

## The Effect of Market Day Activities on Social Interaction of 3 - 4 Year Children [Pengaruh Kegiatan Market Day Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia 3 – 4 Tahun]

Nikmatul Ilmiah<sup>1)</sup>, Evie Destiana<sup>\*,2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: eviedestiana@umsida.ac.id

**Abstract.** *One aspect of early childhood development is social emotional development, and in their own social development children are required to be able to interact socially with peers and the community around them. This study aims to determine the significant effect of Market Day activities on social interaction. The population of this study were all students from KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro, while the sample used in this study were playgroup level students totaling 20 children with an age range of 3 - 4 years. The data collection technique used is observation and questionnaire while the data analysis technique used is the dependent t hypothesis test (paired t test) with a prerequisite test in the form of normality test and homogeneity test with pre-test and post-test research instruments using the help of the IBM Statistical SPSS 26.0 for Windows program. The results of the study showed that the significance value was 0.000 or  $\leq 0.05$ , and the value of  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , which was  $9.890 > 2.101$ , thus making  $H_0$  rejected and  $H_1$  accepted. Based on this data, it can be concluded that Market Day activities have a significant effect on the social interaction of children aged 3-4 years.*

**Keywords** - Market Day; Social Interaction; 3-4 Years Old Children

**Abstrak.** *Salah satu aspek perkembangan anak usia dini adalah perkembangan sosial emosional, dan dalam perkembangan sosialnya sendiri anak dituntut untuk dapat berinteraksi sosial dengan teman sebaya maupun masyarakat disekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari kegiatan Market Day dengan interaksi sosial. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh murid dari KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah murid tingkat kelompok bermain berjumlah 20 anak dengan rentang usia 3 - 4 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi dan angket kuesioner sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji hipotesis t dependent (paired t test) dengan uji prasyarat berupa uji normalitas dan uji homogenitas dengan instrument penelitian pre-test dan post-test dengan menggunakan bantuan program IBM Statistical SPSS 26.0 for Windows. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $\leq 0,05$ , dan nilai dari  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu sebesar  $9,890 > 2,101$  sehingga membuat  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan Market Day berpengaruh secara signifikan terhadap interaksi sosial anak usia 3–4 tahun.*

**Kata Kunci** - Market Day; Interaksi Sosial; Anak Usia 3-4 Tahun

### I. PENDAHULUAN

Anak usia dini ialah sosok berkepribadian unik yang tumbuh dan juga berkembang dengan sangat cepat pada usianya [1]. Anak usia dini dikategorikan pada usia kurang dari 6 tahun atau ketika anak berusia 0 sampai 6 tahun [2]. Menurut Froebel perkembangan anak pada usia kurang dari 6 tahun akan lebih optimal dibandingkan dengan perkembangan di tahun selanjutnya, sehingga dapat dikatakan bahwa fase usia anak kurang dari 6 tahun adalah fase yang paling berharga dan disebut juga sebagai fase emas atau *golden age* [3]. Fase anak usia dini yaitu fase dimana anak sedang dalam berbagai proses perkembangan, yaitu perkembangan kognitif, seni, bahasa, fisik-motorik, moral agama dan juga perkembangan sosial emosional anak [4]. Oleh sebab itu penting untuk pendidik serta orang tua untuk memahami setiap fase perkembangan anak agar pendidik dan juga orang tua dapat mengetahui setiap perubahan yang diharapkan dalam tumbuh kembang anak.

Perkembangan sosial menurut Hurlock adalah perilaku yang sesuai dengan tiga proses sosialisasi yaitu persiapan, meniru dan siap bertindak, sehingga mereka dapat menyesuaikan dengan kelompok yang akan mereka tempati [3].

Perkembangan sosial pada anak yaitu suatu kesanggupan anak untuk belajar serta memahami tingkah laku sebagai individu yang hidup dan merupakan bagian dari kelompok. Anak diharuskan untuk mampu menyesuaikan diri dengan aturan sosial yang berlaku. Dan aturan tersebut yaitu, anak harus dapat bersosialisasi atau berinteraksi sosial dengan baik serta sesuai dengan tahapan perkembangan usianya [5].

Interaksi sosial diartikan sebagai hubungan atau reaksi dari antar individu serta antar kelompok dalam lingkungan sosial [5]. Gillin juga memaparkan jika interaksi sosial adalah hubungan sosial antar orang-perorangan, antar kelompok dengan kelompok lain, dan juga antar orang perorangan dengan kelompok [6]. Interaksi sosial disebut juga kegiatan berhubungan dengan orang lain memerlukan sosialisasi berupa tingkah laku, pembelajaran bermain peran, dan upaya mengembangkan sikap sosial agar dapat diterima oleh orang lain [7]. Interaksi sosial sendiri dapat dibedakan dalam tiga jenis yang berbeda, yaitu: interaksi verbal yang merupakan interaksi secara langsung baik melalui lisan ataupun tulisan; interaksi fisik yaitu interaksi yang melibatkan anggota tubuh seperti gerakan tangan, ekspresi wajah dan juga kontak mata; dan jenis yang ketiga adalah interaksi emosional seperti tertawa ataupun menangis baik dalam kondisi bahagia, cemas atau sedih [8].

Menurut Charles P. Loomis, interaksi sosial hanya dapat berlangsung apabila memiliki beberapa indikator sebagai berikut, 1) Terdapat komunikasi antara pelaku melalui kontak sosial; 2) Terdapat pelaku lebih dari satu orang; 3) Memiliki tujuan yang ingin dicapai; 4) Adanya waktu yang merujuk pada kapan terjadinya suatu peristiwa [9]. Pada indikator tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi merupakan syarat utama terjadinya interaksi sosial. Ketika anak berkomunikasi, maka anak diharuskan untuk bisa mendiskusikan topik yang dapat dipahami oleh lawan bicaranya [7]. Indikator kemampuan komunikasi anak sebagai bagian utama dari keterampilan interaksi sosial menurut Kelly yaitu, 1) Kemampuan anak dalam melakukan kontak mata saat diajak bicara; 2) Kemampuan anak dalam berperilaku ketika berbicara; 3) Kemampuan anak dalam bertanya kepada lawan bicaranya; 4) Kemampuan anak dalam menanggapi pernyataan atau pertanyaan yang diberikan oleh lawan bicaranya [10]. Sehubungan pembahasan di atas, banyak upaya dan kegiatan-kegiatan sosial yang berkaitan dengan interaksi sosial anak usia dini. Salah satu contoh kegiatan yang banyak diterapkan yaitu kegiatan *Market Day*.

*Market Day* dalam bahasa Indonesia memiliki arti hari pasar yang sesuai dengan kegiatannya yaitu berupa pasar kecil yang akan dilakukan anak-anak di sekolah dalam satu hari [11]. *Market Day* adalah salah satu contoh nyata pelaksanaan pendidikan secara langsung yang menyertakan seluruh anak di dalam proses simulasi jual-beli [12]. Dalam kegiatan *Market Day* tentunya mengharuskan anak untuk berinteraksi sosial dengan memasarkan suatu produk kepada teman sebaya serta guru [13]. Kegiatan *Market Day* memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk mendapatkan pembelajaran yang unik namun menyenangkan untuk mereka. *Market Day* dapat diterapkan berupa tugas dengan anak-anak berperan sebagai penjual dan pembeli. Persiapan kegiatan ini tidak sepenuhnya direncanakan atau diselenggarakan oleh guru, namun anak-anak ikut serta bersama guru untuk mempersiapkan *Market Day* [14].

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu. Dua penelitian di antaranya yaitu yang pertama, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Eni Candra Nurhayati pada tahun 2018. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Market Day* (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo” metode yang digunakan adalah metode kuantitatif Uji T. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan *Market Day* (Bazar) berpengaruh secara signifikan dalam membangun jiwa wirausaha mahasiswa. Hal itu dapat membuktikan bahwa kegiatan *Market Day* (Bazar) mampu mempengaruhi pembangunan jiwa wirausaha mahasiswa sebesar 58%. Sedangkan sisanya 42% disebabkan oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti [15]. Kedua, penelitian yang dilaksanakan oleh Puspa Hijriati pada tahun 2021. Dalam penelitiannya yang berjudul “Penerapan Kegiatan *Market Day* Terhadap Kemampuan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun Di TK IT Mina Aceh Besar” metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode pendekatan metode kualitatif naturalistik. Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dan pelaksanaan *Market Day* dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 indikator serta 14 tingkat pencapaian kemampuan sosial emosional anak usia dini, yang lebih banyak terjadi pada saat kegiatan *Market Day* di TK IT Mina kemampuan sosial emosional anak [16].

Berdasarkan rujukan penelitian terdahulu yang dipaparkan di atas, peneliti memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan atau keterkaitan dari interaksi sosial dengan kegiatan *Market Day*. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, 1). Terdapat pengaruh antara kegiatan *Market Day* dengan kemampuan anak bergaul dengan teman; 2). Terdapat pengaruh antara kegiatan *Market Day* dengan kemampuan mengawali komunikasi dengan teman; 3). Terdapat pengaruh antara kegiatan *Market Day* dengan kemampuan anak dalam menanggapi pernyataan atau pertanyaan yang diberikan teman; 4). Ada pengaruh antara kegiatan *Market Day* dengan keaktifan anak ketika berbincang dengan satu orang teman, dua orang teman atau dengan sekelompok teman.

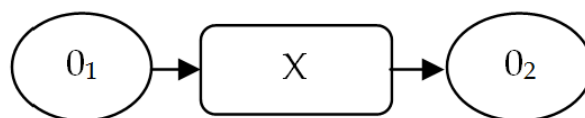
Peneliti melaksanakan penelitian untuk melihat dan mengetahui lebih dalam terkait pengaruh dari kegiatan *Market Day* dan interaksi sosial dengan mengangkat judul penelitian “Pengaruh Kegiatan *Market Day* Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia 3 – 4 Tahun”.

## II. METODE

Metode kuantitatif pendekatan statistik dengan jenis penelitian kausal komparatif *ex post facto* digunakan dalam penelitian ini. Metode ini digunakan peneliti untuk mengidentifikasi sebab-akibat dan pengaruh yang signifikan dari variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) [17]. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Market Day* sedangkan variabel terikatnya yaitu interaksi sosial. Populasi pada subjek penelitian ini yaitu seluruh murid dari KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro, dan kemudian peneliti mengambil sampel yaitu murid tingkat kelompok bermain yang berusia kisaran 3 – 4 tahun.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu observasi dan angket kuesioner. Observasi menurut Soemitro adalah pengamatan yang dilakukan secara sistematis dan terarah terhadap suatu kejadian yang selanjutnya akan dilakukan pencatatan [18]. Observasi dilakukan oleh peneliti secara langsung yang kemudian akan melakukan penilaian interaksi sosial sebelum dan sesudah adanya kegiatan *Market Day* dengan pedoman observasi berupa angket kuesioner. Dengan menggunakan angket kuesioner, data yang diperoleh berupa angka selanjutnya akan diinterpretasikan secara deskriptif dengan metode skala likert. Skala likert digunakan untuk mempermudah mengukur dan menghitung hasil akhir sebagai kesimpulan pengisian kuesioner, dalam penerapannya setiap skala memiliki nilai [19]. Pada penelitian ini menerapkan skala likert yaitu, “Sangat Sering” bernilai 4, “Cukup Sering” bernilai 3, “Jarang” bernilai 2, dan “Sangat Jarang” yang bernilai 1.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji hipotesis *t dependent (paired t test)* dengan uji prasyarat berupa uji normalitas dan uji homogenitas dengan instrument penelitian *pre-test* dan *post-test* [20]. Peneliti menggunakan bantuan program *IBM Statistical SPSS 26.0 for windows* untuk menganalisis data. Desain instrument penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1.** Gambar desain instrument penelitian

Keterangan :

O1 : *Pre-Test* (Interaksi sosial anak sebelum kegiatan *Market Day*)

X : Kegiatan *Market Day*

O2 : *Post-Test* (Interaksi sosial anak sesudah kegiatan *Market Day*)

Data yang telah dianalisis oleh peneliti selanjutnya akan dilakukan penentuan hipotesis sesuai dengan yang telah ditentukan, yaitu H1 (Adanya pengaruh yang signifikan antara kegiatan *Market Day* dengan Interaksi sosial anak) dan H0 (Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kegiatan *Market Day* dengan Interaksi sosial anak).

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari kegiatan *Market Day* terhadap Interaksi Sosial anak yang bertempat di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro yang berlokasi di Kabupaten Lamongan yang beralamatkan di Jl. Marsip No. 04, Takerhajo, Kec. Solokuro, Kab. Lamongan dengan SK Pendirian Sekolah 0403/104.15/E/1989 dan SK Izin Operasional 421.1/0795/413.101/2020 serta sudah dengan status akreditasi A. Adapun jumlah guru dan tenaga kependidikan saat ini yaitu berjumlah 9 orang. Penelitian ini diterapkan pada murid tingkat kelompok bermain yang berjumlah 20 anak dengan melakukan *pre-test* dan *post-test* sebelum dan sesudah adanya kegiatan *Market Day*.

Data *pre-test* dan *post-test* yang telah diperoleh selanjutnya akan dilakukan uji prasyarat sebelum dilakukannya uji *t dependent*, yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang di dapatkan berdistribusi normal ataukah tidak, jika data berdistribusi normal maka dapat dilakukan pengujian selanjutnya. Uji homogenitas juga perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data mempunyai varian homogenitas atau tidak [20]. Setelah dilakukannya uji prasyarat, peneliti kemudian melakukan uji *t hipotesis paired t test* dengan bantuan program *IBM Statistical SPSS 26.0 for windows*. Adapun berikut data hasil penelitian yang diperoleh dari uji normalitas, uji homogenitas, dan uji *t dependent (paired t test)*.

**Tabel 1.** Tabel hasil uji normalitas

Tests of Normality							
	Interaksi Sosial	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Interaksi Sosial	Pre-Test	.156	20	.200*	.926	20	.128
	Post-Test	.200	20	.035	.927	20	.136

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi *pre-test* dan *post-test* sebesar 0,128 dan 0,136 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal. Sehingga dapat diketahui bahwa data *pre-test* dan *post-test* interaksi sosial berdistribusi normal sehingga dapat dilakukan pengujian berikutnya.

**Tabel 2.** Tabel hasil uji homogenitas

Test of Homogeneity of Variance					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Interaksi Sosial	Based on Mean	.007	1	38	.936
	Based on Median	.038	1	38	.846
	Based on Median and with adjusted df	.038	1	37.440	.846
	Based on trimmed mean	.013	1	38	.910

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,936 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka data termasuk varian homogenitas. Sehingga dapat diketahui bahwa data interaksi sosial termasuk varian homogenitas sehingga dapat dilakukan pengujian hipotesis *t dependent (paired t test)*.

**Tabel 3.** Tabel hasil uji *t dependent*

Paired Samples Test							
	Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			

					Lower	Upper			
Pair 1	Pre-Test – Post-Test	-3.150	1.424	.319	-3.817	-2.483	-9.890	19	.000

Berdasarkan hasil uji t hipotesis dependent pada tabel 3 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (2-tailed) yaitu 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yaitu 0,05. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Adapun dasar pengambilan keputusan lainnya yaitu dengan menentukan bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yang mana nilai t hitung pada tabel 3 yaitu sebesar 9,890.

**Tabel 4.** Tabel hasil t tabel

$  \begin{aligned}  T_{tabel} &= (\alpha/2 : n-k-1) \\  &= (0,05/2 : 20-1-1) \\  &= (0,025 : 18) \\  &= 2,101  \end{aligned}  $
---

Pada tabel diatas diketahui nilai dari  $T_{tabel}$  adalah sebesar 2,101. Sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $9,890 > 2,101$  dan membuat  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara kegiatan *Market Day* dengan Interaksi sosial anak.

## B. Pembahasan

Dalam proses pembelajaran di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro pada dasarnya sudah melibatkan interaksi sosial. Namun dengan adanya kegiatan *Market Day* anak akan semakin dilatih dalam berinteraksi sosial dengan teman sebayanya juga dengan guru di sekolah. Dalam proses kegiatan beberapa anak mendapatkan peran sebagai penjual yang harus menawarkan barang yang dijual berupa makanan ringan, hasil karya anak, dan juga mainan kecil seperti gelembung tiup, *slime*, dan stiker bergambar. Adapun beberapa anak lainnya yang mendapatkan peran sebagai pembeli yang akan membeli barang jualan temannya sesuai dengan yang diinginkan.

Kegiatan *Market Day* sendiri diterapkan di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro mulai tahun ajaran 2022 yang mulanya untuk membangkitkan semangat dan interaksi sosial anak di masa pandemi *Covid-19*, lalu kemudian kegiatan tersebut terus berlangsung hingga saat ini disetiap semesternya. Pada tingkat kelompok bermain sendiri, guru sebelumnya telah memberikan pembelajaran gambaran kegiatan *Market Day* terlebih dahulu di beberapa minggu sebelumnya agar anak dapat memahami seperti apa kegiatan tersebut berlangsung. Kegiatan *Market Day* berlangsung dengan melibatkan seluruh murid di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro, seluruh guru dan tenaga didik serta wali murid untuk turut memeriahkan kegiatan tersebut. Anak pada tingkat kelompok bermain yang berusia 3 – 4 tahun dapat beradaptasi dengan cepat terkait bagaimana kegiatan *Market Day* berlangsung sehingga dapat turut serta dalam kegiatan tersebut dan berinteraksi sosial dengan teman-temannya dan guru.

Adapun hasil analisis uji *dependent (paired t test)* diketahui bahwa nilai rata-rata *pre-test* interaksi sosial sebelum adanya kegiatan *Market Day* sebesar 9,85 sedangkan nilai rata-rata pada *post-test* interaksi sosial sesudah adanya kegiatan *Market Day* yaitu sebesar 13,00. Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* memiliki pengaruh yang positif terhadap interaksi sosial anak, yang berarti interaksi sosial anak akan semakin baik apabila semakin tinggi durasi kegiatan *Market Day*. Sesuai dengan hasil perhitungan uji t *dependent* yang mana nilai signifikansi (2-tailed) yaitu 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan *Market Day* berpengaruh terhadap interaksi sosial anak.

Berdasarkan yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan *Market Day* dapat membantu guru serta tenaga didik dalam memperbaiki kemampuan interaksi sosial anak. Interaksi sosial yang terlihat pada anak tingkat kelompok bermain di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro sebelum dan sesudah adanya kegiatan *Market Day* yaitu, anak yang mulanya lebih sering bermain sendiri-sendiri kemudian mulai bermain dengan teman-temannya baik teman di kelasnya maupun teman yang berbeda kelas dengannya; ketika pembelajaran di kelas berlangsung anak juga dapat mengawali pembicaraan dengan temannya seperti mengajak bercerita dan memberikan

pertanyaan singkat; anak juga sudah mulai merasa empati dengan temannya ketika merasa sakit serta mulai berbagi bekal makanannya ketika jam istirahat berlangsung.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa kemampuan interaksi sosial anak usia 3 – 4 tahun pada tingkat kelompok bermain KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro sejalan dengan teori kemampuan komunikasi anak yang merupakan bagian utama dari keterampilan interaksi sosial menurut Kelly yaitu kemampuan anak dalam melakukan kontak mata saat diajak bicara, dalam berperilaku ketika berbicara, dalam bertanya kepada lawan bicaranya, serta dalam menanggapi pernyataan atau pertanyaan yang diberikan oleh lawan bicaranya. Sehubungan dengan hasil di atas, kegiatan *Market Day* memiliki pengaruh yang positif terhadap interaksi sosial anak, sehingga kegiatan tersebut dapat terus di terapkan untuk membantu mengembangkan interaksi sosial anak agar menjadi lebih baik lagi.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan juga pembahasan di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kegiatan *Market Day* terhadap interaksi sosial anak usia 3 – 4 tahun. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian *t dependent* dengan bantuan program *IBM Statistical SPSS 26.0 for windows* yang mana nilai signifikansi (2-tailed) yaitu 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil perhitungan pada pembahasan juga diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , yaitu sebesar  $9,890 > 2,101$  sehingga membuat  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat dibuktikan bahwa kegiatan *Market Day* berpengaruh terhadap interaksi sosial anak usia 3 – 4 tahun di KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyusun dan mengerjakan jurnal artikel ilmiah ini. Ucapan terimakasih juga tak lupa peneliti sampaikan kepada Wulan Dwi Yuliyanti selaku adik dari peneliti dan Nur Huda selaku ayah peneliti dan juga seluruh teman-teman dan dosen prodi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini UMSIDA yang telah berperan begitu besar dalam proses pembuatan jurnal artikel ilmiah ini hingga selesai. Ucapan yang sama juga peneliti sampaikan pada KB-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Solokuro yang telah menyelenggarakan kegiatan *Market Day* untuk membantu pelaksanaan penelitian ini dengan lancar dan tanpa hambatan.

## REFERENSI

- [1] L. Sutansyah, A. M. Rahma, and R. Yunita, “Kepribadian dan Parenting Anak Usia Dini,” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 64–69, Aug. 2023, doi: 10.37567/syiar.v6i2.2224.
- [2] S. Wasis, “Pentingnya Penerapan Merdeka Belajar Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD).,” 2022.
- [3] N. Nurhayati, “Meningkatkan Keterampilan Motorik Halus Anak Melalui Kegiatan Bermain Recorder,” *repository.upi.edu*, 2014.
- [4] Musyaforah, “Pengembangan Aspek Sosial Anak Usia Dini Di Taman Kanak-kanak ABA IV Mangli Jember Tahun 2016,” 2017.
- [5] N. Mulyani, “Upaya Meningkatkan Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini,” 2014.
- [6] I. Fauziyah Khamid and Supriyo, “Meningkatkan Interaksi Sosial Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Social Play,” 2015. [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jbk>
- [7] E. Br Karo Sekali and M. Agita Br Tarigan, “Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Hasil Belajar,” 2019. [Online]. Available: <http://semnasfis.unimed.ac.id2549-435X>
- [8] A. R. Bakri, J. A. Nasucha, and D. B. Indri M, “Pengaruh Bermain Peran Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia Dini,” *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, vol. 2, no. 1, pp. 58–79, Feb. 2021, doi: 10.31538/tijie.v2i1.12.
- [9] A. Agustinus and D. G. To’Sambo, “Skripsi Hubungan Konsep Diri Dengan Interaksi Sosial Remaja Yang Memiliki Orangtua Penderita M Orbus Hansen Di Kompleks Jongaya Makasar,” 2020.
- [10] K. Mustafa, “Pengaruh Penerapan Metode CO-OP CO-OP Pada Peningkatan Kemampuan Interaksi Sosial Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMK-SMKTI Yogyakarta,” 2015.
- [11] F. D. Asmara, “Pengaruh Kegiatan Market Day terhadap Kemampuan Bahasa Ekspresif dan Berhitung Permulaan Anak Usia Dini Kelompok B di Tk Negeri Pembina Kecamatan Subah,” *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 3, no. 03, pp. 529–536, Dec. 2023, doi: 10.47709/educendikia.v3i03.3309.
- [12] A. Aulia Isnaini, “Meningkatkan Keterampilan Sosial Melalui Market Day Pada Anak Kelompok B Improving Social Skills Through Market Day On Students Group B,” 2019.
- [13] L. Siwiyanti, “Embedding the Entrepreneurship Values through Market Day Activity,” 2017.
- [14] U. Hasanah, “Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini,” 2019. [Online]. Available: [www.e-journal.metrouniv.ac.id](http://www.e-journal.metrouniv.ac.id)
- [15] E. C. Nurhayati, “Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo,” 2018.
- [16] P. Hijriati, “Penerapan Kegiatan Market Day Terhadap Kemampuan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun Di TK IT Mina Aceh Besar,” 2021.
- [17] I. Irawati, M. L. Ilhamdi, and N. Nasruddin, “Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Hasil Belajar IPA,” *Jurnal Pijar Mipa*, vol. 16, no. 1, pp. 44–48, Jan. 2021, doi: 10.29303/jpm.v16i1.2202.
- [18] Waruru and L. Marlina, “Strategi Public Relations Pt Surya Sehati Dalam Eksternal Relations,” 2020.

- [19] K. Nur Cahyo and E. Riana, “Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika,” 2019.
- [20] U. Chyalutfa, M. Makki, and I. Syahrul Jiwandono, “Pengaruh Penggunaan Media Pohon Literasi Terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia Siswa,” *Journal of Classroom Action Research*, vol. 4, no. 3, 2022, doi: 10.29303/jcar.v4i3.1913.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*

**Article History:**

*Received: 26 June 2018 | Accepted: 08 August 2018 | Published: 30 August 2018*