



Kesadaran Remaja Dalam Pengamalan Sila Ketiga Pancasila

Rusnita Hainun¹, Yoanda Oki Dayu²

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

rusnitahainun@umb.ac.id, dayu081098@gmail.com

Abstrak

Berdasarkan data yang di peroleh ketika observasi tentang kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam. Peneliti menemukan permasalahan di lapangan antara lain kurangnya kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal seperti kripik, produk agya dan bubuk kopi karena produk tersebut di produksi oleh UMKM. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan kesadaran remaja mencintai produk lokal dalam bentuk coffe caker, kripik, produk agya dan bubuk kopi yang sudah di pasarkan di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kaulitatif deskriptif yang digunakan untuk mencari tau lebih dalam lagi atau menggali.

Hasil penelitian kesadaran remaja dalam pengamalan sila ketiga pancasila (Studi deskriptif tentang kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur), maka dapat disimpulkan kesadaran remaja mencintai produk lokal seperti coffe caker itu masih banyak serta produk lokal yang lain dalam bentuk kripik, produk agya dan bubuk kopi pada bulan lalu sangat besar kecintaan remaja tetapi pada bulan ini kecintaan remaja berkurang karena UMKM untuk memasarkan produk mereka saja kurang efektif, maka dari itu remaja tidak banyak mengetahui produk lokal apa saja yang di pasarkan oleh UMKM. Selanjutnya penyebab kesadaran remaja kurang dalam mencintai produk lokal di sebabkan oleh gaya hidup dan media sosial, segi sosial dari lingkungan, eranya globalisasi, inovasi produk lokal kurang dan kurang pemasaran produk lokal sehingga remaja itu kurang untuk mencintai produk lokal. Upaya membangun kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal pertama upaya pemerintah seperti UMKM masih kurang upaya yang mana mereka memasarkan produk lokal masuk ke indomaret tidak seaktif yang dulu dan kantor penanaman modal hanya membuka pelatihan untuk pengusaha belum sampai berpikir untuk memproduksi produk lokal yang lain, sehingga upaya tersebut masih sangat kurang yang di lakukan selama ini.

Kata Kunci: *Kesadaran Remaja, Sila Ketiga Pancasila*

Abstract

Based on the data obtained when observing the awareness of teenagers in loving local products in Gunung Alam Village. Researchers found problems in the field, including the lack of awareness of teenagers in loving local products such as chips, Agya products and coffee grounds because these products are produced by MSMEs. The purpose of this study is to describe the awareness of teenagers to love local products in the form of coffee cakes, chips, Agya products and coffee grounds that have been marketed in Gunung Alam Village, Argamakmur District. The method used in this research is descriptive qualitative method which is used to find out more or dig deeper.

The results of research on adolescent awareness in practicing the third principle of Pancasila (descriptive study on adolescent awareness in loving local products in Gunung Alam Village, Argamakmur District), it can be concluded that there are still a lot of adolescent awareness of loving local products such as coffee cake and other local products in the form of chips, Agya products and coffee powder last month were very much loved by teenagers, but this month the love of teenagers is reduced because SMEs are less effective in marketing their products, therefore teenagers do not know much about what local products are being marketed by SMEs. Furthermore, the cause of adolescent awareness is less in loving local products caused by lifestyle and social media, social aspects of the environment, the era of globalization, lack of local product innovation and lack of marketing of local products so that teenagers are less to love local products. Efforts to build youth awareness to love local products, firstly, government efforts such as MSMEs are still lacking in that they market local products into Indomaret not as active as they used to be and the investment office only opens training for



entrepreneurs and has not yet thought about producing other local products. there is still very little that has been done so far.

Keywords: *Adolescent Awareness, The Third Principle Of Pancasila*

1. PENDAHULUAN

Dalam hubungan dengan hal itu, Prof. DR. Nicolaus Driyarkara, SJ (2007-2008) mengatakan“ bahwa harus mempercayai pancasila itu memiliki dasar yang lebih baik untuk negara indonesia. Kemudian beliau menyampaikan dengan ini pancasila, saya dan masyarakat indonesia sangat yakin bahwa pusaka seperti kebenaran fundamental yang kaya raya (Riyanto, Astim, 2016). Pancasila sebagai bentuk dasar filsafah negara republik Indonesia, dalam hal ini sudah disahkan dan sudah ditetapkan dalam alinea ke-empat terdapat di pembukaan UUD 1945, yang mana sudah disahkan oleh PPKI tanggal 18 agustus 1945 pancasila di tetapkan sebagai dasar negara Indonesia yaitu sudah dimengerti dalam bentuk sitem filsafat bangsa yang memiliki sumber dari nilai-nilai budaya bangsa Indonesia.

Sebagai ideologi, nilai-nilai Pancasila sudah menjadi budaya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara di Indonesia. Pancasila yang sejak dahulu diciptakan sebagai dasar negara dan sudah menjadi seperti kebudayaan negara Indonesia, atau juga digunakan sebagai pandangan hidup sudah seharusnya dijadikan pedoman bagi bangsa Indonesia dalam kehidupan bernegara, berbangsa dan bermasyarakat. Demikian juga generasi muda tidak sepenuhnya memahami nilai-nilai pancasila, pancasila yang mulai kehilangan pamornya di kalangan remaja untuk kedepanya diharapkan akan muncul kembali kejayaannya jika generasi masa sekarang mulai sadar dan memahami fungsi nilai Pancasila.

Menurut penjelasan lain dari Kaelan (2009: 117) di maksud bahwa pengamalan sila ketiga pancasila mengandung sebagai berikut pengetahuan untuk mencari tujuan yang tepat serta Negara indonesia memiliki wawasan nusantara yang mana terdapat dalam mewujudkan pulau nusantara sebagai satu kesatuan ekonomi. Pengertian sila ketiga yaitu pohon beringin melambang tempat bertedu dan berlindung manusia di bawah pohon beringin tersebut, sama hal dengan manusia atau masyarakat Indonesia yang berlindung di bawah naungan negara indonesia.

Adapun makna yang terkandung dalam simbol-simbol sila ketiga pancasila menurut Erwin (2013: 29) dalam hal ini sila ketiga pancasila di artikan sebagai pohon beringin yang mana pohon beringin terdapat agar tunjang yang tumbuh di bawah dasar tanah, selanjutnya akar pohon beringin juga tumbuh di ranting-ranting pohon beringin tersebut. Pohon beringin



terdapat di sila ketiga pancasila. Dalam hal ini sila ketiga mempunyai pengamalan yang penting di masyarakat yaitu:

- a. Rela berkorban
- b. Cinta tanah air
- c. Mencintai produk lokal
- d. Bergaul dengan teman tanpa membeda suku, ras dan adat istiadat
- e. Ikut Menjaga keamanan Lingkungan

Dari beberapa pengamalan yang ada di sila ke tiga peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai mencintai produk lokal yang mana pada saat ini masyarakat indonesia lebih mencintai produk luar negeri dibanding produk lokal terutama pada remaja. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian mengenai kesadaran remaja mencintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga pancasila di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur, di dalam penelitian ini peneliti harus menemukan suatu kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal menurut orang-orang di percaya.

Pertama menurut remaja di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur lebih mencintai produk lokal. Mereka melihat dari kualitas produk lokal tidak kalah saingan dengan produk luar negeri, dan juga menurut mereka produk lokal mudah di dapatkan. Seterusnya bisa menaikkan penjualan produk dalam negeri, bisa menaikkan ekonomi negara indonesia yang dijelaskan diatas itu ulasan dari remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur.

Dalam penelitian ini peneliti juga harus menemukan bentuk-bentuk apa saja remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur. Dari mereka mencintai produk lokal sama halnya mereka juga mencintai negara indonesia dan persatuan terhadap negara indonesia itu sangat tinggi, seterusnya juga peneliti mendapatkan informasi bahwa masyarakat tergerak untuk meningkatkan produk lokal agar remaja lebih mengenal produk-produk lokal.

Contohnya seperti (UMKM) yang sudah menjajal produk olahanya di etalase indomaret, sedangkan dalam Memorandum of quanderstending antar pemerintah kabupaten Bengkulu utara indomaret di sepakati bahwa 15-20% etalase di isi produk lokal, dalam hal ini memang ada ketentuan dan uji kelayakan suatu produk apabila hendak masuk ke indomaret, akan tetapi itu hal biasa kalau produk akan di koreksi. Sewaktu peneliti observasi kepada remaja di kelurahan gunung alam kecamatan argamakmur bahwa mereka mengatakan untuk menaikkan penjualan produk lokal kita harus mencintai produk lokal terlebih dahulu. Jadi



intinya rasa kecintaan remaja di Kelurahan Gunung Alam untuk mencintai produk lokal sebagai menitiasi bela negara itu sangat besar, ada juga ada cara lain masyarakat agar produk lokal di kenal dikalangan masyarakat menegakan suatu (UMKM), dari adanya UMKM pengembangan kearah digital yang mana upaya tersebut juga masih sangat kurang yang di harapkan oleh masyarakat.

UMKM dapat menjual produk nya melalui market place atau aplikasi online yang memfasilitaskan jual beli dari berbagai toko tujuan nya untuk mengenalkan produk-produk lokal agar remaja atau masyarakat tergerak untuk mencoba produk lokal, serta produk lokal yang di produksi oleh UMKM pada saat ini seperti kripik, produk agya dan bubuk kopi.

Menurut ketua pemuda pancasila Bapak H.bambang irawan bentuk-bentuk remaja yang mecintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan argamakmur belum maksimal dengan kata lain ada beberapa remaja yang belum sepenuhnya mencintai produk lokal, Hal ini usaha yang di lakukan remaja dalam membuka suatu usaha belum ada sama sekali dengan kata lain kurangnya remaja mencintai produk lokal ada penyampaian juga bahwa kenapa remaja rendah mencintai produk lokal, karena mereka melihat kualitas dan bentuk produk lokal apa yang mereka sukai. Jadi dalam penelitian ini peneliti sangat berupaya untuk menemukan kesadaran remaja mencintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga pancasila di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur.

Peneliti menemukan kesadaran remaja mecintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga pancasila lewat observasi, bahwa mereka menyukai kualitas produk lokal seperti coffe caker di Kelurahan Gunung Alam masih cukup memuaskan kecintaan remaja dan juga dari kalangan remaja banyak yang mengetahui coffe caker dengan kaulitasnya yang sangat bagus, coffe caker ini sudah sangat di kenal oleh remaja, maupun orang dewasa.

Seperti UMKM dan kantor penanaman modal bekerja sama untuk memasarkan produk lokal lewat indomaret tomy mas dalam bentuk makanan seperti kripik, produk agya dan bubuk kopi perlu di ketahui bahwa kecintaan remaja dalam mecintai produk lokal yang sudah di pasarkan oleh UMKM sangat besadar kecintaan remaja terhadap produk lokal tersebut pada bulan lalu. Dan ada juga bentuk-bentuk permasalahannya kenapa remaja kurang kesadarannya dalam mencintai produk lokal yang pertama mereka melihat dari kulitis serta melihat dari harga, gengsi, yang terakhir permasalahan yang utama adalah dari ekonomi karena ekonomi menengah keatas itu rata-rata mencintai produk luar. Peneliti harus menemukan kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal serta harus menemukan apa saja



penyebab kurangnya kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur.

Selanjutnya untuk menemukan upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah agar remaja itu mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur sangatlah penting. Penelitian ini berjudul "Kesadaran Remaja Dalam Pengamalan Sila Ketiga Pancasila" (Studi Deskriptif Tentang Kesadaran Remaja Dalam Mencintai Produk Lokal Di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur).

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang digunakan untuk mencari tau lebih dalam lagi atau menggali.

Sumber pengumpulan data yang di gunakan adalah kualitatif karena merupakan suatu obsevasi, wawancara dan dokumentasi. Bersarkan metode yang di gunakan kualitatif deskriptif maka di gunakan prosedur pengumpulan data:

1. Observasi

Menurut Djuniwati (2011) pengertian observasi dalam bentuk mencermati dan juga terdapat suatu catatan sismatis gejala yang akan menjadi tujuan dalam penelitian, serta Menurut kartono(2009:142) bahwa observasi adalah memberikan batasan-batasan sebagai berikut :”Studi dalam bentuk sismatis tentang menemukan kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal, untuk menemukan suatu fenomena mengapa remaja kurang dalam mencintai produk lokal dan untuk menemukan upaya apa saja yang harus di lakukan agar remaja mencintai produk lokal yaitu menggunakan studi deskriptif.

2. Dokumentasi

Adanya documetasi ini bisa melihat suatu data yang ada di lapangan seperti objektif dan pendukung data lainnya.

3. Wanwancara

Menurut Nyoman kutaratna (2010:222), dalam wawancara memperoleh dalam bentuk data dengan cara bertemu secarah lansung, mengobrol antara peneliti dengan dengan narasumber maupun individu dengan individu bisa juga dengan kelompok. Penelti melakukan wawancara dengan bapak sudarmanto,S.IP selaku lurah, bapak H.bambang irawan dan bapak sudarmanto, S.Pd selaku kepala dinas penanaman modal untuk menemukan kesadaran remaja dalam mencintai produk, dan menemukan penyebab remaja kurang dalam mencintai produk lokal serta menemukan upaya yang harus dilakukan agar remaja mencintai produk lokal.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian kesadaran remaja dalam pengamalan sila ketiga pancasila (Studi deskriptif tentang kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur), maka dapat disimpulkan kesadaran remaja mencintai produk lokal seperti coffe caker itu masih banyak serta produk lokal yang lain dalam bentuk kripik, produk agya dan bubuk kopi pada bulan lalu sangat besar kecintaan remaja tetapi pada bulan ini kecintaan remaja berkurang karena UMKM untuk memasarkan produk mereka saja kurang efektif, maka dari itu remaja tidak banyak mengetahui produk lokal apa saja yang di pasarkan oleh UMKM. Selanjutnya penyebab kesadaran remaja kurang dalam mencintai produk lokal di sebabkan oleh gaya hidup dan media sosial, segi sosial dari lingkungan, eranya globalisasi, inovasi produk lokal kurang dan kurang pemasaran produk lokal sehingga remaja itu kurang untuk mencintai produk lokal. Upaya membangun kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal pertama upaya pemerintah seperti UMKM masih kurang upaya yang mana mereka memasarkan produk lokal masuk ke indomaret tidak seaktif yang dulu dan kantor penanaman modal hanya membuka pelatihan untuk pengusaha belum sampai berpikir untuk memproduksi produk lokal yang lain, sehingga upaya tersebut masih sangat kurang yang di lakukan selama ini.

Berdasarkan dalam sila ketiga pancasila melambang pohon beringin yang mana pohon ini tempat bertedu manusia di bawah pohon beringin tersebut. Sama hal nya dengan masyarakat indonesia yang berlindung di bawah naungan negara indonesia, selanjutnya pohon beringin ini terdapat akar tunjang yang tumbuh di bawah dasar tanah serta akar pohon beringin ini terdapat di ranting-ranting nya. pada tahun 1999, 2000, 2001 dan 2002, dicantumkan kalimat, “Lambang Negara ialah Garuda Pancasila dengan semboyan Bhinneka Tunggal Ika.” Adapun makna yang terkandung dalam symbol-simbol sila Pancasila menurut Erwin (2013: 29)-Dalam hal ini sila ketiga pancasila terdapat lima pengamalan penting di dalam masyarakat :

- Rela berkorban
- Mencintai tanah air
- Mencintai produk lokal
- Bergaul dengan teman tanpa memandang budaya, suku, dan agama
- Menjaga keaman lingkungan



Jadi peneliti memfokuskan ke point yang ketiga yaitu mencintai produk lokal setelah ditemukan beberapa data yang diinginkan, baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Maka peneliti akan menganalisa temuan yang sudah ada dan juga peneliti akan memodifikasi temuan yang sudah ada sebelumnya, setelah itu peneliti membangun teori yang baru serta akan menjelaskan tentang implikasi-implikasi Dari hasil penelitian. Tentang Bagaimana kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal, Mengapa remaja kurang dalam mencintai produk lokal dan Upaya apa saja agar remaja mencintai produk lokal. Sebagaimana dijelaskan dalam teknik analisis data dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif (Pemaparan) dan juga data yang sudah diperoleh peneliti baik secara Observasi, wawancara dan dokumentasi dari pihak-pihak yang sudah mengetahui tentang data-data yang akan dibutuhkan oleh peneliti. Adapun data-data sebagai berikut.

1) Kesadaran Remaja Dalam Mencintai Produk Lokal Dalam Pengamalan Sila Ketiga Pancasila

a. Bentuk-bentuk Kesadaran Remaja Dalam Mencintai Produk Lokal

Pembahasan hasil penelitian ini adalah tentang bentuk-bentuk kesadaran remaja mencintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga pancasila di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan kesadaran remaja mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam, Seperti coffee caker masih banyak yang mencintai coffee caker tersebut tetapi produk lokal yang lain seperti kripik, produk agya dan bubuk kopi yang diproduksi oleh UMKM kesadaran remaja masih sangat kurang yang mana UMKM untuk memasarkan produknya kurang efektif pada saat ini serta remaja pada saat ini tidak banyak mengetahui produk-produk lokal apa saja yang dipasarkan oleh UMKM.

b. Kecintaan Remaja Dalam Mencintai Produk Lokal

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah didapatkan kecintaan remaja mencintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga pancasila di Kelurahan Gunung Alam, kecintaan remaja seperti coffee caker asli buatan masyarakat Bengkulu utara masih banyak yang mencintai coffee caker. Sedangkan seperti kripik produk agya dan bubuk kopi yang diproduksi oleh UMKM kecintaan remaja hanya sedikit, mengapa kecintaan remaja hanya sedikit karena UMKM untuk memasarkan produk lokal tersebut sangat kurang sehingga remaja maupun masyarakat tidak banyak mengetahui produk-produk lokal apa saja yang dipasarkan oleh UMKM.

2) Penyebab Remaja Kurang Kesadarannya Mencintai Produk Lokal



a. Gaya Hidup dan Media Sosial

Berdasarkan hasil wawancara yang membahas tentang gaya hidup dan media sosial timbulnya kekurangan kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur, bahwa gaya hidup sangat besar penyebab kurangnya kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal yang mana remaja itu sangat ingin mengikuti budaya asing, cara berpakaian, serta aksesorisnya maka dari itu timbulnya rasa ingin tahu remaja untuk mengikuti gaya hidup yang lebih dominan di masa sekarang. Media sosial kita mengetahui bahwa banyak sekali produk-produk luar yang sering di tayangkan di media sosial, terumanya di kelurahan gunung alam ini banyak sekali yang menjual produk luar lewat sosial media karena rasa ingin tahu remaja itu sangat tinggi, maka mereka akan membeli produk luar tersebut dengan harga yang sesuai menurut dan kualitasnya juga bagus. Maka dengan ini produk lokal akan kalah bersaing dengan produk luar tersebut itulah mengapa kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal.

b. Segi Sosial Dari Lingkungan

Segi sosial dari lingkungan penyebab kurangnya kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal selanjutnya yang mana remaja di kelurahan gunung alam sering sekali mengikuti tempat lingkaran remaja itu berkumpul, karena dari satu orang dalam lingkungan remaja itu mencintai produk luar maka remaja yang lain ingin juga mengikuti untuk mencintai produk luar, dalam hal ini segi sosial dari lingkungan penyebab yang terbesar selanjutnya karena kebanyakan remaja ingin tahunya sangat tinggi.

c. Eranya Globalisasi

Berdasarkan hasil wawancara tentang eranya globalisasi remaja kurang kesadaranya untuk mencintai produk lokal, bahwa dalam eranya globalisasi seperti sekarang perdagangan dari luar negeri banyak yang masuk ke negara indonesia, serta di media sosial banyak sekali penjualan-penjualan online produk luar dengan kualitas yang bagus dan harga yang sesuai dengan ekonomi remaja itu sendiri. Maka dari itulah remaja kurang kesadaranya untuk mencintai produk lokal karena banyak sekali di era globalisasi ini perdangan online marak terjadi karena remaja rasa ingin tahunya sangatlah tinggi dan mudah terpengaruh oleh hal-hal yang baru serta remaja di zaman sekarang sangat mudah mengakses media sosial.

d. Inovasi Produk Kurang dan Kurang Pemasaran Produk

Berdasarkan hasil wawancara tentang inovasi produk di kelurahan gunung alam masih sangat kurang yang mana produk yang di produk saja hanya dalam bentuk makanan dan bubuk kopi, karena remaja mencintai produk lokal berbeda-beda oleh karena itulah remaja kurang



kesadarannya untuk mencintai produk lokal inovasi produk lokal di kelurahan masih sangat kurang. Pemasaran produk lokal juga masih kurang yang mana UMKM saja memasarkan produk lokal masuk ke indomaret pada saat ini tidak seaktif yang yang dulu seperti mau mati, hal inilah kurangnya kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal karena mereka tidak mengetahui produk-produk apa saja yang sudah di pasarkan dan juga remaja di Kelurahan Gunung Alam tidak banyak yang mengetahui produk-produk apa saja yang di produksi di Kelurahan Gunung Alam, serta masyarakat maupun remaja tidak belajar berwirausaha sampai saat ini produk lokal di kelurahan gunung yang lainnya belum ada di produksi sama sekali.

3) Upaya Membangun Kesadaran Remaja Untuk Lebih Mencintai Produk Lokal

a. Cara Membangun Kesadaran Remaja Untuk Mencintai Produk Lokal

Berdasarkan hasil wawancara membahas tentang cara membangun kesadaran remaja untuk mencintai produk lokal, pertama dengan cara bersosialisasi dari bersosialisasi maka remaja akan banyak mengetahui produk-produk apa yang di pasarkan, selanjunya membenahi pendidikan pada remaja itu dulu dari membenahi pendidikan maka remaja itu akan berpikir bahwa sangat penting untuk mencintai produk lokal, serta naikan kualitas produk lokal di Kelurahan Gunung Alam agar inovasi produk meningkat, belajar untuk memproduksi produk lokal yang lain supaya masyarakat akan menumbuhkan kecintaan mereka terhadap produk lokal bila mana produk lokal yang lain di produksi. Dan membentuk suatu even-even atau promo tujuanya untuk memperkenalkan produk-produk apa saja yang di pasarkan dan juga sampaikan kualitas produk lokal itu kedalam event-event yang di bentuk.

b. Upaya Yang Harus di Lakukan Pemerintah Membangun Kesadaran Remaja Untuk Mencintai Produk Lokal

Berdarkan hasil wawancara membahas tentang upaya yang harus di lakukan pemerintah membangun kesadaran remaja untuk lebih mencintai produk lokal, pertama dengan cara bersosialisasi tujuanya sangat penting karena memperkenalkan produk-produk apa saja yang di pasarkan. Dalam hal ini upaya pemerintah di kelurahan Gunung Alam sangat kurang upaya yang di lakukan karena UMKM memasarkan produk lokal tidak seaktif yang dulu serta inovasi produk menurun pada tahun ini.

Upaya pemerintah seperti kantor penanaman modal membuka pelatihan-pelatihan untuk pengusaha serta melatih cara packing, dan juga cara memasarkan produk lokal agar masuk kepasar, dan juga membimbing indomaret tomy dalam bentuk bagaimana memasarkan produk-produk lokal. Tetapi upaya tersebut masih sangat yang di lakukan karena kantor penanaman modal baru membuka suatu pelatihan untuk pengusaha dan mereka belum sama



sekali untuk memproduksi produk lokal yang lain, sehingga upaya tersebut masih sangat kurang dan juga tidak tampak upanya dengan masyarakat maupun remaja.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang di kemukakan di atas, skripsi ini membahas tentang kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur, maka permasalahan ini yang dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1) Kesadaran remaja mencintai produk lokal dalam pengamalan sila ketiga Pancasila di Kelurahan Gunung Alam seperti coffe caker. Cukup banyak remaja meminati mulai dari umur 18-22 tahun karena produk tersebut di pasarkan di kafe. Sedangkan produk lokal yang di produksi oleh UMKM itu tidak banyak remaja yang meminatinya. Pertama karena pemasarannya kurang konsisten contoh produk lokal yang di produksi oleh UMKM kripik, produk agya dan bubuk kopi.
- 2) Penyebab kurangnya kesadaran remaja dalam mencintai produk lokal terkait pengamalan sila ketiga pancasila. Pertama dari segi sosial lingkungan, media sosial dan gaya hidup, eranya globalisasi serta inovasi produk lokal menurun dan pemasaran produk lokal juga kurang sehingga remaja sangat sulit untuk menumbuhkan kecintaanya terhadap produk lokal di Kelurahan Gunung Alam Kecamatan Argamakmur. Karena banyak sekali penyebab mehalangi remaja untuk lebih mencintai produk lokal di zama eranya globalisasi seperti sekarang.
- 3) Upaya-upaya yang harus di lakukan agar remaja dapat lebih mencintai produk lokal. Pertama dari masyarakat harus ikut membangun kesadaran remaja supaya lebih mencintai produk lokal. Kedua kantor penanaman modal berupaya untuk membangun kesadaran remaja maupun masyarakat agar lebih mencintai produk lokal dengan cara membuka pelatihan bagi pengusaha-pengusaha dan memperatekan cara pemasaran produk yang ingin di jual. Selanjutnya membuka *event-event* dan untuk memperkenalkan produk lokal yang di produksi kepada masyarakat maupun remaja.

5. DAFTAR PUSTAKA

Alden. B, a. (Mei 2012-ISSN). Jurnal edisi ke-VII. *Berbagai produk luar*. 2085-1375.

Arumsari. A.d. (2012). Tentang produk. *Menyatakan tentang kaulitas produk*, 45.



- Assauri. (2010). Strategi pemasaran. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada cv. Master pasir pangraian kabupaten rokan hulu*, 81.
- Dalimunthe. (2002). Data ekonomi. *Pendapat keluarga*.
- Darmodiharjo. (2002). *Pancasila sebagai pandangan hidup di gunakan sebagai petunjuk arah atau semua aktifitas hidup dalam kehidupan*. Pengertian pancasila. No.8.
- Davis, G. d. (2013). *Pengertian Kualitas*. Kedalam segi.
- Dur, G. (2002). *Pancasila sebagai ideologi bangsa artinya setiap warga republik indonesia terikat*. Ideologi negara merupakan ideologi bangsa, 163.
- Hurlock. (2001). Perkembangan remaja menuntut pendidikan tinggi, 220.
- Kaelan. (2005). Pancasila sebagai Ideologi, dan bangsa negara, *Menyatakan bahwa indeologi sebagai perdagangan masyarakat karakteristik*. No.9.
- Kartajaya. (2009 Vol 2). *Tekonlogi membuat kemasan berupa fungsi*. Membuat apa yang di lindungi. 1, 200.
- Kartono,M. (2011). *Pengertian observasi*. BAB I. Nomor.142.
- Kassudyarsana. (2016). Lokal brand. *Mendorong pemasaran*.
- Kassudyarsana. (2016). Merek global. *dibandingkan produk lokal*.
- Kotler. (2014). *Tentang kurangnya inovasi produk*. Menyatakan inovasi produk, 36.
- McCarthy, p.d (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Studi kaulitatif deskriptif konsumen. Hlm 330-331.
- Meleong. (2007). Triangulasi teknik. *Studi deskriptif kaulitatif prilaku konsumen*.
- Moleong, J.L. (2011). Metodologi penelitian kaulitatif Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong. (Penelitian adalah penelitian yang di maksud tentang apa yang di alami oleh subjek). *Pendekatan dan jenis penelitian kaulitatif*. Tahun 2008. Nomor. 6.



Nasution . (Bahwa penelitian Kualitatif mengamati mengamati orang-orang dalam lingkungan hidupnya. *Pendekatan dan jenis penelitian kaulitatif*. Tahun 2003. Nomor. 5.

Performa. (Volume. 2. Nomor 5, Desember 2017). Perbedaan brand preference konsumen pada produk. *Jurnal manajemen dan start up Bisnis*, 679-687.

Performa. (Volume.2 Nomor 5, desember 2017). Perbedaan Brand Preference konsumen pada produk. *Jurnal manajemen dan start Up bisnis Metode penelitian* 679-687.

Poespowardojo, S. (2003). Pancasila Sebagai ideologi negara. *Pengertian ideologi yaitu pandangan cita-cita nilai dan keyakinan yang di wujudkan dalam kokrit*. 44.

Sharma, S. a. (2007). *Mencintai produk dalam negeri dalam negeri sebagai menetasi*. Pengertian prilaku konsumen.

Siswanto. (2017). Mencintai Produk dalam negeri sebagai menifestasi. *Jurnal pertahanan & bela negara*. Desember 2017. No 3.

Sugiyono. (Mengemukakan bahwa metode penelitian di artikan sebagai ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. *Pendekatan dan jenis penelitian*. Tahun 2003. Nomor.3.

Ubaidillah. (2000). *Pancasila sebagai ideologi, dan bangsa negara*, pengertian ideologi. No.3.

Zhui, d. D. (2010). Pemasaran melalui internet. *Banyaknya produk dan brand produk di China melalui join ventures atau infor melalui belahan dunia*.