**Mencintai Produk Dalam Negri Sebagai Bentuk Nasionalisme Terhadap
Indonesia**

Loving Domestic Products as a Form of Nationalism Against Indonesia

Indriana Wijayanti

**Prodi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Lambung Mangkurat**

Email : indrianawijayanti2@gmail.com

Abstrak

The attitude of nationalism is the attitude of our love as the Indonesian people towards the homeland, which is manifested in the form of an attitude of defending the country. The writing of this article uses the literature study method, where the author seeks and collects various information from various existing sources which are then analyzed and linked to existing problems. The results of this paper are divided into several main points, namely 1) Nationalism in the era of globalization, 2) the existence of local products in Indonesia, 3) loving local products as a form of nationalism towards the nation.

Keywords: Nationalism, local products, nation

PENDAHULUAN

Nasionalisme sendiri sering diartikan sebagai wujud mencintai tanah air dan bela negara. Hal itu tentunya akan sangat terlihat pada masa penjajahan dimana nasionalisme dari bangsa Indonesia untuk melawan penjajah sangatlah besar. Namun tentunya rasa nasionalisme sendiri tidak hanya harus selalu berjuang dimedan perang. Karena pada dasarnya banyak sekali sikap-sikap yang dapat ditunjukkan sebagai sikap Nasionalisme terhadap negri ini.

Pada masa modern dimana banyak sekali hal-hal dari luar yang masuk ke dalam negri melalui arus globalisasi membuat kita harus pandai-pandai menyaring segala pengaruh yang datang dari luar. Karena globalisasi tidak hanya memberikan dampak positif namun juga dapat memberikan dampak negatif bagi kehidupan apabila kita tidak mampu untuk memilah nya terlebih dahulu. Pengaruh globalisasi dibidang kehidupan sendiri meliputi Politik, ekonomi, sosial budaya dan lainnya (Affan & Maksum, 2016).

Sebagai warga negara Indonesia tentunya kita harus menunjukkan sikap nasioalisme kita terhadap tanah air, hal itu bisa dilakukan dengan cara mengabdikan kepada negara, maupun mengharumkan nama bangsa dengan mengukir berbagai prestasi. Namun kita juga bisa melakukan hal-hal kecil yang lain apabila belum bisa melakukan hal besar. Misalnya seperti menghargai perbedaan yang ada, mencintai produk dalam negri menunjukkan kita bangga akan buatan anak bangsa yang berarti kita sudah menerapkan konsep nasionalisme.

Metode

Penulisan artikel ini menggunakan metode studi literatur dengan mengumpulkan berbagai macam sumber dan informasi yang didapatkan melalui jurnal dan juga artikel yang kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan masalah yang dibahas.

Tujuan

Tujuan penulisan artikel ini ialah untuk memberikan pengetahuan kepada para pembaca bahwa sangat penting bagi kita semua untuk menerapkan sikap nasionalisme yang dimulai dari hal-hal yang kecil dan hal itu dapat dilakukan dengan cara membeli barang buatan dalam negri sebagai bentuk apresiasi kita terhadap karya anak bangsa.

PEMBAHASAN

Nasionalisme di era Globalisasi

Menurut (Armawi, 2019) , nasionalisme diartikan sebagai sebuah bentuk sikap bela negara yang terwujud dengan sikap cinta tanah air. Nasionalisme dijadikan sebagai sebuah prinsip moral dimana didalamnya terdapat semangat untuk membela kepentingan bangsa tanpa adanya rasa pamrih didalamnya. Dalam artian mereka rela untuk berkorban dan berjuang untuk menjadikan bangsa ini maju tanpa adanya rasa keterpaksaan dalam diri masing-masing. Karena rasa yang timbul merupakan sebuah perasaan alamiah untuk mencintai negrinya.

Rasa Nasionalisme yang ada merupakan hal yang penting bagi utuhnya negara Indonesia saat ini, karena tanpa nasionalisme sendiri, negara ini tidak aka pernah ada sebab tidak adanya perasaan yang sama dalam mendapatkan kebebasan dan kemerdekaan serta persatuan (Kholidah, 2019). Untuk itulah penting bagi tiap individu untuk memiliki sikap nasionalisme terhadap tanah airnya, dimana sikap tersebut tidak harus dilakukan dengan perjuangan yang besar. Namun cukup menjadi warga negara yang baik dan juga mengamalkan ideologi pancasila sudah cukup membuktikan bahwa kita memiliki rasa nasionalisme dalam diri kita.

Mengingat bahwa di era globalisasi ini, nilai nasionalisme yang ada pada diri masyarakat hampir memudar. Perkembangan ekonomi dan teknologi luar yang semakin memenuhi pasar lokal dan merubah tatanan kehidupan masyarakat. perlu adanya pengetahuan masyarakat untuk menanamkan kepada mereka tentang rasa peduli terhadap sesama baik itu dari segi kepedulian sosial maupun kepedulian terhadap sebuah karya sekaligus memperluas pengetahuan tentang budaya bangsa. Hal terseut dilakuakn supaya adanya rasa cinta terhadap tanah air dan adanya rasa bangga kepada bangsanya yang beragam (Mutiani, 2018 dalam Jumriani, 2020).

Sebagai warga negara Indonesia penanaman nilai nasionalisme yang dilakukan dari suatu hal kecil seperti nilai sosial kepada sesama dapat dilakukan sebagai upaya bela negara. Nilai sosial yang dimaksud seperti sikap apresiasi kepada warga masyarakatnya yang memiliki hal yang baik, memiliki nilai luhur dan nilai daya guna

(Subiyakto&Mutiani, 2019). Bentuk apresiasi yang diberikan terhadap segala pencapaian yang membuat bangsa ini bangga dan segala bentuk dukungan yang dapat kita semua berikan kepada mereka yang sudah membuat bangsa ini diakui dan dikenal oleh negara lain. Tentunya hanya dengan memberikan sedikit saja rasa peduli kita terhadap pencapaian dan prestasi anak bangsa, merupakan sebuah rasa cinta kita kepada bangsa Indonesia.

Eksistensi Produk lokal di Indonesia

Indonesia memiliki banyak sekali produk lokal yang dimiliki yang tentunya memiliki kualitas yang tidak kalah baik dengan produk asing yang saat ini sangat banyak masuk ke negara kita karena adanya arus globalisasi dan juga kebutuhan tiap negara yang membutuhkan produk dari luar. Seperti halnya diketahui bahwa, produk asing seperti teknologi sangat digemari oleh masyarakat Indonesia yang saat ini berperan sebagai konsumen bagi produk luar (Siswanto, 2019).

Produk lokal sendiri tentunya tidak kalah kualitasnya dengan produk dari luar yang memiliki merk-merk ternama yang digandrungi oleh sebagian masyarakat Indonesia. adapun contoh dari produk lokal ialah seperti kain batik dan juga sasirangan, dimana keduanya merupakan kain tradisional dari Kalimantan selatan dan juga Jawa. Kain tersebut tentunya merupakan kain khas dari suku Banjar yang diwariskan secara turun temurun dimana sekarang ini kain sasirangan menjadi sebuah bisnis UMKM bagi sebagian masyarakat Banjar (Jumriani, 2018).

Indonesia tentunya perlu berbangga dengan kenyataan bahwa banyak sekali budaya yang ada sehingga dapat dimanfaatkan. Selain dari produk lokal berupa kain, masih banyak produk lokal buatan asli dari Indonesia yang tentunya juga dapat menyaingi produk dari luar negeri. Bahkan ada produk lokal yang sampai ke mancanegara dengan banyak peminatnya.

Namun yang menjadi perhatian khusus ialah, arus globalisasi yang semakin berkembang dengan pesat yang tidak dapat dihindari, selain itu masuknya produk dalam negeri yang merajalela sehingga menguasai pasar di Indonesia. Mungkin memang banyak produk dalam negeri yang diproduksi dan dijual. Namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang lebih tertarik pada produk luar negeri daripada produk dari dalam negeri. Hal demikian disebabkan karena adanya era globalisasi telah menguasai segala kebutuhan hidup masyarakat terutama di Indonesia (Mutiani, 2018).

Peminat dari produk luar negeri memang sangat banyak, hampir seluruh masyarakat Indonesia lebih mengenal produk-produk dari luar daripada produk dalam negeri. Hal itu dikarenakan masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan produk luar negeri, sehingga produk tersebut menjadi barang yang menjadi list kebiasaan untuk dibeli oleh masyarakat Indonesia. Ditambah lagi dengan adanya fakta bahwa negara Indonesia merupakan negara yang berkembang sehingga menjadi sasaran bagi para Importir (Seogiono dkk, 2012).

Masyarakat menilai bahwa mereka lebih sering membeli dan menggunakan barang impor sebab kualitas barang impor tidak setengah-setengah dalam melakukan produksi kepada pelangganya. Selain itu juga, barang impor seperti produk kemasan maupun pakaian memiliki daya tarik visual yang lebih baik. Dimana dengan adanya visual yang menarik akan menarik pembeli lebih banyak. Hal ini menyebabkan barang impor di Indonesia akan sangat banyak ditemui diberbagai toko (Seogiono dkk, 2012).

Tentunya tidak semua masyarakat condong ke produk impor, namun ada sebagian masyarakat Indonesia yang tentunya menggunakan produk lokal. Mereka menganggap bahwa produk lokal juga memiliki kualitas yang tidak kalah dengan kualitas produk luar negeri dalam artian produk lokal juga memiliki kualitas yang baik. Masyarakat menilai juga bahwa produk lokal seperti makanan kemasan lebih cocok dilidah orang Indonesia. harga yang murah dari produk lokal juga membuat masyarakat lebih memilih membeli produk lokal dibandingkan dengan produk luar. Dapat diartikan bahwa, produk lokal masih memiliki peminat dalam hati masyarakat Indonesia.

Mencintai produk lokal sebagai bentuk nasionalisme

Nasionalisme diartikan sebagai nasionalisme diartikan sebagai sebuah bentuk sikap bela negara yang terwujud dengan sikap cinta tanah air (Armawi, 2019). Sikap nasionalisme dalam diri setiap warga negara tentunya harus ada, sebab tanpa adanya rasa nasionalisme kita tidak akan bisa bersatu. Adanya nasionalisme inilah yang membuat bangsa Indonesia menjadi satu.

Namun perlu dipahami juga bahwa, rasa nasionalisme tidak hanya tentang perjuangan, karena pada masa sekarang ini akan berbeda dengan masa lampau. Dimana nasionalisme dimana modern bisa diterapkan dengan sikap maupun nilai karakter berupa cara berfikir, bersikap, dan menghargai atas segala keragaman negara sendiri (Syaharuddin, 2020). Hal ini selaras dengan kecintaan masyarakat terhadap produk lokal sebagai bentuk karakter nasionalisme.

Mengapa mencintai produk lokal dikatakan sebagai sikap bela negara (Nasionalisme)??. Seperti yang dikatakan oleh Siswanto (2019) bahwa sikap nasionalisme yang dimiliki oleh seseorang menyebabkan mereka lebih memilih menggunakan produk dalam negeri dibandingkan dengan produk luar negeri. Hal ini disebabkan karena adanya rasa bangga masyarakat Indonesia terhadap produk lokal. Adanya kebanggaan ini tentunya akan membuat keuntungan tersendiri bagi perekonomian lokal, sebab masih ada pembeli yang bukan sekedar membeli produk, namun juga mengerti makna dari nasionalisme.

Pembelian produk lokal yang semakin banyak akan mempengaruhi pasar lokal, dimana PDB negara juga akan meningkat seiring tingginya minat konsumen terhadap produk lokal, namun apabila banyak masyarakat yang menyukai produk impor, akan terjadi penurunan PDB negara (Setiawan, 2014). Perlu adanya dukungan dari masyarakat Indonesia terhadap penjualan produk lokal sebagai bentuk rasa cinta kita terhadap tanah air. Sikap menghargai dan bangga tadilah yang dapat ditumbuhkan oleh setiap masyarakat sebagai bentuk sikap bela negara.

Selanjutnya, ada masyarakat yang lebih condong dengan penggunaan produk impor yang disebut sebagai rasionalisme. Bukan berarti mereka tidak memiliki rasa nasionalisme kepada negara. Karena rasa Nasionalisme terhadap barang lokal merupakan satu diantara banyak sikap bela negara. Adanya konsumis produk impor bukan tanpa sebab, adanya kepentingan dari pihak pemerintah dalam menyeimbangkan komoditi yang tidak terpenuhi oleh pasar domestik. Hal ini menyebabkan adanya impor yang dilakukan secara besar didalam negeri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas (Siswanto, 2019).

Konsumsi barang impor tidak dilarang dan tidak membuat kita menjadi orang yang tidak nasionalisme, karena pada dasarnya sikap mencintai produk lokal merupakan satu diantara banyak sikap nasionalisme yang dapat kita tunjukkan kepada negara. Ada kalanya Indonesia tidak dapat membuat suatu barang dan produk tertentu, dimana hal tersebut membuat bangsa ini memerlukan produk dari luar. Tidak masalah selama itu untuk memenuhi kebutuhan hidup. namun yang salah ialah, jika kita sebagai bangsa Indonesia menjelek-jelekkan produk lokal dan membandingkannya dengan produk luar negeri.

Simpulan

Nasionalisme diartikan sebagai sikap bela negara dan rasa cinta kita terhadap tanah air. Nasionalisme dijadikan sebagai sebuah prinsip moral dimana didalamnya terdapat semangat untuk membela kepentingan bangsa tanpa adanya rasa pamrih didalamnya. Memiliki sikap nasionalisme tentunya tidak harus ditunjukkan dengan menggunakan senjata untuk berperang, namun kita dapat menunjukkannya melalui sikap yang sederhana seperti mencintai produk lokal sebagai bentuk bela negara. Produk lokal sendiri merupakan produk yang dibuat oleh orang Indonesia dan asli buatan tangan Indoneisa.

Eksistensi produk lokal sendiri tentunya memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk yang berasal dari luar. Banyak sekali masyarakat yang memproduksi barang lokal dan menjualnya dipasaran. Produk lokal di Indonesia sendiri tentunya memiliki peminatnya sendiri, meskipun banyak juga yang lebih tertarik untuk menggunakan produk dari luar. Hal ini dikarenakan anggapan dari masyarakat yang menganggap bahwa, produk luar memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk lokal, selain itu dilihat dari segi merk yang lebih terkenal dibandingkan dengan produuk lokal.

Mencintai dan menggunakan produk lokal sendiri merupakan satu diantara banyak sikap dari nasionalisme. Dikarenakan dengan adanya sikap kita dalam menggunakan berarti kita mendukung hasil kerja keras bangsa Indonesia dalam bidang ekonomi. Selain itu, kitapun menghargai kerja keras masyarakat dalam mengembangkan produk lokal. Namun bukan berarti orang-orang yang menggunakan produk luar tidak memiliki sikap nasionalis, sebab sikap cinta kepada produk lokal merupakan satu diantara banyaknya sikap nasionalisme. Dalam artian masih banyak sikap yang bisa kita tunjukkan bahwa kita memiliki rasa cinta kepada tanah air.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, H., & Maksum, H. (2016). Membangun kembali sikap nasionalisme bangsa indonesia dalam menangkal budaya asing di era globalisasi. *Jurnal pesona dasar* 3(4).
- Jumriani. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1).
- Jumriani, J., Mutiani, M., Putra, M. A. H., Syaharuddin, S., & Abbas, E. W. (2021). The Urgency of Local Wisdom Content in Social Studies Learning: Literature Review. *The Innovation of Social Studies Journal*, 2(2). 103-109.
- Mutiani, M. (2018). Literasi Budaya Lokal Sebagai Wahana Edukasi di Era Milenial.
- Satrio, P., Baharuddin, F., Rachmah, N., & Nurriyati, D. (2020). Pilihan merk kosmetik dan kebangsaan: studi mengenai minat beli kosmetik dan identitas sosial pada mahasiswa. *Jurnal ilmu pendidikan PPKn dan Sosial budaya*. 4(2)
- Setiawan, E. (2014). Analisis sikap konsumen terhadap produk fashion lokal dan impor. *Jurnal ekonomia*. 10(1).
- Siswanto. (2019). Mencintai Produk dalam Negeri Sebagai Manifestasi Bela Negara di Era Global. *Jurnal Pertahanan dan Bela Negara*. 7(3).
- Syahrudin, S., Hidayat Putra, M. A & Susanto, H. (2019). Menyambang Masyarakat Desa Lok Baintan Dalam Sebagai Sumber Belajar IPS.
- Subiyakto, B., & Mutiani, M. (2019). INTERNALISASI NILAI PENDIDIKAN MELALUI AKTIVITAS MASYARAKAT SEBAGAI SUMBER BELAJAR ILMU PENGETAHUAN SOSIAL. *Khazanah: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*.