

PERAN PKN MENGATASI FENOMENA KECINTAAN PRODUK LUAR YANG TERJADI DI INDONESIA

Detania Hidapenta & Dinie Anggraeni Dewi

Universitas Pendidikan Indonesia

upideta12@upi.edu

Abstrak

Ancaman yang datang mengganggu kedaulatan Indonesia dari waktu semakin beragam. Tidak hanya dalam bentuk ancaman militer yang bisa dilihat oleh mata secara langsung, tetapi ancaman tak kasat mata lainnya jauh lebih banyak megancam kedaulatan negara. Salah satu wujudnya adalah kalahnya produk lokal dengan produk luar dipasar Indonesia. Hal tersebut, jika dibiarkan secara terus menerus akan mengakibatkan rusaknya sistem ekonomi di Indonesia. Selain dari itu, apabila sistem ekonomi dalam suatu negara hancur maka kedaulatan negara pun dapat terancam. Disinilah fungsi dan peran dari nasionalisme dan bela negara perlu dikembangkan dan dipahami oleh masyarakat. Dalam hal ini selain diperlukannya pemahaman bela negara dan nasionalisme diperlukan juga sebuah realisasi dari hasil pemahaman tersebut, untuk menciptakan negara yang aman dan makmur.

Kata kunci; Ancaman, Nasionalisme, dan Bela negara

Abstract

The threats that have come to interfere with Indonesia's sovereignty have varied from time to time. Not only in the form of a military threat that can be seen directly by the eye, but other invisible threats threaten the sovereignty of the state. One form of this is the defeat of local products with foreign products in the Indonesian market. This, if allowed to continue, will result in damage to the economic system in Indonesia. Apart from that, if the economic system in a country is destroyed, the sovereignty of the country can be threatened. This is where the functions and roles of nationalism and state defense need to be developed and understood by the community. In this case, apart from the need for an understanding of state defense and nationalism, a realization of the results of this understanding is also needed in order to create a safe and prosperous country.

Key words: Threats, Nationalism, and State Defense

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang baru merdeka 75 tahun yang lalu. Sebelum mencapai kemerdekaannya, rakyat Indonesia berjuang demi mendapatkan suatu kemerdekaan bagi Indonesia. Di samping telah mendapatkan kemerdekaan, gangguan-gangguan atau ancaman akan senantiasa hadir dalam setiap kehidupan bernegara. Apalagi pada era globalisasi saat ini, ancaman pada era tersebut kini telah bertransformasi, ancaman hadir dengan berbagai wajah baru. Pengertian ancaman itu sendiri adalah segala upaya yang bisa dilakukan dari pihak dalam ataupun luar negeri yang bisa membahayakan bagi kedaulatan negara,

keutuhan wilayah, dan keselamatan bangsa. Saat ini ancaman, tidak hanya hadir dalam bentuk militer seperti peperangan atau hal dalam konteks militer lainnya. Apapun yang bisa mengancam kedaulatan negara bisa dikategorikan sebagai ancaman. (Faizia, 2018) Untuk menghadapi berbagai ancaman yang tidak tertebak inilah dibutuhkan beberapa pemahaman agar ketika ancaman tersebut datang, bisa diantisipasi dan diatasi dengan baik. Pemahaman yang paling utama yaitu mengenai nasionalisme dan bela negara oleh setiap elemen masyarakat di Indonesia.

Salah satu dari banyaknya ancaman non militer adalah munculnya paham-paham atau pemikiran yang dapat merusak

pemikiran masyarakat bangsa. Sering kali wujud dari ancaman tersebut tidak terlihat, namun dampaknya bisa dirasakan. Contoh dari dampaknya seperti lunturnya rasa cinta dan bangga terhadap produk buatan Indonesia dan cenderung lebih bangga untuk membeli dan menggunakan produk luar negeri. Rasa kecintaan terhadap produk dalam negeri merupakan salah satu pertahanan yang bisa dilakukan oleh warga biasa untuk menjaga ketahanan negara dalam bidang ekonomi. Terutama dalam bidang ekonomi, negara berkembang perlu membuat perekonomian semakin baik agar bisa dikategorikan menjadi negara maju.

(Affan dan Maksum, 2016) Nasionalisme merupakan suatu kecintaan yang bersifat alamiah terhadap tanah air. Yang mana dari kecintaan tersebut akan mendorong untuk membentuk suatu kedaulatan dan kesepakatan demi membentuk negara yang berdasar kebangsaan sesuai dengan yang telah disepakati sebagai pijakan pertama dan tujuan dalam menjalani setiap kegiatan kebudayaan dan ekonomi.

Bela negara adalah sikap serta perilaku warga negara yang berasal dari jiwa kecintaan kepada Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 untuk menjamin kelangsungan hidup bangsa serta negara. (Kartono dan Fatmawati, 2009) Upaya bela negara harus didasarkan pada kesadaran setiap warga negara, agar bisa berjalan teratur dan dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam serta menjelaskan secara singkat mengenai konsep nasionalisme dan bela negara dalam aspek kecintaan terhadap produk tanah air.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi literatur dimana data yang diperoleh

berasal dari atikel jurnal ilmiah yang sudah terpublikasikan di jurnal nasional terakreditasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

(Indrawan, 2016) Ancaman nonmiliter adalah ancaman yang menggunakan faktor nonmiliter yang diyakini dapat mengancam kedaulatan negara, keutuhan wilayah negara, dan keamanan seluruh bangsa. Ancaman nonmiliter dapat memiliki karakter ideologis, politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi dan informasi, dan keamanan umum. Karena sifat internalnya, ancaman nonmiliter memiliki dimensi yang sangat sosio-kultural, yaitu muncul di dalam negeri. Ancaman nonmiliter dipicu oleh masalah seperti kemiskinan, ketidaktahuan, keterbelakangan dan ketidakadilan. Isu-isu tersebut menjadi titik tolak permasalahan separatisme, terorisme, kekerasan, dan bencana akibat ulah manusia.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ancaman non-militer adalah ancaman nonfisik yang bentuknya tidak terlihat oleh mata, namun dampak dari ancaman tersebut tidak kalah besar dengan ancaman militer. Ancaman non militer ini biasanya muncul dan hadir merusak pemikiran bangsa, seperti mendorong untuk melunturkan rasa cinta terhadap tanah air, adanya paham-paham atau ideologi yang bertolak belakang dengan Pancasila sebagai ideologi bangsa. Dapat disimpulkan juga bahwa adanya ancaman ini bisa merusak kepribadian bangsa. Mengingat dari sifatnya yang menyerang pemikiran masyarakat, maka hal ini perlu disikapi lebih lanjut dan harus bisa dihilangkan atau mungkin dicegah.

Produk Asing

Produk asing merupakan produk berasal bukan dari Indonesia. Salah satu

wujud nyata dari adanya ancaman non-militer adalah hilangnya rasa cinta terhadap produk lokal atau produk buatan Indonesia dan lebih senang atau mencintai produk luar. Dalam era globalisasi saat ini, berbagai hal dari luar dapat masuk dengan mudah ke negara Indonesia, termasuk produk-produk buatan luar negeri. Hal ini menyebabkan beberapa masalah baru bagi para pengusaha di Indonesia. Pasalnya terlalu banyak luar negeri yang masuk ke wilayah Indonesia. Selain itu, produk luar negeri lebih dikenal oleh banyak masyarakat di Indonesia dan banyak orang juga yang membeli serta menggunakan produk-produk tersebut. Tidak hanya untuk produk busana atau *fashion*, dalam hal produk peralatan rumah tangga pula banyak dari masyarakat Indonesia memilih untuk membeli produk luar. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor.

Menurut (Ahmad, 2014) faktor yang paling kuat ada empat, yakni kualitas produk, kemasan produk, promosi produk, dan lokasi berjualan. *Pertama*, kualitas produk, banyak yang beranggapan bahwa produk luar lebih mengutamakan kualitas kemudian kuantitas. *Kedua*, Kemasan produk, Kemasan produk yang menarik dan unik cenderung akan lebih banyak menarik minat para pembeli, lain hal jika sebaliknya. *Ketiga*, promosi produk. Promosi produk yang tepat dan sesuai akan menarik perhatian pembeli sehingga mereka tertarik untuk melihat atau bahkan membeli produk yang ditawarkan. *Keempat*, lokasi berjualan. Tempat yang bersih sebagai tempat berjualan sering kali diabaikan oleh para pedagang di Indonesia, padahal hal tersebut bisa mempengaruhi tingkat penjualan. Dari pendapat inilah bisa dijadikan sebuah acuan perbaikan bagi sistem penjualan produk Indonesia agar dapat menarik minat pembeli masyarakat Indonesia.

Menurut (Siswanto, 2017) dengan membeli beragam produk dalam negeri itu

merupakan sebuah manifestasi bela negara pada era globalisasi. Bela negara bisa dikatakan sebuah bentuk kecintaan terhadap tanah air dengan upaya pertahanan negara, Indonesia. Bela negara juga dimaksudkan supaya setiap warga negara memiliki jiwa patriotisme dan nasionalisme. Bela negara tidak hanya berbentuk perhanan militer yang hanya dapat dilaksanakan oleh para TNI, warga negara biasa bisa ikut dalam upaya bela negara. Seperti tercantum dalam UUD 1945 Pasal 27 ayat (3) "*Tiap-tiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya pembelaan Negara.*" Maka dari itu, upaya bela negara harus bisa dilakukan oleh setiap warga negara Indonesia. Mengingat ancaman yang hadir dan masuk ke wilayah Indonesia dan mengancam pertahanan negara tidak hanya berasal dari ancaman militer, tetapi ancaman global non militer lainnya jauh lebih banyak hadir. Selain itu, perlu diketahui bahwa sistem pertahanan negara terdiri dari seluruh komponen pertahanan negara, yakni komponen utama, komponen cadangan, komponen pendukung, unsur utama dan unsur lain.

Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, 2014) Mahasiswa cenderung lebih bangga dan nyaman menggunakan pakaian dan *fashion* buatan Indonesia. Hal itu dikarenakan *fashion* Indonesia mengadopsi budaya timur, yang mana mengutamakan budaya kesopanan daripada gaya busana. Selain itu, bahan yang digunakan sesuai dengan iklim tropis wilayah Indonesia. Akan tetapi, pada kenyataannya para mahasiswa lebih sering membeli pakaian dan *fashion* luar negeri. Penyebabnya adalah anggapan bahwa produk luar jauh lebih berkualitas daripada produk lokal, meskipun dengan penawaran harga murah. Mendukung hasil dari penelitian ini, Ketua Indonesia Fashion Chamber (IFC) memberikan pengakuan bahwa produk

asing memang memiliki kualitas yang baik, namun dengan penawaran harga yang masih bisa dikatakan murah. Adapun pada tahun 2018 dilansir dari CNBC Indonesia 60% masyarakat Indonesia lebih memilih produk asing daripada produk lokal. Sementara itu, pada tahun 2019 merupakan tahun permulaan merebaknya budaya belanja online di Indonesia. Namun, tetap produk luar lebih banyak dibeli oleh masyarakat Indonesia, seperti dilansir dari mediaindonesia.com yakni “Produk Asing Banjiri E-Commerce Indonesia Hingga 90 Persen”.

Era globalisasi saat ini menawarkan kepada generasi muda di Indonesia ruang untuk lebih mudah mengenali dan memahami cara berpikir dan budaya lain. Memahami budaya lain terlalu dalam dan mengabaikan budaya sendiri dapat menimbulkan konsekuensi negatif. Rasa cinta pada bangsanya hilang dan rasa bangga pada bangsanya hilang. Anak muda Indonesia telah ditarik terlalu jauh ke dalam globalisasi. Banyak orang Indonesia yang masih mudamelupakan identitas nasional mereka dan bahkan tanpa mengetahui identitas nasional mereka sendiri. Kebanggaan atas apa yang bangsa Anda miliki akan merusak rasisme. Semangat nasionalisme bangsa Indonesia semakin surut. Sedangkan dalam hal produk pangan atau makanan (Soegiono, 2012) Konsumen yang cenderung memilih produk impor memiliki berbagai alasan tersendiri. Para konsumen berpendapat bahwa dengan membeli produk impor, mereka tidak perl mengkhawatirkan mengenai kualitas. Bagi mereka yang cenderung memilih produk impor ini, merasa bahwa produksi impor tidak setengah-setengah dalam membuat produk kemasan. Sejak awal keluar, sampai sekarang kualitas yang diberikan sama dan tidak jarang yang memberikan kualitas lebih baik dari sebelumnya. Sementara itu, tanggapan konsumen yang fanatik dengan

produk lokal, adalah produk lokal atau buatan Indonesia cenderung memiliki harga yang lebih murah daripada produk buatan luar negeri. Selain itu, cita rasa dari makanan buatan Indonesia lebih cocok dengan lidah para konsumen di produk Indonesia dan untuk memperolehnya tidak dibutuhkan perjuangan yang sulit.

Khairani dan Abdillah (2017) menemukan bahwa hanya etnosentrisme konsumen yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membeli konsumen, sedangkan sikap konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan konsumen membeli produk lokal.

Menyikapi permasalahan tersebut, pemerintah mencoba untuk melakukan berbagai upaya agar kembali menarik minat para konsumen agar mau untuk membeli produk buatan Indonesia. Salah satunya, dengan mengadakan kampanye 100% Cinta Indonesia. Kampanye diadakan bertujuan untuk mempromosikan kembali produk-produk buatan Indonesia agar bisa diminati kembali oleh masyarakat Indonesia. Kampanye ini diprakarsai oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, bertujuan untuk mengubah pandangan rakyat Indonesia yang selama ini mengenai anggapan bahwa produk impor berkualitas lebih baik daripada produk Indonesia. Kampanye ini diresmikan oleh Bapak Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 22 April 2009. (Wikipedia diakses pada Maret 2021)

Gambar 1.1 “100% Cinta Indonesia”



Kaitan Bela Negara dengan Nasionalisme

Menurut Budiyono (2017) Pertahanan sebenarnya merupakan suatu ketentuan konstitusional, akan tetapi signifikansinya yang sangat luas. Implementasinya membutuhkan pernyataan baru yang memenuhi persyaratan, yakni perkembangan dan tantangan zaman. Bela negara memiliki relevansi yang tinggi di era globalisasi saat ini. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pertahanan global negara Indonesia yang bangkit dari berbagai ideologi - ideologi yang muncul pada saat ini. Bela negara bisa digunakan sebagai alat untuk memupuk karakter kebangsaan dan keIndonesiaan.

(Kusumawardani dan Faturochman, 2004) Nasionalisme dalam sejarah perjuangan kemerdekaan bangsa Indonesia dikenal sebagai kata ajaib yang dapat memberdayakan masyarakat untuk melawan penindasan yang telah dilakukan oleh penjajah selama ratusan tahun. Perasaan senasib dan penerimaan dapat mengatasi perbedaan etnis, budaya dan agama untuk membawa sejarah pembentukan bangsa Indonesia. Pembentukan rasa nasionalisme tersebut tidak dapat dipisahkan dengan beberapa karakter umum yang berada dalam pembelajaran Pkn lainnya, seperti: (1) Tanggung jawab; (2) Mengenal hak dan kewajiban sebagai warga negara; (3) Menghargai keberagaman; dan (4) Berpikir logis, kritis, kreatif, dan inovatif.

Menurut (Handayani, 2019) Nasionalisme harus dapat diletakkan ke dalam konteks zaman. Hal ini mengacu pada permasalahan-permasalahan yang hadir dalam setiap zaman memiliki perbedaan. Sebagai contoh nasionalisme pada era reformasi dihadapkan pada tantangan yang berbeda dengan zaman sebelumnya, yang mana tantangan tersebut menjadi semakin rumit atau kompleks. Khususnya pada era saat ini, teknologi yang semakin maju membuat dunia semakin sempit. Segala macam informasi dan berita bisa diakses

dengan begitu mudah, Maka dari itu para generasi muda harus menjadi semakin tangguh dalam menghadapi berbagai macam ancaman di masa yang akan datang.

Pentingnya semangat nasionalisme, keberadaan negara-bangsa, dan pentingnya integrasi nasional juga terlihat dari sejarah bangsa Indonesia dan negara - negara dunia ketiga bekas jajahan. Banyak negara yang telah dilanda perang saudara, peperangan ini mengakibatkan disintegrasi negara dan bangsa karena tidak dapat lagi memupuk dan memelihara integrasi nasional, seperti Yugoslavia, Pakistan, Lebanon, bahkan negara-negara aliansi adidaya seperti Uni Soviet. Juga mengalami kerusakan. Apalagi di negara dunia ketiga seperti Indonesia, batas negara disesuaikan dengan yang diberlakukan oleh negara kolonial, sehingga sangat penting bagi daerah jajahan untuk memajukan integrasi nasional tanpa harus berkompromi dengan penduduk setempat terlebih dahulu. (Sulistiyono, 2018).

Dari banyaknya nilai yang terkandung dalam bela negara Nilai mengenai cinta tanah air merupakan nilai yang sangat berkaitan dengan nasionalisme. Ada beberapa indikator mengenai cinta tanah air dalam bela negara, yakni (1) Menjaga tanah dan pekarangan serta seluruh ruang wilayah Indonesia; (2) Jiwa dan raganya sebagai bangsa Indonesia; (3) Memiliki jiwa patriotisme terhadap bangsa dan negara; (4) Menjaga nama baik bangsa dan negara dan; (5) Memberikan kontribusi pada kemajuan bangsa dan negara. (Widodo, 2011).

Pembahasan

Peran PKN untuk membangun Rasa Nasionalisme

Pendidikan kewarganegaraan bertujuan untuk memberikan kompetensi sebagai berikut.

1. Berpikir secara kritis, rasional dan kreatif dalam menanggapi isu kewarganegaraan.
2. Berpartisipasi secara bermutu dan bertanggung jawab, dan bertindak secara cerdas dalam kegiatan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
3. Berkembang secara positif dan demokratis untuk membentuk diri berdasarkan karakter masyarakat Indonesia agar dapat hidup bersama dengan bangsabangsa lain.
4. Berinteraksi dengan bangsa lain dalam percaturan dunia secara langsung atau tidak langsung dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi

Dalam mata pelajaran PKn nilai-nilai karakter yang terkandung meliputi nilai karakter pokok dan nilai karakter utama. Nilai karakter pokok Mata Pelajaran PKn yaitu : Kereligiusan, Kejujuran, Kecerdasan, Ketangguhan, Kedemokratisan, dan Kepedulian. Sedangkan nilai karakter utama Mata Pelajaran PKn yaitu : Nasionalis, Kepatuhan pada aturan sosial, Menghargai keberagaman, Kesadaran akan hak dan kewajiban diri dan orang lain, Bertanggung jawab, Berpikir logis, kritis, kreatif, dan inovatif, dan Kemandirian. Nilai-nilai karakter utama ini dapat dikembangkan lebih luas, untuk upaya memperkokoh fungsi PKn sebagai pendidikan karakter.

Sementara itu, pendidikan karakter merupakan pendidikan yang sangat penting bagi anak-anak dalam dunia pendidikan, karena pendidikan karakter dalam dunia pendidikan ini dijadikan sebagai wadah atau proses untuk membentuk kepribadian anak agar menjadi pribadi yang baik. Tujuan dari Pendidikan karakter adalah untuk membentuk manusia Indonesia memiliki moral, membentuk manusia Indonesia yang cerdas dan rasional, membentuk

manusia yang inovatif dan suka bekerja keras, optimis dan percaya, dan berjiwa patriot. Dengan demikian pendidikan yang sangat dibutuhkan saat ini adalah pendidikan yang dapat mengintegrasikan pendidikan karakter dengan pendidikan yang dapat mengoptimalkan perkembangan seluruh dimensi anak baik dari ranah kognitif, fisik, sosial-emosi, kreativitas dan spiritual harus seimbang. Pendidikan kewarganegaraan merupakan salah satu dari mata pelajaran yang menjadi ujung tombak dalam pendidikan karakter (Munjiatun, 2018).

KESIMPULAN

Sebetulnya produk lokal bisa jauh lebih dicintai oleh masyarakat Indonesia sendiri. Mengingat ada beberapa hal yang produk Indonesia miliki sedangkan produk luar tidak miliki. Namun, perlu diperhatikan beberapa aspek agar produk bisa tetap memiliki tempat di hati masyarakat Indonesia.

Di era globalisasi saat ini, informasi sangat mudah untuk diakses serta masuk ke Indonesia, termasuk informasi mengenai produk luar negeri. Akan tetapi, sebagai warga negara yang baik haruslah bijak dalam menyikapi hal tersebut. Seperti dengan mempertimbangkan kembali ketika akan membeli produk dari luar. Di samping itu, sebagai warga negara yang baik sudah sepatutnya untuk mencintai produk dalam negeri. Tujuannya tidak lain adalah untuk menjaga sistem perekonomian dan usaha di Indonesia tetap bertahan. Karena hal itu juga merupakan tugas kita dalam menaati peraturan yang ada yaitu bela negara dan rasa nasionalisme. Baik itu, bela negara maupun nasionalisme adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan dari kewajiban sebagai warga negara demi menjaga kedaulatan negara republik Indonesia. Adapun beberapa poin penting dalam bela negara dan nasionalisme itu adalah kedua harus dapat dipahami dan

dapat berkembang sesuai zaman. Baik itu nasionalisme ataupun bela sama sama memegang peranan penting dalam hal menjaga ketahanan negara dan membebaskan bangsa ini dari ancaman militer maupun non militer.

Dalam hal pembelian produk dalam negeri, itu artinya seseorang bisa dikatakan

memiliki jiwa nasionalisme dan bela negara yang tinggi. Karena ketika mereka membeli produk dalam negeri itu artinya mereka sudah ikut membantu memajukan perekonomian Indonesia agar menjadi semakin maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M.H. dan Maksum, H. (2016). Membangun Kembali Sikap Nasionalisme Bangsa Indonesia Dalam Menangkal Budaya Asing Di Era Globalisasi. *Jurnal Pesona Dasar Vol. 3 No.4, Oktober 2016, Hal 65 – 72.* <http://e-repository.unsyiah.ac.id/PEAR/article/viewFile/7542/6209>
- Budiyono. (2017). Memperkokoh Idiologi Negara Pancasila Melalui Bela Negara. *Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Vol 5 No 1 April 2017, hal 55-63* <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/citizenship/article/view/1148>
- Handayani, S.A. (2019). Nasionalisme Dalam Perubahan Di Indonesia: Adaptasi Atau Transplantasi. *Historia, Vol. 1, No. 2 – Januari 2019.* <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JH/article/view/6917/7100>
- Indrawan, J. dan Efriza. (2016). Membangun Komponen Cadangan Berbasis Kemampuan Bela Negara Sebagai Kekuatan Pertahanan Indonesia Menghadapi Ancaman Nir-Militer. <http://jurnal.idu.ac.id/index.php/JPBH/article/view/395>
- Kusumawardani, A. dan Faturochman. (2004). Nasionalisme. *Buletin Psikologi, Tahun XII, No. 2, Desember 2004.* <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/viewFile/7469/5808>
- Munjiatun. (2018). Penguatan Pendidikan Karakter. *Jurnal Kependidikan, vol.6 No 2 November 2018.* <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/jurnalkependidikan/article/download/1924/1556#:~:text=Pendidikan%20karakter%20bertujuan%20untuk%20membentuk,dan%20percaya%2C%20dan%20berjiwa%20patriot.>
- Retnasari, L (2019). Peran Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Menumbuhkan Sikap Nasionalisme Warga Negara Muda. <http://seminar.uad.ac.id/index.php/ppdn/article/download/3331/692>
- Setiawan, E. (2014). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Fashion Lokal Dan Impor. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/download/4093/3546>
- Siswanto. (2017). Mencintai Produk Dalam Negeri Sebagai Manifestasi Bela Negara Di Era Global *Jurnal Pertahanan & Bela Negara | Desember 2017, Volume 7 Nomor 3.* Diakses dari: <http://jurnal.idu.ac.id/index.php/JPBH/article/view/231>
- Soegiono, F. (2012). Impor Vs Lokal: Studi Kasus Tentang Keputusan Membeli Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.1 No.1 (2012).* <https://media.neliti.com/media/publications/189464-ID-impor-vs-lokal.pdf>
- Sulistiyono, S.T. (2018). Nasionalisme, Negara-Bangsa, Dan integrasi Nasional Indonesia: Masih Perlukah? *Jurnal Sejarah Citra Lekha, Vol.3, No. 1, 2018, hlm.3-123* <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jscl/article/view/17912/pdf>

- Umra, S.I. (2019). Penerapan Konsep Bela Negara, Nasionalisme Atau Militerisasi Warga Negara *Lex Raissance No. 1 VOL. 4 JANUARI 2019: 164 - 178* <https://journal.uui.ac.id/Lex-Renaissance/article/download/14891/pdf>
- Widodo, S. (2011). Implementasi Bela Negara Untuk Mewujudkan Nasionalisme. *Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume I, No 1, Januari 2011.* <http://journal.upgris.ac.id/index.php/civis/article/viewFile/572/522>
- Winataputra, U.S. Modul 1 Hakikat, Fungsi, dan Tujuan Pendidikan Kewarganegaraan di SD. <http://repository.ut.ac.id/4011/1/PDGK4201-M1.pdf>
- Khairani, Z. dan Abdillah, M.R. (2018). Sikap Terhadap Kampanye 100% Cinta Indonesia, Etnosentrisme Konsumen, Dan Kesiediaan Membeli Produk Lokal Indonesia *Jurnal Daya Saing (Vol. 4, No. 3 Oktober 2018)* https://www.researchgate.net/publication/329363135_SIKAP_TERHADAP_KAMPANYE_100_CINTA_INDONESIA_ETNOSENTRISME_KONSUMEN_DAN_KESEDIAAN_MEMBELI_PRODUK_LOKAL_INDONESIA/link/5c04c05f92851c63cab62eb4/download