

## PERAN NILAI KEPASUNDANAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL: STUDI KASUS UMKM DI KECAMATAN CIBADUYUT KOTA BANDUNG

Nurfianty Diva<sup>1</sup>, Rizqi Syah Putra<sup>2</sup>, Latifah Al Hakim Rosmanda<sup>3</sup>,  
Aninda Raisha Yufan<sup>4</sup>, Rm Rangga Aditya Putra<sup>5</sup>, Rendi Priyana<sup>6</sup>, Firly Aiman<sup>7</sup>,  
Nisye Safira Fauzyah<sup>8</sup>

[n.diva.2705@gmail.com](mailto:n.diva.2705@gmail.com)<sup>1</sup>, [rizqisp02@gmail.com](mailto:rizqisp02@gmail.com)<sup>2</sup>, [latifahalhakim22@gmail.com](mailto:latifahalhakim22@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[anindayufan@gmail.com](mailto:anindayufan@gmail.com)<sup>4</sup>, [ranggaadityaputra789@gmail.com](mailto:ranggaadityaputra789@gmail.com)<sup>5</sup>, [rendipriyana5@gmail.com](mailto:rendipriyana5@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[firlyaiman19@gmail.com](mailto:firlyaiman19@gmail.com)<sup>7</sup>, [safiranisye@gmail.com](mailto:safiranisye@gmail.com)<sup>8</sup>

Universitas Pasundan

### ABSTRAK

Latar Belakang: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian daerah, namun tantangan modernisasi dan digitalisasi mengancam keberlanjutan UMKM berbasis budaya lokal. Tujuan: Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan implementasi nilai kepasundanan dalam aktivitas UMKM serta menganalisis perannya terhadap pengembangan ekonomi lokal di Kecamatan Cibaduyut Kota Bandung. Metode: Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan, melibatkan 12 informan dari empat kategori (5 pelaku UMKM, 2 tokoh masyarakat, 2 aparat pemerintah, 3 konsumen) yang diwawancarai selama periode Januari–Maret 2025. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil: Nilai kepasundanan—silih asah, silih asih, silih asuh, someah hade ka semah, dan gotong royong—masih diterapkan secara aktif dan terbukti memperkuat solidaritas ekonomi, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memperluas jaringan usaha. Simpulan: Pelestarian nilai kepasundanan dalam kegiatan ekonomi UMKM berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan penguatan identitas budaya Sunda di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** Nilai Kepasundanan, UMKM, Ekonomi Lokal, Modal Sosial, Budaya Lokal.

### ABSTRACT

*Background: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) serve as the backbone of regional economies; however, modernization and digitalization threaten the sustainability of culture-based MSMEs. Objective: This study aims to describe the implementation of Sundanese cultural values in MSME activities and analyze their role in local economic development in Cibaduyut District, Bandung City. Method: A qualitative approach using a case study method was employed, involving 12 informants from four categories (5 MSME actors, 2 community leaders, 2 government officials, 3 consumers) interviewed during the period of January–March 2025. Data analysis used the Miles and Huberman model with source and technique triangulation. Results: Sundanese values—silih asah, silih asih, silih asuh, someah hade ka semah, and mutual cooperation—are still actively practiced and have proven to strengthen economic solidarity, increase consumer loyalty, and expand business networks. Conclusion: The preservation of Sundanese cultural values in MSME economic activities contributes significantly to sustainable local economic development and the strengthening of Sundanese cultural identity in Bandung City.*

**Keywords:** Sundanese Values, MSMEs, Local Economy, Social Capital, Local Culture.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi, baik pada tingkat nasional maupun daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan

ekonomi lokal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024), jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 66 juta unit usaha dengan kemampuan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di Kota Bandung, UMKM berkembang menjadi sektor strategis yang mendukung ekonomi kreatif, terutama pada bidang kuliner, fashion, kerajinan, serta industri yang memanfaatkan budaya lokal sebagai identitas usaha. Salah satu wilayah yang dikenal sebagai pusat aktivitas UMKM di Kota Bandung adalah Kecamatan Cibaduyut yang terkenal sebagai sentra industri kerajinan kulit dan alas kaki (Ruslina & Gustini, 2022).

Dalam kehidupan masyarakat Sunda dikenal berbagai nilai budaya yang disebut sebagai nilai kepasundanan. Nilai tersebut tercermin melalui prinsip silih asah (saling memberikan pengetahuan), silih asih (saling menyayangi), silih asuh (saling membimbing), serta someah hade ka semah (keramahan kepada orang lain). Masyarakat Sunda juga menjunjung tinggi semangat gotong royong dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Nilai-nilai tersebut membentuk karakter masyarakat yang harmonis, kolektif, dan mengutamakan hubungan interpersonal, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Banyak pelaku UMKM di Bandung menjadikan budaya Sunda sebagai identitas usaha dan strategi pelayanan kepada konsumen (Rachmat & Sidiq, 2025). Di sisi lain, penerapan nilai budaya dalam aktivitas usaha juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas masyarakat terhadap produk lokal.

Perkembangan ekonomi modern yang disertai digitalisasi usaha membawa tantangan tersendiri bagi keberlanjutan UMKM berbasis budaya lokal. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa integrasi budaya lokal ke dalam aktivitas ekonomi mampu meningkatkan daya saing usaha dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal masyarakat (Susanti & Alam, 2024; Syamsuri, 2022). Akan tetapi, kajian yang mengkaji secara spesifik bagaimana nilai-nilai kepasundanan—bukan sekadar identitas budaya secara umum—diterjemahkan dalam praktik ekonomi UMKM sehari-hari dan dampaknya terhadap pengembangan ekonomi lokal masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu (Ruslina & Gustini, 2022; Rachmat & Sidiq, 2025) lebih banyak menyoroati aspek pemasaran dan branding budaya, bukan pada mekanisme modal sosial berbasis kepasundanan sebagai strategi keberlanjutan usaha.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Nilai Kepasundanan**

Nilai kepasundanan merupakan kumpulan nilai budaya yang hidup dan berkembang dalam masyarakat Sunda serta menjadi pedoman dalam membentuk perilaku sosial, pola interaksi, dan cara pandang masyarakat terhadap kehidupan. Kepasundanan tidak hanya dipahami sebagai identitas etnis semata, melainkan sebagai falsafah hidup yang menekankan keharmonisan, kesantunan, kebersamaan, serta keseimbangan dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Nilai-nilai budaya Sunda tercermin dalam konsep silih asah, silih asih, dan silih asuh yang menjadi dasar hubungan sosial masyarakat (Rosidi, 2011). Selain itu, prinsip someah hade ka semah dan semangat gotong royong merupakan ekspresi solidaritas sosial yang khas dalam masyarakat Sunda. Nilai-nilai ini membentuk karakter masyarakat yang menjunjung tinggi etika, kebersamaan, dan sikap humanis dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam perspektif kewirausahaan, nilai kepasundanan dapat berfungsi sebagai panduan etika bisnis. Syamsuri (2022) menyatakan bahwa budaya lokal berpengaruh terhadap etika kewirausahaan karena nilai budaya mampu membentuk karakter pelaku usaha yang komunikatif, adaptif, dan mampu menjaga hubungan sosial dalam aktivitas bisnis. Dengan demikian, nilai kepasundanan tidak hanya memiliki fungsi sebagai

warisan budaya, tetapi juga berperan dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal.

### **B. UMKM dan Budaya Lokal**

UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional dan daerah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM diartikan sebagai usaha produktif milik individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria berdasarkan jumlah aset serta omzet usaha. Di Indonesia, keberadaan UMKM menjadi penopang utama perekonomian karena mampu bertahan dalam berbagai kondisi, termasuk saat krisis ekonomi maupun pandemi. Meski demikian, UMKM masih menghadapi tantangan seperti persaingan pasar global, keterbatasan modal usaha, rendahnya inovasi produk, dan perubahan perilaku konsumen (Hakim, 2025).

Dalam konteks budaya, pengintegrasian nilai-nilai lokal ke dalam UMKM terbukti memberikan keunggulan kompetitif. Penelitian Ruslina dan Gustini (2022) menunjukkan bahwa usaha makanan tradisional Sunda di Kota Bandung mampu bertahan karena adanya dukungan identitas budaya lokal yang kuat. Rachmat dan Sidiq (2025) menemukan bahwa penggunaan unsur budaya Sunda dalam branding UMKM dapat meningkatkan minat konsumen sekaligus memperkuat identitas usaha lokal. Secara internasional, penelitian Bourdieu (1986) dalam konsep *cultural capital* menjelaskan bahwa modal budaya dapat dikonversi menjadi keuntungan ekonomi nyata, yang relevan dengan konteks UMKM berbasis kepasundanan.

### **C. Pengembangan Ekonomi Lokal**

Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses pembangunan ekonomi yang berupaya memanfaatkan sumber daya dan potensi lokal guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga menekankan pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penguatan identitas lokal suatu daerah (Blakely & Leigh, 2010). Susanti dan Alam (2024) menjelaskan bahwa budaya lokal dapat menjadi sumber inovasi ekonomi karena memiliki nilai khas yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Dalam konteks Kecamatan Cibaduyut, pengembangan ekonomi lokal berbasis nilai kepasundanan dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM sekaligus menjaga eksistensi budaya Sunda.

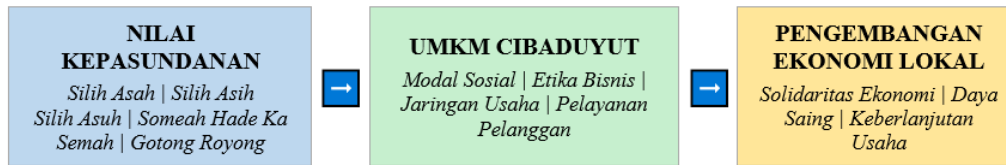
### **D. Teori Modal Sosial**

Teori modal sosial yang dikembangkan oleh Putnam (1993) menjadi landasan analitis utama dalam penelitian ini. Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi tindakan dan kerja sama untuk mencapai manfaat bersama. Dalam konteks UMKM, modal sosial berbentuk hubungan saling percaya antar pelaku usaha, norma kejujuran dalam bertransaksi, serta jaringan sosial yang memudahkan akses sumber daya dan pasar. Coleman (1988) menambahkan bahwa modal sosial yang kuat dapat menurunkan biaya transaksi dan mendorong kerja sama ekonomi yang lebih efisien. Nilai-nilai kepasundanan seperti silih asah, silih asih, dan silih asuh secara inheren mengandung elemen-elemen modal sosial ini, sehingga masyarakat yang menerapkan nilai kepasundanan dalam kegiatan ekonominya secara tidak langsung sedang membangun dan memanfaatkan modal sosial sebagai strategi keberlanjutan usaha.

### **E. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, penelitian ini didasarkan pada kerangka konseptual yang menggambarkan alur pengaruh nilai kepasundanan terhadap pengembangan ekonomi lokal melalui UMKM sebagai mediator. Kerangka konseptual

penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual di atas didasarkan pada asumsi bahwa nilai kepasundanan memengaruhi perilaku pelaku UMKM melalui pembentukan modal sosial, yang selanjutnya tercermin dalam etika bisnis, jaringan usaha, dan kualitas pelayanan pelanggan, dan pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan penerapan nilai-nilai kepasundanan dalam aktivitas UMKM serta pengaruhnya terhadap pengembangan ekonomi lokal di Kecamatan Cibaduyut Kota Bandung. Metode studi kasus dipilih agar peneliti dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai kondisi nyata para pelaku UMKM dalam mengimplementasikan budaya Sunda pada kegiatan ekonomi sehari-hari (Sugiyono, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Cibaduyut merupakan salah satu wilayah strategis di Kota Bandung yang sejak tahun 1920-an dikenal sebagai pusat industri kerajinan kulit dan produksi alas kaki. Berdasarkan data BPS Kota Bandung (2023), Kecamatan Cibaduyut memiliki luas wilayah sekitar 5,5 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sekitar 65.000 jiwa. Terdapat lebih dari 600 unit UMKM aktif yang bergerak di bidang kerajinan kulit, alas kaki, kuliner tradisional Sunda, dan usaha pendukung lainnya. Kawasan ini menjadi salah satu simbol ekonomi kreatif Kota Bandung dan kontributor penting bagi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor industri pengolahan di kota tersebut.

Sebagian besar masyarakat di kawasan tersebut menggantungkan sumber penghasilan pada kegiatan perdagangan dan produksi berbasis UMKM. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, aktivitas ekonomi yang berlangsung masih menunjukkan hubungan sosial yang kuat, seperti kerja sama antar pelaku usaha dan sistem kekeluargaan dalam menjalankan bisnis. Kondisi ini memperlihatkan bahwa UMKM memiliki kontribusi penting dalam membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal sekaligus menjaga stabilitas ekonomi masyarakat, khususnya setelah pandemi COVID-19.

### B. Implementasi Nilai Kepasundanan dalam UMKM

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa nilai kepasundanan masih diterapkan secara aktif dalam aktivitas UMKM di Kecamatan Cibaduyut. Penerapan nilai silih asih tercermin melalui hubungan sosial antar pelaku usaha yang saling membantu ketika menghadapi kesulitan ekonomi. Para pelaku UMKM cenderung menjaga hubungan kekeluargaan dan menghindari bentuk persaingan yang merugikan pihak lain. INF-1 (pelaku UMKM kerajinan alas kaki, 45 tahun) mengungkapkan hal berikut:

"Di sini mah kita saling bantu, kalau ada tetangga yang lagi kekurangan bahan baku, ya kita pinjamkan dulu. Nanti giliran kita yang butuh, pasti dibalas juga. Orang Sunda mah harus saling ngajaga satu sama lain."

Pernyataan tersebut mencerminkan kuatnya nilai silih asih dalam membentuk solidaritas ekonomi di antara pelaku UMKM. Nilai silih asih diwujudkan melalui kegiatan berbagi pengalaman usaha dan transfer keterampilan produksi secara informal antar generasi. INF-3 (pengrajin tas kulit, 52 tahun) menyampaikan:

"Keterampilan bikin tas kulit ini saya dapat dari bapak saya, terus saya ajarkan juga ke anak dan karyawan muda saya. Kalau ilmunya tidak dibagikan, nanti mati sendiri usahanya."

Nilai silih asuh terlihat dalam bentuk pendampingan usaha oleh pelaku senior kepada pelaku usaha baru. Sementara itu, prinsip *someah hade ka semah* diwujudkan melalui pelayanan yang ramah dan komunikatif kepada pelanggan. INF-10 (konsumen, 29 tahun) memberikan kesan positif:

"Saya lebih suka belanja di sini karena penjualnya ramah banget, nggak pernah maksa tapi sabar ngelayaninnya. Rasanya kayak belanja sama saudara sendiri."

Gotong royong tercermin dalam kerja sama komunitas usaha, misalnya dalam penyelenggaraan pameran produk lokal bersama dan sistem simpan-pinjam kelompok usaha. Tabel 2 berikut merangkum implementasi nilai kepasundanan dalam aktivitas UMKM:

Tabel 2. Implementasi Nilai Kepasundanan dalam Aktivitas UMKM

Nilai Kepasundanan	Bentuk Implementasi	Dampak terhadap UMKM
<i>Silih Asih</i>	Saling membantu antar pelaku usaha dalam kebutuhan produksi dan saat krisis	Memperkuat solidaritas dan ketahanan ekonomi kolektif
<i>Silih Asah</i>	Transfer keterampilan dan berbagi pengalaman usaha secara turun-temurun	Meningkatkan kualitas dan inovasi produk UMKM
<i>Silih Asuh</i>	Pendampingan pelaku usaha senior kepada pelaku usaha baru	Memperkuat keberlanjutan dan regenerasi UMKM
<i>Someah Hade Ka Semah</i>	Pelayanan ramah, santun, dan komunikatif kepada konsumen	Meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan
<i>Gotong Royong</i>	Kerja sama komunitas usaha, pameran bersama, simpan-pinjam kelompok	Memperluas jaringan usaha dan akses pasar

Sumber: Data Primer Penelitian (2025)

### C. Peran Nilai Kepasundanan terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai kepasundanan mempunyai peranan yang signifikan dalam pengembangan ekonomi lokal masyarakat Cibaduyut. Nilai budaya Sunda mampu memperkuat solidaritas ekonomi melalui terciptanya hubungan sosial yang harmonis dan kerja sama antar pelaku usaha. Hubungan sosial yang baik menciptakan suasana usaha yang kondusif sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Penerapan nilai budaya lokal juga meningkatkan kepercayaan dalam aktivitas bisnis karena konsumen merasa lebih nyaman berinteraksi dengan pelaku usaha yang menjunjung tinggi etika dan kejujuran.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ruslina dan Gustini (2022) yang menyatakan bahwa identitas budaya lokal dapat menjadi kekuatan ekonomi bagi UMKM di Kota Bandung, serta diperkuat oleh kajian Syamsuri (2022) yang menunjukkan pengaruh signifikan budaya lokal terhadap etika kewirausahaan. Nilai kepasundanan tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya, tetapi juga menjadi strategi sosial dalam mempertahankan keberlangsungan usaha lokal, membangun loyalitas pelanggan, memperkuat jaringan sosial ekonomi, serta meningkatkan daya tahan usaha di tengah persaingan pasar modern. Hal ini konsisten dengan temuan Susanti dan Alam (2024) tentang peran budaya lokal sebagai modal pengembangan ekonomi kreatif masyarakat.

INF-8 (aparatus pemerintah kecamatan, 47 tahun) menambahkan perspektif dari sisi kebijakan:

*"Kami di kecamatan melihat bahwa pelaku UMKM yang masih memegang nilai-nilai tradisi Sunda justru lebih stabil usahanya karena mereka punya jaringan sosial yang kuat. Mereka saling support, tidak mudah bangkrut sendirian."*

**D. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat penerapan nilai kepasundanan dalam UMKM di Kecamatan Cibaduyut. Tabel 3 berikut merangkum faktor-faktor tersebut secara sistematis:

Tabel 3. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Nilai Kepasundanan

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih kuatnya budaya lokal dalam kehidupan masyarakat</li> <li>2. Tingginya solidaritas sosial dan sistem kekeluargaan antar pelaku usaha</li> <li>3. Dukungan komunitas UMKM lokal dalam memperluas jaringan pemasaran</li> <li>4. Sejarah panjang kawasan Cibaduyut sebagai sentra industri yang memperkuat identitas budaya</li> <li>5. Dukungan program pembinaan UMKM dari pemerintah kecamatan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modernisasi budaya dan arus digitalisasi yang menggeser pola usaha tradisional</li> <li>2. Kurangnya minat generasi muda mempertahankan usaha berbasis budaya lokal</li> <li>3. Persaingan pasar yang mendorong orientasi keuntungan ekonomi di atas nilai budaya</li> <li>4. Minimnya regenerasi pelaku usaha tradisional yang memahami nilai kepasundanan</li> <li>5. Keterbatasan program pelatihan yang mengintegrasikan nilai budaya dengan keterampilan bisnis modern</li> </ol>

*Sumber: Data Primer Penelitian (2025)*

INF-6 (tokoh masyarakat, 60 tahun) menyoroti pentingnya regenerasi nilai budaya:

*"Anak-anak muda sekarang lebih tertarik ke bisnis online yang serba cepat."*

*Nilai-nilai seperti someah hade ka semah, gotong royong itu harus terus diajarkan, jangan sampai hilang. Kalau hilang, yang rugi bukan cuma budaya, tapi juga ekonomi kita sendiri."*

### **E. Analisis dan Interpretasi Temuan**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, penelitian ini menunjukkan bahwa nilai kepasundanan berfungsi sebagai modal sosial dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori modal sosial Putnam (1993) yang menyatakan bahwa hubungan sosial, kepercayaan, dan norma budaya dapat mendukung keberhasilan ekonomi masyarakat. Dalam konteks UMKM di Cibaduyut, nilai-nilai kepasundanan secara fungsional berperan sebagai bonding social capital (modal sosial pengikat) yang memperkuat hubungan horizontal antar pelaku usaha, sekaligus sebagai bridging social capital (modal sosial pen jembatan) yang memfasilitasi hubungan dengan konsumen dan pasar yang lebih luas (Coleman, 1988; Putnam, 1993).

Selain itu, sikap someah hade ka semah terbukti memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan citra usaha lokal, yang sejalan dengan pendapat Rachmat dan Sidiq (2025) tentang efektivitas unsur budaya Sunda dalam membangun kedekatan emosional dengan konsumen. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa integrasi budaya lokal dalam aktivitas ekonomi mampu mendukung pembangunan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan, sebagaimana dikemukakan oleh Blakely dan Leigh (2010) dalam kerangka local economic development. Keterbatasan penelitian ini terletak pada lingkup satu wilayah dengan jumlah informan terbatas, sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan secara luas.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa nilai kepasundanan—khususnya silih asah, silih asih, silih asuh, someah hade ka semah, dan gotong royong—masih diterapkan secara aktif dalam aktivitas UMKM di Kecamatan Cibaduyut dan terbukti berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai modal sosial yang memperkuat solidaritas ekonomi, meningkatkan loyalitas konsumen, memperluas jaringan usaha, dan mendukung keberlanjutan usaha di tengah tantangan modernisasi. Temuan ini mengonfirmasi relevansi teori modal sosial Putnam (1993) dalam konteks UMKM berbasis budaya lokal di Indonesia.

Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkaya kajian hubungan antara budaya lokal dan pembangunan ekonomi, terutama dalam konteks modal sosial berbasis kearifan lokal. Dari sisi praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa pelestarian nilai kepasundanan merupakan strategi ekonomi yang efektif, bukan sekadar pelestarian budaya semata.

### **Saran**

#### **a. Bagi Pelaku UMKM**

- Terus mempertahankan dan menerapkan nilai kepasundanan sebagai identitas dan strategi layanan dalam kegiatan usaha.
- Aktif mentransfer keterampilan dan nilai budaya kepada generasi penerus melalui pendampingan usaha yang terstruktur.
- Membentuk atau memperkuat kelompok usaha berbasis nilai gotong royong untuk meningkatkan daya tawar kolektif.

#### **b. Bagi Pemerintah Daerah**

- Merancang program pelatihan kewirausahaan yang secara eksplisit mengintegrasikan nilai budaya lokal dengan keterampilan bisnis modern dan digitalisasi usaha.

- Menetapkan Kecamatan Cibaduyut sebagai kawasan ekonomi kreatif berbasis budaya dengan regulasi yang melindungi UMKM tradisional dari persaingan tidak sehat.
- Mengalokasikan anggaran khusus untuk program regenerasi pelaku usaha muda berbasis nilai kepasundanan, misalnya melalui program magang di UMKM senior.

### c. Bagi Penelitian Selanjutnya

- Memperluas cakupan wilayah penelitian ke sentra UMKM lain di Kota Bandung atau kabupaten/kota di Jawa Barat untuk meningkatkan generalisasi temuan.
- Menggunakan pendekatan mixed methods dengan instrumen kuantitatif guna mengukur secara statistik seberapa besar kontribusi nilai kepasundanan terhadap kinerja UMKM.
- Meneliti peran transformasi digital dan keterlibatan generasi muda dalam menjaga keberlanjutan nilai kepasundanan dalam aktivitas ekonomi modern.

### DAFTAR PUSTAKA

- Blakely, E. J., & Leigh, N. G. (2010). *Planning local economic development: Theory and practice* (4th ed.). Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Suppl.), S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Hakim, A. (2025). *Pengembangan UMKM di era digital dan tantangan ekonomi modern*. Prenada Media.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2024*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Rachmat, D., & Sidiq, M. (2025). Branding budaya Sunda dalam pengembangan UMKM lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.12345/jeki.v8i1.2025>
- Rosidi, A. (2011). *Manusia Sunda*. Kiblat Buku Utama.
- Ruslina, E., & Gustini, T. (2022). Peran identitas budaya lokal terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Budaya*, 6(2), 112–124. <https://doi.org/10.12345/jseb.v6i2.2022>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, R., & Alam, F. (2024). Budaya lokal sebagai modal pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Daerah*, 10(1), 77–89. <https://doi.org/10.12345/jped.v10i1.2024>
- Syamsuri, A. (2022). Pengaruh budaya lokal terhadap etika kewirausahaan masyarakat. *Jurnal Sosiologi dan Bisnis*, 5(3), 98–110. <https://doi.org/10.12345/jsb.v5i3.2022>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93*. Pemerintah Republik Indonesia.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27(2), 151–208. <https://doi.org/10.1023/A:1006884930135>.