalam dunia bisnis yang mana dipraktikkan secara langsung Bagian ini menyajikan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat beserta pembahasan yang dilakukan oleh para penulis. Dengan kegiatan yang menarik dan dapat melatih siswa dalam mengatur strategi serta berfikir secara kritis [11]. Dalam pelaksanaan yang terjadi di lapangan, siswa berjualan dalam berbagai bentuk seperti jajanan pasar, serta mainan yang terjangkau. Market day dilakukan di halaman sekolah pada pukul 8 pagi sampai 11 siang. Apresiasi diberikan kepada kelompok market day yang memiliki penjualan terbanyak sebagai bentuk penghargaan kepada siswa yang telah berhasil dalam acara market day di SD Tanjung Harapan. Selesai dilakukan market day kemudian ditutup dengan doa bersama serta ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam kesuksesan acara seperti guru-guru dan para siswa yang antusias mengikuti jalannya acara.
3. Evaluasi Evaluasi merupakan hal terpenting dalam sebuah acara. Adanya evaluasi merupakan sebuah pembelajaran dari apa yang telah dijalankan guna mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam acara yang telah diselenggarakan. Evaluasi ini dilakukan oleh anggota KKN UIN Raden Intan Lampung di posko KKN. Adanya evaluasi merupakan sebuah penilaian apakah tujuan dari acara market day sudah tercapai.
  - a. yang Lebih Baik: Peserta didik memahami dengan lebih baik apa itu produk halal dan mengapa penting dalam bisnis UMKM.
  - b. Etika Bisnis yang Lebih Tinggi: Sosialisasi ini meningkatkan kesadaran peserta didik akan pentingnya etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.
  - c. Inspirasi Inovasi: Peserta didik terinspirasi untuk lebih kreatif dalam mengembangkan produk halal dan menciptakan inovasi baru dalam bisnis mereka.
  - d. Peningkatan Kepercayaan Konsumen: Pemahaman produk halal meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk UMKM peserta didik.
  - e. Pangsa Pasar yang Lebih Luas: Produk halal dapat mencapai pasar yang lebih besar, termasuk konsumen Muslim di seluruh dunia.
  - f. Pemecahan Masalah yang Lebih Baik: Peserta didik menjadi lebih terampil dalam mengatasi masalah yang mungkin muncul dalam bisnis UMKM mereka.
  - g. Peningkatan Kualitas Produk: Fokus pada produk halal mendorong peserta didik untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

Sosialisasi produk halal di SDN Tanjung Harapan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang produk halal, meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk halal dalam agama Islam, mendukung UMKM lokal, meningkatkan kreativitas peserta didik, memberdayakan masyarakat, dan memastikan keamanan serta kesehatan dalam konsumsi produk. Sosialisasi produk halal merupakan upaya untuk mengedukasi dan menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang produk yang memenuhi persyaratan syariah Islam dan aman untuk dikonsumsi atau digunakan oleh umat Muslim [12]. Tujuan utama dari sosialisasi produk halal adalah meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan penerimaan masyarakat terhadap kehalalan

produk serta mendorong penggunaan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Sosialisasi ini juga dapat mendukung perkembangan UMKM yang memproduksi produk halal dan mempromosikan kreativitas dalam menciptakan produk yang sesuai dengan standar kehalalan [13]. Pada tahap akhir setelah program Sosialisasi berlangsung dilakukan, peneliti melaksanakan post- test kepada siswa yang berfokus pada siswa kelas 5. Dari hasil perbandingan antara pre-test yang dilakukan sebelum pembelajaran dan post-test yang dilakukan setelah proses pembelajaran, tujuannya adalah untuk menilai perkembangan pengetahuan mengenai pentingnya pemahaman produk halal siswa setelah mereka mengikuti pembelajaran.



**Gambar 1: Pembukaan kegiatan bazaar makanan**

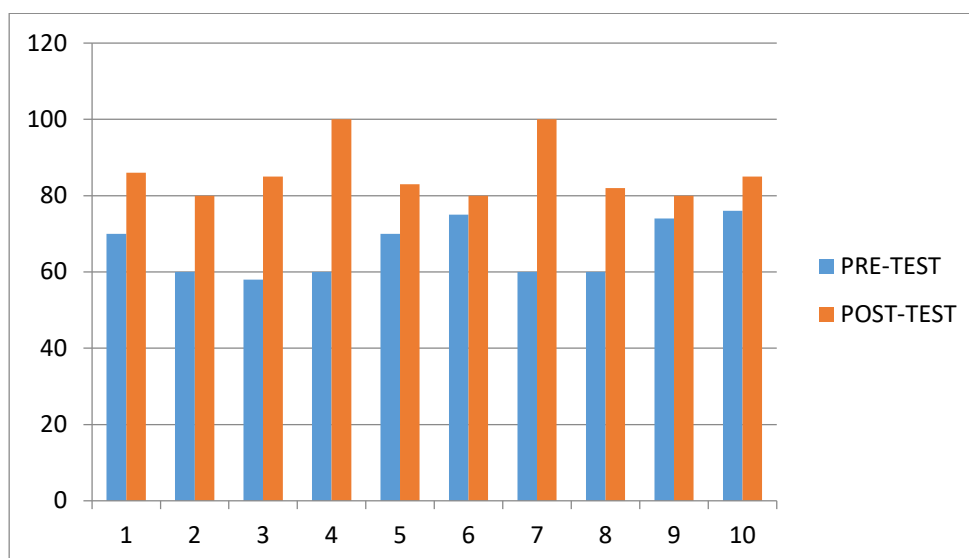


**Gambar 2: Kegiatan Bazar Makanan dimulai**



**Gambar 3. Foto bersama bapak ibu dewan guru SDN Tanjung Harapan**

Proses pembelajaran yang dijelaskan pada table, dapat juga dijelaskan pada grafik yang di mana peneliti mengambil 10 siswa kelas 5 dari nilai terendah dan tertinggi yaitu sebelum *Pre-Test* dan *Post-Test*, seperti dibawah ini:



Grafik 4: Hasil Pre-test dan Post-test

Tabel 1: Hasil Pre-test dan Post-test

NC	NAMA	PRE-TEST	POST-TEST
1	Abdul Hafis	70	86
2	Aji Ahmad Fachrezi	60	80
3	Arif Prasetyo	58	85
4	Dwi Noviani	60	100
5	Novy Herawati	70	83
6	Restu Saputri	75	80
7	Muhamad Juandra Sapurta	60	100
8	Muhammad Nazori	60	82
9	Eliza Septiana	74	80
10	Dinda Uswatun Hasanah	76	85

Dari tabel yang diatas, terlihat adanya perbedaan nilai antara siswa kelas 5. Data dalam tabel menunjukkan bahwa rata-rata nilai siswa pada *pre-test* adalah 66,3, sedangkan rata-rata nilai siswa setelah *post-test* mencapai 86. Dari hasil ini, dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan memberi pemahaman produk halal kepada siswa sejak dini sangat berpengaruh serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan berwirausaha atau berbisnis sejak dini.

Berdasarkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa peneliti mengambil sampel 10 siswa kelas 5 yang dimana nilai pre-test terendah adalah 60 yang didapatkan pada siswa absen urutan dua, urutan empat, dan urutan tujuh, dan delapan, dan nilai tertinggi setelah ujian adalah 100 yang didapatkan oleh pada siswa absen urutan empat, urutan tujuh, Jadi, kesimpulannya adalah hasil ujian diakhir nilai lebih meningkat dari ujian sebelumnya dan membuktikan bahwa pembelajaran pemahaman produk halal bagi siswa kelas 5 yang dibuktikan dengan penilaian kualitas yang lebih baik yaitu pada kemampuan pre-test awal dan post-test akhir.

## B. Pembahasan

Pembelajaran Kewirausahaan Bagi Siswa Sekolah Dasar Menurut Z. Helin Frinces, wirausaha adalah seseorang yang mempunyai dorongan (jiwa, jiwa, nalar, intuisi, dan

kompetensi) untuk memulai usaha, berani mengambil resiko, berani berinvestasi, berani kehilangan uang demi menghasilkan uang (berjudi), dan berani melakukan perubahan besar dengan cepat jika dituntut untuk maju setiap saat.

Ambisi dan motivasi yang kuat, kemampuan menjual dan memasarkan produk, kemampuan memecahkan masalah, aspirasi dan kenyataan tinggi yang dapat ditransformasikan menjadi tujuan yang harus dicapai, tantangan, dan penolakan untuk berpuas diri dengan status quo merupakan ciri khasnya. dari pengusaha sukses [14]. Ciri-ciri dan kepribadian seorang wirausaha menurut Abidin adalah: (1) percaya diri, mandiri, individualisme, dan optimis; (2) berorientasi pada tugas dan hasil, kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada keuntungan, ketekunan dan ketabahan, tekad bekerja keras, mempunyai semangat yang kuat, energik, dan inisiatif; dan (3) motivasi diri; (3) pengambilan risiko, kemampuan untuk mengambil peluang yang diperhitungkan, dan keinginan untuk menghadapi tantangan; (4) perilaku kepemimpinan, termasuk bergaul dengan orang lain dan menerima kritik dan rekomendasi; (5) Keunikan mudah beradaptasi, inventif, dan inovatif; dan (6). pandangan yang berpikiran maju dan fokus pada masa depan.

Enam nilai utama kewirausahaan—kemandirian, daya cipta, pengambilan risiko, kepemimpinan, orientasi tindakan, dan kerja keras—dapat dimasukkan ke dalam pendidikan anak usia dini. Dan dalam Siwiyanti, Geoffrey G. Meredith mencantumkan ciri-ciri wirausaha, antara lain: kesatu, Percaya diri dulu. Seorang wirausahawan harus mempunyai rasa percaya diri yang tinggi. Segala sesuatu yang dianggap benar harus dilaksanakan, asalkan tidak bertentangan dengan aturan dan standar yang telah ditetapkan. Rasa percaya diri adalah pola pikir dan kemampuan untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan aktivitas yang ada; Kedua, berorientasi pada hasil dan tugas. Seorang wirausaha harus berkonsentrasi pada tugas dan hasil. Wirausahawan bekerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Variabel motivasi berprestasi, orientasi keuntungan, usaha keras, dan inisiatif mempengaruhi keberhasilan penyelesaian kegiatan tersebut; Ketiga, Berani mengambil resiko. Risiko untung dan rugi bersifat unik pada setiap operasi perusahaan. Pengusaha harus menyadari risiko kegagalan usahanya sehingga mereka dapat mengambil langkah untuk mengurangnya; keempat, Kepemimpinan, Kapasitas kepemimpinan, atau yang kita sebut kepemimpinan, merupakan faktor lain yang menentukan keberhasilan wirausahawan. Jenis kepemimpinan ini tidak hanya berdampak pada individu atau kelompok pekerja lain, namun juga proaktif dalam mengidentifikasi potensi perbaikan; Kelima, Keaslian. Sesuatu yang baru dan orisinal harus mampu diciptakan melalui kewirausahaan. Daya tarik utama suatu perusahaan adalah orisinalitas dan kekhasan produk dan layanannya; dan Keenam, Fokus pada masa depan. Untuk membangun sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada, seorang wirausaha harus mempunyai perspektif jangka panjang [15].

Cara pandang ini menyebabkan pemilik usaha lambat menerima hasil yang telah dicapai selama ini dan mencari prospek baru [16]. Untuk mengembangkan suatu produk dengan mempertimbangkan masa depan, seseorang juga harus memiliki kepekaan terhadap lingkungan sekitar. Bagi siswa sekolah dasar, filosofi pembelajaran yang menjadi pedoman adalah belajar sambil bermain dan bermain sambil belajar. Gagasan bahwa belajar harus bersifat menghibur, bebas, aktif, menyenangkan, dan demokratis itulah yang dimaksud dengan pengertian belajar sambil bermain. Semangat bermain harus hadir dalam setiap upaya pendidikan. Memang benar bahwa permainan dapat membantu anak-anak belajar, namun agar anak-anak dapat belajar, materi pendidikan perlu disertakan dalam permainan. Anak-anak didorong untuk mengeksplorasi, menyelidiki, dan menggunakan benda-benda di sekitar melalui permainan agar pembelajaran menjadi relevan [17].

Sumber belajar tempat di mana anak-anak memperoleh pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang mereka pelajari sangat penting untuk mencapai tujuan pembelajaran yang ditetapkan dalam rencana pembelajaran. Perpustakaan dan beragam elemen lingkungan, seperti sawah, bengkel, manusia, buku, dan laboratorium, semuanya dapat digunakan sebagai alat pembelajaran yang penting bagi anak-anak. Karena dianggap sangat baik untuk mengembangkan kemampuan sosial dan kooperatif pada anak usia dini, maka salah satu pendekatan pembelajaran anak usia dini yang dikenal dengan metode pembelajaran kooperatif digunakan secara luas dalam pembelajaran anak. Pembelajaran kooperatif mendorong siswa untuk belajar secara aktif ketika mereka berdiskusi dan bekerja sama daripada hanya mendengarkan secara pasif, sehingga mempersiapkan mereka untuk masa depan mereka di

masyarakat. Metode pembelajaran lainnya adalah pendekatan pembelajaran kontekstual yang menekankan pada nilai keterhubungan antara materi yang dipelajari dengan lingkungan luar [18].

Strategi pembelajaran kontekstual memanfaatkan multikonteks, atau pemanfaatan setting yang berbeda, seperti lokasi, permasalahan, dan kemampuan dalam konteks yang berbeda, seperti akting peran, pelajaran kuliner, hari pasar, dan aktivitas bermain lainnya.

## KESIMPULAN

Sosialisasi produk halal di SDN Tanjung Harapan telah memberikan kontribusi positif dalam upaya peningkatan kreativitas UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) serta aspek intrapersonal peserta didik. Melalui kegiatan ini, terlihat bahwa pemahaman tentang produk halal telah meningkat, kesadaran akan pentingnya produk halal semakin tinggi, dan peserta didik mendapatkan kesempatan 14 untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menghasilkan produk halal. Hasil ini sangat membanggakan dan menunjukkan potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal dan perkembangan pribadi peserta didik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan dan terimakasih kepada Ibu Vandani Wiliyanti selaku dosen pembimbing lapangan kelompok 306 dan segenap para guru serta para murid yang terlibat di SDN Tanjung Harapan, serta masih banyak pihak lain yang telah memberikan dukungan luar biasa demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Uswatun, "Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 8–19, 2019.
- [2] D. Astuti, B. S. Bakhri, M. Zulfa, and S. Wahyuni, "Sosialisasi Standarisasi & Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru," *BERDAYA J. Pendidik. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 23–32, 2020, doi: 10.36407/berdaya.v2i1.171.
- [3] L. Siwiyanti and D. A. Uswatun, "Mengembangkan pendidikan kewirausahaan melalui embelajaran IPA di SD," *Pedagog. J. Pendidik. Guru Sekol. Dasar*, vol. IV, no. 2, pp. 58–70, 2016.
- [4] A. Salim, M. Muharir, and M. Mahendra, "Sosialisasi Produk Halal Dalam Islam Pada Perusahaan Limbah CV. Abinesia," *AKM Aksi Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 53–60, 2021, doi: 10.36908/akm.v1i2.188.
- [5] I. Mashud, "Membangun Jiwa Wirausaha Siswa Melalui Kegiatan Jual Beli (Analisis Kegiatan Market Day Sekolah Dasar Islam YAKMI Kota Tangerang)," *Pros. Semin. Nas. Inov. Pendidik.*, pp. 501–510, 2016.
- [6] I. Ulfin, L. Rahadiantino, H. Harmami, Y. L. Ni'mah, and H. Juwono, "Sosialisasi Halal dan Pendampingan Sertifikasi Halal untuk UMKM Kelurahan Simokerto," *Sewagati*, vol. 6, no. 1, pp. 10–17, 2022, doi: 10.12962/j26139960.v6i1.14.
- [7] A. A. Riyanto, "Keterampilan Berwirausaha Bagi Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga," *Empower. J. Ilm. Progr. Stud. Pendidik. Luar Sekol.*, vol. 4, no. 2252, pp. 50–85, 2015.
- [8] Heflin, *Be Entrepreneur*. Graha Ilmu, 2011.
- [9] A. A. Isnaini, "Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui Market Day Pada Anak Kelompok B," *J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 8, no. 6, pp. 561–568, 2019.
- [10] M. Abidin, *Seri Wirausaha yang Tepat*. Yayasan Bina Karya Mandiri, 2007.
- [11] D. Q. A. Salam and A. Makhtum, "Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang," *Qawwam Leader's Writ.*, vol. 3, no. 1, pp. 10–20, 2022, [Online]. Available: <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>.
- [12] C. A. Windarsih, "an Implementation of Participative Iqro Method in the Oriented of Al-Quran Education Center on the Purpose of Learning Goal and Objectives for Early Children," *Empowerment*, vol. 8, no. 1, p. 25, 2019, doi: 10.22460/empowerment.v8i1p25-29.1146.
- [13] R. Maulida, "Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen," *Justicia Islam.*

- vol. 10, no. 2, 2013, doi: 10.21154/justicia.v10i2.153.
- [14] Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Erlangga, 2011.
- [15] I. Hastuti, "Pengembangan Usaha Syariah melalui Program Pengembangan Kewirausahaan bagi Mahasiswa di Universitas Duta Bangsa Surakarta," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 3, p. 3507, 2022, doi: 10.29040/jiei.v8i3.6670.
- [16] H. E. Sumarga and D. Hadiwijaya, "Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Pembelajaran Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis," *JMB J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 65–72, 2018, doi: 10.31000/jmb.v7i2.1056.
- [17] Aang Yusril M, "Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia," *At-Tasyri' J. Huk. dan Ekon. Syariah*, vol. 1, no. 01, pp. 30–49, 2020, doi: 10.55380/tasyri.v1i01.21.
- [18] A. F. Rokayah and D. P. Ayu, "Implementasi UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk halal pada produk Makanan UMKM di desa Ploso Kabupaten Pacitan," *J. Sharia Econ. Law*, vol. 1, no. 1, pp. 45–52, 2023, doi: 10.37680/jshel.v1i1.2324.