

ABSTRAK

Optimalisasi kearifan lokal menjadi strategi penting dalam memperkuat identitas budaya, terutama dalam sektor wirausaha kopi di wilayah Pangalengan. Namun, masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasi kearifan lokal yang berkelanjutan, terutama dalam hal inovasi produk dan pemasaran berbasis budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana nilai-nilai budaya dan tradisi lokal diintegrasikan ke dalam praktik kewirausahaan kopi guna mendukung identitas budaya serta meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, melibatkan wawancara mendalam dengan enam wirausaha kopi dan tiga petani kopi di Pangalengan. Data dianalisis menggunakan metode tematik berbasis Gioia untuk memahami pola implementasi kearifan lokal dalam ekosistem bisnis kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha kopi di Pangalengan mengadopsi nilai budaya lokal dalam berbagai aspek bisnis, termasuk proses produksi, pemasaran berbasis *storytelling*, hingga pemanfaatan kemasan dengan unsur budaya khas Sunda. Selain itu, identitas sosial dalam komunitas kopi memainkan peran penting dalam memperkuat kolaborasi dan keberlanjutan usaha melalui kerja sama antarpelaku bisnis dan inovasi berbasis nilai lokal. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa keberlanjutan usaha kopi tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga konservasi lingkungan yang selaras dengan nilai budaya setempat. Penerapan metode pertanian organik, penggunaan nama produk berbasis kearifan lokal, serta strategi pemasaran berbasis cerita sejarah menjadi faktor utama yang meningkatkan daya saing produk kopi lokal di pasar domestik maupun internasional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha, akademisi, serta pemangku kebijakan dalam merancang strategi pengembangan ekonomi berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan..

Kata kunci: kearifan lokal, identitas budaya, wirausaha kopi, Pangalengan, kewirausahaan berbasis budaya