

Majalah Pengembangan Ilmu Sosial

# FORUM

---

## NASIONALISME DAN PEMBANGUNAN JATIDIRI BANGSA

---

**MENDONGKRAK MEREK LOKAL, SOLUSI MENCIPTAKAN  
NASIONALISME**

**NASIONALISME INDONESIA SEBAGAI AKAR DAN LANDASAN  
MORAL BELA NEGARA**

**NASIONALISME EKONOMI DI TENGAH GLOBALISASI**

**ARTI PENTING DAN UPAYA MEMPERKUAT NASIONALISME**

**MEMAHAMI KEMAJEMUKAN MASYARAKAT INDONESIA  
(Perspektif Komunikasi Antarbudaya)**



---

## DAFTAR ISI :

Pengantar .....	i
<b>Apriatni EP</b> Mendongkrak Merek Lokal, Solusi Menciptakan Nasionalisme .....	1
<b>Dewi Erowati</b> Nasionalisme Ekonomi Di Tengah Globalisasi.....	7
<b>Endang Larasati</b> Demokrasi, Amanat Konstitusi Dalam Regulasi Pelayanan Publik Di Indonesia.....	12
<b>Maesaroh</b> Arti Penting Dan Upaya Memperkuat Nasionalisme .....	19
<b>Ngatno</b> Asean China - Free Trade Area (AC-FTA) Dan Nasionalisme Konsumen Indonesia .....	25
<b>Soetandyo Wignjosoebroto</b> Reformasi Birokrasi Pemerintahan Ke Arah Terwujudnya <i>Good Governance</i> Dalam Rangka Pembangunan Kehidupan Berbangsa .....	34
<b>Taufik Suprihatini</b> Peran Media Dalam Mengembalikan Jatidiri Bangsa .....	40
<b>Titik Djumiarti, S.Sos, M.Si</b> Menggagas Strategi Reinventing Government Dalam Memantapkan Kehidupan Berbangsa.....	48
<b>Turnomo Rahardjo</b> Memahami Kemajemukan Masyarakat Indonesia (Perspektif Komunikasi Antar Budaya).....	54
<b>Turtiantoro</b> Nasionalisme Indonesia Sebagai Akar Dan Landasan Moral Bela Negara.....	62

**Penerbit** : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro - Terbit Pertama kali bulan Februari 1972 ; **Penanggung Jawab** : Drs. Warsito, SU - Dra. Sri Widowati H, MS - Drs. Agus Hermani, DS, MM - Drs. Handoyo DW, MSi **Ketua Penyunting** : Drs. Suwanto Adhi, SU ; **Sekretaris Penyunting** : Agus Naryoso, S.Sos, M.Si; **Penyunting Pelaksana** : Dr. Endang Larasati - Drs. Tri Cahyo Utomo, MA - Dr. Turnomo Rahardjo - Dra. Rodhiyah, SU ; **Penyunting Ahli** : Prof. Dr. Y. Warella, MPA (Undip) - Prof. Dr. Sudharto PH, MES (Undip) - Dr. Ari Pradhanawati, MS (Undip) - Prof. Dr. Roger Page (USA) - Dr. Peter Suwarno (USA) - Dr. Dedy Nur Hidayat (UI) ; **Tata Usaha** : Tri Wardoyo, S.E - Staf Tata Usaha Fisip - Undip.

### Alamat :

MPIIS Forum Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. H. Sudharto, SH. No. 1 Semarang  
E-mail : forumfisip@gmail.com

### Sumbangan Tulisan :

Redaksi menerima sumbangan tulisan/foto yang relevan dengan tema atau topik pada setiap penerbitan, Setiap foto haruslah disertai dengan foto copy identitas yang jelas. Setiap artikel yang dikirimkan menjadi hak sepenuhnya dari redaksi untuk mengedit dan menampilkannya

---

## MENDONGKRAK MEREK LOKAL, SOLUSI MENCIPTAKAN NASIONALISME

Oleh : Apriatni EP \*

### Abstract

*Nation's history, language, and Pancasila, has been recognized can be a powerful unifying factor for the nation of Indonesia, but Can it overcome the problems of Indonesia which was so vulnerable to globalization. Globalization is not to be debated, but the needed solution to be able to strengthen the nation, particularly through a strong economy. Incessant incursion of international products cause various effects: 1) some local players reeling, 2) allows to give wide latitude for the Indonesian people to choose among the advantages which exist in various fields, 3) lost their sense of love with a local brand. In this case, the necessary role of government through government policies, which directly or indirectly, can boost the local products, to ensure a balance between government, manufacturers and consumers.*

*Government policies to protect local products, should be viewed by employers and society in the form of a more concrete and comprehensive. Regulations issued by the respective ministries, should not only be based on negotiation with national employers, but that local products can compete with foreign products, both in quality and quantity; thereby create a dependency combined with love of the local product, at the same time showing his face Indonesian nationalism.*

*Keywords: Nationalism; local products; Globalitation*

### PENDAHULUAN

Pemikiran maupun upaya untuk mewujudkan Indonesia yang adil, makmur, dan damai, baik untuk saat ini maupun untuk masa mendatang, perlu diawali dengan kesepakatan tentang tujuan yang ingin dicapai. Kompleksnya permasalahan yang dihadapi negeri tercinta ini, menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya disintegrasi bangsa. Potensi yang sesungguhnya dimiliki oleh bangsa Indonesia, tidak akan dipungkiri oleh siapa pun, akan tetapi bagaimana potensi yang ada bisa mengantarkan bangsa ini menjadi Negara yang adil, makmur dan damai, sangat tergantung pada diri kita semua.

Sejarah masa lalu, telah membuktikan bahwa masa lalu telah membawa negeri ini menjadi negeri yang memiliki masa depan yang baik. Seperti yang ditulis Asvi Warman Adam (2005: xvii), *Dalam memperjuangkan kemerdekaan Bung Karno sering mengatakan bahwa "Kemerdekaan itu merupakan jembatan emas menuju masyarakat adil dan makmur"*. Penderitaan rakyat Indonesia pada masa lalu menumbuhkan semangat untuk merdeka telah menjadikan bangsa ini terdorong untuk bersatu, dan sekaligus menjadi benih untuk memunculkan rasa nasionalisme dan kebanggaan pada negerinya. Keberhasilan rakyat Indonesia mencapai tujuan untuk merdeka, melalui persatuan dan rasa kebangsaan telah membuktikan

keberhasilan masa lalu.

Yang perlu dilakukan untuk saat ini adalah bagaimana upaya untuk menanamkan dan meningkatkan rasa nasionalisme. Peningkatan rasa nasionalisme telah diupayakan dengan berbagai cara, antara lain mengajarkan Sejarah bangsa Indonesia pada generasi bangsa melalui jalur pendidikan, memberikan penghormatan kepada pahlawan nasional, penutaran film-film dokumenter, sampai pada penciptaan lagu-lagu yang dapat menggugah rasa kebangsaan. Ikatan nasionalisme menjadi amat penting dan harus selalu ditingkatkan, manakala seluruh hidup kita sebagai bangsa Indonesia, sepenuhnya bergantung pada kejayaan negeri ini.

Disaat Negara Indonesia, memasuki usia kemerdekaan yang ke 65 tahun, tidak lagi membutuhkan upaya-upaya yang lebih bersifat simbol dan ritual untuk menumbuhkan rasa nasionalisme, melainkan dibutuhkan kebijakan-kebijakan pemerintah yang dapat menyentuh perubahan pembentukan bangsa baru yang mandiri dan bermoral diatas kepentingan masyarakat banyak. Kebijakan pemerintah untuk mencari dan mengupayakan perekat diantara suku-suku bangsa yang ada tidak pernah usang untuk dibicarakan. Sejarah bangsa, bahasa, dan Pancasila, telah diakui dapat menjadi perekat yang kuat, akan tetapi mampukah perekat itu menanggulangi permasalahan Negara Indonesia

\*) Staff Pengajar Pada Jurusan Administrasi Bisnis, Fisip-Undip

yang begitu rentan menghadapi globalisasi. Scharusnya perakat bangsa skaligus mampu menjadi modal untuk tetap eksis di tengah era globalisasi.

### 1.1. Apa yang harus dibanggakan

Dari sisi historis, praktek globalisasi sudah terjadi semenjak tahun Maschi. Penyebar luasan agama ke Indonesia, seperti misalnya, pengaruh India di Indonesia, sampai saat ini masih dapat dilihat, yaitu sisa-sisa kerajaan Hindu. Budhisme yang ditandai dengan berdirinya kerajaan Sriwijaya dan Candi Borobudur yang diakui oleh dunia internasional, merupakan salah satu bukti telah terjadi globalisasi (Ignas Kleden, 2004: 201). Praktek pemekaran perdagangan oleh orang-orang Eropa maupun China yang datang ke Indonesia untuk berdagang, juga merupakan bentuk globalisasi, walaupun sesungguhnya mereka tidak saja murni untuk berdagang tetapi dengan sengaja untuk mengacaukan perekonomian Indonesia, antara lain dengan strategi harga murah yang dilakukan oleh China, telah menyebabkan banyak industri gulung tikar.

Setelah semua itu dialami oleh negara kita, hendaknya Negara Indonesia lebih siap menghadapi globalisasi, Globalisasi bukan untuk diperdebatkan, akan tetapi perlu dicari solusi untuk dapat memperkuat bangsa, khususnya melalui perekonomian yang kuat. Globalisasi ekonomi ditandai dengan berkembangnya serta semakin vitalnya perdagangan internasional, serta munculnya lembaga-lembaga ekonomi yang memiliki daya jangkau mengglobal.

Di tengah gencarnya serbuan produk-produk internasional, tidak dipungkiri menyebabkan sebagian pemain lokal kelimpungan. Meskipun menghapai kesulitan, namun masih banyak pemain lokal yang terus tumbuh dan bertahan hidup. Masih banyak yang bisa dibanggakan atas jeris payah anak bangsa yang dapat mengharumkan nama Indonesia, khususnya dalam kemampuannya bersaing dengan produk-produk asing.

## PEMBAHASAN

### 2.1. Pengertian globalisasi

Pemahaman akan proses globalisasi menjadi penting, manakala pemerintah harus dihadapkan kepada kenyataan, terjadinya perkembangan zaman yang tidak bisa dihindari. Proses globalisasi berjalan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi akan menyebabkan informasi dengan segala bentuk dan kepentingannya akan sangat

mendukung terpenuhinya kebutuhan informasi disegala bidang. Disaat itulah proses globalisasi akan secara otomatis berjalan dan tidak dapat dihindari. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses globalisasi didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi. Masyarakat tidak dihadapkan pada pilihan, apakah akan memilih untuk menerima perkembangan teknologi komunikasi atau mendukung proses globalisasi. Situasi dilematis yang dihadapi negara Indonesia adalah adanya kenyataan bahwa masyarakat sangat menikmati perkembangan teknologi komunikasi, akan tetapi disisi yang lain pemerintah akan menghadapi sisi negatif yang dapat terjadi pada proses globalisasi, yaitu dapat menyebabkan pudarnya ikatan nasionalisme di Indonesia.

Sikap pemerintah dalam memaknai globalisasi, bukan sesuatu yang mudah, karena pada dasarnya pengertian globalisasi dapat sangat beragam, tergantung dari sisi mana memandang. Tidak dapat dipungkiri, bahwa globalisasi akan mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia, oleh karena itu kebijakan pemerintah dalam menghadapi globalisasi, khususnya globalisasi ekonomi harus selalu konsisten memperhitungkan dua sisi yang berbeda, agar tercipta keseimbangan, yaitu sisi positif dan sisi negatif sebagai akibat dari globalisasi. (Scholte, 2010:1), melihat bahwa ada beberapa definisi yang dimaksudkan orang dengan globalisasi:

- **Internasionalisasi:** Globalisasi diartikan sebagai meningkatnya hubungan internasional. Dalam hal ini masing-masing negara tetap mempertahankan identitasnya masing-masing, namun menjadi semakin tergantung satu sama lain.
- **Liberalisasi:** Globalisasi juga diartikan dengan semakin diturunkannya batas antar negara, misalnya hambatan tarif ekspor impor, lalu lintas devisa, maupun migrasi.
- **Universalisasi:** Globalisasi juga digambarkan sebagai semakin tersebarannya hal material maupun imaterial ke seluruh dunia. Pengalaman di satu lokalitas dapat menjadi pengalaman seluruh dunia.
- **Westernisasi:** Westernisasi adalah salah satu bentuk dari universalisasi dengan semakin menyebarnya pikiran dan budaya dari barat sehingga mengglobal.
- **Hubungan transplanetari dan suprateritorialitas:** Arti kelima ini berbeda dengan keempat definisi di atas. Pada empat definisi pertama, masing-masing negara masih mempertahankan status ontologinya. Pada pengertian yang kelima, dunia global

memiliki status ontologi sendiri, bukan sekadar gabungan negara-negara.

Dalam makalah ini tidak dimaksudkan untuk melihat sisi positif dan negatif dari proses globalisasi, sesuai yang diuraikan dalam definisi di atas. Pembahasan tentang positif dan negatif sudah banyak diulas, bahkan memunculkan pandangan pro globalisasi dan pandangan anti globalisasi. Yang diperlukan saat ini adalah bagaimana peranan pemerintah dalam rangka mewujudkan rasa nasionalisme bangsa, ditengah terpaan ragam informasi dan komunikasi disegala bidang, yang sangat memungkinkan memberi ruang gerak yang luas bagi masyarakat Indonesia untuk memilih diantara keunggulan-keunggulan yang ada di berbagai bidang.

Globalisasi bidang ekonomi, akan menciptakan pasar internasional. Ketergantungan di bidang ekonomi akan semakin nampak, sehingga transaksi pertukaran barang akan semakin tinggi, sesuai dengan kebutuhan keunggulan produk yang dimiliki oleh masing-masing Negara. Tidak dapat dihindari membanjirnya produk-produk asing di pasaran, dengan kualitas produk yang bisa lebih baik, akan menyebabkan masyarakat kehilangan rasa cinta pada produk Indonesia. Hal ini akan berdampak bagi masyarakat pengusaha. Mereka akan ditinggalkan konsumennya, karena beralih ke produk asing, dan pada akhirnya akan berimbas pula pada masyarakat pekerja. Dalam hal ini, diperlukan peran pemerintah melalui kebijakan-kebijakan pemerintah, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mendongkrak produk lokal, sehingga terjadi keseimbangan antara pemerintah, produsen, dan konsumen. Semuanya harus saling melengkapi jika ingin roda perekonomian masyarakat Indonesia terus berputar.

Fahmi Idris yang pada saat itu menjadi menteri perindustrian, menganjurkan masyarakat untuk menggunakan produk dalam negeri sebagai kontribusi untuk turut serta menggerakkan sektor riil di Tanah Air. Menurut Fahmi Idris setelah acara Rapat Kerja Departemen Perindustrian Tahun 2009 di Jakarta, Harap dipahami bahwa situasi krisis seperti sekarang ini sektor riil membutuhkan dukungan masyarakat. Jadi kami menghimbau agar masyarakat menggunakan produk dalam negeri. Menurutnya, kalau sampai sektor riil nasional tidak bergerak dampaknya akan sangat fatal seperti di antaranya terjadi PHK (pemutusan hubungan kerja) massal dan akibatnya angka pengangguran meningkat. Selanjutnya Ia mengatakan, semua komponen pemerintah baik instansi maupun lembaga negara yang

menggunakan dana dari APBD maupun APBN harus membelanjakan produk buatan dalam negeri.

Yang dimaksud produk dalam negeri adalah semua produk yang dibuat di Indonesia dengan menggunakan bahan baku lokal minimal 50%. Tidak masalah jika produk tersebut menggunakan lisensi brand ternama dari luar negeri, asalkan dibuat di Indonesia dengan bahan lokal. Kontribusi masyarakat sangat diharapkan untuk turut menyetatkan perekonomian Negara, akan tetapi upaya pemerintah tidak hanya berhenti sampai disitu, bagaimanapun masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih. Apalagi yang menjadi lebih penting daripada hanya menghimbau? Himbauan dapat disertai dengan tindakan nyata melakukan pembelian, tetapi mungkin juga tidak. Himbauan yang sesaat, akan mudah dilupakan, sehingga masyarakat tidak akan merasa perlu untuk membeli merek-merek lokal. Lebih dari itu diperlukan upaya bagaimana menciptakan loyalitas merek dari produk lokal.

Sejak masa Orde Baru, kita sudah mendengar slogan "Aku Cinta Produk Indonesia", berkaitan dengan slogan tersebut, Ir. Agus Muharam (Deputi Menteri Koperasi dan UKM bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha) dalam sambutannya pada acara pembukaan Tasik *Craft* dan *Culture Festival* di kota Tasikmalaya, Jawa Barat, menyatakan tidak cukup hanya diucapkan tapi harus diikuti kemauan untuk ikut membeli merek-merek lokal. Kecintaan akan produk Indonesia dengan ditandai menggunakan produk Indonesia, berarti turut berpartisipasi mempertahankan dan mengembangkan produk-produk lokal, khususnya dalam menghadapi era globalisasi.

Langkah-langkah pemerintah untuk melindungi produk lokal, dapat dilihat oleh pengusaha dan masyarakat dalam wujud yang lebih kongkrit dan bersifat menyeluruh. Beberapa contoh peranan menteri dalam upaya untuk mendongkrak produk lokal: *Pertama*, kampanye "Cinta Produk Indonesia", yang dilakukan oleh para pejabat pemerintah, sangat berguna untuk meningkatkan dan menumbuhkembangkan kebanggaan, kepercayaan, serta kecintaan masyarakat terhadap produk Indonesia. Menteri Koperasi dan UKM Sjarifuddin Hasan (<http://www.inilah.com>), mengatakan, program kampanye cinta produk lokal/dalam negeri diproyeksi mampu menumbuhkan sekitar 600.000 UKM baru di Indonesia. Jika seluruh masyarakat di Indonesia yang berjumlah lebih kurang 230 juta jiwa menggunakan produk dalam negeri, akan sangat potensial mendorong pertumbuhan UKM baru. *Kedua*, Pemberlakuan Standar Nasional

Indonesia (SNI) untuk produk-produk di Indonesia. SNI ditetapkan sesuai dengan ketentuan *WTO Code of good practice*. Pemberlakuan SNI, jika dikaitkan dengan upaya mendongkrak produk lokal, adalah dimaksudkan untuk (Strategi BSN, 2006-2009): 1) memfasilitasi perdagangan karena memperhatikan kebutuhan pasar dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan; 2) koheren dengan perkembangan standar internasional agar perkembangan pasar Negara kita tidak terisolasi dari perkembangan pasar global dan memperlancar perdagangan internasional; 3) berdimensi pembangunan agar memperhatikan kepentingan publik dan kepentingan nasional dalam meningkatkan daya saing perekonomian nasional. *Ketiga*, Melalui Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) Nomor 49 Tahun 2009, diwajibkan jumlah produk lokal wajib diserap oleh proyek-proyek pemerintah, dalam 21 kelompok barang dan jasa. Permenperin No 49 Tahun 2009, melengkapi Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 2 tahun 2009 tentang Pedoman Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) dan Keputusan Presiden (Keppres Nomor 80 Tahun 2003 tentang Pedoman Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah. Dalam Permenperin juga ditegaskan mengenai sanksi atas pelanggaran terhadap peraturan tersebut, antara lain sanksi untuk pengurangan anggaran bagi instansi yang tidak mentaati peraturan serta pejabat yang bersangkutan akan dikenai sanksi sesuai PP Nomor 30 Tahun 1990 tentang disiplin pegawai. *Keempat*, peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan (Permendag), mengenai pengetatan produk impor, yang berlaku tanggal 1 Februari 2009. *Kelima*, Peraturan Pemerintah Nomor 2 tahun 2009, tentang kawasan industri, sebagai salah satu peraturan pelaksanaan dari UU Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian. Peraturan ini dimaksudkan agar industri tumbuh di kawasan industri yang telah ditetapkan sehingga pemanfaatan ruang dapat lebih terkendali serta hubungan saling menguntungkan antarperusahaan penghuni kawasan mudah terbangun karena berada pada lokasi yang sama. Keuntungan lain adalah bahwa penyediaan sarana umum menjadi lebih mudah dilakukan.

Peraturan yang dikeluarkan oleh masing-masing kementerian, hendaknya bukan didasari atas negosiasi dengan pengusaha nasional semata, atau juga bukan karena ingin berlomba-lomba mengeluarkan peraturan diantara para lembaga kementerian. Kebijakan proteksi terhadap produk lokal melalui larangan-larangan atau pengetatan produk import, di satu sisi dapat melindungi

pengusaha dalam negeri, akan tetapi di sisi lain dapat meningkatkan biaya produksi, terutama karena keterbatasan bahan baku di dalam negeri, baik secara kuantitas maupun kualitas. Akibatnya justru akan menciptakan ketidakmampuan produk lokal bersaing dengan produk luar dan tidak dapat menembus pasar internasional.

Kebijakan peningkatan daya saing, harus berjalan beriringan dengan kebijakan-kebijakan yang lain. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN): Secara umum produk-produk Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar ASEAN, Terjadi peningkatan dari 1.537 produk pada periode 1993-1999, menjadi 1.820 produk pada periode 2000-2007. Lebih lanjut dinyatakan sejauh ini, industri manufaktur Indonesia menghadapi masalah struktural sebagai berikut:

1. masih sangat tingginya kandungan impor bahan baku, bahan antara, dan komponen untuk seluruh industri
2. lemahnya penguasaan dan penerapan teknologi karena industri kita masih banyak yang bertipe "tukang jahit" dan "tukang rakit"
3. Ketiga, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) sebagaimana tercermin dari tingkat pendidikan tenaga kerja industri
4. belum terintegrasinya usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia dalam satu mata rantai pertambahan nilai dengan industri skala besar
5. kurang sehatnya iklim persaingan karena banyak subsektor industri yang beroperasi dalam kondisi mendekati "monopoli", setidaknya oligopoli

## 2.2. Kinerja merek-merek lokal.

Kiprah merek-merek lokal, saat ini semakin perkasa, baik bagi para pendatang baru maupun pemain lama. Merek-merek lokal di Indonesia mampu menunjukkan kemampuannya memikat dan menjadi incaran perusahaan multinasional. Temuan survei dalam rangka memberikan penghargaan merek terbaik Indonesia (*Indonesian Best Brand Award/IBBA*), menyatakan merek-merek lokal cukup berpeluang berdiri sejajar dengan merek global, contohnya, GIV di kategori *toiletries*, Sari Ayu di kategori kosmetik dan So Klin di kategori kebutuhan rumah tangga. Mie Sedaap muncul sebagai brand potensial, bersama Lion Air, Fruit Tea, dan Kecap Bango. Keberhasilan merek-merek lokal tidak lepas dari kemampuannya mengatur strategi pemasaran modern yang handal. Mie Sedaap mampu meruntuhkan keperkasaan Indomie, dalam waktu yang tidak terlalu lama. Dengan strategi

periklanan besar-besaran serta dengan mamatok harga rendah, menjadikan Mic Sdaap sebagai *brand potensial*. Demikian juga persaingan diantara grup Sosro dengan Fres Tea dari grup Coca-Cola, justru memberikan inspirasi bagi grup Sosro dengan mengeluarkan produk Fruit Tea.

Bagaimana dengan kemampuan ekspor produk lokal? Membanjirnya produk-produk Cina di Indonesia, menyebabkan industri nasional merasa kehilangan pasar eksportnya.

Berdasarkan data dari departemen perdagangan (Yoki Kuncoro, 2008: 1): kontribusi ekspor Indonesia dibeberapa Negara cenderung menurun dari tahun 1996 sampai dengan 2003. Berbeda dengan Cina yang terus agresif meningkatkan pangsa pasarnya di pasar ekpor dunia. Walau tidak sebaik Cina, India juga mampu mencatat peningkatan ekspor yang signifikan. Khusus sektor industri tekstil dan produk tekstil (TPT), Indonesia mengalami penurunan ekspor sejak 2001 sebesar 6 persen, dari 7,8 miliar menjadi 7,1 miliar. Sedangkan Cina mengalami peningkatan ekspor 33,78 persen, Vietnam 1,8 persen dan India 13, 6 pesen. Untuk Industri mebel, produk Indonesia bersaing ketat dengan produk Cina di pasar ekspor Amerika. Namun Cina berhasil merebut pasar ekspor Amerika sebesar 2 miliar dollar AS. Berbeda dengan Indonesia yang hanya mampu meraih seperempatnya yakni 500 juta dollar AS. Ironisnya, sebagian besar bahan baku industri Cina berasal dari Indonesia.

## PENUTUP

Produk lokal adalah produk yang memiliki cita rasa Indonesia, di buat di Indonesia dengan kandungan minimal 50% bahan baku lokal. Produk yang dibuat di Indonesia berarti, akan melibatkan banyak pihak dan memberikan penghasilan bagi pekerja, pemasok, pengusaha distribusi dan masih banyak lagi, yang keseluruhannya atau sebagian besar berdomisili di Indonesia. Produk yang diciptakan dengan cita rasa Indonesia, tentu dimaksudkan agar dapat diterima oleh masyarakat Indonesia sesuai dengan kebutuhannya. Produk-produk lokal semacam inilah yang seharusnya menjadi primadona di negeri sendiri dan dapat diandalkan untuk bersaing dengan produk asing. Indonesia jangan hanya dijadikan pasar penjualan untuk produk-produk asing.

Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintah perlu mengajak masyarakat Indonesia untuk membeli dan menggunakan produk Indonesia, dan

mencintai produk Indonesia. Melalui berbagai peraturan yang dapat menyentuh kepentingan pengusaha dan masyarakat, disertai dengan tanggung jawab moral para pengusaha sebagai pihak yang dapat memberikan dampak secara langsung pada perekonomian Negara, harus bersinergi juga dengan niat masyarakat untuk berpartisipasi dalam menumbuhkan perekonomian, niscaya usaha yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kecintaan kepada Negara Indonesia akan berhasil dalam menghadapi globalisasi ekonomi. Menumbuhkan kecintaan kepada produk lokal, sebagai wujud rasa nasionalisme, akan dapat mendongkrak permintaan akan produk lokal, sehingga pada akhirnya akan dapat menekan import. Untuk menciptakan situasi yang diharapkan tersebut, diperlukan kerja keras dari semua pihak, disertai pectuapan strategi yang bersifat komprehensif, berkesinambungan dan konsisten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jamli, Edison dan kawan-kawan. (2005). *Kewarganegaraan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kleden, Ignas. (2004). *Masyarakat dan Negara sebuah Persoalan*. Magelang: Indonesiatara.
- Krishna, Anand, 2005, *Indonesia Jaya*, Yogyakarta: PT One Earth Media.
- Kuncoro, Yoki ( 2008). *Repositioning Industri Indonesia di Pasar Global*. Dalam <http://kolumnis.com/2008/04/04>. Diunduh pada 9 Juni 2009 pukul 19.00 WIB.
- Menteri UKM: *Menteri harus Pakai Produk Lokal*, dalam <http://www.inilah.com>. Diunduh pada tanggal 20 Juni, 2010, pukul 20.00 WIB
- Peraturan Menteri Perindustrian RI No:102/—IND/10/2009 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perindustrian No: 49/—IND/PER/5/2009 Tentang: Pedoman Penggunaan Produk Dalam Negeri Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
- Peraturan Menteri Perdagangan RI No: 63/—DAG/PER/12/2009 Tentang: Ketentuan Impor Barang Modal Bukan Baru.
- Scholte, *Globalisasi*, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/globalisasi>. Diunduh pada tanggal 8 Juni 2010, pukul 10.00 WIB.

## TOPIK UTAMA

---

Strategi Badan Standar Nasional 2006-2009, dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/standar\\_nasional\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/standar_nasional_Indonesia). Diunduh pada tanggal 8 Juni 2010, pukul 20.00 WIB.

Warman Adam, Asvi. (2005). *Apakah Indonesia akan Jaya*. Yogyakarta: PT One Earth Media