

**MENINGKATKAN KREATIVITAS SISWA DALAM KEGIATAN
MARKET DAY DI SEKOLAH SMP MUHAMMADIYAH 1 JAKARTA**

Dul Rohman

STAI AL-HAMIDIYAH Jakarta
doelr7361@gmail.com

Muhammad Badran Fahma

STAI AL-HAMIDIYAH Jakarta
badranfahma@gmail.com

Hartin Kurniawati

STAI AL-HAMIDIYAH Jakarta
Adhe.hartin@gmail.com

Abstract

Creativity is the ability to generate innovative new ideas and provide creative solutions in various situations. In the context of education, increasing students' creativity is important to prepare them for the challenges of the evolving modern world. One of the efforts made by SMP Muhammadiyah 1 Jakarta is to hold Market Day activities. Market Day is an activity where students are given the opportunity to become small entrepreneurs by selling products or services they create themselves. The purpose of this activity is to train students in creative thinking, developing new ideas, and improving entrepreneurial skills. However, in recent years, it can be seen that students' creativity in Market Day has not been optimal. This study aims to increase students' creativity in Market Day activities at SMP Muhammadiyah 1 Jakarta. The method used in this study is an action research approach that involves active student participation. The steps taken include problem identification, action planning, action execution, and reflection. Problem identification is done by collecting data through observation, interviews, and document analysis related to previous Market Day activities. The results of the analysis show that students tend to have limitations in generating creative ideas and lack of understanding of marketing strategies.

Abstract

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang inovatif dan memberikan solusi yang kreatif dalam berbagai situasi. Dalam konteks pendidikan, meningkatkan kreativitas siswa menjadi hal yang penting untuk mempersiapkan mereka menghadapi tantangan di dunia modern yang terus berkembang. Salah satu upaya yang dilakukan oleh SMP Muhammadiyah 1 Jakarta adalah dengan mengadakan kegiatan Market Day. Market Day merupakan kegiatan di mana siswa diberikan kesempatan untuk menjadi wirausaha kecil-kecilan dengan menjual produk atau jasa yang mereka ciptakan sendiri. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melatih siswa dalam berpikir kreatif,

mengembangkan ide-ide baru, dan meningkatkan keterampilan berwirausaha. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terlihat bahwa kreativitas siswa dalam Market Day belum optimal. Studi ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day di SMP Muhammadiyah 1 Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan tindakan (action research) yang melibatkan partisipasi siswa secara aktif. Langkah-langkah yang diambil meliputi identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan tindakan, dan refleksi. Identifikasi masalah dilakukan dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait kegiatan Market Day sebelumnya. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa siswa cenderung memiliki keterbatasan dalam menghasilkan ide-ide kreatif dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran.

Kata Kunci : Kreativitas, Siswa, Market Day

PENDAHULUAN

Market Day adalah salah satu kegiatan yang diadakan di SMP Muhammadiyah dengan tujuan untuk melatih keterampilan kewirausahaan dan kreativitas siswa. Market Day memberikan kesempatan bagi siswa untuk menjalankan bisnis sederhana dengan membuat, menjual, dan memasarkan produk atau jasa mereka sendiri. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terdapat kekurangan dalam hal kreativitas dan inovasi yang ditunjukkan oleh siswa selama kegiatan ini. Hal ini dapat mengurangi minat dan antusiasme siswa dalam berpartisipasi, serta menghambat pengembangan keterampilan kewirausahaan yang lebih luas. Pada saat ini, kemajuan teknologi dan akses ke informasi yang mudah telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Siswa harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini dan mengembangkan kreativitas mereka agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam menghadapi tantangan ini, penting bagi SMP Muhammadiyah untuk meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day. Meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day memiliki beberapa manfaat penting. Pertama, kreativitas merupakan keterampilan yang esensial dalam dunia bisnis modern. Dengan meningkatkan kreativitas siswa, mereka akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar dalam menciptakan ide-ide baru, merancang produk yang inovatif, dan memasarkan produk mereka dengan cara yang menarik. Kedua, melalui peningkatan kreativitas, siswa juga akan mengembangkan kemampuan berpikir kritis, problem-solving, dan kemampuan mengambil keputusan yang baik. Ini akan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dalam kehidupan nyata, baik dalam dunia bisnis maupun dalam konteks lainnya. Ketiga, meningkatkan kreativitas siswa juga akan membangun kepercayaan diri mereka. Dengan memberikan kesempatan kepada

siswa untuk mengekspresikan ide-ide mereka secara kreatif dan melihat keberhasilan dalam menjalankan bisnis mereka sendiri, siswa akan merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri. Untuk mencapai tujuan ini, SMP Muhammadiyah dapat mengadopsi pendekatan yang holistik dan beragam. Beberapa langkah yang dapat diambil meliputi:

1. Meningkatkan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan bagi siswa. Dalam kurikulum sekolah, keterampilan kewirausahaan harus ditekankan dan diajarkan secara terstruktur. Hal ini meliputi pelatihan dalam mengembangkan ide, perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran.
2. Memberikan motivasi dan dukungan kepada siswa. Guru dan staf sekolah harus memberikan dorongan kepada siswa untuk berpartisipasi aktif dalam Market Day dan memberikan apresiasi terhadap ide-ide kreatif yang dihasilkan. Ini akan membangun kepercayaan diri siswa dan memotivasi mereka untuk berinovasi lebih lanjut.
3. Menyediakan sumber daya dan fasilitas yang memadai. SMP Muhammadiyah perlu memastikan bahwa siswa memiliki akses ke peralatan dan bahan yang diperlukan untuk mengembangkan dan memproduksi produk mereka. Hal ini dapat meliputi fasilitas laboratorium, bahan baku, dan perangkat teknologi yang relevan.
4. Mendorong kerjasama antara siswa dan komunitas lokal. Melalui kolaborasi dengan pengusaha lokal, siswa dapat belajar dari pengalaman dan pengetahuan praktis yang lebih luas. Hal ini juga dapat membuka peluang untuk menjalin kemitraan bisnis yang saling menguntungkan di masa depan.

Dengan melibatkan siswa dalam kegiatan Market Day yang memperhatikan peningkatan kreativitas, SMP Muhammadiyah akan menciptakan lingkungan yang merangsang dan mendukung pengembangan potensi siswa dalam bidang kewirausahaan. Ini akan memberikan mereka keunggulan kompetitif yang lebih baik dan mempersiapkan mereka untuk masa depan yang sukses dalam dunia bisnis yang terus berkembang.

KAJIAN TEORI

1. Teori Kreativitas

Teori kreativitas menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dan meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day di SMP Muhammadiyah. Salah satu teori yang relevan adalah teori Kreativitas dari Torrance (1993). Teori ini mengidentifikasi komponen utama kreativitas, seperti fluensi ide (kemampuan untuk menghasilkan banyak ide), fleksibilitas berpikir (kemampuan untuk berpikir secara luwes), dan keaslian (kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru). Dalam ide-ide baru kegiatan Market Day, siswa perlu didorong untuk menghasilkan ide-ide baru, berpikir secara kreatif dalam merancang produk, dan menemukan pendekatan unik dalam memasarkan produk mereka.

2. Teori Pendidikan Kewirausahaan

Teori pendidikan kewirausahaan juga relevan dalam meningkatkan kreativitas siswa dalam Market Day. Teori ini menekankan pentingnya mengembangkan keterampilan kewirausahaan, seperti kemampuan berpikir kritis, inovasi, pengambilan risiko, dan keuletan. Teori ini menyarankan bahwa kreativitas dapat dipelajari dan ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan yang terstruktur. SMP Muhammadiyah dapat menerapkan prinsip-prinsip pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum dan kegiatan Market Day. Hal ini meliputi pembelajaran berbasis proyek yang mendorong siswa untuk berpikir kritis, menyelesaikan masalah, dan mengembangkan ide-ide inovatif. Selain itu, pelatihan kewirausahaan yang terstruktur dapat memberikan siswa pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi kreatif dan sukses dalam kegiatan. b. Teori Motivasi

Teori motivasi juga relevan dalam meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day. Salah satu teori motivasi yang dikenal adalah teori motivasi intrinsik dari Deci dan Ryan (1985). Teori ini menyatakan bahwa motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang berasal dari kepuasan internal dan minat pribadi, dapat meningkatkan kreativitas. Dalam kegiatan Market Day, penting bagi SMP Muhammadiyah untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi siswa secara intrinsik. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kebebasan kepada siswa untuk mengekspresikan ide-ide mereka sendiri, memberikan tantangan yang sesuai dengan tingkat kemampuan mereka, dan memberikan penghargaan atas prestasi kreatif mereka. Motivasi intrinsik yang tinggi akan mendorong siswa untuk berinovasi, mengambil risiko, dan menunjukkan

keaktivitas yang lebih besar dalam kegiatan Market Day.

4. Teori Kolaborasi dan Kemitraan

Teori kolaborasi dan kemitraan menunjukkan bahwa bekerja sama dengan orang lain dan melibatkan komunitas lokal dapat meningkatkan kreativitas siswa. Kolaborasi dengan orang-orang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berbeda dapat menghasilkan ide-ide baru dan perspektif yang kreatif.

SMP Muhammadiyah dapat membangun kemitraan dengan pengusaha lokal, tokoh masyarakat, atau lembaga lain yang relevan. Melalui kolaborasi ini, siswa dapat belajar dari pengalaman praktis dan mendapatkan wawasan tentang dunia bisnis. Kolaborasi juga dapat membuka peluang untuk memperkenalkan ide-ide baru dan memperluas jaringan siswa.

Dengan memahami dan menerapkan teori-teori ini, SMP Muhammadiyah dapat menciptakan lingkungan yang merangsang dan mendukung peningkatan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day. Dengan adopsi pendekatan yang holistik dan beragam, siswa akan terlibat secara aktif dalam proses kreatif, menghasilkan ide-ide inovatif, dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang penting untuk masa depan mereka.

KESIMPULAN

Meningkatkan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day di SMP Muhammadiyah memiliki dampak yang signifikan dalam mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dalam dunia bisnis modern. Berdasarkan kajian teori, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang holistik dan beragam diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Pertama, teori kreativitas menekankan pentingnya mengembangkan kemampuan menghasilkan ide-ide baru, berpikir fleksibel, dan menciptakan keaslian dalam merancang produk dan strategi pemasaran. Dengan mempertimbangkan komponen-komponen ini, SMP Muhammadiyah dapat memberikan pelatihan dan dorongan yang tepat kepada siswa untuk mengembangkan kreativitas mereka.

Kedua, teori pendidikan kewirausahaan menunjukkan bahwa kreativitas dapat dipelajari dan ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan yang terstruktur. SMP Muhammadiyah dapat mengadopsi pendekatan pembelajaran berbasis proyek dan menyediakan pelatihan kewirausahaan yang meliputi aspek perencanaan bisnis,

manajemen keuangan, dan strategi pemasaran. Hal ini akan membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi kreatif dalam kegiatan Market Day.

Selanjutnya, teori motivasi menekankan pentingnya motivasi intrinsik dalam meningkatkan kreativitas. SMP Muhammadiyah dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi siswa secara intrinsik dengan memberikan kebebasan dalam mengekspresikan ide-ide mereka, memberikan tantangan yang sesuai, dan memberikan penghargaan atas prestasi kreatif. Hal ini akan mendorong siswa untuk berinovasi dan menunjukkan kreativitas yang lebih besar. Terakhir, teori kolaborasi dan kemitraan menunjukkan bahwa melibatkan komunitas lokal dan kolaborasi dengan orang-orang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berbeda dapat meningkatkan kreativitas siswa. SMP Muhammadiyah dapat membangun kemitraan dengan pengusaha lokal atau lembaga lain yang relevan, sehingga siswa dapat belajar dari pengalaman praktis dan mendapatkan perspektif baru yang dapat meningkatkan kreativitas mereka.

Dengan menerapkan pendekatan-pendekatan ini, SMP Muhammadiyah dapat menciptakan lingkungan yang merangsang dan mendukung pengembangan kreativitas siswa dalam kegiatan Market Day. Hal ini akan membantu siswa mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang esensial, meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan inovatif, serta mempersiapkan mereka untuk masa depan yang sukses dalam dunia bisnis yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmayanti, L. N. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Gava Media.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context: Update to The Social Psychology of Creativity*. Boulder, CO: Westview Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York, NY: Plenum Press.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship (10th ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Suryabrata, S. (2015). *Psikologi Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Torrance, E. P. (1993). *The Torrance Tests of Creative Thinking-Norms-Technical Manual*. Bensenville, IL: Scholastic Testing Service.