

## Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Wisata Kuliner Pasar Kamu di Desa Denai Lama Pantai Labu

Putri Anggraini Hasibuan<sup>1</sup>, M. Ridho Putra Awan<sup>2</sup>, Rabiah Ulfah Hasibuan<sup>3</sup>,  
Winda Kustiawan

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email: [putrianggraini7797@gmail.com](mailto:putrianggraini7797@gmail.com)<sup>1</sup>, [ridhoputraawan@gmail.com](mailto:ridhoputraawan@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[rabiahulfahhasibuan22@gmail.com](mailto:rabiahulfahhasibuan22@gmail.com)<sup>3</sup>, [windakustiawan@uinsu.ac.id](mailto:windakustiawan@uinsu.ac.id)<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran wisata kuliner Pasar Kamu (Pasar Karya Wisata Kuliner dan UMKM) dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Pasar Kamu merupakan inisiatif lokal yang menggabungkan unsur kuliner tradisional, budaya, dan pemberdayaan pelaku UMKM desa, serta menjadi magnet wisata berbasis komunitas yang mengangkat potensi lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Pasar Kamu mampu meningkatkan pendapatan warga, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong tumbuhnya wirausaha lokal. Selain itu, pasar ini juga berkontribusi dalam pelestarian budaya dan peningkatan kapasitas masyarakat, terutama kelompok ibu rumah tangga dan pemuda. Namun, tantangan masih ditemukan dalam aspek pengelolaan, promosi, dan keberlanjutan kegiatan. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan kelembagaan dan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta untuk mengoptimalkan potensi wisata kuliner sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata kunci: Pemberdayaan Ekonomi, Wisata Kuliner, Pasar Kamu, UMKM, Desa Wisata

### ABSTRACT

*This study aims to examine the role of culinary tourism through Pasar Kamu (Karya Culinary and MSME Tourism Market) in promoting economic empowerment in Denai Lama Village, Pantai Labu Subdistrict, Deli Serdang Regency. Pasar Kamu is a local initiative that integrates traditional cuisine, culture, and the empowerment of village-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs), while serving as a community-based tourism attraction that showcases local potential. This research uses a descriptive qualitative approach with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The results indicate that the presence of Pasar Kamu has contributed to increasing residents' income, creating job opportunities, and encouraging local entrepreneurship. Moreover, the market plays a role in cultural preservation and in enhancing the capacities of community members, particularly women and youth. However, challenges remain in management, promotion, and sustainability. Therefore, strengthening institutional capacity and collaboration between the community, government, and private sector is essential to optimize culinary tourism as a sustainable means of economic empowerment.*

**Keywords:** Economic Empowerment, Culinary Tourism, Pasar Kamu, MSMEs, Village Tourism

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan salah satu strategi pembangunan yang berfokus pada peningkatan kapasitas dan kemandirian masyarakat lokal dalam mengelola potensi yang dimilikinya. Dalam konteks pedesaan, pendekatan ini menjadi sangat penting mengingat sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya pada sektor informal dan pertanian. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah sektor pariwisata, khususnya wisata kuliner berbasis kearifan lokal. Desa Denai Lama, yang terletak di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, merupakan salah satu desa yang kaya akan potensi budaya, alam, dan kuliner tradisional. Melalui inisiatif masyarakat dan dukungan berbagai pihak, lahirlah Pasar Kamu (Pasar Karya Wisata Kuliner dan UMKM), sebuah destinasi wisata kuliner yang mengusung konsep pasar tradisional dengan nuansa tempo dulu. Pasar ini tidak hanya menawarkan makanan khas daerah, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial, pelestarian budaya, dan sekaligus sebagai wahana pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Keberadaan Pasar Kamu telah membawa dampak positif terhadap peningkatan pendapatan warga, khususnya pelaku UMKM, petani lokal, serta pelaku seni dan budaya. Namun, untuk memahami secara komprehensif bagaimana wisata kuliner ini mampu mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, perlu dilakukan kajian akademik yang mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Pasar Kamu dalam mendukung ekonomi lokal, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya, serta merumuskan strategi yang dapat memperkuat keberlanjutan program pemberdayaan tersebut. Dengan menyoroti integrasi antara potensi lokal, kreativitas masyarakat, dan pengelolaan wisata berbasis komunitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal.

Pembangunan desa saat ini tidak lagi hanya berfokus pada infrastruktur, tetapi juga pada penguatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal. Salah satu bentuk pengembangan ekonomi lokal yang semakin populer adalah wisata kuliner, karena mampu mengangkat produk-produk makanan tradisional dan menggerakkan sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM). Wisata kuliner bukan hanya menawarkan makanan, tetapi juga pengalaman budaya dan interaksi sosial, yang menjadikannya sebagai sarana yang efektif dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Desa Denai Lama yang terletak di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, adalah contoh nyata desa yang berhasil mengembangkan potensi lokal melalui wisata kuliner. Salah satu ikon wisata desa ini adalah Pasar Kamu (Pasar Karya Wisata Kuliner dan UMKM), sebuah pasar mingguan yang menghadirkan suasana tempo dulu dengan sajian kuliner tradisional, produk UMKM, serta pertunjukan seni budaya lokal. Pasar ini menjadi tempat berkumpulnya masyarakat, wisatawan, dan pelaku usaha lokal, yang bersama-sama menciptakan aktivitas ekonomi yang hidup dan dinamis. Pasar Kamu tidak hanya menjadi tempat jual beli, tetapi juga menjadi ruang pemberdayaan. Warga desa, khususnya ibu rumah tangga, pemuda, dan pelaku UMKM, diberi ruang untuk memasarkan produk, meningkatkan

pendapatan, serta belajar mengelola usaha. Selain itu, keberadaan pasar ini juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian budaya lokal dan kebersamaan dalam membangun desa. Namun, meskipun terlihat berhasil, masih terdapat berbagai tantangan dalam pengelolaan dan keberlanjutan wisata kuliner ini, seperti masalah manajemen, promosi, dan keterlibatan generasi muda. Oleh karena itu, melalui jurnal ini, akan dikaji lebih lanjut bagaimana Pasar Kamu berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, apa saja faktor pendukung dan penghambatnya, serta bagaimana strategi yang tepat agar dampaknya dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh seluruh lapisan masyarakat di Desa Denai Lama. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran model pemberdayaan berbasis pariwisata kuliner yang dapat direplikasi di desa-desa lain di Indonesia, dengan tetap mengedepankan kearifan lokal dan partisipasi masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informasi diperoleh dari orang-orang tertentu yang bisa memberikan informasi, terkait objek penelitian yang dilakukan. Penentuan informan dengan sampel purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada penilaian yang memungkinkan informan peneliti untuk memberikan detail yang relevan. Informan penelitian terdiri dari Informan Kunci, informan utama (Ketua pengelola "pasar kamu") dan informasi sekunder. Dalam hal ini Informan harus memiliki pengaruh sehingga dapat dipercaya untuk memberikan informasi tentang subjek penelitian dan yang memiliki hubungan langsung dengan subjek penelitian. Pedagang dan pengelola pasar merupakan sumber informasi, serta pengunjung yang mengunjungi "pasar kamu" merupakan informan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini dengan melakukan observasi sebagai pengamatan kejadian atau peristiwa dan gerak proses yang terjadi kemudian mencatat data secara logis, sistematis dan objektif; wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan demi menghasilkan sebuah pernyataan, dokumentasi seperti foto, catatan dan hasil rapat, serta ada triangulasi (menggabungkan beberapa metode pengumpulan data) untuk memperkuat data yang diperoleh.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan model milles dan Huberman, yaitu pendekatan analisis data kualitatif dengan mereduksi data, penyajian data dan penarikan Kesimpulan serta verifikasi. Ini adalah fase terakhir dari analisis data. Setelah dua tahap awal, penarikan kesimpulan dilakukan untuk memungkinkan peneliti mencari dan menemukan masalah yang terjadi di lapangan. Pada tahap kesimpulan ini, peneliti mencatat pola-pola, keteraturan, alur kausalitas, konfigurasi, dan proposisi. Selanjutnya, data diubah menjadi kesimpulan yang menggambarkan data yang akurat dan valid.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pasar Kamu mengembangkan konsep wisata kuliner yang berpijak pada ekonomi kreatif dan budaya lokal, sehingga menarik minat wisatawan tidak hanya dari Deli Serdang, tetapi juga dari Kota Medan dan sekitarnya. Unsur ekonomi kreatif

tampak dari keterlibatan pemuda setempat sebagai pedagang, yang sebelumnya telah memperoleh pelatihan membuat kue tradisional dari orang tua mereka. Bahkan, pemuda yang belum memiliki keterampilan pun diberi kesempatan untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan cara membantu menjual kue-kue hasil produksi warga desa. Strategi ini menjadi bagian dari upaya pemberdayaan dan penguatan ekonomi masyarakat secara inklusif.

Konsep pemberdayaan mencakup pengertian pembangunan masyarakat (community development) dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat (community-based development). (Arfianto & Balahmar, 2014). Pemberdayaan masyarakat adalah proses yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan, kemandirian, dan kesejahteraan masyarakat melalui partisipasi aktif mereka dalam berbagai aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, pendidikan, maupun budaya. Tujuan utamanya adalah agar masyarakat mampu mengenali, mengatasi, dan mengelola permasalahan mereka sendiri secara mandiri dan berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu usaha untuk mengangkat derajat dan nilai kehidupan kelompok masyarakat yang masih terjebak dalam kondisi kemiskinan dan ketertinggalan. Dengan kata lain, pemberdayaan berarti membekali masyarakat agar mereka memiliki kemampuan dan kemandirian dalam menjalani kehidupan.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah proses yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan martabat masyarakat yang masih berada dalam lingkaran kemiskinan dan keterbelakangan. Artinya, pemberdayaan bertujuan untuk memberikan keterampilan dan dorongan agar masyarakat mampu hidup mandiri dan berdaya. (Auliyah, 2009).

Ekonomi masyarakat merupakan bagian penting dari pengembangan ekonomi lokal yang berfokus pada kesejahteraan warga di suatu wilayah. Di Desa Denai Lama, pemberdayaan ekonomi masyarakat mendapat dorongan baru dengan hadirnya Pasar Kamu yang mengusung konsep wisata kuliner berbasis budaya dan kreativitas lokal. Sebelum hadirnya Pasar Kamu, kondisi ekonomi masyarakat cenderung stagnan dan terbatas pada sektor pertanian serta kerja serabutan. Tingkat pendapatan pun relatif rendah, dan peluang usaha masih sempit. Namun dengan adanya pasar ini, masyarakat mulai merasakan dampak positif secara langsung. Banyak warga, terutama generasi muda, terlibat sebagai pelaku usaha kuliner yang menjual makanan tradisional, seperti kue-kue khas kampung.

Perubahan ini menunjukkan pergeseran pola ekonomi dari pasif menjadi aktif dan partisipatif. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi penonton, tetapi juga pelaku utama dalam kegiatan ekonomi lokal. Pasar Kamu menjadi wadah produktif yang mempertemukan hasil usaha masyarakat dengan konsumen, baik dari dalam maupun luar desa.

Hal tersebut menjadi strategi baik untuk perkembangan ekonomi Masyarakat sekitar. Secara umum, Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani *stratēgos* yang berarti pemimpin atau komandan perang pada masa itu. Saat ini, strategi dipahami sebagai suatu rencana jangka panjang yang disertai dengan langkah-langkah atau tindakan tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, terutama guna meraih keberhasilan. Strategi disusun dan diterapkan untuk memenuhi berbagai sasaran yang telah ditetapkan, sekaligus menjaga keberlangsungan serta mengembangkan

aktivitas organisasi ke bidang-bidang baru sebagai respons terhadap dinamika lingkungan, seperti perubahan permintaan, ketersediaan sumber daya, kondisi ekonomi, kemajuan teknologi, dan gerakan kompetitor.(Julia & Jiddal Masyruroh, 2022)

menurut (Michael Porter, 1996), Strategi adalah penciptaan posisi unik dan bernilai yang melibatkan serangkaian kegiatan yang berbeda dari pesaing atau melakukan kegiatan serupa dengan cara yang berbeda. Dalam hal pemberdayaan ekonomi masyarakat yang termasuk strateginya adalah motivasi dan pelatihan kemampuan, manajemen dan mobilisasi sumbangan. Dengan begitu di perlukannya penerapan komunikasi pemasaran agar dapat memperluas pasar.

Pemasaran suatu produk sangat bergantung pada komunikasi. Karena masyarakat umum tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar jika tidak ada komunikasi. Menurut Belch & Belch (2015), Komunikasi pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang dirancang untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen dan publik sasaran, dengan tujuan mempengaruhi perilaku konsumen. Keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada siapa yang menjadi sasarannya sehingga komunikasi pemasaran perlu dibangun perusahaan supaya konsumen memiliki informasi tentang produk yang ditawarkan yang selanjutnya akan berpotensi mempengaruhi mereka membeli produk yang ditawarkan.

### **Pengembangan Wisata Kuliner Pasar Kamu**

Pasar Kamu menyajikan beragam kuliner khas yang bercita rasa Melayu dan Jawa, seiring dengan latar belakang etnis Jawa yang mendominasi penduduk Kampong Lama. Wisatawan dapat menikmati aneka jajanan tradisional seperti lupis, cenil, kelepon, ongol-ongol, gemblong, gatot, tiwul, dodol, rengginang, grontol jagung, apem gula merah, dan lainnya. Lokasinya yang mudah dijangkau dan banyaknya pilihan rasa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Dalam kunjungan ke Pasar Kamu, peneliti sempat mewawancara salah satu pengelola, Bapak Dedi Sofyan. Ia menjelaskan bahwa saat ini Pasar Kamu berperan sebagai pusat sarapan dengan menyediakan sekitar 220 jenis makanan dan minuman yang dijajangkan oleh 152 pedagang. Selain itu, terdapat 46 relawan yang sebagian besar merupakan pelajar aktif. Di samping kuliner, tersedia pula tiga toko ikan cupang, satu toko oleh-oleh makanan dan toko kerajinan tangan. Setiap minggunya, Pasar Kamu mampu menarik antara 700 hingga 2.000 pengunjung, yang mayoritas berasal dari luar Kecamatan Pantai Labu, seperti Kota Medan, Lubuk Pakam, dan Tebing Tinggi.

Dalam konteks pengembangan wisata kuliner Pasar Kamu, komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam membangun citra, menarik pengunjung, serta memperluas jangkauan pasar. Komunikasi pemasaran dapat dipahami dengan melihat dua komponen utamanya, yaitu komunikasi dan pemasaran. Komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dan pemahaman antara individu, atau antara organisasi dan individu. Sementara itu, pemasaran mencakup berbagai aktivitas di mana perusahaan atau organisasi lain melakukan pertukaran nilai dengan konsumennya. Jika kedua konsep ini digabungkan, komunikasi pemasaran menjadi perpaduan seluruh elemen dalam bauran pemasaran

suatu merek, yang berperan dalam mendorong terjadinya pertukaran dengan menyampaikan makna tertentu kepada pelanggan atau klien.(Chrismardani, 2014)

Komunikasi yang dilakukan oleh pengelola Pasar Kamu tidak hanya bersifat konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), baliho, dan pamflet, tetapi juga telah merambah ke media sosial seperti Instagram dan TikTok. Didalam media sosial tiktok banyak content creator yang meliput tentang pasar kamu. Melalui platform digital tersebut, masyarakat lokal khususnya generasi muda berperan aktif dalam menyampaikan pesan pemasaran, mempromosikan produk kuliner tradisional, hingga membangun narasi tentang keunikan Desa Denai Lama sebagai destinasi wisata alternatif. Efektivitas komunikasi pemasaran ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan ke Pasar Kamu, baik dari dalam Kabupaten Deli Serdang maupun dari Kota Medan dan daerah lain. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan berhasil menciptakan ketertarikan, memperkuat brand lokal, serta mendukung tujuan utama: memberdayakan peningkatan ekonomi masyarakat desa.

Dalam kegiatan jual beli di "Pasar Kamu", pengelola tidak menggunakan rupiah secara langsung sebagai alat pembayaran. Sebagai gantinya, digunakan potongan tempurung kelapa yang dibentuk menyerupai koin dan diberi ukiran artistik. Alat tukar ini dinamakan "tempu", yang merupakan istilah lokal untuk batok kelapa di Kampong Lama. Ukiran pada tempu mengandung makna filosofis, di mana gambar tanaman padi melambangkan kebutuhan hidup, keberlangsungan, serta kecintaan terhadap alam dan lingkungan. Daun padi yang merunduk mencerminkan nilai kebijaksanaan, sementara tiga tangkai padi menggambarkan tiga unsur alam, yaitu darat, laut, dan udara. Titik di atas tangkai menjadi simbol pencarian kebenaran dan kedulian terhadap masyarakat.



**Gambar 1. Kiri atas: Tempu Sebagai Alat Pembayaran, Kanan atas: Kuliner, Kiri bawah: Kuliner Khas Kampung, Kanan Bawah: Gamelan.**

Untuk mendorong aktivitas transaksi, pengelola Pasar Kamu menyediakan sebanyak 5.000 keping tempu yang dijual seharga Rp 2.000 per keping. Para

pengunjung diwajibkan menukarkan uang tunai mereka di loket khusus sebelum mulai berbelanja. Harga makanan dan minuman di pasar ini umumnya berkisar antara dua hingga lima tempu, atau sekitar Rp 4.000 hingga Rp 10.000. Saat ini, total pendapatan mingguan Pasar Kamu mencapai sekitar Rp 140 juta. Pengelola tidak menetapkan batas jumlah pembelian bagi pengunjung; mereka bebas membeli berbagai makanan selama memiliki tempu. Pedagang di pasar ini mengenakan topi caping dan pakaian kebaya, dan transaksi dilakukan secara langsung tanpa sistem pemesanan sebelumnya.

Tersedia paket wisata edukatif berbasis ekowisata di kawasan Kawan Lama. Dengan harga mulai dari Rp 85.000 hingga Rp 265.000 per orang, pengunjung dapat mengikuti berbagai aktivitas seperti belajar menanam padi dan sayuran, menikmati santapan khas sambil minum teh atau kopi, mempelajari musik tradisional Melayu atau Jawa, serta menjelajahi kampung menggunakan sepeda angin.

Dalam praktik penjualan, prioritas diberikan kepada pedagang perempuan dan penyandang disabilitas. Dari total 172 pedagang, terdapat 134 wanita, 15 remaja, 16 pria, 5 anak muda lainnya, dan 2 penyandang disabilitas. Anak-anak usia sekolah dan remaja pun turut berjualan, baik untuk membantu orang tua maupun demi memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Selain berbelanja, anak-anak dapat bermain permainan tradisional seperti galasin, pecah piring, egrang, naik kuda, dan congkak (dikenal juga dengan nama dakon).

Desa Denai Lama didominasi oleh penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani sawah. Sebagian lainnya bekerja sebagai nelayan, buruh di peternakan ayam, atau melakukan pekerjaan serabutan. Dengan kondisi ekonomi yang bergantung pada sektor-sektor tersebut, banyak orang tua mengalami keterbatasan dalam membiayai pendidikan anak hingga ke jenjang Perguruan Tinggi. Akibatnya, lulusan SMA atau yang sederajat umumnya tidak melanjutkan studi, melainkan memilih untuk membantu orang tua di ladang atau bekerja serabutan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Antusiasme generasi muda di Desa Denai Lama untuk terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif terbilang sangat tinggi. Namun, karena terbatasnya kapasitas penyerapan tenaga kerja, hanya sebagian kecil dari mereka yang dapat diberdayakan oleh pihak pengelola. Oleh karena itu, diperlukan perluasan dan pengembangan kegiatan pemasaran produk agar dapat menciptakan lebih banyak peluang kerja dan menampung tenaga kerja dalam jumlah yang lebih besar.

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pasar Kamu di Desa Denai Lama, kualitas pelayanan terhadap pengunjung menjadi aspek yang sangat krusial. Hal ini disebabkan karena para wisatawan tidak hanya tertarik untuk mencicipi aneka kuliner yang ditawarkan, tetapi juga ingin merasakan keunikan dalam pelayanan yang diberikan oleh para pemuda setempat. Definisi pelayanan merupakan kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada umumnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.(Setiani et al., 2021). Karena itu mereka perlu binaan untuk mengetahui system pelayanan yang baik dan benar agar pengunjung senang dan puas serta memiliki rasa ingin kembali berkunjung di lain waktu.

Wisata kuliner pasar kamu ini benar-benar sangat menarik, dengan segala keunikan nya mulai dari jenis pembayaran, kuliner, persebaran hingga pernak Pernik keseniannya, menciptakan daya tarik yang sangat kuat dan membangun kreatifitas dan inovasi yang ada pada pemuda desa Denai Lama Pantai Labu untuk ikut serta dalam meramaikan penjualan yang ada di dalam pasar kamu.

## KESIMPULAN

Pasar Kamu di Desa Denai Lama menjadi bentuk nyata dari upaya ‘pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis budaya lokal dan ekonomi kreatif’. Sebelum adanya pasar ini, mayoritas masyarakat hanya bergantung pada sektor pertanian, nelayan, dan pekerjaan serabutan, yang memberikan pendapatan relatif rendah dan terbatas. Dengan konsep wisata kuliner yang diusung oleh Pasar Kamu, masyarakat khususnya generasi muda, mulai terlibat sebagai pelaku usaha kuliner yang menjual makanan tradisional khas daerah. Ini membuka peluang ekonomi baru dan mendorong pergeseran peran masyarakat dari sekadar penerima manfaat menjadi pelaku aktif dalam pembangunan ekonomi lokal.

Melalui pendekatan “community-based development”, pemberdayaan dilakukan tidak hanya dengan membuka lapangan usaha, tetapi juga melalui pelatihan keterampilan, pengelolaan usaha, dan keterlibatan aktif dalam sistem transaksi yang unik (menggunakan tempu). Kegiatan ini mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian ekonomi masyarakat.

Strategi yang digunakan juga menyentuh aspek “komunikasi pemasaran”, baik secara konvensional (baliho, word of mouth) maupun digital (Instagram, TikTok), yang berperan penting dalam membangun citra dan memperluas jangkauan pasar. Komunikasi ini tidak hanya dilakukan oleh pengelola, tapi juga melibatkan masyarakat lokal, khususnya pemuda, sebagai duta promosi dan kreator konten yang memperkenalkan keunikan desa mereka ke khalayak luas.

Selain itu, Pasar Kamu mengedepankan nilai inklusif dengan melibatkan “perempuan, remaja, hingga penyandang disabilitas” sebagai pedagang. Inisiatif ini tidak hanya menghidupkan perekonomian desa, tapi juga menanamkan nilai-nilai kesetaraan dan pemberdayaan sosial. Tidak hanya soal jual beli, tetapi juga wisata edukatif dan pelestarian budaya lokal menjadi bagian dari strategi jangka panjang untuk menciptakan desa wisata yang berkelanjutan.

Keberhasilan Pasar Kamu membuktikan bahwa perpaduan antara kreativitas lokal, partisipasi masyarakat, strategi komunikasi yang tepat, serta pelayanan yang baik dapat membentuk ekosistem wisata kuliner yang tidak hanya menarik secara ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan sosial masyarakat desa. Ini menjadi contoh inspiratif bahwa dengan inovasi yang tepat, desa bisa menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru yang mandiri dan berdaya saing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.  
Antariksa, B. (2018). *Kebijakan Pembangunan Sadar Wisata, Menuju Daya Saing Kepariwisataan Berkelanjutan*. Intrans Publishing.

- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi* (Edisi Pertama). Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik, Alih Bahasa Alexander Sindoro*. Prehallindo.
- Desiana, R., Novianti, E., & Khadijah, U. L. (2021). *Strategi Komunikasi Pariwisata Berbasis Budaya Dalam Menunjang Pariwisata Di Kawasan Bandung Utara*. In *Tornare-Journal of Sustainable Tourism Research* (Vol. 3, Issue 1).
- Hadisti, N., Hutasuhut, J., Lubis, T., & Yuliana, Y. (2023). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Konsumen Aroma Bakery & Cake Shop Medan Amplas). *Jurnal Bisnis Net*, 6(2), 667–682.
- Hutasuhut, J., Husaini, M., Dwi Anjani, P., Mukti, R., & Dea Rizki, V. (2021). *Analisis Pertumbuhan Ekonomi Dan Indeks Pembangunan Manusia Di Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa (JBM)*, 2(1), 89-105.
- Kalvari, I., RORONG, A. J., & LONDA, V. Y. (2023). *Pengembangan Ekonomi Publik Kawasan Objek Wisata Pantai Muara Indah Desa Ogoton Kecamatan Mepanga Kabupaten Parigi Moutong*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 4(IX), 507–518.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR Corporate Social Responsibility (tanggungjawab sosial korporasi)* (Cetakan-1). Alfabeta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook: Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohid* (Edition 3). Sage Publications.
- Moenir, H. A. S. (2016). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*: Vol. Cetakan 12 (Edisi 1). Bumi Aksara.
- Purmono, A. (2021, September 21). *Sejarah Pasar Kamu di Deli Serdang: Karya Anak Muda untuk Kuliner Tradisional*. Tempo.Com. <https://travel.tempo.co/read/1509250/sejarah-pasar-kamu-di-deli-serdang-karya-anak-muda-untuk-kuliner-tradisional>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodelogi Penelitian* (Ayup, Ed.; Cetakan-1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research dan Development*. Bandung: Alfabeta.
- Syaharani, M. (2023, March 9). *Tren Pertumbuhan PDB Indonesia Sepanjang Tahun 2021-2023*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/tren-pertumbuhan-pdb-indonesia-sepanjang-tahun-2021-2023-OfAff>
- Yusuf, A. M. (2017). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan* (Cetakan ke-4). Kencana.