

Implementasi Kewirausahaan Berkelanjutan Pada UMKM Kopi Untuk Pariwisata Di Kabupaten Tapanuli Utara

Ester Elisabeth Pardede¹, Femmy Indriany Dalimunthe²

^{1,2} Politeknik Pariwisata Medan

Abstract

This study aims to analyze the implementation of sustainable entrepreneurship in Wine Coffee Gogo MSME and its relation to tourism development in North Tapanuli Regency using the Triple Bottom Line framework. A qualitative approach was employed, with data collected through direct observation, in-depth interviews with the business owner, and field documentation. The analysis examined business practices across three sustainability dimensions: economic, social, and environmental.

The findings indicate that the economic dimension is the most dominant, reflected in product innovation based on local coffee resources that generates added value and strengthens the enterprise's position within the regional value chain. In the social dimension, local workforce empowerment and women's involvement in business management demonstrate contributions to community-level economic distribution, although formal partnership systems have not yet been established. Meanwhile, the environmental dimension is manifested through the use of locally sourced raw materials and production efficiency; however, environmental management practices remain insufficiently formalized.

This study highlights that locally based MSMEs play a strategic role as a linkage between entrepreneurship and sustainable tourism development. The contribution of this research lies in emphasizing the importance of institutional integration and an ecosystem-based approach in strengthening the implementation of sustainable entrepreneurship at the micro-enterprise level.

Keywords: Sustainable entrepreneurship; Triple Bottom Line; Coffee MSMEs; Local product innovation; Sustainable tourism

Copyright (c) 2026 **Ester Elisabeth Pardede**

□ Corresponding author :

Email Address : pardedeester516@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata secara konsisten diposisikan sebagai instrumen strategis pembangunan daerah karena kemampuannya menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta memperluas distribusi pendapatan masyarakat (Prabowo H & Pramurti A, 2021); (Gultom S, 2023). Dalam pendekatan pembangunan berbasis potensi lokal, integrasi produk unggulan daerah ke dalam sistem pariwisata menjadi mekanisme penting dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat identitas destinasi. Produk lokal tidak lagi dipandang sebagai komoditas pelengkap, melainkan sebagai bagian integral dari rantai nilai (*tourism value chain*) yang membentuk pengalaman wisatawan (Smith J & Lee K, 2022).

Dalam konteks ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan sebagai aktor kunci yang menghubungkan sektor produksi lokal dengan konsumsi wisatawan. Produk kuliner dan komoditas khas daerah berfungsi sebagai *supporting tourism products* yang mampu memperpanjang durasi tinggal, meningkatkan pengeluaran wisatawan, serta memperbesar

multiplier effect ekonomi lokal (Gultom S, 2023). Namun demikian, kontribusi UMKM terhadap daya saing destinasi sangat bergantung pada kapasitas inovasi dan strategi bisnis yang diterapkan. Dalam konteks tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi bagian penting dalam rantai nilai pariwisata karena menyediakan produk dan pengalaman yang mendukung aktivitas wisatawan (Rizal, n.d.)

Dalam sistem pariwisata, produk lokal seperti kuliner dan komoditas khas daerah berfungsi sebagai produk pendukung destinasi (*supporting tourism products*) yang memperpanjang durasi belanja wisatawan dan meningkatkan *multiplier effect* ekonomi lokal (Gultom S, 2023). Oleh karena itu, penguatan UMKM berbasis produk unggulan daerah menjadi strategi penting dalam membangun pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu bagian dari UMKM tersebut adalah kopi.

Kopi sebagai komoditas unggulan memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*). Literatur menunjukkan bahwa fenomena *coffee tourism* berkembang sebagai bagian dari wisata agro dan wisata kuliner yang mengintegrasikan proses produksi, edukasi, serta konsumsi dalam satu ekosistem destinasi (S Martinez & L Chen, 2023). Selain itu, penguatan rantai nilai kopi melalui pengolahan pascapanen, *roasting*, hingga pengembangan *specialty coffee* terbukti meningkatkan nilai tambah ekonomi dibandingkan pemasaran dalam bentuk bahan mentah (Smith J & Lee K, 2022).

Secara global, pendekatan rantai nilai kopi menekankan pentingnya *upgrading strategy* – baik melalui peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan, diferensiasi merek, maupun integrasi dengan sektor jasa seperti pariwisata – untuk meningkatkan posisi tawar produsen lokal dalam pasar (Ponte, 2002); (Neilson, 2008). Hal ini menunjukkan bahwa kopi tidak hanya berfungsi sebagai komoditas pertanian, tetapi juga sebagai aset strategis dalam membangun identitas dan daya saing destinasi berbasis komunitas.

Kabupaten Tapanuli Utara merupakan salah satu sentra produksi kopi Arabika unggulan di Provinsi Sumatera Utara. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (2019) menunjukkan bahwa kontribusi produksi kopi Arabika Kabupaten Tapanuli Utara mencapai 21,26% dari total produksi provinsi (Manurung et al., 2016). Budidaya kopi dilakukan pada ketinggian ±1.700 mdpl yang menghasilkan karakteristik cita rasa khas dan berpotensi masuk dalam kategori kopi premium, kopi Arabika Tapanuli Utara memiliki karakteristik khas dari aspek cita rasa dan kualitas biji, sehingga berpotensi dikembangkan sebagai produk unggulan daerah berbasis nilai tambah. Meskipun demikian, sebagian besar kopi lokal masih dipasarkan dalam bentuk *green bean* dengan nilai tambah relatif rendah, sehingga peluang integrasi ke sektor pariwisata belum dimanfaatkan secara optimal.

Dalam kerangka teoretis, kewirausahaan berkelanjutan (*sustainable entrepreneurship*) menawarkan pendekatan strategis yang mengintegrasikan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam model bisnis (Elkington & Rowlands, 1999). Berbeda dengan kewirausahaan konvensional, pendekatan ini menekankan inovasi sebagai sarana untuk menciptakan nilai jangka panjang sekaligus merespons tantangan ekologis dan sosial (Dean & McMullen, 2007); (Shepherd & Patzelt, 2011). Literatur mutakhir memperkuat argumentasi bahwa *sustainable entrepreneurship* berfungsi sebagai mekanisme adaptif dalam menghadapi ketidakpastian pasar dan tekanan keberlanjutan global melalui pengembangan model usaha yang bertanggung jawab dan resilien (Rosário et al., 2022); (Abbas & Bulut, 2024).

Budidaya kopi dilakukan pada ketinggian ± 1.700 mdpl yang menghasilkan profil rasa kompleks dan berpotensi masuk dalam kategori kopi premium. Namun demikian, sebagian besar kopi lokal masih dipasarkan dalam bentuk *green bean* dengan nilai tambah relatif rendah (Manurung et al., 2016), sehingga peluang integrasi ke sektor pariwisata dan pengembangan produk turunan belum dimanfaatkan secara optimal. Komoditas ini tidak hanya berperan sebagai sektor pertanian, tetapi juga memiliki potensi strategis sebagai produk pendukung pariwisata daerah, khususnya sebagai oleh-oleh khas dan bagian dari pengalaman wisata berbasis agro dan kuliner.

Dalam sektor pariwisata, penerapan prinsip keberlanjutan menjadi semakin krusial karena keberlanjutan destinasi bergantung pada keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat lokal, dan kelestarian lingkungan (Liyushiana L et al., 2022). Integrasi UMKM berbasis kopi ke dalam sistem pariwisata berkelanjutan berpotensi menciptakan sinergi antara inovasi produk lokal, pemberdayaan masyarakat, dan penguatan identitas destinasi. Namun demikian, kajian yang secara spesifik menganalisis implementasi kewirausahaan berkelanjutan pada UMKM kopi sebagai strategi penguatan pariwisata daerah masih terbatas.

Meskipun Kabupaten Tapanuli Utara memiliki potensi besar sebagai penghasil kopi Arabika premium, pemanfaatannya dalam ekosistem pariwisata daerah masih belum optimal. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas komoditas kopi lokal masih dipasarkan dalam bentuk mentah (*green bean*) dengan nilai tambah yang rendah, sehingga potensi integrasinya sebagai daya tarik wisata agro dan kuliner kerap terabaikan. Di sisi lain, dari perspektif akademis, kajian yang menghubungkan inovasi produk kopi lokal dengan pariwisata daerah melalui kaca mata kewirausahaan berkelanjutan (*Triple Bottom Line*) masih sangat terbatas. Mayoritas penelitian terdahulu masih memisahkan kajian kopi murni sebagai sektor agribisnis dan belum menempatkannya sebagai bagian integral dari rantai nilai pariwisata. Adanya kesenjangan praktis dan literatur inilah yang menjadi urgensi mengapa pendekatan analitis baru sangat dibutuhkan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kewirausahaan berkelanjutan pada UMKM kopi dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Tapanuli Utara melalui kerangka *Triple Bottom Line* sebagai alat analisis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena kewirausahaan berkelanjutan secara mendalam dalam konteks alamiah (Creswell & Creswell, 2017). Desain studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu unit usaha secara kontekstual dan holistik, yaitu UMKM *Wine Coffee* Gogo di Kabupaten Tapanuli Utara (Yin, 2018).

Penelitian ini berfokus pada praktik kewirausahaan berkelanjutan pada UMKM kopi serta implikasinya terhadap penguatan nilai tambah produk lokal sebagai bagian dari ekosistem pariwisata daerah. Dengan demikian, unit analisis dalam penelitian ini adalah praktik usaha yang mencerminkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kerangka *Triple Bottom Line*.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Pagaran, Kecamatan Pagaran, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara. Subjek penelitian adalah pemilik dan pengelola UMKM *Wine Coffee*

Gogo sebagai pelaku usaha kopi lokal yang mengembangkan inovasi produk *wine* kopi berbasis kopi Arabika dataran tinggi dan memiliki citarasa yang unik dan spesifik.

Pemilihan subjek dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan bahwa UMKM tersebut memiliki karakteristik inovatif serta keterkaitan dengan produk khas daerah yang berpotensi mendukung sektor pariwisata melalui produk oleh-oleh lokal. Dan dapat dikembangkan menjadi usaha yang berkelanjutan.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui:

1. **Wawancara mendalam** (*in-depth interview*) dengan pemilik usaha untuk menggali informasi mengenai strategi usaha, inovasi produk, praktik keberlanjutan, serta keterkaitannya dengan pengembangan pariwisata daerah.
2. **Observasi langsung**, untuk melihat proses produksi, pengelolaan usaha, serta interaksi usaha dengan lingkungan sekitarnya.
3. **Dokumentasi**, berupa profil usaha, foto kegiatan lapangan, dan produk yang dihasilkan serta dokumen pendukung lainnya.

Triangulasi teknik digunakan untuk meningkatkan validitas data melalui perbandingan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data kualitatif dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) menurut (Ahmed et al., 2025) yaitu dengan mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola / tema yang muncul dari data pola / tema yang muncul dari data.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014).

Proses analisis dilakukan dengan mengkategorikan temuan berdasarkan kerangka *Triple Bottom Line (TBL)* yang mencakup tiga dimensi utama:

Dimensi ekonomi (*Profit*)

Dimensi sosial (*People*)

Dimensi lingkungan (*Planet*)

Kerangka TBL digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana praktik kewirausahaan pada UMKM kopi mencerminkan prinsip keberlanjutan serta bagaimana praktik tersebut berimplikasi terhadap penguatan nilai tambah produk lokal dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM *Wine Coffee* Gogo di Desa Pagaran, Kecamatan Pagaran, Kabupaten Tapanuli Utara. Selain itu, dokumentasi visual dilakukan untuk merekam kondisi usaha, interaksi dengan pelaku usaha, serta produk yang dikembangkan sebagai bagian dari inovasi kewirausahaan berbasis potensi lokal. Dokumentasi ini memperkuat kredibilitas data penelitian karena menunjukkan keterlibatan langsung peneliti dalam proses pengumpulan data serta verifikasi terhadap kondisi empiris usaha. Dokumentasi kegiatan lapangan ditunjukkan pada Gambar 1 dan Gambar 2, Gambar 3.



Gambar 1. Observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM *Wine Coffee Gogo*

Sumber : Dokumentasi peneliti (2026)



Gambar 2. Produk Inovasi *Wine Coffee Gogo* sebagai produk pendukung pariwisata di Tapanuli Utara.

Sumber : Dokumentasi peneliti (2026)



Gambar 3. Produk *Wine Coffee Gogo* dengan kemasan botol premium yang dikembangkan sebagai strategi peningkatan nilai tambah dan diferensiasi produk

Sumber: Dokumentasi UMKM *Wine Coffee Gogo* (2026)

Analisis temuan penelitian dilakukan menggunakan kerangka *Triple Bottom Line* (TBL) yang menekankan keberlanjutan usaha melalui tiga dimensi: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi yang komprehensif terhadap praktik kewirausahaan UMKM *Wine Coffee Gogo* dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata daerah.

1. Dimensi Ekonomi

Temuan menunjukkan bahwa pengembangan produk wine kopi merupakan bentuk inovasi berbasis potensi lokal yang menggeser model usaha dari penjualan kopi mentah menuju produk olahan bernilai tambah. Transformasi ini memperlihatkan pergeseran posisi pelaku usaha dari sekadar produsen komoditas menjadi pencipta nilai (*value creator*).

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Tsani et al., 2021) yang menekankan pentingnya diferensiasi produk dalam meningkatkan daya tarik destinasi. Produk khas daerah berfungsi sebagai elemen pendukung pengalaman wisatawan, sehingga memperkuat ekonomi destinasi secara keseluruhan. Dengan menjadikan wine kopi sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Tapanuli Utara, UMKM ini berkontribusi pada penguatan identitas ekonomi lokal dalam ekosistem pariwisata.

Selain itu, temuan ini konsisten dengan penelitian (Zuhriah et al., 2022) yang menunjukkan bahwa komponen pendukung destinasi, termasuk produk lokal, memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Artinya, inovasi produk UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan usaha, tetapi juga memiliki implikasi terhadap daya saing destinasi. Legitimasi ekonomi produk ini juga tercermin dari partisipasi UMKM *Wine Coffee Gogo* dalam ajang *Women 20* (W20) Indonesia 2022 di Parapat serta keterlibatannya dalam pameran pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 Bali 2022. Berdasarkan laporan media lokal, *Wine Coffee Gogo* menjadi juara I pada ajang W20 dan memperoleh kesempatan untuk tampil dalam rangkaian kegiatan G20 di Bali (Metro Daily, 2024). Hal ini tidak terlepas dari dukungan yang disampaikan Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara untuk ikut berpartisipasi keberhasilan salah satu binaan UMKM mereka (Metro Daily, 2024). Partisipasi tersebut menunjukkan adanya pengakuan eksternal terhadap inovasi berbasis kopi lokal serta memperkuat posisi usaha dalam jaringan ekonomi yang lebih luas pada tingkat nasional.

Namun demikian, berbeda dengan beberapa studi yang menunjukkan integrasi kuat antara UMKM dan industri pariwisata, pada kasus ini integrasi tersebut masih belum sepenuhnya terlembagakan. Distribusi produk belum sepenuhnya terhubung secara formal dengan jaringan hotel, restoran, dan pusat oleh-oleh resmi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun inovasi ekonomi telah berkembang, sistem pendukungnya masih perlu diperkuat.

2. Dimensi Sosial

Pada dimensi sosial, UMKM *Wine Coffee Gogo* berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat melalui melibatkan tenaga kerja lokal dan partisipasi perempuan dalam pengelolaan usaha. Praktik ini menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan menghasilkan distribusi manfaat ekonomi pada tingkat komunitas.

Temuan ini selaras dengan literatur kewirausahaan berkelanjutan yang menekankan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari profitabilitas, tetapi juga dari dampak sosial yang dihasilkan. Partisipasi dalam forum *Women 20 (W20)* memperkuat dimensi ini karena menunjukkan pengakuan terhadap kontribusi perempuan dalam pembangunan ekonomi.

Namun, berbeda dengan model kewirausahaan berbasis komunitas yang memiliki struktur kolaboratif yang jelas, pola kemitraan UMKM ini masih bersifat informal. Hal ini berpotensi membatasi perluasan dampak sosial dalam jangka panjang. Dengan demikian, diperlukan penguatan jejaring kolaboratif agar manfaat ekonomi tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha, tetapi juga berkembang menjadi penggerak ekonomi lokal yang lebih luas.

3. Dimensi Lingkungan

Pada dimensi lingkungan, penggunaan bahan baku kopi dari petani lokal menunjukkan pendekatan berbasis sumber daya lokal. Praktik ini mendukung keberlanjutan ekonomi petani sekaligus memperpendek rantai distribusi.

Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, aspek lingkungan menjadi elemen penting dalam membangun citra destinasi yang bertanggung jawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik keberlanjutan lingkungan masih bersifat implisit dan belum terdokumentasi dalam standar operasional formal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesadaran awal terhadap keberlanjutan, tetapi belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem manajemen usaha.

Dibandingkan dengan studi yang menekankan pentingnya sertifikasi dan standarisasi lingkungan dalam meningkatkan daya saing UMKM pariwisata, praktik pada UMKM *Wine Coffee Gogo* masih berada pada tahap berkembang. Oleh karena itu, penguatan manajemen lingkungan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan legitimasi usaha dalam konteks pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis pada ketiga dimensi tersebut, berikut disajikan sintesis implementasi kewirausahaan berkelanjutan pada UMKM *Wine Coffee Gogo*.

Dimensi TbL	Indikator Implementasi	Temuan Empiris Implikasi	Implikasi
Ekonomi	Inovasi Produk	Pengembangan <i>Wine</i> Kopi Gogo sebagai produk olahan bernilai tambah	Pen nilai tambah dan daya asing usaha
Ekonomi	Ekspansi pasar	Partisipasi dalam forum W20 dan rangkaian kegiatan G20	Penguatan legitimasi dan promosi produk pada tingkat nasional
Sosial	Pemberdayaan lokal	Pelibatan tenaga kerja local dalam proses produksi	Distribusi manfaat ekonomi komunitas pada komunitas
Sosial	Peran perempuan	Keterlibatan perempuan dalam mengelola usaha dan forum W20	Penguatan inklusivitas ekonomi
Lingkungan	Bahan baku lokal	Pemanfaatan kopi dari petani desa Pagaran	Mendukung keberlanjutan ekonomi petani
Lingkungan	Efisiensi produksi	Optimalisasi proses produksi dan pemanfaatan bahan lokal	Potensi peningkatan praktik ramah lingkungan

Tabel.1 Sintesis Implementasi Kewirausahaan Berkelanjutan pada UMKM *Wine Coffee* Gogo

Sumber: Olahan penulis (2026)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa implementasi keberlanjutan telah mencakup ketiga dimensi *Triple Bottom Line*, meskipun tingkat institusionalisasinya masih bervariasi.

Sintesis Kritis

Secara keseluruhan, implementasi kewirausahaan pada UMKM *Wine Coffee* Gogo menunjukkan adanya integrasi tiga dimensi dalam kerangka *Triple Bottom Line*, meskipun tingkat ketercapaiannya belum seimbang. Integrasi tersebut masih bersifat parsial dan belum sepenuhnya terlembagakan dalam ekosistem pariwisata daerah, sehingga keberlanjutan usaha masih sangat bergantung pada kapasitas internal pelaku usaha.

Dimensi ekonomi menjadi dimensi yang paling dominan melalui inovasi produk dan penciptaan nilai tambah berbasis potensi lokal. Transformasi dari penjualan kopi mentah menuju produk olahan menunjukkan adanya peningkatan posisi tawar pelaku usaha dalam rantai nilai. Namun, keberlanjutan ekonomi jangka panjang masih memerlukan penguatan akses pasar dan integrasi formal dengan jaringan industri pariwisata.

Dimensi sosial telah menghasilkan dampak pada pemberdayaan masyarakat lokal dan keterlibatan perempuan dalam aktivitas ekonomi. Akan tetapi, belum adanya sistem kemitraan yang terstruktur menunjukkan bahwa distribusi manfaat ekonomi masih terbatas pada lingkup usaha dan belum sepenuhnya berkembang menjadi model kewirausahaan berbasis komunitas.

Sementara itu, dimensi lingkungan memperlihatkan potensi keberlanjutan melalui pemanfaatan bahan baku lokal dan efisiensi produksi. Namun praktik tersebut masih bersifat implisit dan belum terdokumentasi dalam standar manajemen lingkungan yang sistematis.

Temuan ini menegaskan bahwa UMKM berbasis kopi memiliki posisi strategis sebagai penghubung antara kewirausahaan lokal dan pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Tapanuli Utara. Namun, optimalisasi peran tersebut memerlukan dukungan kebijakan, penguatan kelembagaan, serta integrasi yang lebih sistematis dalam rantai nilai pariwisata daerah.

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoretis dalam pengembangan kajian kewirausahaan berkelanjutan dan pariwisata berbasis potensi lokal.

Pertama, temuan penelitian memperkuat relevansi kerangka *Triple Bottom Line* (TBL) dalam menganalisis UMKM berbasis produk lokal. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi tiga dimensi keberlanjutan pada tingkat UMKM bersifat tidak simetris. Dimensi ekonomi cenderung berkembang lebih cepat melalui inovasi produk dan penciptaan nilai tambah, sementara dimensi sosial dan lingkungan berkembang secara gradual dan belum sepenuhnya terlembagakan. Hal ini memperkaya diskursus teoretis bahwa keberlanjutan pada skala usaha mikro bersifat evolutif, bukan simultan.

Kedua, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai hubungan antara kewirausahaan dan pengembangan pariwisata. Literatur sebelumnya banyak menempatkan UMKM sebagai komponen pendukung destinasi. Namun, temuan ini menunjukkan bahwa UMKM berbasis inovasi produk lokal dapat berfungsi sebagai penghubung strategis antara ekonomi kreatif dan ekonomi pariwisata. Dengan kata lain, UMKM tidak hanya menjadi pelengkap destinasi, tetapi berpotensi menjadi aktor penggerak identitas ekonomi daerah.

Ketiga, penelitian ini menegaskan pentingnya institusionalisasi dalam praktik kewirausahaan berkelanjutan. Meskipun inovasi dan pemberdayaan telah terjadi, keberlanjutan jangka panjang memerlukan integrasi dalam sistem kelembagaan, jaringan pasar, dan standar manajerial. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan berkelanjutan dengan menekankan aspek kelembagaan sebagai faktor kunci dalam memperkuat implementasi *Triple Bottom Line* pada skala UMKM.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi strategis bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan pariwisata.

Pertama, bagi pelaku UMKM, inovasi produk berbasis potensi lokal terbukti meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha. Namun, untuk menjaga keberlanjutan ekonomi, diperlukan penguatan strategi distribusi, standarisasi kualitas, serta pengembangan branding yang terintegrasi dengan citra destinasi wisata Kabupaten Tapanuli Utara.

Kedua, bagi pemerintah daerah, penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM berbasis kopi memiliki potensi untuk diintegrasikan dalam kebijakan pengembangan pariwisata. Dukungan dalam bentuk fasilitasi sertifikasi produk, akses pembiayaan, pelatihan manajemen lingkungan, serta promosi dalam event pariwisata dapat memperkuat kontribusi UMKM terhadap ekonomi destinasi.

Ketiga, bagi sektor pariwisata, kolaborasi yang lebih terstruktur antara UMKM, pengelola destinasi, hotel, dan pusat oleh-oleh perlu dikembangkan. Integrasi ini penting untuk menciptakan rantai nilai pariwisata yang lebih kuat dan meningkatkan *multiplier effect* terhadap ekonomi lokal.

Keempat, pada dimensi lingkungan, pelaku usaha dapat mulai mengembangkan standar operasional terkait pengelolaan limbah dan efisiensi produksi. Langkah ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga memperkuat citra produk sebagai bagian dari praktik ekonomi yang bertanggung jawab.

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis implementasi kewirausahaan berkelanjutan pada UMKM *Wine Coffee Gogo* dalam kerangka *Triple Bottom Line* serta implikasinya terhadap pengembangan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa praktik kewirausahaan yang dijalankan telah mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, meskipun integrasi tersebut masih bersifat bertahap dan belum sepenuhnya terlembagakan dalam sistem pariwisata daerah.

Pada dimensi ekonomi, inovasi produk berupa pengembangan wine kopi menunjukkan transformasi model usaha dari berbasis komoditas primer menuju penciptaan nilai tambah yang lebih strategis. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan posisi tawar pelaku usaha dalam rantai nilai lokal, tetapi juga memperluas fungsi UMKM sebagai elemen penguat identitas ekonomi destinasi. Dengan demikian, kewirausahaan berbasis potensi lokal memiliki relevansi strategis dalam memperkuat daya saing pariwisata daerah.

Pada dimensi sosial, praktik pemberdayaan tenaga kerja lokal dan keterlibatan perempuan mencerminkan kontribusi terhadap distribusi manfaat ekonomi di tingkat komunitas. Namun, belum adanya sistem kemitraan yang terstruktur menunjukkan bahwa dampak sosial masih terbatas pada lingkup usaha dan belum berkembang menjadi model kewirausahaan berbasis komunitas yang terinstitusionalisasi.

Sementara itu, pada dimensi lingkungan, pemanfaatan bahan baku lokal dan efisiensi produksi menunjukkan adanya orientasi keberlanjutan, meskipun praktik manajemen lingkungan belum terdokumentasi secara formal. Hal ini menegaskan bahwa implementasi keberlanjutan pada skala UMKM bersifat progresif dan sangat dipengaruhi oleh kapasitas internal pelaku usaha serta dukungan ekosistem eksternal.

Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa UMKM berbasis kopi tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi mikro, tetapi dapat berfungsi sebagai simpul strategis yang menghubungkan inovasi lokal, pemberdayaan sosial, dan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Oleh karena itu, keberlanjutan UMKM tidak semata ditentukan oleh inovasi produk, melainkan oleh sejauh mana praktik tersebut mampu terintegrasi secara kelembagaan dalam sistem ekonomi dan pariwisata daerah. Perspektif ini memperluas pemahaman bahwa kewirausahaan berkelanjutan pada tingkat lokal memerlukan pendekatan ekosistem, bukan hanya pendekatan individual usaha.

Referensi :

- Abbas, M. H., & Bulut, M. (2024). Navigating the landscape of sustainable entrepreneurship research: a systematic literature review. *Discover Sustainability*, 5(1), 171. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00293-4>
- Ahmed, S. K., Mohammed, R. A., Nashwan, A. J., Ibrahim, R. H., Abdalla, A. Q., Ameen, B. M. M., & Khdhir, R. M. (2025). Using thematic analysis in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 6, 100198.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2019). *Statistik kopi Provinsi Sumatera Utara 2019*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76.
- Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
- Gultom S. (2023). Produk lokal sebagai pendukung destinasi wisata dan dampaknya terhadap ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 8(1), 15–27.
- Liyushiana L, M Siregar, & Putra S. (2022). Implementasi triple bottom line dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Urnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 105–111.
- Manurung, P., Ginting, M., & Fauzia, L. (2016). Strategi peningkatan produksi kopi arabika (*Coffea arabica*)(Studi Kasus: Desa Lumban Silintong, Kecamatan Pagaran Kabupaten Tapanuli Utara). *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 5(1), 95054.
- Metro Daily. (2024, April). Satika Simamora: Pasar Wine Coffee Gogo tanggung jawab saya! *Metro Daily*. <https://metrodaily.jawapos.com/sumut/2354599933/satika-simamora-pasar-wine-coffee-gogo-tanggungjawab-saya>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Neilson, J. (2008). Global private regulation and value-chain restructuring in Indonesian smallholder coffee systems. *World Development*, 36(9), 1607–1622.
- Ponte, S. (2002). The latte revolution? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain. *World Development*, 30(7), 1099–1122.
- Prabowo H, & Pramurti A. (2021). Pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal dalam meningkatkan ekonomi daerah. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 19(1), 33–47.
- Rizal, M. (n.d.). *JURNAL ECONOMINA Strategi UMKM Lokal dalam Memanfaatkan Potensi Ekonomi Pariwisata*. <https://doi.org/10.55681/economina.v476.1551>
- Rosário, A. T., Raimundo, R. J., & Cruz, S. P. (2022). Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 14, Number 9). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su14095556>
- S Martinez, & L Chen. (2023). Local identity and sustainable tourism development: Integrating community-based products into destination branding. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 789–805.
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163.
- Smith J, & Lee K. (2022). Sustainable SMEs and tourism competitiveness: Linking local enterprises to destination value chains. *Tourism Management Perspectives*, 41.

- Tsani, M. K., Harianto, S. P., Santoso, T., Masruri, N. W., & Winarno, G. D. (2021). Tourist Assessment of Tourist Destination Components: Attraction, Amenities, Accessibility, and Ancillary Service in Tourism Object of Liwa Botanical Garden. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 15(1), 13–27.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (Vol. 6). Sage Thousand Oaks, CA.
- Zuhriah, I. A., Hilmianti, R., & Pratama, D. (2022). Impact of attraction, accessibility, amenity, and ancillary on visit intention. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 5(1), 1–12.

Internet Source

- (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, 2019). Statistik kopi Provinsi Sumatera Utara 2019. Daily. (2024, April). Satika Simamora: Pasar Wine Coffee Gogo tanggung jawab saya! Metro Daily. <https://metrodaily.jawapos.com/sumut/2354599933/satika-simamora-pasar-wine-coffee-gogo-tanggungjawab-saya>