

Village Fest Hub: Ekosistem Festival Desa Berbasis Potensi Lokal dan Digital Marketing sebagai Strategi Pengurangan Pengangguran dan Penguatan Ekonomi Desa Berkelanjutan

I Gusti Ayu Ditha Indra Sasmita^{1*}, Putu Yudy Wijaya²

^{1*}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Hindu Indonesia, Denpasar, Indonesia

²Program Studi Magister Manajemen, Universitas Hindu Indonesia, Denpasar, Indonesia

¹dithasasmita@gmail.com*

INFO ARTIKEL

Article history:

Received Juni 2026

Published Juni 2026

ABSTRAK

Desa memiliki berbagai potensi sumber daya alam, budaya, pertanian, dan kerajinan yang dapat menjadi penggerak ekonomi masyarakat apabila dikelola secara optimal. Namun, berbagai desa di Indonesia masih menghadapi permasalahan berupa tingginya angka pengangguran, rendahnya nilai tambah hasil pertanian, terbatasnya akses pemasaran produk lokal, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi wisata desa. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat desa belum memperoleh manfaat ekonomi secara maksimal dari sumber daya yang dimiliki. Artikel ini menawarkan konsep Village Fest Hub sebagai model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang mengintegrasikan sektor pertanian, UMKM, wisata, budaya, dan digital marketing dalam satu ekosistem festival desa yang berkelanjutan. Realisasi program dilakukan melalui pembentukan kelompok pengelola desa yang melibatkan masyarakat yang belum memiliki pekerjaan, pemuda desa, kelompok tani, pelaku UMKM, dan karang taruna. Kelompok tersebut bertugas mengelola festival desa yang dilaksanakan secara berkala dengan menampilkan hasil panen, produk kerajinan, kuliner tradisional, seni budaya, serta atraksi wisata yang sesuai dengan karakteristik desa. Untuk memperluas jangkauan promosi, kegiatan didukung melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital.

Hasil yang diharapkan dari implementasi Village Fest Hub adalah meningkatnya kesempatan kerja masyarakat desa, bertambahnya pendapatan pelaku UMKM dan petani, meningkatnya kunjungan wisatawan, serta terbentuknya ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan. Dengan demikian, Village Fest Hub dapat menjadi alternatif strategi pembangunan desa yang tidak hanya berfokus pada sektor wisata, tetapi juga mampu memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: digital marketing, ekonomi desa, pemberdayaan masyarakat, UMKM, village fest hub

ABSTRACT

Villages possess abundant natural resources, agricultural products, local culture, and handicrafts that can become drivers of community-based economic development when managed effectively. However, many villages in Indonesia still face challenges such as unemployment, limited market access, low added value of agricultural products, and underutilized tourism potential. These conditions prevent rural communities from maximizing the economic benefits of their local resources. This article proposes the Village Fest Hub concept as a community empowerment model that integrates agriculture, micro and small enterprises, tourism, local culture, and digital marketing into a sustainable village festival ecosystem. The program involves unemployed villagers, youth organizations, farmer groups, and local entrepreneurs in organizing periodic village festivals showcasing agricultural products, handicrafts, traditional foods, cultural performances, and tourism attractions. Digital marketing strategies through social media and online platforms are utilized to expand promotion and attract wider audiences. The expected outcomes include increased employment opportunities, higher income for local communities, growth of rural tourism, and strengthened local economic resilience. Therefore, Village Fest Hub can serve as an innovative strategy for sustainable rural development by leveraging local potential and community participation.

Keywords: digital marketing, rural economy, community empowerment, MSMEs, Village Fest Hub

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

Pembangunan desa merupakan salah satu fokus utama dalam upaya mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Hanafi, 2024). Desa tidak hanya berperan sebagai wilayah produksi sektor pertanian, tetapi juga memiliki berbagai potensi ekonomi yang dapat dikembangkan melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan (Murdianto & Zachari, 2025). Potensi tersebut meliputi hasil pertanian, peternakan, perikanan, kerajinan, kuliner tradisional, serta kekayaan budaya dan wisata alam yang dimiliki masing-masing desa.

Namun realitanya justru masih terdapat beberapa desa yang masih menghadapi permasalahan berupa tingginya angka pengangguran, terbatasnya lapangan pekerjaan, rendahnya nilai tambah hasil pertanian, dan kurang optimalnya pemasaran produk lokal (Pamuja, et al., 2025). Sebagian besar hasil panen masyarakat masih dijual dalam bentuk bahan mentah dengan harga relatif rendah sehingga keuntungan ekonomi yang diperoleh masyarakat belum maksimal. Selain itu, banyak potensi wisata desa yang belum dikelola secara profesional sehingga belum mampu menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat (Rahman & Natali, 2025).

Perkembangan teknologi digital sebenarnya membuka peluang besar bagi desa untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki kepada masyarakat yang lebih luas (Galib et al., 2025). Pemanfaatan media sosial, platform video digital, dan pemasaran daring dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan destinasi wisata desa. Namun demikian, pemanfaatan teknologi tersebut masih belum optimal di sebagian besar wilayah pedesaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu model pemberdayaan masyarakat yang mampu mengintegrasikan potensi lokal desa dengan strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, artikel ini menawarkan konsep Village Fest Hub sebagai ekosistem festival desa berbasis potensi lokal dan digital marketing yang bertujuan mengurangi pengangguran serta memperkuat ekonomi desa secara berkelanjutan.

2. Metode Pelaksanaan

Artikel ini menggunakan pendekatan studi literatur dan analisis konseptual untuk merancang model Village Fest Hub sebagai strategi pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Data dan informasi diperoleh melalui kajian berbagai literatur ilmiah, laporan pemerintah, artikel akademik, serta referensi yang membahas pengembangan desa wisata, pemberdayaan masyarakat, UMKM, dan digital marketing.

Perancangan Village Fest Hub dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu :

1. Tahap Identifikasi

Tahapan ini dilakukan dengan mengidentifikasi potensi desa yang meliputi sumber daya alam, hasil pertanian, produk kerajinan, kuliner tradisional, serta kekayaan budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik ekonomi. Potensi tersebut menjadi dasar dalam menentukan karakteristik festival yang akan diselenggarakan sesuai dengan keunggulan masing-masing desa.

2. Tahap Pembentukan Kelompok Penggerak

Pembentukan kelompok penggerak Village Fest Hub dengan melibatkan masyarakat desa, khususnya pemuda yang belum memiliki pekerjaan, kelompok tani, pelaku UMKM, karang taruna, serta masyarakat yang memiliki minat dalam pengembangan ekonomi lokal. Kelompok ini berperan sebagai pengelola kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi festival.

3. Tahap Penyelenggaraan

Pada tahap ini dilakuka penyelenggaraan festival desa secara berkala yang menampilkan hasil panen, produk UMKM, kuliner tradisional, pertunjukan seni budaya, serta aktivitas wisata berbasis potensi lokal. Festival dirancang sebagai ruang interaksi antara masyarakat desa dengan wisatawan sekaligus menjadi sarana pemasaran produk lokal secara langsung.

4. Tahap Kolaborasi Digital

Tahap terakhir adalah optimalisasi digital marketing melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. Konten promosi dibuat secara berkelanjutan untuk memperkenalkan potensi desa kepada masyarakat luas sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperluas pasar produk lokal. Melalui tahapan tersebut, Village Fest Hub diharapkan mampu membentuk ekosistem ekonomi desa yang berkelanjutan dan berbasis partisipasi masyarakat.

3. Hasil dan Pembahasan

Pembentukan Village Fest Hub sebagai Wadah Pemberdayaan Masyarakat Desa

Village Fest Hub dirancang sebagai wadah pemberdayaan masyarakat yang melibatkan berbagai kelompok masyarakat desa, khususnya pemuda yang belum memiliki pekerjaan tetap, kelompok tani, pelaku UMKM, karang taruna, serta masyarakat yang memiliki minat dalam pengembangan ekonomi lokal. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan festival bertujuan untuk menciptakan kesempatan kerja baru sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa.

Melalui pembentukan kelompok pengelola, masyarakat tidak hanya berperan sebagai peserta kegiatan, tetapi juga sebagai pengambil keputusan dan pelaksana program. Kondisi ini sejalan dengan konsep community empowerment yang menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam menciptakan pembangunan yang berkelanjutan (Akbar, et al., 2021). Dengan adanya Village Fest Hub, masyarakat desa memiliki ruang untuk mengembangkan kemampuan manajerial, kewirausahaan, dan kreativitas yang dapat mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka.

Optimalisasi Potensi Pertanian melalui Festival Produk Lokal

Salah satu komponen utama Village Fest Hub adalah penyelenggaraan pasar produk lokal yang menampilkan berbagai hasil pertanian unggulan desa. Selama ini sebagian besar petani menjual hasil panennya kepada tengkulak dengan harga yang relatif rendah sehingga keuntungan yang diperoleh belum maksimal. Melalui festival desa, petani memiliki kesempatan untuk menjual produknya secara langsung kepada konsumen.

Selain penjualan hasil panen segar, festival juga dapat menjadi sarana pengembangan produk olahan berbasis komoditas lokal. Pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat daya saing produk desa di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, Village Fest Hub tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana peningkatan nilai tambah sektor pertanian.

Penguatan UMKM dan Produk Kreatif Masyarakat Desa

Keberadaan UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian desa (Paransa, 2024). Melalui Village Fest Hub, pelaku UMKM diberikan ruang untuk mempromosikan dan menjual berbagai produk kerajinan, makanan olahan, serta produk kreatif lainnya kepada pengunjung. Kegiatan ini diharapkan mampu memperluas akses pasar yang selama ini menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha mikro dan kecil.

Selain sebagai sarana pemasaran, festival desa juga dapat mendorong terciptanya kolaborasi antara pelaku UMKM sehingga menghasilkan inovasi produk yang lebih kompetitif. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk lokal, pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya dan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar.

Pengembangan Wisata Berbasis Potensi Lokal

Setiap desa memiliki karakteristik dan potensi wisata yang berbeda-beda, seperti persawahan, sungai, perbukitan, maupun kekayaan budaya lokal. Village Fest Hub memanfaatkan potensi tersebut sebagai daya tarik utama dalam menarik kunjungan wisatawan. Pengembangan wisata dilakukan dengan tetap memperhatikan prinsip keberlanjutan dan pelestarian lingkungan.

Konsep ini sejalan dengan pendekatan *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi wisata (Zahroh & Pertiwi, 2025). Melalui keterlibatan langsung masyarakat, manfaat ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas wisata dapat dirasakan secara lebih merata. Selain itu, pengembangan wisata berbasis potensi lokal juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya dan identitas desa yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Strategi Promosi Desa

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi desa untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki kepada masyarakat yang lebih luas. Dalam konsep Village Fest Hub, media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube dimanfaatkan sebagai sarana promosi utama. Berbagai aktivitas festival, keindahan alam desa, proses produksi kerajinan, hingga kuliner tradisional dapat dikemas menjadi konten yang menarik bagi masyarakat.

Pemanfaatan digital marketing memungkinkan promosi dilakukan secara berkelanjutan dengan biaya yang relatif rendah. Selain meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, strategi ini juga berpotensi memperluas pasar produk UMKM hingga ke luar daerah. Dengan demikian, digital marketing menjadi instrumen penting dalam mendukung keberhasilan Village Fest Hub sebagai ekosistem ekonomi desa yang modern dan berdaya saing.

Dampak Village Fest Hub terhadap Pengurangan Pengangguran dan Penguatan Ekonomi Desa

Implementasi Village Fest Hub diproyeksikan memberikan dampak positif terhadap pengurangan pengangguran melalui penciptaan berbagai peluang kerja baru, baik dalam sektor wisata, perdagangan, kuliner, maupun pengelolaan media digital. Keterlibatan masyarakat dalam berbagai aktivitas ekonomi yang tercipta dari festival desa dapat meningkatkan produktivitas sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap pekerjaan di luar desa.

Dari sisi ekonomi, meningkatnya aktivitas perdagangan, kunjungan wisatawan, dan penjualan produk lokal berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat serta memperkuat perputaran ekonomi di tingkat desa. Dampak tersebut pada akhirnya dapat mendukung terwujudnya desa yang lebih mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan pembangunan di era digital.

4. Kesimpulan

Village Fest Hub merupakan suatu model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang mengintegrasikan sektor pertanian, UMKM, pariwisata, budaya, dan digital marketing dalam satu ekosistem ekonomi desa yang berkelanjutan. Konsep ini dirancang

sebagai solusi atas berbagai permasalahan yang masih dihadapi desa, seperti tingginya tingkat pengangguran, rendahnya nilai tambah hasil pertanian, terbatasnya akses pemasaran produk lokal, serta belum optimalnya pengelolaan potensi wisata yang dimiliki desa.

Melalui pembentukan kelompok pengelola yang melibatkan masyarakat, khususnya pemuda desa, kelompok tani, pelaku UMKM, dan karang taruna, Village Fest Hub diharapkan mampu menciptakan peluang kerja baru sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi desa. Festival desa yang diselenggarakan secara berkala dapat menjadi sarana promosi dan pemasaran hasil pertanian, produk UMKM, kuliner tradisional, serta berbagai atraksi wisata dan budaya lokal yang menjadi identitas desa.

Pemanfaatan digital marketing melalui berbagai platform media sosial juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan program ini (Rusnarasyid, et al., 2025). Strategi promosi digital memungkinkan potensi desa dikenal oleh masyarakat yang lebih luas, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Dengan demikian, Village Fest Hub tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan festival semata, tetapi juga sebagai model pengembangan ekonomi berbasis masyarakat yang mampu mendorong terciptanya lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat daya saing produk lokal, dan mewujudkan kemandirian ekonomi desa secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, Village Fest Hub berpotensi menjadi salah satu alternatif strategi pembangunan desa yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan dalam mendukung penguatan ekonomi lokal sekaligus mewujudkan desa yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, inspirasi, serta berbagai referensi yang menjadi dasar dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada dosen pembimbing, rekan akademisi, dan berbagai penulis serta peneliti yang hasil karya ilmiahnya menjadi sumber referensi dalam pengembangan gagasan Village Fest Hub sebagai model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada institusi pendidikan yakni Universitas Hindu Indonesia di Denpasar yang telah menyediakan lingkungan akademik yang mendukung pengembangan ide, kreativitas, dan inovasi dalam bidang pembangunan desa berkelanjutan. Semoga gagasan yang disajikan dalam artikel ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ekonomi desa, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan potensi lokal melalui pemanfaatan teknologi digital.

Daftar Pustaka (Heading 6, bold, 11 pt)

Akbar, S., Noviyanti, E., Khadijah, U. L. S., & Deinaputra, R. D. (2021). Community empowerment in the context of sustainable tourism development in Surodadi

- Village. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 145–159. <https://doi.org/10.21831/jppm.v8i2.39164>
- Galib, M., Faridah, Muharram, & Thanwain. (2024). Transformasi digital UMKM: Analisis pemasaran online dan dampaknya terhadap ekonomi lokal di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 4(2), 112–126. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v4i2.531>
- Hanafi, M. (2024). Community based tourism dalam pengembangan desa wisata di Magelang. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(1), 1–15. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i1.72745>
- Hanafi, M. (2024). Community participation and sustainable tourism village management. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(1), 1–15.
- Murdianto, & Zachari, A. Z. (2025). The social and ecological problem of community empowerment base village tourism. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.37680/jcd.v8i1.9683>
- Pamuja, I. A., et al. (2025). Community empowerment and digital technology in tourism village development: A systematic literature review. *Jurnal Geografika*, 6(1), 1–14.
- Pamuja, I. A., Normelani, E., Kasyfi, M. F., Fathoni, M., & Iskandar, A. (2025). A new approach to community empowerment-based tourism village development in Indonesia. *Jurnal Geografika*, 6(1), 1–14.
- Paransa, R. P. J. (2024). Optimalisasi pertumbuhan UMKM di Indonesia melalui pemasaran digital. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(2), 135–149. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042>
- Rahman, A. F., & Natalia, D. C. (2025). Community independence as empowerment in tourism village development: A study from Batu City, East Java. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1), 45–60. <https://doi.org/10.26905/jpp.v10i1.15381>
- Rahman, A. F., Natalia, D. C. (2025). Measuring community empowerment in the development of tourism village: Evidence from Batu City, Indonesia. *Journal of Tourism Culinary and Entrepreneurship*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37715/jtce.v5i1.5551>
- Rahman, A. F., Wardana, A. A., & Mufarrohah. (2025). Measuring community empowerment in the development of tourism village: Evidence from Batu City, Indonesia. *Journal of Tourism Culinary and Entrepreneurship*, 5(1), 1–18.
- Rusnarasyid, A. N., Sujarwo, & Hermawan, Y. (2025). Creative economy-based community empowerment in tourism villages: An integrated model from Indonesia. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.56916/jirpe.v5i1.2873>
- Rusnarasyid, A. N., Sujarwo, & Hermawan, Y. (2025). Empowerment model through creative economy in tourism villages. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 5(1), 55–69.
- Susanti, H., Rahmawati, D., Mukhtar, H., & Wibowo, S. A. (2024). Integrasi digital marketing dan community-based tourism dalam pengembangan agrowisata di Desa Warjabakti Kabupaten Bandung. *SWAGATI Journal of Community Service*, 2(2), 49–55. <https://doi.org/10.24076/swagati.2024v2i2.1095>

- Zahroh, P. A., & Pertiwi, V. I. (2025). Community-based tourism for sustainable development in Kampung Lali Gadget. *Academia Open*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.12763>
- Zahroh, P. A., & Pertiwi, V. I. (2025). Sustainable community-based tourism and local economic development in rural areas. *Academia Open*, 10(2), 1–12.