

Pengaruh Tingkat Ketertarikan Brand Lokal Jakcloth dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Nasional

Cinta Rahmi*, Fauzan Rasyid Nabawi*, Lulu Fatimah Azzahra* dan Jibran Aufa Rajabi *

*Mahasiswa Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 23 Desember 2024

Disetujui 22 Januari 2024

Keywords:

Brand Lokal

Jackloth

Pendapatan Nasional

ABSTRAK

Abstract : *This research focuses on the influence of the level of interest in the local brand Jakcloth and its impact on national income. The aim of this research is to provide information to the wider community regarding the influence that occurs on interest in local brands, especially Jakcloth and what impact it has on the economy, especially national income. In this paper the author took 4 original and valid data. The method used is a qualitative research method, namely an interview method that combines the focus of data collection and data analysis. The research instrument is a list of questions that we created through data analysis in previous research so that it can be accepted. Our research results can show that the data from these three sources contain various variations. The conclusion of this national research is that the influence of the level of interest in the local brand Jakcloth has an impact, influence and the income expected by the Indonesian state.*

Abstrak : Penelitian ini fokus pada pengaruh tingkat minat terhadap merek lokal Jakcloth dan dampaknya terhadap pendapatan nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai pengaruh yang terjadi terhadap minat merek lokal khususnya Jakcloth dan apa dampaknya terhadap perekonomian khususnya pendapatan nasional. Dalam tulisan ini penulis mengambil 4 data asli dan valid. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yaitu metode wawancara yang memadukan fokus pengumpulan data dan analisis data. Instrumen penelitian berupa daftar pertanyaan yang kami buat melalui analisis data pada penelitian sebelumnya sehingga dapat diterima. Hasil penelitian kami dapat menunjukkan bahwa data dari ketiga sumber tersebut mengandung berbagai variasi. Kesimpulan dari penelitian nasional ini adalah pengaruh tingkat minat terhadap Jakcloth merek lokal mempunyai dampak, pengaruh dan mempunyai pendapatan yang diharapkan oleh negara Indonesia.

Open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Alamat Korespondensi :

Cinta Rahmi,

Mahasiswa Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam,

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Jl. Ir. H. Djuanda No. 95, Cempaka Putih, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

E-Mail : cinta@stieganasha.ac.id

Pendahuluan

Pendapatan nasional adalah pendapatan yang diterima dari setiap anggota masyarakat atau rumah tangga yang digunakan atau dikonsumsi secara langsung pada waktu atau tahun tertentu. Oleh karena itu, jika produksi barang dan jasa tidak digunakan, maka barang dan jasa tersebut akan terbuang sia-sia jika tidak dikonsumsi. Dan hal ini akan mengakibatkan produk-produk menjadi terbuang sia-sia sehingga tidak masuk dalam pendapatan masyarakat atau yang disebut pendapatan nasional.

Penelitian sebelumnya terkait judul ini antara lain dilakukan. Pertama, menurut (Haryati, 2013) Pendapatan nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima seluruh rumah tangga (RTK) suatu negara dari penyediaan faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun. Perhitungan ini didasarkan pada asumsi bahwa pendapatan nasional adalah total biaya hidup selama setahun. Konsep

pendapatan nasional pertama kali dicetuskan oleh orang Inggris Sir William Petty, yang mencoba memperkirakan pendapatan nasional negaranya pada tahun 1665. Namun pandangan ini tidak diterima secara luas oleh para ekonom saat ini. Alat utama untuk mengukur aktivitas perekonomian adalah Produk Nasional Bruto (GNP) yaitu jumlah total produksi barang dan jasa yang dihasilkan suatu negara per tahun yang diukur dengan harga pasar. Oleh karena itu, pengertian pendapatan nasional adalah ukuran total nilai barang dan jasa yang diproduksi suatu negara selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), yang dinyatakan dalam satuan moneter. Kedua, menurut (Ani, 2012) Pendapatan nasional adalah ukuran total nilai barang dan jasa yang diproduksi suatu negara selama periode tertentu, biasanya satu tahun, yang dinyatakan dalam satuan moneter. Ketiga, menurut (Mulyawan & Alia, 2020) Dalam hal pendapatan nasional, salah satu kriteria yang dapat digunakan untuk menilai keadaan perekonomian suatu negara adalah pendapatan nasional. Tujuan penghitungan pendapatan nasional adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat perekonomian yang dicapai dan nilai produk yang dihasilkan, struktur total pengeluaran, dan kontribusi sektor-sektor perekonomian, serta berbagai tingkat kesejahteraan yang dicapai. Keempat, menurut (Ilmanita & Aimon, 2019), pendapatan nasional menggambarkan tingkat pendapatan masyarakat suatu negara, sehingga pendapatan nasional mempengaruhi impor suatu negara.

Selanjutnya Kelima, menurut Sukirno dalam (Hasan et al., 2023) Pengusaha dapat menggunakan perkiraan ini untuk merencanakan kegiatan ekonomi di masa depan dan mengembangkan strategi ekonomi untuk pembangunan negara. Selain itu, faktor-faktor seperti konsumsi, tabungan, investasi, permintaan dan penawaran agregat seringkali mempengaruhi pendapatan nasional. Keenam, menurut (Murdo & Affan, 2020) Pendapatan nasional merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi perekonomian suatu negara pada periode tertentu. Pendapatan nasional adalah PDB, atas dasar harga berlaku dan harga konstan. Ketujuh, menurut (Mulyatno, 2022) Pada dasarnya besar kecilnya pendapatan nasional bergantung pada kemampuan masyarakat suatu negara, khususnya dalam bidang perekonomian. Semakin tinggi tingkat kemampuan ekonomi penduduk suatu negara, maka semakin tinggi pula pendapatan nasionalnya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat PDB yang mengukur kapasitas ekonomi penduduk suatu negara, maka semakin rendah pula pendapatan nasionalnya. Kedelapan, menurut (Budiarti, 2015) Kriteria yang paling banyak digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu perekonomian meliputi pendapatan nasional, produk nasional, kesempatan kerja, tingkat harga, dan posisi neraca pembayaran luar negeri. Di antara berbagai kriteria acuan tersebut, yang paling mendapat perhatian dalam makroekonomi adalah pendapatan nasional. Kesembilan, menurut (Khilmia et al., 2022) Perhitungan pendapatan nasional juga dapat digunakan untuk menjelaskan kerangka hubungan antar variabel makroekonomi, yaitu: produksi, pendapatan, dan pengeluaran. Kesepuluh, menurut Marasabessy dalam (Pane, 2023) pada masa kekhalifahan masa lalu, khususnya pada masa Khalifah Ali bin Abi Thalib yang terus berusaha melakukan berbagai kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan umat Islam dan mencapai surplus perdagangan, hal ini menunjukkan bahwa ekspor barang non modal lebih tinggi dibandingkan ekspor barang non modal, impor, kegiatan.

Topik penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh pada ketertarikan brand lokal terutama Jakcloth beserta dampaknya pada Pendapatan Nasional mengingat Jakcloth adalah brand yang sering mengumpulkan tenant – tenant brand lokal terkenal yang dikatakan hampir bisa menaklukkan brand internasional, lalu apakah Indonesia menerima dari Pendapatan Domestik Bruto? Menurut (Wijaya & Utama, 2016) Oleh karena itu, industri mempunyai peranan dalam perekonomian Indonesia yang ditunjukkan dengan kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB) dan luasnya lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, industri dalam operasionalnya juga menggunakan berbagai input baik dari sektor pertanian maupun sektor lainnya. Integrasi antar industri ini merupakan hal yang baik karena akan mendorong tumbuhnya industri lain dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya, banyaknya brand – brand lokal terutama bidang fashion yang semakin terkenal seperti Ventela, Compass, Erigo dan sebagainya. Ada baiknya kita harus mengetahui tujuan brand lokal diciptakan terutama di Jakcloth yang sudah disebutkan banyak mengadakan tenant – tenant brand lokal baik yang terkenal maupun sedang tahap untuk terkenal. Menurut (Cornellin & Paramita, 2019) Tentu saja banyak terobosan yang dilakukan para pengusaha dalam mempromosikan merek lokal melalui periklanan dan pemasaran agar produk unggulan yang dihasilkannya dikenal luas oleh masyarakat. Kedua, menurut (Aulia et al., 2022) Di era modern, persaingan industri di dunia ritel semakin berkembang dan semakin kompetitif. Maraknya merek lokal tentu saja bukan tanpa alasan: peningkatan kualitas membuat banyak calon pengusaha tertarik untuk bersaing di dunia retail dengan mengutamakan kualitas produk agar dapat dipercaya dalam segala aktivitas konsumen. Ketiga, menurut (Rahma, 2018) Meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut mendorong perkembangan perekonomian masyarakat. Khususnya di kalangan anak muda, interaksi antar anak muda tidak bisa dipisahkan dari fashion. Laju perekonomian saat ini telah melahirkan tren-tren sosial baru yang menjadi kabar baik bagi perkembangan produk dalam negeri, dalam hal ini fashion. Perusahaan pakaian adalah istilah yang digunakan untuk menyebut perusahaan yang memproduksi pakaian dengan mereknya sendiri. Pada awalnya produk yang dihasilkan adalah kaos oblong,

namun seiring dengan meningkatnya permintaan dan permintaan pelanggan, produk tersebut meluas ke celana, dompet, tas dan aksesoris lainnya.

Keempat, menurut (SAGIYANTO, 2015) Biasanya produk yang dicetak pada pakaian merupakan hasil produksi sendiri dari industri kecil atau produksi dalam negeri, sehingga jumlah yang dihasilkan sangat terbatas. Industri ini mengembangkan mereknya sendiri. Brand independen ini kerap digemari anak muda karena tidak memiliki nilai pasar dan memiliki image eksklusif. Produk pakaian tidak diproduksi secara massal, hal ini dilakukan untuk menjaga citra kemewahan produk. Hal inilah yang menyebabkan pakaian begitu populer di kalangan anak muda dan hal ini juga ditandai dengan pesatnya pertumbuhan pakaian yang merambah tidak hanya pusat perbelanjaan namun juga pasar media online. Kelima, menurut (Aldo Norma Bayu Sulisty, 2023) Di era globalisasi, persaingan di dunia fashion semakin ketat yang secara tidak langsung akan mempengaruhi upaya perusahaan dalam menghasilkan produk fashion lokal yang stylish dan elegan. Jumlah merek fesyen lokal semakin bertambah, namun jumlah pasti merek fesyen lokal yang ada di Indonesia masih belum diketahui. Dalam perkembangan dunia fashion, ada sebuah event fashion yang dikenal masyarakat Indonesia yaitu Jakcloth. Keenam, menurut (Raharjo, 2022) Kemunculan brand retail lokal di Indonesia mendapat sambutan positif dari masyarakat Indonesia. Dengan diadakannya acara pasar pakaian seperti Jakcloth atau Kickfest pada waktu-waktu tertentu, hal ini memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian dan meningkatkan brand awareness di masyarakat luas. Selain itu, acara ini juga dapat menjadi wadah bagi generasi muda untuk unjuk minat dan kemampuan berbisnis. Ketujuh, menurut (Fardiana Putri et al., 2022) Banyak juga penjual yang menawarkan produk-produk modis dengan menawarkan desain fashion yang modern dan benar-benar mengikuti perkembangan tren. Remaja cenderung suka membeli barang-barang yang sedang tren karena tidak ingin ketinggalan zaman, hal ini berdampak pada konsumsi yaitu berbelanja secara berlebihan bukan untuk kebutuhannya tetapi juga untuk memuaskan keinginannya.

Tinjauan Pustaka

Alasan kami memilih judul ini karena melihat pada urgensi produksi brand lokal yang lebih berfokus pada tenant – tenant yang diadakan oleh acara yang bernama Jakcloth serta bagaimana ketertarikan para Masyarakat Indonesia terkait brand tersebut dan apa dampaknya terhadap pendapatan nasional dengan menggunakan teori seperti pendapatan domestik bruto dan produk nasional bruto. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh tingkat ketertarikan brand lokal yang diadakan oleh Jakcloth lalu apa dampaknya sendiri bagi pendapatan nasional itu?

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu adalah mengkerucutkan pemahaman tentang pendapatan nasional dengan studi kasus pengaruh tingkat ketertarikan brand lokal Jakcloth serta dampak dari Jakcloth tersendiri itu bagaimana. Peneliti juga sudah menyiapkan teori – teori yang berkaitan antara pendapatan nasional serta brand lokal Jakcloth baik dari berbagai para ahli yang dimana sudah meneliti terlebih dahulu.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam proses pembuatan jurnal ini adalah jenis penelitian yang mengkaji data permasalahan terkait Pengaruh Tingkat Ketertarikan Brand Lokal Jakcloth dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Nasional oleh karena itu, identifikasi masalah yang berkaitan dengan topik yang sedang dipelajari dengan cara merumuskan masalah sesuai dengan fokus masalah yang sedang dipelajari.

Penulis akan melakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik wawancara menggunakan tanya jawab, pertemuan tatap muka dengan mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan dan mengajukan pertanyaan tambahan sebagai informan memberikan jawaban. Mewajibkan semua penyedia informasi untuk memenuhi persyaratan data yang diperlukan. Datanya diperoleh dari pandangan para Masyarakat Indonesia terkait brand Jakcloth. Rancangan penelitian ini dirancang untuk mengetahui bagaimana cara brand Jakcloth dalam mendalami teori dari pendapatan nasional itu.

Menurut (Rachmawati, 2007) Wawancara penelitian kualitatif sedikit berbeda dengan wawancara lainnya seperti perekrutan karyawan baru, penerimaan mahasiswa baru, atau bahkan penelitian kuantitatif. Wawancara dalam penelitian kualitatif adalah percakapan yang mempunyai tujuan dan dimulai dengan beberapa pertanyaan informal. Kedua, menurut (Adlini et al., 2022) Menulis artikel menggunakan metode penelitian yang umum, umum dan standar. Saat menulis hasil penelitian dalam bentuk artikel, seringkali orang diminta untuk memaparkan metode penelitian.

Oleh karena itu, karena artikel ditulis pendek, padat, sederhana dan to the point, maka cukup dengan menyorot metode tertentu dengan menggunakan tanda kutip dan tidak menguraikannya. Oleh karena itu, metode penelitian akan dikembangkan secara umum, konvensional dan standar. Kecuali penjelasan itu diperlukan ketika menerapkan metode penelitian baru dan unik

Peneliti akan memulai pencarian data dengan menggunakan data pada wawancara yang didapat sesuai dengan apa yang ada dalam rumusan masalah penelitian, peneliti akan merumuskan masalah lebih mengkaji kembali. Maka instrument penelitian ini berisikan “Bagaimana tingkat ketertarikan masyarakat terhadap brand lokal Jakcloth, dan apakah terdapat tren peningkatan atau penurunan dalam beberapa tahun terakhir?”, “Faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth, seperti inovasi produk, strategi pemasaran atau keterlibatan dalam kegiatan sosial?”, “Adakah upaya pemerintah atau pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pertumbuhan merek lokal Jakcloth dan sejauh mana dampak dukungan tersebut terhadap perekonomian nasional?”, “Bagaimana merek lokal Jakcloth mampu bersaing dengan merek internasional, dan apakah keberhasilannya dalam bersaing akan berdampak positif terhadap perdagangan internasional dan pendapatan nasional?”, “Apa harapan anda kedepannya pada brand lokal Jakcloth serta bagaimana cara mempertahankan acara Jakcloth ini dalam tiap tahunnya di berbagai provinsi seperti jakarta, tasik, lampung dll?”.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil instrumen berupa analisis data pada wawancara yang telah kami lakukan dengan 3 narasumber yang antara lain Rifqi Zidan Nugraha, Bilal Robby dan Shella Selvia Putri ada beberapa indikator yang ditunjukkan dalam hasil pengumpulan data pendahuluan.

Bagaimana tingkat ketertarikan masyarakat terhadap brand lokal Jakcloth, dan apakah terdapat tren peningkatan atau penurunan dalam beberapa tahun terakhir?

“Dalam beberapa tahun terakhir, tingkat ketertarikan masyarakat terhadap brand lokal Jakcloth terus mengalami peningkatan. Bazar Jakcloth menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan berbagai merek lokal dan produk Indonesia. Masyarakat semakin menyadari bahwa brand lokal tidak hanya sebanding dengan brand internasional, namun juga dapat dianggap lebih baik dalam hal kualitas dan inovasi.”

Dapat dihasilkan pada penelitian data melalui wawancara ini khususnya bagaimana Tingkat ketertarikan Masyarakat Indonesia dengan brand lokal yang diadakan Jakcloth cukup signifikan meningkat menyinggung ucapan dari Zidan bahwasanya “adanya bazar jackcloth ini umumnya tiap tahun itu meningkat karena, selain memperkenalkan Brand lokal atau brand yang ada Indonesia ini” lalu berkaca menurut Shella “Tidak ada tren yang jelas mengenai peningkatan atau penurunan minat terhadap Jakcloth dalam beberapa tahun terakhir, tetapi merek ini telah berhasil membangun citra dan reputasi positif di kalangan konsumen melalui acara dan produknya yang berkualitas.”.

Yang jelas menurut para narasumber ketertarikan brand lokal Jakcloth meningkat dengan maksud pada tujuannya untuk memperkenalkan brand – brand lokal kepada khalayak umum lebih tepatnya Masyarakat Indonesia agar mereka tidak hanya selalu mengenal dengan brand luar saja dan untuk tren peningkatan dalam beberapa tahun terakhir juga sudah termasuk baik karena tenant atau bazar yang diadakan oleh Jakcloth sendiripun dapat membangun citra dan reputasi positif di kalangan konsumen melalui acara dan produknya yang berkualitas.

Faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth, seperti inovasi produk, strategi pemasaran atau keterlibatan dalam kegiatan sosial?

“Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth melibatkan beberapa hal berikut. Pertama, harga produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Selanjutnya, kualitas produk juga menjadi daya tarik masyarakat. Dirinya yakin ingin memastikan bahwa brand lokal mampu bersaing dengan standar internasional. Kelebihan lainnya adalah produksi lokal tidak memerlukan waktu lama, sehingga memudahkan konsumen untuk memperoleh produk tanpa harus menunggu dalam jangka waktu yang lama.”

Pernyataan terkait faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth, peneliti sudah menghasilkan dan mengumpulkan data-data wawancara pada 3 narasumber yaitu pertama mulai dari faktor harga terus dilihat juga dari segi kualitas nya kadang ada juga orang lokal yang ingin mengetahui seberapa kualitasnya bahan atau barang brand lokal di bandingkan brand luar, kedua strategi Pemasaran-Pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial untuk ikut mempromosikan brand dan yang terakhir melakukan kerjasama influencer untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth.

Adakah upaya pemerintah atau pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pertumbuhan merek lokal Jakcloth dan sejauh mana dampak dukungan tersebut terhadap perekonomian nasional?

“Upaya dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung pertumbuhan merek lokal Jakcloth terlihat melalui dukungan dalam penyelenggaraan acara bazar di berbagai kota. Pemerintah memberikan izin, mendukung penuh, serta mengakui pentingnya memperkenalkan dan mempromosikan brand lokal kepada masyarakat hingga tingkat internasional. Keberadaan Jakcloth menjadi bukti nyata bahwa pemerintah bersedia membantu dan mendorong industri kreatif dalam negeri.”

Upaya pemerintah dalam mendukung pertumbuhan merk lokal di Jakcloth menurut para narasumber memberikan pendapatnya yaitu tiap kota pasti pemerintah membantu dan mensupport brand lokal yang nantinya akan ada di jackcloth, Karena pasti memerlukan izin juga untuk mengadakan acara bazar jackcloth ini, pemerintah sering kali memberikan kesempatan dengan langkah-langkah untuk mendukung pertumbuhan industri kreatif dan pelaku usaha lokal, pemerintah pun menggandeng JakCloth untuk melakukan intervensi kepada produsen produk dalamnya. Salah satunya melalui program pembiayaan KUR (kredit usaha rakyat). Ketiga narasumber mengatakan bahwa pada ugensi pendapatan nasional termasuk pemerintah selalu mendukung dan mensupport brand-brand lokal dengan tujuan untuk mendukung pertumbuhan industry kreatif dan pelaku usaha lokal termasuk proram pembiayaan KUR (Kredit Usaha Rakyat)

Untuk dampak yang terjadi menurut para narasumber memberikan jawaban positif seperti pemerintah mendukung untuk memperkenalkan brand lokal pada warga lokal bahkan dapat mengenalkan brand lokal ke kancah internasional, ada yang menyinggung juga bahwa dalam Jakcloth akan banyak membantu UMKM lokal bukan hanya terlibat dalam kegiatan, tapi juga aktif membangun relasi.

Bagaimana merek lokal Jakcloth mampu bersaing dengan merek internasional, dan apakah keberhasilannya dalam bersaing akan berdampak positif terhadap perdagangan internasional dan pendapatan nasional?

“Dalam persaingan dengan merek internasional, Jakcloth telah berhasil menunjukkan prestasinya. Kreativitas, inovasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren terkini menjadi faktor kunci dalam memenangkan hati konsumen. Keberhasilan merek lokal Jakcloth dalam bersaing di pasar global tidak hanya memberikan dampak positif terhadap perdagangan internasional, tetapi juga turut berkontribusi pada peningkatan pendapatan nasional.”

Untuk bersaing dengan merek brand lokal internasional penulis sudah melontarkan pertanyaan kepada 3 narasumber yang antara lain tentunya berdampak positif dan berhasil untuk bersaing dengan brand luar, keberhasilan brand lokal dalam bersaing secara global dapat memberikan dampak positif pada perdagangan internasional dan pendapatan nasional dan Keberhasilan Jakcloth dalam bersaing dapat berdampak positif terhadap perdagangan internasional dan pendapatan nasional. Dengan meningkatnya daya saing produk lokal, terutama dalam industri pakaian, dapat membantu mengangkat citra industri kreatif dalam negeri di mata dunia dan berpotensi meningkatkan ekspor produk lokal.

Bisa dikatakan bahwa produk-produk lokal pada acara Jakcloth dapat meningkatkan kepada perdagangan internasional maupun pendapatan nasional yang merelevansikan kepada produk penjualan kepada luar negeri.

Peneliti mengambil aspek pertanyaan dan pernyataan dari berbagai aspek dan bentuk, baik aspek ketertarikan, aspek perdagangan internasional dan aspek pendapatan nasional. Beragam makna dan manfaat pengaruh tingkat ketertarikan brand lokal Jakcloth beserta dampaknya terhadap pendapatan nasional



Foto Bersama Bilal Robby Penjual distro brand lokal Jakcloth

Kesimpulan

Tingkat ketertarikan Masyarakat Indonesia dengan brand lokal yang diadakan Jakcloth cukup signifikan meningkat menyinggung ucapan dari Zidan bahwasanya “adanya bazar jackcloth ini umumnya tiap tahun itu meningkat karena, selain memperkenalkan Brand lokal atau brand yang ada Indonesia ini” lalu berkaca menurut Shella “Tidak ada tren yang jelas mengenai peningkatan atau penurunan minat terhadap Jakcloth dalam beberapa tahun terakhir, tetapi merek ini telah berhasil membangun citra dan reputasi positif di kalangan konsumen melalui acara dan produknya yang berkualitas.”. Yang jelas menurut para narasumber ketertarikan brand lokal Jakcloth meningkat dengan maksud pada tujuannya untuk memperkenalkan brand – brand lokal kepada khalayak umum lebih tepatnya Masyarakat Indonesia agar mereka tidak hanya selalu mengenal dengan brand luar saja dan untuk tren peningkatan dalam beberapa tahun terakhir juga sudah termasuk baik karena tenant atau bazar yang diadakan oleh Jakcloth sendiripun dapat membangun citra dan reputasi positif di kalangan konsumen melalui acara dan produknya yang berkualitas.

Mulai dari faktor harga terus dilihat juga dari segi kualitas nya kadang ada juga orang lokal yang ingin mengetahui seberapa kualitasnya bahan atau barang brand lokal di bandingkan brand luar, kedua strategi Pemasaran-Pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial untuk ikut mempromosikan brand dan yang terakhir melakukan kerjasama influencer untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap merek lokal Jakcloth.

Kelebihan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tingkat ketertarikan masyarakat terhadap brand - brand lokal Jakcloth itu sendiri baik bagaimana dampaknya terhadap perekonomian serta pendapatan nasional itu sendiri selain itu juga penelitian ini memakai dan mengambil data dari hasil wawancara sehingga dapat dipastikan bahwa data tersebut valid untuk digunakan.

Kekurangan dalam penelitian ini yaitu sebagai penulis sedang dalam proses mempelajari atau mempelajari yang berkaitan dengan penulisan artikel, oleh karena itu penulis mohon maaf atas penulisan dan kekurangan lebih lanjut, referensi data yang dapat dikatakan minim dikutip.

Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Aldo Norma Bayu Sulisty. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 327–336.
- Aulia, A., Amin, W., Sativa, I. O., & Purnamasari, O. (2022). Analisis Social Media Marketing dalam Membentuk Brand Loyalty Sepatu Lokal di Masa Pandemi Covid-19. *Persepsi: Communication Journal*, 5(1), 75–86. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9297>
- Budiarti, W. (2015). PENGARUH TINGKAT BUNGA DAN PENDAPATAN NASIONAL TERHADAP TABUNGAN DI INDONESIA, MALAYSIA DAN THAILAND. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 91–102.
- Carolus Borromeus Mulyatno. (2022). Pengaruh Pemerintah Terhadap Keseimbangan Pendapatan Nasional Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 4807.
- Cornellin, E., & Paramita, S. (2019). Komunikasi Pemasaran Brand Lokal Kepada Masyarakat Indonesia (Studi Terhadap Beras Sikoki). *Prologia*, 3(1), 86. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6217>
- Fardiana Putri, R., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>
- Hasan, A., Harahap, A. S., & Az-zahra, M. T. (2023). Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi

- Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 19–34.
- Khilmia, A., Sunan, U., Surabaya, A., Uin, M., & Surabaya, S. A. (2022). Pendapatan Negara Antara Konvensional dan Islam. *Al-Buhuts*, 18(1), 01–15. <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/2484>
- Murdo, I. T., & Affan, J. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia Dari Sisi Pendapatan Nasional Pendekatan Pengeluaran. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2). <https://doi.org/10.51277/keb.v15i2.73>
- Pane, A. A. (2023). Analisis Ekonomi Islam Tentang Dampak Ekspor dan Impor Terhadap Pendapatan Nasional. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 79–92.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Raharjo, E. T. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Brand Image terhadap Keinginan Berperilaku setelah Pembelian Produk Distro Magnesium 137. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 4(1), 30–40.
- Rahma, A. (2018). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 149–169. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.480>
- SAGIYANTO, A. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Event JAKCLOTH SUMMER FESTIVAL 2014 “Heroes of Our Time.” *Jurnal Komunikator*, 6(06). <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/222>
- Wijaya, I. B. K., & Utama, M. S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kerajinan Bambu Di Kabupaten Bangli. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(4), 434–459.