

**PENGARUH INOVASI PRODUK LOKAL TERHADAP PERMINTAAN MASYARAKAT DAN  
PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN**

*Maya Afriyana<sup>1</sup>*

*Shalsa Wulandari<sup>2</sup>*

*Ridho Vinandhito Syamab<sup>3</sup>*

*Maya Panorama<sup>4</sup>*

*<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia*

**ABSTRAK**

Produk lokal yang inovatif menjadi hal yang penting untuk menghasilkan permintaan masyarakat dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh dari Inovasi Produk Lokal Terhadap Permintaan Masyarakat dan Pertumbuhan Perekonomian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi literatur yang diperoleh dari jurnal- jurnal terdahulu. Produk-produk lokal yang inovatif menjadi semakin penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen di tengah persaingan global yang sengit dan dinamika pasar yang berubah dengan cepat. Penelitian ini menganalisis bagaimana inovasi dapat memberikan keunggulan kompetitif, menambah nilai, dan meningkatkan kualitas barang yang diproduksi secara lokal. Produk lokal dapat memberikan solusi yang relevan, efektif, dan berkelanjutan dengan inovasi yang tepat, sehingga menjadikannya pilihan yang diinginkan bagi konsumen yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan dan kualitas. Produk lokal yang inovatif memungkinkan ekspansi pasar dan peluang untuk mendapatkan pendapatan dari luar wilayah. Hal ini mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan menciptakan peluang pekerjaan baru.

*Kata Kunci: Inovasi Produk, Permintaan Masyarakat, Pertumbuhan Ekonomi*

**ABSTRACT**

Innovative local products have become essential for generating community demand and promoting long-term economic growth. The purpose of this research is to analyze the Influence of Local Product Innovation on Community Demand and Economic Growth. The research method employed is a literature review obtained from previous journals. Innovative locally produced products are increasingly crucial in meeting consumer needs amid intense global competition and rapidly changing market dynamics. This study analyzes how innovation can provide a competitive advantage, add value, and enhance the quality of locally produced goods. Local products can offer relevant, effective, and sustainable solutions through the right innovation, making them a preferred choice for environmentally-conscious consumers who prioritize quality. Innovative local products enable market expansion and the opportunity to generate income from outside the region. This encourages sustainable economic growth and creates new employment opportunities.

*Keywords: Product Innovation, Community Demand, Economic Growth*

## **PENDAHULUAN**

Pada masa kini permintaan masyarakat akan produk lokal hanya beberapa persen saja di bandingkan dengan permintaan masyarakat terhadap produk impor atau barang luar negeri. Saat ini masyarakat di indonesia kerap kali berburu barang dengan merek yang sudah cukup terkenal baik bagi masyarakat indonesia sendiri maupun internasional. Cukup beragam alasan yang mendasari masyarakat melakukan hal tersebut, di mulai dari kualitas produk yang baik, model dari setiap produk yang bervariasi, serta merek yang sudah terkenal di kalangan masyarakat luas sehingga menjadikan status atau simbol bagi pemilik nya. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat kesadaran masyarakat serta produk lokal yang di anggap kurang berkualitas dan harga yang terbilang cukup mahal, sehingga masih sedikit masyarakat yang memilih untuk membeli produk lokal.

Kementrian Perindustrian menyampaikan bahwa Pemerintah terus melakukan pengoptimalan terkait dengan pembelian produk dalam negeri, terutama yang asalnya dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dijadikannya sebagai langkah tindak lanjut daripada aksi afirmasi pembelian serta juga pemanfaatan produk dalam negeri. Perihal demikian diperuntukkan untuk mendukung bangga buatan indonesia serta juga sebagai wujud dukungan dari pihak pemerintah terhadap perindustrian yang ada di dalam negeri. Adapun target pembelian produk dalam negeri teruntuk belanja barang serta juga jasa pemerintah di tahun 2022 yakni berjumlah sebanyak Rp.400 triliun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara para pelaku usaha dalam meningkatkan minat masyarakat dalam membeli dan menggunakan produk lokal serta bagaimana para pelaku usaha melakukan inovasi terhadap produk lokal memerlukan upaya dari pemerintah, produsen dan masyarakat guna meningkatkan pertumbuhan perekonomian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Inovasi Produk**

#### **1. Pengerertian Inovasi Produk**

Proses penciptaan dan peningkatan produk di tingkat lokal, regional, atau nasional disebut inovasi produk lokal. Ini melibatkan pengembangan atau perbaikan produk dengan menggabungkan konsep inovatif dengan teknologi saat ini, seringkali mempertimbangkan permintaan, budaya, dan selera regional. Beberapa tujuan dari inovasi produk lokal adalah sebagai berikut:

a. Memenuhi kebutuhan pasar lokal

Produk inovatif regional diciptakan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen di pasar regional. Hal ini mungkin melibatkan penyesuaian produk untuk sesuai dengan kondisi regional, iklim, atau budaya tertentu.

b. Meningkatkan ekonomi regional

Inovasi dalam produk lokal memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di suatu negara atau wilayah. Ini dapat menghasilkan penciptaan lapangan kerja baru dan peluang usaha bagi bisnis lokal dengan meningkatkan produk yang sudah ada.

c. Memperkenalkan keunggulan kompetitif

Produk lokal yang inovatif dapat membantu perusahaan bersaing secara global dengan menonjolkan keunggulan tertentu yang mungkin tidak dimiliki oleh produk serupa dari luar negeri.

d. Mempromosikan keberlanjutan

Inovasi produk lokal juga bisa berfokus pada keberlanjutan, baik dalam hal material yang digunakan, proses produksi yang ramah lingkungan, atau cara produk tersebut dapat membantu memecahkan masalah lingkungan setempat.

e. Membangun identitas lokal

Produk lokal yang inovatif dapat membantu memperkuat identitas suatu daerah atau negara dalam hal seni, budaya, dan industri.

Dalam era globalisasi, inovasi produk lokal dapat menjadi sumber daya penting dalam mempertahankan keberlanjutan ekonomi, mempromosikan budaya lokal, dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat sambil tetap bersaing di pasar global.

## **2. Tujuan Inovasi Produk**

Tergantung pada industri tertentu, tuntutan lokal, dan norma budaya, mungkin diperlukan berbagai jenis inovasi produk lokal. Berikut beberapa kategori umum dari inovasi produk regional:

a. Inovasi dalam Teknologi

Ini mencakup penciptaan teknologi baru atau penerapan teknologi yang sudah ada untuk menghasilkan barang yang lebih canggih atau efektif.

b. Inovasi dalam Bahan

Desain produk inovatif dapat menggunakan bahan yang diperoleh secara lokal, ramah lingkungan, atau bahan yang tidak umum. Ini mungkin melibatkan penciptaan bahan baru atau menemukan aplikasi inovatif untuk bahan yang sudah ada.

c. Inovasi dalam Desain

Produk lokal dapat menjadi lebih estetik dan berguna dengan desain produk yang ditingkatkan. Seringkali, fitur khas dari inovasi produk ini adalah penggabungan budaya lokal ke dalam desain mereka.

d. Inovasi Kemasan

Kemasan yang inovatif dapat membuat produk lokal lebih menonjol di pasaran. Ini mencakup desain kemasan yang menarik dan fungsional serta penggunaan kemasan ramah lingkungan.

e. Inovasi Pemasaran

Strategi pemasaran yang kreatif dan penargetan pasar yang efektif dapat meningkatkan penjualan produk lokal. Ini mencakup pemasaran langsung ke konsumen, taktik pemasaran digital, dan pemasaran berbasis cerita.

f. Inovasi Berkelanjutan

Produk lokal sering kali mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menekankan keberlanjutan. Contoh inovasi berkelanjutan adalah penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, atau metode pertanian organik.

g. Inovasi Sosial

Inovasi produk lokal juga bisa melibatkan aspek sosial, seperti keterlibatan komunitas dalam proses pembuatan produk atau praktik bisnis yang peduli terhadap masyarakat setempat.

h. Inovasi Sosial

Inovasi produk lokal juga dapat mencakup aspek sosial, seperti pelibatan komunitas dalam proses pengembangan produk atau pendekatan bisnis sosial yang membantu masyarakat setempat.

i. Kreativitas Budaya

Produk yang menggabungkan ciri budaya dengan kemanfaatan praktis dapat dihasilkan melalui inovasi yang menghormati budaya lokal, termasuk seni, musik, dan adat istiadat.

Jenis inovasi produk lokal dapat bervariasi tergantung pada penekanan perusahaan dan lokasi lokal. Inovasi-inovasi ini sering mencerminkan keunikan dan kebutuhan komunitas setempat serta lingkungan di mana produk tersebut dikembangkan.

### **3. Indikator Produk Lokal**

Tingkat perkembangan produk lokal dan keberhasilan dalam mencapai tujuan mereka dapat diukur dengan menggunakan indikator inovasi produk lokal. Berikut beberapa indikator yang relevan untuk mengukur inovasi produk lokal:

a. Jumlah Produk Baru

Jumlah produk baru yang diperkenalkan ke pasar dapat menjadi indikasi tingkat aktivitas inovasi di suatu wilayah atau sektor.

b. Paten dan Lisensi

Jumlah paten atau lisensi yang diberikan untuk produk lokal dapat mencerminkan tingkat inovasi dan pengakuan oleh pihak berwenang.

c. Perbaikan Kualitas Produk

Tingkat perbaikan dalam kualitas produk lokal dapat menjadi indikator keberhasilan inovasi.

d. Keberlanjutan Inovasi

Dalam hal keberlanjutan, seperti penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan, dapat diukur dengan mengevaluasi dampak lingkungan produk.

e. Peningkatan Produktivitas

Peningkatan produktivitas dalam metode regional produksi produk dapat menunjukkan inovasi dalam proses.

f. Peningkatan Pendapatan

Inovasi produk yang berhasil seringkali meningkatkan pendapatan bagi pemangku kepentingan lokal atau produsen.

g. Siap Ekspor

Daya saing dan inovasi produk dapat ditunjukkan oleh kemampuannya diekspor dari negara ke pasar lain.

h. Umpan Balik Konsumen

Kepuasan pelanggan dan reaksi positif dari konsumen terhadap produk lokal dapat menjadi indikator penting.

i. Keberlanjutan Karyawan

Budaya inovatif perusahaan dapat tercermin dalam kepuasan karyawan dan partisipasi mereka dalam pengembangan produk.

Indikator-indikator ini mendukung pemantauan, evaluasi, dan pengukuran inovasi produk lokal, memungkinkan pengukuran dampak positifnya pada kualitas hidup masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan ekonomi lokal.

## **B. PERMINTAAN MASYARAKAT**

### **1. Pengertian Permintaan Masyarakat**

Menurut Buku Teori Ekonomi Mikro (2017), permintaan adalah jumlah barang serta jasa yang dibeli di situasi serta juga harga yang berbeda. Menurut dari Rahardja dan Manurung (2008), menyatakan yakni permintaan ialah sebuah kemauan maupun keinginan dari para konsumen teruntuk membeli sebuah barang dengan harga yang berbeda-beda dalam jangka waktu yang tertentu. Rosyidi (2001) mendefinisikan permintaan sebagai suatu keinginan yang disertainya dengan adanya kemampuan maupun kemauan teruntuk membeli sebuah barang. Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan permintaan ialah suatu kemauan maupun keinginan pada sebuah produk tertentu yang didukungnya dengan adanya kemampuan serta keinginan teruntuk membeli hal tersebut. Dari para ekonom tersebut bisa diambil kesimpulan yakni bahwa permintaan adalah kuantitas serta kualitas suatu barang dan jasa yang diperlukan konsumen serta kemauan dan juga kemampuan teruntuk membeli di harga tertentu, pada waktu serta lokasi tertentu. Permintaan masyarakat mengacu pada keinginan, kebutuhan, dan preferensi yang dimiliki oleh masyarakat terhadap produk atau layanan tertentu. Ini memainkan peran penting dalam mengarahkan perkembangan produk lokal dan inovasi.

## 2. Faktor yang Memengaruhi Permintaan Masyarakat

Permintaan dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor, yakni :

a. Harga Komoditas

Jika harga komoditas turun maka daripada itu permintaan cenderung meningkat serta juga sebaliknya.

b. Barang terkait lainnya bersifat substitusi dan komplemen

Jika harga suatu barang substitusi turun maka dengan demikian permintaan terhadap barang tersebut akan menurun. Akan tetapi jika harga barang substitusi meningkat maka daripada itu permintaan bakal mengalami peningkatan. Hubungannya positif ataupun proporsional. Jika harga suatu barang komplementer turun, maka permintaan terhadap barang tersebut juga turun. Namun sebaliknya kalau harga suatu barang komplementer meningkat maka permintaan terhadap barang tersebut akan mengalami peningkatan. Hubungannya negatif ataupun berbanding terbalik. tenaga kuda.

c. Tingkat pendapatan

Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya belinya. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin besar pula permintaan terhadap suatu barang. Misalnya di pasar malam ada pasar yang menjual baju murah. Dini memutuskan hanya membeli baju seharga Rp 100.000 karena penghasilannya Rp 700.000 per bulan. Berbeda dengan Jono yang berpenghasilan Rp 2 juta per bulan sehingga membeli dua set pakaian di pasar.

d. Selera Masyarakat

Selera atau kebiasaan juga mempengaruhi permintaan suatu barang. Jika preferensi masyarakat terhadap suatu barang meningkat, maka permintaan terhadap barang tersebut juga akan meningkat. Misalnya, celana cut-off saat ini sedang tren, sehingga permintaan celana model ini akan semakin meningkat.

e. Jumlah Penduduk

Semakin besar jumlah penduduk suatu wilayah atau negara, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap suatu barang.

f. Prediksi konsumen terhadap kondisi masa depan

Jika kita memperkirakan harga suatu barang akan naik, ada baiknya membeli barang tersebut sekarang, sehingga mendorong masyarakat untuk membeli lebih banyak sekarang untuk menghemat pembelian di masa depan.

Berdasarkan Hasil penelitian dapat dipahami bahwa Inovasi produk lokal dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan masyarakat. Pengaruh ini dapat bersifat positif dan menguntungkan bagi perekonomian di Indonesia. Namun, penting untuk diingat bahwa inovasi produk harus memenuhi harapan konsumen dan memberikan nilai yang signifikan. Seiring dengan inovasi, juga diperlukan pemasaran yang efektif untuk mengkomunikasikan manfaat produk kepada masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, inovasi produk lokal dapat menghasilkan pengaruh positif pada permintaan masyarakat dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal atau nasional.

## REFERENSI

- Alesandro Theo Talinusa, E. N. (2019). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Sulawesi Utara Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada PT. POS INDONESIA (PERSERO) (Studi Kasus : Kantor Pos Manado ). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan menengah terhadap pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1, 157-172.
- Refi Mariska, F. H. (n.d.). Pengembangan Produk Unggulan UMKM Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Di Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. *Journal of Human And Education*, 3.
- Simatupang. (2010). *Pengantar Ekonomi Pembangunan* (Edisi III ed.). Jakarta .
- Sri Wahyuningsih, D. S. (2019, Desember ). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi ( Studi Kasus di Desa Padekik ). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8.