



Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Festival *Culinary Night*

Taubah An Nashuha^{1*}, Dang Eif Saiful Amin¹, Dedi Herdiana¹

¹Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : tata.sboliba@gmail.com

ABSTRAK

Festival Culinary Night merupakan wadah pemberdayaan UMKM yang meningkatkan kesadaran terhadap produk lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui interaksi sosial dan promosi. Penelitian ini mengkaji tiga aspek utama: peningkatan SDM pelaku UMKM, peluang ekonomi, serta peningkatan keterampilan dan pengetahuan. Berlandaskan teori Jim Ife (1997) tentang pemberdayaan masyarakat, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode Riset Aksi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas), dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa festival ini mampu memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam pemasaran dan manajemen usaha, membuka peluang peningkatan penjualan, serta memperluas jejaring bisnis. Pendekatan Sisdamas memberikan dampak langsung terhadap kemandirian masyarakat melalui partisipasi aktif dan transformasi potensi lokal menjadi kekuatan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Pemberdayaan; UMKM; Festival; Sisdamas

ABSTRACT

The Culinary Night Festival functions as a platform for empowering MSMEs by promoting local products and driving economic growth through social engagement. This study explores three key areas: improving human resources, expanding economic opportunities, and enhancing entrepreneurial skills. Using Jim Ife's (1997) empowerment theory, the research employs qualitative methods through the Sisdamas model, with data collected via observation, interviews, and documentation. The findings show that the festival strengthens MSME marketing and management capacities, increases sales, expands market access, and fosters stronger business networks, supporting community self-reliance by transforming local potential into sustainable development.

Keywords : Empowerment; MSMEs; Festival; Sisdamas

PENDAHULUAN

Festival *Culinary Night* merupakan salah satu strategi pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis komunitas yang berkembang di Dusun 01 Desa Wangunsari, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan ini dirancang sebagai ruang interaktif antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan masyarakat luas, tidak hanya menjadi ajang promosi produk lokal tetapi juga sebagai sarana pembangunan kapasitas warga desa. Dalam perspektif pemberdayaan, festival ini memegang peran penting dalam memperkuat partisipasi aktif masyarakat, meningkatkan visibilitas usaha kecil, dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal melalui pendekatan sosial budaya yang ramah komunitas. Pemberdayaan UMKM dalam kerangka festival kuliner tersebut tidak hanya menitikberatkan pada aspek peningkatan pendapatan, melainkan juga peningkatan keterampilan, jejaring usaha, serta penciptaan ekosistem ekonomi berkelanjutan. Melalui Festival *Culinary Night*, partisipasi masyarakat diwujudkan dalam bentuk pendampingan pelaku usaha, pertunjukan seni, promosi digital, hingga pengelolaan logistik acara secara mandiri, yang menunjukkan adanya sinergi antara pelaku ekonomi lokal dengan struktur sosial desa.

Upaya pemberdayaan masyarakat melalui festival kuliner menjadi semakin relevan ketika UMKM mengalami kendala dalam aspek pemasaran, branding, dan akses teknologi. Survei menunjukkan bahwa lebih dari 70% pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka secara optimal (Aini, 2024:142). Faktor penyebabnya mencakup rendahnya literasi digital, minimnya akses terhadap pasar yang lebih luas, serta belum adanya strategi terpadu yang mampu memfasilitasi peningkatan daya saing pelaku UMKM lokal. Dalam konteks tersebut, Festival *Culinary Night* hadir sebagai alternatif inovatif yang mengintegrasikan promosi produk, interaksi sosial, dan pertunjukan budaya dalam satu platform pemberdayaan yang berbasis partisipasi. Kegiatan ini melibatkan lebih dari 20 pelaku UMKM yang secara aktif menawarkan produk kuliner lokal kepada pengunjung dari berbagai dusun, dengan lokasi strategis di depan Kantor Desa Wangunsari, yang sekaligus berfungsi sebagai ruang publik representatif dalam mendukung kegiatan ekonomi warga.

Penelitian terdahulu telah menyoroti peran pasar sebagai ruang interaksi sosial dan ekonomi masyarakat, seperti yang dilakukan oleh Royani (2007:37) dalam studi “Analisis Dinamika Sosial Pasar Tradisional Onan Sipahutar”, yang menunjukkan bahwa pasar memiliki fungsi ekonomi, sosial, budaya, dan politik secara simultan. Dengan pendekatan observasi dan wawancara, Royani menyoroti bahwa pasar tradisional menjadi titik temu antar masyarakat, namun belum menjelaskan secara rinci strategi pemberdayaan pelaku usaha kecil dalam konteks pasar. Penelitian oleh Ma’rufah (2012:88) yang berjudul “Dinamika

Sosial Ekonomi Pasar Babat” menggunakan etnografi untuk menelaah dampak relokasi pasar terhadap pedagang dan menemukan adanya ketimpangan ekonomi serta konflik internal komunitas. Sementara Wijaya (2010:74) dalam “Evaluasi Dampak Sosial Pedagang dari Proyek Pembangunan Pasar Ngarsopuro” menyoroti bahwa interaksi sosial antar pedagang bersifat asosiatif, namun aspek peningkatan kapasitas dan strategi pemberdayaan pelaku UMKM tidak menjadi fokus utama. Ketiga studi tersebut menunjukkan bahwa pasar merupakan entitas sosial ekonomi penting, namun belum mengelaborasi peran festival sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal berbasis masyarakat, sehingga memberikan ruang bagi penelitian ini untuk mengisi celah akademik dalam literatur pemberdayaan komunitas melalui pendekatan ekonomi kreatif.

Dusun 01 Desa Wangunsari dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik demografis dan geografis yang mendukung pelaksanaan festival secara berkala. Dusun ini memiliki kepadatan penduduk tertinggi dibandingkan dusun lain di desa tersebut, dengan mayoritas penduduk berada pada usia produktif (16–60 tahun) serta memiliki latar belakang sebagai pelaku usaha mandiri, pedagang makanan, dan pelaku industri rumah tangga. Selain itu, masyarakat Dusun 01 aktif dalam kegiatan seni dan budaya, seperti pertunjukan tari jaipong, musik tradisional, dan paduan suara, yang menjadi nilai tambah dalam pelaksanaan Festival Culinary Night. Dukungan aparat desa dan tingginya partisipasi pemuda dalam pengelolaan festival juga menjadi faktor penting yang mendukung pelaksanaan riset aksi berbasis pemberdayaan masyarakat.

Pertanyaan penelitian yang diajukan berfokus pada tiga aspek: pertama, bagaimana Festival Culinary Night dapat meningkatkan sumber daya manusia pelaku UMKM di Dusun 01 Desa Wangunsari; kedua, bagaimana festival ini memberikan peluang peningkatan ekonomi bagi pelaku UMKM; dan ketiga, bagaimana festival dapat meningkatkan keterampilan serta pengetahuan pelaku UMKM. Ketiga rumusan pertanyaan ini bertujuan untuk menggali dimensi pemberdayaan masyarakat melalui festival sebagai model intervensi sosial yang mengintegrasikan aspek promosi produk, edukasi bisnis, dan interaksi budaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode Riset Aksi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas). Peneliti melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program festival. Proses riset terdiri atas empat siklus utama, yaitu: (1) sosialisasi dan refleksi sosial, di mana masyarakat bersama perangkat desa mengidentifikasi tantangan pemasaran UMKM; (2) pemetaan sosial dan pengorganisasian komunitas, termasuk pembentukan tim penggerak festival; (3) perencanaan partisipatif yang melibatkan Karang Taruna, pelaku UMKM, dan staf khusus desa dalam merancang konsep promosi dan

branding; serta (4) pelaksanaan Festival Culinary Night yang disertai dengan pemantauan dan evaluasi terhadap dampaknya terhadap peningkatan kapasitas, omzet, dan jejaring bisnis pelaku UMKM. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat dan pelaku UMKM, serta dokumentasi visual selama pelaksanaan festival. Data dianalisis secara tematik dengan pendekatan reduksi, display, dan verifikasi untuk memastikan validitas hasil dan refleksi berkelanjutan.

Sebagai dasar teoritis, penelitian ini merujuk pada teori pemberdayaan menurut Jim Ife (1997:39), yang menekankan bahwa pemberdayaan merupakan proses transfer sumber daya dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas kemandirian masyarakat. Teori ini juga menjelaskan bahwa proses pemberdayaan harus bersifat partisipatif dan kontekstual, di mana masyarakat menjadi subjek utama dalam perubahan sosial. Selain itu, penelitian mengacu pada definisi UMKM yang tertuang dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, serta pengertian festival menurut W.J.S. Poerwadarminta (1998:27), yang menempatkan festival sebagai perayaan penting yang mencerminkan peristiwa sosial dan budaya masyarakat. Dengan menggunakan kerangka tersebut, Festival Culinary Night dianalisis sebagai bentuk intervensi ekonomi kreatif yang mampu merangkul nilai-nilai lokal dan memperkuat kapasitas ekonomi komunitas secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini berlandaskan pada tiga pendekatan teori utama, yaitu teori pemberdayaan masyarakat, teori UMKM sebagai instrumen ekonomi lokal, dan konsep ekonomi kreatif berbasis komunitas. Ketiga teori ini digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara partisipasi masyarakat dalam festival kuliner, penguatan kapasitas pelaku usaha mikro, serta peran ekonomi berbasis budaya dalam pembangunan desa yang berkelanjutan.

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses sosial yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan yang memiliki kontrol terhadap arah perubahan sosial di lingkungannya. Dalam pemahaman ini, pemberdayaan tidak sekadar bantuan, melainkan distribusi akses, penguasaan keterampilan, serta ruang partisipatif yang memungkinkan masyarakat ikut menentukan prioritas pembangunan (Ife, 1997). Freire (1970) memperkuat pendekatan tersebut melalui gagasan pendidikan dialogis yang bersifat emansipatoris dan reflektif, sehingga memungkinkan masyarakat terlibat aktif dalam proses transformasi struktural. Festival kuliner yang melibatkan berbagai elemen masyarakat menjadi sarana pembelajaran kolektif dan ruang afirmatif bagi warga untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi kreatif berbasis lokal.

Pemberdayaan yang kontekstual dan berorientasi pada kebutuhan lokal menjadi strategi penting dalam penguatan komunitas. Wahyuni (2018) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat harus dijalankan dalam bingkai yang adaptif terhadap kondisi sosial ekonomi setempat, dan melibatkan proses partisipatif yang menjamin kepemilikan program oleh masyarakat. Endah (2020) menambahkan bahwa kekuatan pemberdayaan justru terletak pada kapasitas komunitas untuk merancang dan melaksanakan program secara mandiri berdasarkan potensi lokal. Dalam konteks ini, Festival Culinary Night di Wangunsari dapat dimaknai sebagai bentuk intervensi sosial yang mengintegrasikan promosi UMKM dengan edukasi kewirausahaan komunitas.

UMKM memiliki peran vital dalam struktur ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, mendistribusikan pendapatan, dan memperkuat daya tahan ekonomi lokal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan individu maupun kelompok dengan batasan modal dan omzet tertentu (Kemenkop UKM, 2020). Dalam praktiknya, UMKM juga menjadi ruang inovasi lokal apabila difasilitasi dengan baik dan didukung oleh ekosistem pemasaran yang inklusif. Kadeni dan Srijani (2020) menyebutkan bahwa tantangan utama pelaku UMKM terletak pada rendahnya literasi digital, keterbatasan promosi, serta belum optimalnya akses terhadap pasar luas. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan yang memanfaatkan medium festival menjadi relevan sebagai platform interaktif antara pelaku usaha dan masyarakat.

Penelitian oleh Syaifudin, Shodiqin, dan Nase (2022) menunjukkan bahwa potensi kuliner lokal dapat dioptimalkan sebagai pintu masuk pemberdayaan UMKM melalui festival. Makanan yang familiar dan digemari masyarakat menjadi produk unggulan yang mudah dipromosikan dan diterima secara sosial. Festival kuliner dalam hal ini mampu membangun kesadaran kolektif tentang kewirausahaan sekaligus memperluas jejaring ekonomi pelaku usaha mikro. Sementara itu, kajian Dzulhijjah, Sumpena, dan Azis (2020) menegaskan bahwa pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dapat meningkatkan partisipasi sosial dan kemandirian ekonomi komunitas. Konsep KUBE sejalan dengan semangat festival berbasis komunitas yang mendorong kolaborasi, solidaritas, dan interkoneksi antar pelaku ekonomi lokal.

Dalam kerangka teori ekonomi kreatif, Schumpeter (1911:72) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi terjadi melalui proses *creative destruction*, yaitu inovasi yang menggantikan pola usaha lama. Inovasi dari pelaku UMKM menjadi kekuatan untuk melampaui hambatan struktural ekonomi lokal. Howkins (2001:34) menyatakan bahwa "...produk ekonomi kreatif tidak hanya menjual barang, tetapi juga menyampaikan makna, estetika, dan pengalaman...", sehingga

pendekatan festival dapat menjadi saluran yang menarik bagi promosi berbasis nilai kultural dan naratif. Pine dan Gilmore (1998) menegaskan bahwa konsumen saat ini mengutamakan pengalaman, bukan sekadar produk. Festival kuliner menciptakan atmosfer interaktif yang mempertemukan pelaku usaha dan konsumen dalam dimensi partisipatif yang berpotensi membangun loyalitas dan identitas usaha.

Festival sendiri merupakan bentuk perayaan masyarakat yang mencerminkan peristiwa penting dan identitas budaya komunitas (Poerwadarminta, 1998:27). Festival kuliner menjadi lebih dari sekadar bazar makanan; ia berperan sebagai wadah pertukaran sosial, pelestarian budaya, dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Festival juga memberikan peluang interaksi antarwarga, memperkuat konektivitas sosial, dan menghidupkan ruang-ruang partisipasi budaya (Putri, 2019). Dalam perspektif pembangunan partisipatif, Chambers (1997:109) menyatakan bahwa masyarakat harus menjadi pelaku utama dalam proses pembangunan. Penelitian ini menggunakan metode Sisdamas yang menekankan pengorganisasian masyarakat sejak tahap refleksi sosial hingga pelaksanaan dan evaluasi festival. Dengan pendekatan tersebut, Festival Culinary Night menjadi forum strategis yang tidak hanya memasarkan produk lokal tetapi juga membentuk ekosistem pembelajaran dan kolaborasi berbasis potensi masyarakat Wangunsari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Festival *Culinary Night* di Dusun 01 Desa Wangunsari menjadi titik temu antara inisiatif komunitas, dukungan pemerintah desa, dan partisipasi pelaku usaha mikro yang memiliki harapan besar terhadap penguatan ekonomi lokal. Kegiatan ini dirancang dengan semangat pemberdayaan dan berlangsung secara berkala di area depan Kantor Desa Wangunsari, yang memiliki peran strategis sebagai pusat mobilitas warga. Lebih dari sekadar bazar malam, festival ini merupakan ruang partisipatif yang mengintegrasikan pertunjukan seni, promosi produk kuliner lokal, dan edukasi informal antar warga. Partisipasi pelaku UMKM dalam festival tersebut bukan hanya mencerminkan antusiasme usaha komunitas, tetapi juga mencerminkan kebutuhan akan strategi pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan membangun citra merek lokal. Dalam praktiknya, festival tersebut juga menjadi media eksplorasi potensi produk khas Wangunsari seperti tape, kerupuk rengginang, dan variasi minuman herbal yang sebelumnya hanya dikenal di kalangan terbatas.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan riset aksi berbasis pemberdayaan masyarakat atau Sisdamas, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif perubahan sosial. Empat siklus utama menjadi fondasi dari pelaksanaan riset ini, dimulai dari tahap refleksi sosial, pemetaan sosial,

pengorganisasian komunitas, hingga pelaksanaan program serta evaluasi. Dalam tahap awal refleksi sosial, teridentifikasi tidak adanya wadah resmi pemuda seperti Karang Taruna, serta lemahnya komunikasi antara struktur RT dan RW yang menyebabkan hambatan koordinasi. Permasalahan yang paling mengemuka adalah tidak tersedianya media promosi dan pemasaran UMKM yang sebelumnya ditopang oleh pasar malam, namun tidak lagi berjalan pasca pandemi. Melalui rembug warga dan pemetaan sosial, peneliti bersama masyarakat merancang festival sebagai solusi alternatif atas kebutuhan UMKM akan promosi, pemasaran, serta jejaring usaha yang lebih luas. Dari diskusi dan pengorganisasian tersebut, tokoh masyarakat bernama Sophi Sophiana, diangkat sebagai ketua penyelenggara festival, didukung oleh staf khusus desa seperti Diki Kurniawan, serta komunitas pemuda dari masing-masing RW sebagai pelaksana teknis.



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Gambar 1. Pelaksanaan festival *Culinary Night*

Festival Culinary Night yang pertama diselenggarakan pada tanggal 24 Agustus 2024, dan dibuka langsung oleh Kepala Desa Wangunsari sebagai bentuk dukungan terhadap keberdayaan ekonomi lokal. Kegiatan ini diikuti oleh lebih dari dua puluh pelaku UMKM yang tersebar di Dusun 01, mulai dari penjual roti, minuman, jajanan khas, hingga produk inovatif seperti cheesecuit dan es mambo. Tidak hanya berfungsi sebagai ajang jual-beli, festival tersebut juga menyajikan pertunjukan seni seperti tari jaipong dan musik daerah yang berhasil meningkatkan jumlah kunjungan dari masyarakat desa dan sekitarnya.

Dalam tahap evaluasi, pelaksana festival mengidentifikasi adanya tantangan teknis seperti keterbatasan lahan parkir, minimnya fasilitas promosi pra-acara, serta beban manajerial yang hanya ditangani oleh dua orang staf khusus desa. Masalah ini memunculkan diskusi internal tentang perlunya keterlibatan aktif dari Karang Taruna dalam pengelolaan logistik, dokumentasi, dan koordinasi acara agar kegiatan dapat lebih efisien dan berkelanjutan.

Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaku UMKM

Festival *Culinary Night* di Desa Wangunsari telah menjadi ajang pemberdayaan yang memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM. Melalui festival ini, pelaku usaha mikro tidak hanya mendapatkan kesempatan untuk mempromosikan produk mereka tetapi juga memperoleh wawasan dan keterampilan baru dalam mengelola bisnis. Program ini dirancang agar para pelaku UMKM dapat memahami pentingnya strategi pemasaran, branding, serta teknik komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Dengan adanya festival yang melibatkan berbagai elemen masyarakat, para pelaku UMKM dapat mengembangkan kepercayaan diri dan keterampilan mereka dalam memasarkan produk secara langsung.

Tujuan utama dari *Culinary Night* dalam meningkatkan SDM pelaku UMKM adalah menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran serta pertumbuhan ekonomi. Festival ini memberikan ruang bagi para pelaku usaha untuk mengenali potensi mereka, belajar dari pengalaman langsung, serta menerapkan berbagai teknik pemasaran yang lebih inovatif. Selain itu, festival ini bertujuan untuk membangun jejaring bisnis yang lebih luas antara pelaku UMKM, konsumen, dan mitra usaha lainnya sehingga mereka memiliki akses lebih besar terhadap pasar yang lebih kompetitif.

Keberadaan festival *Culinary Night* menjadi penting karena mampu memberikan manfaat dalam meningkatkan kapasitas SDM pelaku UMKM secara nyata. Salah satu tantangan utama bagi pelaku usaha mikro adalah kurangnya pengetahuan dalam mengembangkan strategi bisnis. Melalui festival ini, mereka dapat melihat secara langsung bagaimana cara menarik pelanggan, meningkatkan kualitas produk, serta memahami pentingnya pelayanan yang baik. Selain itu, festival ini juga mendorong inovasi bagi pelaku UMKM agar lebih kreatif dalam menciptakan produk yang memiliki daya jual tinggi. Dengan adanya pengalaman interaksi langsung dengan pelanggan, mereka dapat memperoleh umpan balik yang berharga untuk pengembangan usaha mereka di masa mendatang.

Penyelenggaraan festival *Culinary Night* melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah desa, perangkat desa, mahasiswa, hingga komunitas lokal seperti Karang Taruna. Pemerintah desa memiliki peran penting dalam memberikan dukungan administratif serta fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran acara. Karang Taruna dan komunitas lokal juga berperan dalam mendukung keberhasilan festival melalui koordinasi acara dan keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan tersebut.

Festival ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mempraktikkan langsung cara menarik pelanggan dan meningkatkan pelayanan. Dalam wawancara dengan Ibu Imas, seorang pelaku usaha kuliner yang berpartisipasi dalam festival, ia mengungkapkan bagaimana acara ini membuatnya lebih memahami pentingnya interaksi dengan konsumen:

Saya awalnya hanya fokus menjual produk, tetapi di festival ini saya belajar bahwa cara kita berbicara dan melayani pelanggan itu penting. Saya jadi lebih percaya diri dalam menawarkan produk, dan ternyata banyak pelanggan tertarik karena interaksi yang lebih ramah dan informatif. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi yang diungkapkan oleh Ibu Imas, 26 Agustus 2024 di Desa Wangunsari)

Sebagai model pemberdayaan SDM yang berkelanjutan, *Culinary Night* memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan dan menjadi program unggulan dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Festival ini dapat diadakan secara berkala, maka akan tercipta wadah yang konsisten bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas mereka dan memanfaatkan peluang bisnis secara optimal. Selain itu, festival ini juga dapat diperluas dengan menghadirkan pelatihan khusus, seperti pemasaran digital, manajemen keuangan, dan inovasi produk, sehingga pelaku UMKM dapat terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dukungan pemerintah desa dan komunitas lokal menjadi faktor utama dalam memastikan keberlanjutan festival sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat Wangunsari.

Dengan pendekatan yang holistik, festival *Culinary Night* bukan hanya sekadar ajang promosi tetapi juga sarana edukasi yang memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk berkembang. Melalui festival ini, pelaku usaha mikro mendapatkan eksposur lebih besar, yang meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal. Selain itu, jaringan bisnis antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah desa semakin kuat, sehingga mereka lebih mudah mendapatkan dukungan serta akses pasar di masa mendatang. Dalam evaluasi dengan Diki, perwakilan staf khusus desa, ia menyampaikan bahwa festival ini telah menjadi agenda yang dinantikan oleh masyarakat, terutama oleh para pelaku UMKM:

Banyak sekali ibu-ibu yang menanyakan kapan diadakannya lagi festival ini. Mereka sangat antusias dengan festival ini, bahkan biasanya mereka memasang iklan di status WhatsApp masing-masing terkait produk yang akan hadir dalam festival. Festival ini masih berlanjut dua kali sebulan. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi yang diungkapkan oleh Diki, 26 Agustus 2024 di Desa Wangunsari)

Antusiasme ini menunjukkan bahwa festival tidak hanya menjadi ajang promosi sesaat, tetapi juga membantu pelaku UMKM dalam membangun strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk melalui promosi digital yang dilakukan secara mandiri oleh para pedagang. Dengan adanya keberlanjutan festival, pelaku UMKM memiliki wadah yang konsisten untuk memasarkan produk mereka, membangun relasi bisnis, serta meningkatkan daya saing usaha mereka.

Festival ini juga berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas, yang menjadi salah satu solusi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Dengan adanya dukungan dari pemerintah desa dan komunitas lokal, festival Culinary Night dapat terus berkembang sebagai strategi pemberdayaan ekonomi yang memberikan dampak positif bagi pelaku usaha serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil dan berkelanjutan di Desa Wangunsari.

Peluang Peningkatan Ekonomi bagi Pelaku UMKM

Festival *Culinary Night* di Desa Wangunsari menjadi momentum penting bagi pelaku UMKM karena memberikan kesempatan bagi mereka untuk meningkatkan ekonomi secara signifikan. Tidak hanya meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang melalui peningkatan eksposur produk dan perluasan pasar. Festival ini berperan sebagai katalisator bagi pertumbuhan usaha mikro dan kecil, dengan memberikan wadah bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih luas, meningkatkan daya saing, serta membangun citra usaha yang lebih kuat.

Salah satu dampak utama dari festival ini adalah peningkatan penjualan yang signifikan dibandingkan hari-hari biasa. Berdasarkan hasil wawancara dengan UMKM, mayoritas pedagang menyatakan bahwa festival ini membantu meningkatkan omzet mereka. Dalam wawancara dengan Astri Maelani, seorang pedagang makanan, ia mengungkapkan bahwa acara ini sangat berdampak positif bagi usahanya:

Selama festival, saya mendapat banyak pelanggan baru. Penjualan saya jauh lebih tinggi dibandingkan hari-hari biasa, dan setelah acara selesai, saya masih menerima pesanan tambahan dari beberapa pelanggan yang tertarik dengan produk saya. Acara ini sangat membantu bagi kami, para pelaku UMKM. (Sumber: Wawancara dengan Ibu Astri, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)



Sumber: Dokumentasi Wawancara

Gambar 2. Wawancara dengan pelaku UMKM

Hal serupa juga dirasakan oleh Agus Muhammad Ramdan, seorang pedagang makanan dari Wangunsari. Ia menyatakan bahwa keramaian pengunjung sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzetnya:

Festival ini sangat ramai, banyak orang datang dan mencoba makanan yang saya jual. Saya merasa sangat puas karena penjualan meningkat drastis. Harapannya, acara seperti ini bisa terus berlanjut untuk membantu usaha kecil berkembang. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi yang diungkapkan oleh Bapak Agus, 26 Agustus 2024 di Desa Wangunsari)

Selain peningkatan penjualan, festival ini juga membantu pelaku UMKM dalam menjaring pelanggan tetap. Seperti yang disampaikan oleh Gina Amelia, penjual kecimpring, yang berharap agar festival seperti ini dapat terus diadakan:

Saya sangat senang sekali! Banyak pembeli yang tertarik dengan produk saya, dan beberapa dari mereka bahkan menghubungi saya setelah festival untuk memesan lagi. Ini sangat membantu untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk saya lebih luas. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi yang diungkapkan oleh Ibu Gina, 26 Agustus 2024 di Desa Wangunsari)

Selain dampak ekonomi langsung, festival ini juga memberikan manfaat bagi UMKM yang baru merintis usaha. Ida Rochayati, seorang pedagang es mambo dan cheesecuit, menyampaikan bahwa acara ini sangat mendukung pelaku usaha pemula:

Acara ini sangat membantu bagi saya yang baru memulai usaha. Banyak pelanggan yang penasaran dengan produk saya dan langsung membeli. Semoga ke depan, fasilitas dapat lebih ditingkatkan agar pengalaman berjualan semakin baik. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan

Evaluasi yang diungkapkan oleh Ibu Ida, 26 Agustus 2024 di Desa Wangunsari)

Dari hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa Festival Culinary Night memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi UMKM, baik dalam peningkatan penjualan, perluasan pasar, maupun mendapatkan pelanggan baru. Dengan adanya dukungan dari panitia dan pemerintah desa, festival ini berpotensi menjadi ajang berkelanjutan yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta memberdayakan UMKM Wangunsari.

Festival Culinary Night menjadi strategi efektif dalam memperluas peluang ekonomi bagi pelaku UMKM karena memberikan wadah bagi mereka untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. Sebelum adanya festival ini, banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama karena terbatasnya akses promosi dan minimnya strategi pemasaran yang efektif. Dengan adanya festival, mereka dapat memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat secara lebih luas, meningkatkan daya saing, serta membangun citra usaha yang lebih kuat.

Festival ini mendapat antusiasme tinggi dari masyarakat setempat, terutama dari pelaku UMKM lokal yang ingin berkontribusi dalam acara tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Diki, perwakilan staf khusus desa, ia menyampaikan bahwa banyak sekali masyarakat yang tertarik untuk berjualan di festival ini:

Minat masyarakat untuk berpartisipasi sangat besar. Banyak UMKM yang ingin membuka stand dan memanfaatkan festival ini sebagai ajang promosi. Produk yang mereka tawarkan sangat beragam, mulai dari aneka minuman, makanan, hingga cemilan khas Wangunsari seperti tape dan rengginang. (Sumber: Wawancara dengan Diki, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)



Sumber: Dokumentasi Wawancara

Gambar 3. Wawancara dengan Diki

Selain itu, festival ini juga menjadi wadah interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, di mana masyarakat tidak hanya menikmati kuliner, tetapi juga mengenal lebih dalam tentang produk unggulan dari UMKM Wangunsari. Festival ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka lebih luas, sekaligus meningkatkan penjualan mereka secara langsung.

Dari sisi penampilan budaya, berdasarkan pernyataan dari Pak Sophi pada tahap pelaksanaan program, monitoring, dan evaluasi, festival ini semakin meriah dengan adanya berbagai pertunjukan seni yang menarik perhatian masyarakat sejak awal hingga akhir acara:

Pengadaan penampilan seni sangat membantu dalam menarik masyarakat untuk datang ke festival. Dari awal hingga akhir acara, panggung penuh dengan pertunjukan. Ada tari Jaipong, musik tradisional, serta beberapa penampilan bernyanyi yang menghibur para pengunjung. (Sumber: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi yang diungkapkan oleh Bapak Sophi, 26 Agustus 2024)



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Gambar 4. Penampilan seni tari dari masyarakat

Dengan adanya kombinasi antara kuliner lokal dan kesenian tradisional, Festival Culinary Night tidak hanya menjadi ajang pemberdayaan UMKM, tetapi juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk menikmati dan melestarikan budaya desa. Semangat partisipatif yang tinggi dari warga Wangunsari semakin memperkuat potensi festival ini sebagai program yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi ekonomi lokal.

Selain itu, festival ini juga berkontribusi terhadap penguatan jejaring bisnis antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah desa. Dengan adanya interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen, UMKM dapat memahami preferensi pasar, menerima umpan balik, serta meningkatkan kualitas produk mereka. Festival ini juga menjadi ajang bagi pelaku UMKM untuk belajar tentang

strategi pemasaran yang lebih modern, seperti penggunaan media sosial dan branding produk, sehingga mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

Namun, dalam pelaksanaannya, Festival Culinary Night di Desa Wangunsari menghadapi beberapa tantangan yang memengaruhi pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang ekonomi selama acara berlangsung. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan fasilitas dan sumber daya, seperti tempat berjualan yang terbatas serta kurangnya akses terhadap modal usaha. Selain itu, jumlah peserta UMKM yang terus meningkat juga menjadi tantangan tersendiri dalam pengelolaan acara.

Dalam wawancara dengan Pak Sophi, perangkat desa yang terlibat dalam penyelenggaraan acara, beliau menyampaikan bahwa festival yang pertama kali diadakan terus berlanjut hingga sekarang, menunjukkan bahwa acara ini memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Namun, ia juga mengungkapkan tantangan dalam mengelola jumlah peserta yang semakin banyak:

Sejak pertama kali festival ini diselenggarakan, masyarakat sangat antusias dan ingin terus berjualan di acara ini. Jumlah UMKM yang berpartisipasi semakin meningkat, tetapi kami menghadapi tantangan dalam mengelola acara dengan jumlah peserta yang semakin banyak. Kami kewalahan dalam mengurus festival karena jumlah pedagang yang sangat besar. (Sumber: Wawancara dengan Bapak Sophi, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)



Sumber: Dokumentasi Wawancara

Gambar 5. Wawancara dengan Pak Sophi

Hal ini diperkuat dengan tanggapan dari Diki, perwakilan staf khusus desa, yang menyatakan bahwa jumlah peserta UMKM yang terus bertambah tidak seimbang dengan jumlah pengurus festival:

Aku sangat senang karena masyarakat sangat antusias untuk mengikuti festival ini, setiap sesi pasti bertambah jumlah UMKM yang ingin berjualan di festival. Namun, yang meng-handle stand-stand dan peserta

UMKM hanya saya dan salah satu staf khusus. Hal ini akan menjadi perundingan bersama Karang Taruna di desa agar dapat berkontribusi, tidak hanya dalam pentas seni selama acara, tetapi juga meng-handle acara berkolaborasi dengan staf khusus desa. (Sumber: Wawancara dengan Diki, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang ekonomi selama festival berlangsung adalah keterbatasan fasilitas, meningkatnya jumlah peserta UMKM, serta kurangnya tenaga pengelola acara yang mengakibatkan festival mengalami pengunduran jadwal karena jadwal pengurus festival bertabrakan dengan agenda desa lainnya, dan tidak ada pihak yang dapat mengelola acara secara optimal. Dukungan dari pemerintah desa dan komunitas lokal, termasuk Karang Taruna, sangat diperlukan untuk memastikan bahwa festival ini dapat terus berjalan dengan baik dan memberikan manfaat maksimal bagi pelaku UMKM.

Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan Pelaku UMKM

Festival *Culinary Night* di Desa Wangunsari telah menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam berbagai aspek usaha. Setelah mengikuti festival ini, pelaku UMKM memperoleh keterampilan dalam pemasaran produk, strategi branding, serta teknik komunikasi dengan pelanggan. Mereka juga belajar bagaimana mengemas produk dengan lebih menarik dan memahami pentingnya pelayanan yang baik dalam meningkatkan daya tarik usaha mereka.

Pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam festival ini mendapatkan berbagai keterampilan baru yang membantu mereka dalam mengembangkan usaha. Berdasarkan wawancara dengan Pak Sophi, perangkat desa yang aktif dalam berbagai kegiatan UMKM, ia menyampaikan bahwa banyak pelaku usaha mendapatkan pengalaman baru melalui festival ini:

Saya melihat bagaimana festival ini membuka wawasan bagi para pelaku UMKM. Mereka belajar bagaimana cara memasarkan produk dengan lebih efektif, mulai dari berbicara langsung dengan pelanggan hingga memperbaiki tampilan produk mereka agar lebih menarik. Bahkan, beberapa UMKM mulai menerapkan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan usaha mereka. (Sumber: Wawancara dengan Pak Sophi, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)

Dengan adanya festival ini, pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pelanggan baru tetapi juga mulai mengembangkan keterampilan bisnis mereka untuk keberlanjutan usaha di masa mendatang. Festival *Culinary Night* berhasil menjadi wadah edukasi dan pemberdayaan bagi pelaku UMKM di Dusun 01

Desa Wangunsari, serta menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas dapat menjadi salah satu solusi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Peningkatan keterampilan dan pengetahuan sangat penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka karena memberikan mereka kemampuan untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Festival ini telah menjadi sarana edukasi bagi pelaku UMKM dalam memahami pentingnya pemasaran digital. Sebelum adanya festival ini, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti promosi langsung kepada pelanggan di sekitar desa. Namun, setelah festival berlangsung secara berkala, UMKM mulai mengadopsi pemasaran digital sebagai bagian dari strategi mereka.

Dalam wawancara dengan Diki, perwakilan staf khusus desa, ia menjelaskan bagaimana Festival Culinary Night memberikan pemahaman tentang pemasaran digital kepada pelaku UMKM:

Setelah pertama kali acara Festival *Culinary Night* diadakan bersama mahasiswa UIN, festival ini masih berlanjut. Kami membuat poster jadwal kapan saja festival dilakukan. Nahh, para UMKM mulai ramai nih memposting jualan mereka di WhatsApp story H-3 sampai H-1 sebelum acara, buat ngasih tau kalau UMKM itu bakal hadir di festival. (Sumber: Wawancara dengan Diki, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)

Dari pernyataan ini, terlihat bahwa melalui interaksi dan observasi sesama pelaku usaha, mereka mulai memanfaatkan WhatsApp story, media sosial, dan strategi pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan eksposur produk mereka. Dengan semakin banyaknya UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial, mereka mulai memahami bagaimana memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pelanggan. Festival ini tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga wadah bagi UMKM untuk bertukar pengalaman dan belajar strategi pemasaran secara langsung dari sesama pelaku usaha.

Selain pemasaran digital, festival ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana meningkatkan daya tarik produk mereka di mata pelanggan. Melalui festival ini, pelaku usaha belajar tentang pengemasan produk yang lebih menarik, pemilihan desain yang sesuai dengan target pasar, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan. Dengan adanya interaksi langsung dengan konsumen, mereka dapat menerima umpan balik yang berharga untuk pengembangan usaha mereka di masa mendatang.

Dalam wawancara dengan Diki, perwakilan staf khusus desa, ia menjelaskan bagaimana festival ini memberikan inspirasi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan tampilan produk dan stand mereka:

Pertama kali diadakannya festival *Culinary Night*, ada acara buat menghias stand jualan mereka. Ada yang kasih lampu-lampu ala Jepang, lampu tumbler, terus tempel-tempel dekorasi. Nah, itu jadi pelajaran buat acara festival selanjutnya bagi UMKM. Awalnya ada salah satu penjual yang cuma bawa meja dan jualan biasa, tapi di festival berikutnya dia mulai meningkatkan tampilan standnya—ada lampu, ada hiasan-hiasan yang mengelilingi mejanya. Dari situ, pelaku UMKM belajar bahwa tampilan stand itu penting untuk menarik perhatian pelanggan. (Sumber: Wawancara dengan Diki, 03 Juli 2025 di Desa Wangunsari)

Dari pernyataan ini, terlihat bahwa festival ini memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk belajar dari sesama pelaku usaha tentang bagaimana meningkatkan daya tarik produk mereka di mata pelanggan dengan memberikan inspirasi tentang pengemasan produk yang lebih menarik, penataan stand yang lebih estetik, serta strategi visual yang dapat menarik perhatian konsumen. Melalui interaksi dengan sesama pelaku usaha, mereka belajar bahwa presentasi produk dan tampilan stand berpengaruh besar terhadap minat pelanggan.

Meskipun Festival *Culinary Night* di Desa Wangunsari telah memberikan manfaat besar bagi pelaku UMKM, terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan agar acara ini lebih efektif dan memberikan dampak jangka panjang bagi usaha kecil yang berkembang di wilayah tersebut. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan fasilitas dan infrastruktur, terutama dalam hal penyediaan tempat berjualan yang memadai bagi pelaku UMKM. Dengan semakin meningkatnya jumlah peserta yang berpartisipasi setiap sesi festival, dibutuhkan area yang lebih luas agar setiap usaha dapat menampilkan produk mereka dengan lebih optimal, sehingga pelanggan memiliki pengalaman yang lebih nyaman dalam berinteraksi dengan penjual.

Selain aspek fisik, peningkatan efektivitas festival juga dapat dilakukan melalui pelatihan tambahan bagi pelaku UMKM. Sebelum acara berlangsung, pelatihan pemasaran digital dan manajemen usaha bisa diselenggarakan untuk membekali pelaku usaha dengan strategi bisnis yang lebih kuat. Dengan memahami teknik pemasaran digital, pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk mereka, baik selama festival maupun setelahnya.

Promosi yang lebih luas juga menjadi faktor penting yang perlu ditingkatkan. Meskipun festival telah berlangsung secara berkala, masih terdapat peluang untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara memperkuat promosi melalui berbagai platform digital dan jaringan komunitas.

Terakhir, sesi evaluasi dan umpan balik setelah setiap festival perlu diadakan agar penyelenggara dapat mengetahui aspek mana yang perlu diperbaiki dan bagaimana meningkatkan efektivitas acara ke depan. Dengan mengumpulkan pendapat dari pelaku UMKM, pengunjung, dan tim penyelenggara, festival dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih maksimal bagi ekonomi desa. Melalui perbaikan yang berkelanjutan, Festival Culinary Night berpotensi menjadi agenda rutin yang tidak hanya mengangkat produk lokal tetapi juga mendukung pertumbuhan usaha mikro dan kecil di Desa Wangunsari secara berkelanjutan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemberdayaan UMKM masyarakat melalui Festival Culinary Night di Dusun 01 Desa Wangunsari, dapat disimpulkan bahwa festival ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas pelaku usaha dalam berbagai aspek. Pelaksanaan festival tidak hanya menjadi momentum ekonomi, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran yang menguatkan sumber daya manusia pelaku UMKM melalui pengalaman langsung, observasi sosial, serta kolaborasi lintas komunitas. Para pelaku usaha memperoleh pemahaman baru mengenai preferensi konsumen, teknik komunikasi yang lebih efektif, dan strategi pemasaran yang berdampak terhadap keberlanjutan usaha. Interaksi langsung yang terjadi selama festival telah mendorong lahirnya inovasi dalam pengelolaan produk, penataan stand jualan, dan pengemasan visual yang menunjang branding usaha secara mandiri.

Dalam hal peluang ekonomi, festival telah menjadi katalisator pertumbuhan usaha mikro yang sebelumnya mengalami stagnasi akibat keterbatasan promosi. Dengan adanya festival ini, pelaku UMKM memiliki akses lebih luas terhadap pasar dan mulai membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang lebih profesional dan pendekatan yang lebih personal. Festival juga menciptakan ruang baru untuk distribusi produk yang lebih kompetitif, menjadikan UMKM lokal lebih percaya diri dalam menjangkau konsumen dari luar wilayah. Lebih jauh, adanya interaksi bisnis antarpelaku usaha mendorong terbentuknya jejaring kolaboratif yang berpotensi menjadi basis pertumbuhan ekonomi lokal yang partisipatif.

Peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM juga tercermin dalam adopsi strategi digital marketing yang dilakukan secara spontan dan organik oleh para peserta festival. Penggunaan media sosial, penyusunan konten promosi, hingga pemanfaatan WhatsApp story menjadi langkah awal bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital. Selain itu, transformasi cara pandang terhadap pengemasan produk dan pelayanan menunjukkan adanya perkembangan kognitif dan afektif yang menguatkan kapasitas pelaku UMKM

dalam merespons tantangan bisnis secara adaptif. Pelaku usaha menunjukkan kesiapan untuk mengembangkan metode usaha yang lebih kreatif dan inovatif melalui pembelajaran berbasis pengalaman sosial selama festival berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiyak. (2021). *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Aini, N. (2024). MSME Development and Growth Strategy in Indonesia: Challenges and Opportunities in The Digital Economy Era. *Proceeding of The International Conference on Business and Economics*, 2(2). <https://doi.org/10.56444/icbeuntagsmg.v2/2.1975>
- Anggraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3).
- Bimantara, A. S., dkk. (2023). Peran Festival Wisata Kuliner Sebagai Bentuk Pengembangan Destinasi Wisata Desa Kedungpari. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 287–296. <https://doi.org/10.56910/safari.v3i3.668>
- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting The First Last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Dadman, E., & Madani, S. M. S. (2021). Investigate The Concept of Festival and Celebration Among Cultural and Historical Building. *IJJS: The Indonesia Journal of Social Studies*, 4(2), 1–10.
- Dewanti, R. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dzulhijjah, L., Sumpena, D., & Azis, A. (2020). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE). *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(1), 1–20.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Jurnal MODERAT*, 6(1), 135–143.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Continuum.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoretis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 13–23.
- Hanif. (2024). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Islam Berbasis Sumber Daya Lokal*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Penguin.
- Ife, J. (1997). *Community Development: Creating Community Alternatives – Vision, Analysis and Practice*. Melbourne: Longman.
- Irawan, J. A., dkk. (2023). Festival Kuliner: Magnet Penarik Massa pada

- Pelaksanaan Event Budaya di Kabupaten Tegal. *WART Pariwisata*, 21(2), 31–50.
- Irviansyah. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid (Riset aksi di Masjid Nurul Mutathahirin Soreang Kota Parepare). Skripsi, IAIN Parepare, Parepare.
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2), 191–200. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, Mei 5). UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2020). Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kementerian Perdagangan. (2009). Ekonomi Kreatif: Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Lewin, K. (1946). Action Research and Minority Problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34–46.
- Marfu'ah. (2012). *Dinamika Sosial Ekonomi Pasar Babat*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Retrieved from <https://digilib.uinsa.ac.id/17241>
- Maria, W. N., et al. (2023). Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Menurunkan Angka Kemiskinan di Kota Pontianak. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan (J-3P)*, 8(2), 210–224. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v8i2.3805>
- Mukarom, Z., & Aziz, R. (2023). Riset Aksi: Konsep, Teori, Metodologi, dan Aplikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyono, F. (2010). Mengembangkan Koperasi Sebagai Pemberdaya Ekonomi Rakyat Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–21. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/368>
- Pratiwi, S. K., dkk. (2024). Integrasi Seni dan Pendidikan Dalam Manajemen Pertunjukan Festival Tanjungjaya 2024: Pemantik desa wisata untuk berkesenian dan berbudaya. *KOLEKTIF: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran*, 1(2), 195–214.
- Royani, Uli. (2007). Analisis Dinamika Sosial Pasar Tradisional Onan Sipahutar Kecamatan Sipahutar Kabupaten Tapanuli Utara. Universitas Sumatera Utara. Diakses dari <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/58645>
- Salu, G. F., Gosal, R., & Pangemanan, S. E. (2022). Strategi Pemerintah Desa

- Dalam Pemberdayaan Masyarakat Petani Salak di Desa Pangu Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 2(2).
- Safei, A. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik*. Bandung: Widina Media Utama.
- Schumpeter, J. A. (1911). *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklungen*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Syaifudin, R., Shodiqin, A., & Nase. (2022). Peran UKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(3), 297–316.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriana, T. (2016). *Metode penelitian sosial ekonomi*. Medan: USU Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utomo, M., dkk. (2023). Pemberdayaan UMKM Guna Meningkatkan Potensi Lokal (Studi Kasus di Desa Pasir Kembang). *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 10(2), 170–182.
- Wahyuni, D. (2018). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran, Kabupaten Gunung Kidul. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v7i1.1084>
- Wijaya, Indra. (2010). *Evaluasi Dampak Sosial Pedagang Dari Proyek Pembangunan Pasar Ngarsopuro*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/18938/Evaluasi-Dampak-Sosial-Pedagang-dari-Proyek-Pembangunan-Pasar-Ngarsopuro>

