

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Pasar Kamu, sebuah destinasi wisata kuliner tradisional yang terletak di Desa Denai Lama, Kabupaten Deli Serdang, melalui media sosial Tiktok dalam meningkatkan minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan komuntasi. Analisis dilakukan berdasarkan pendekatan bauran promosi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Kamu berhasil memanfaatkan platform Tiktok sebagai sarana promosi yang efektif dengan menyajikan konten visual yang menarik, memperkenalkan produk kuliner tradisional, pertunjukan budaya, serta sistem pembayaran unik menggunakan **Tempu**. Penggunaan media sosial ini mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Pasar Kamu dan mendorong ketertarikan untuk berkunjung. Strategi promosi berbasis budaya lokal dan inovasi digital terbukti mampu bersaing dengan destinasi kuliner lain di Sumatera Utara. Dengan demikian, strategi promosi melalui Tiktok sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat pengunjung terhadap Pasar Kamu dan turut serta dalam pemberdayaan masyarakat lokal serta pelestarian budaya tradisional.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Tiktok, Wisata Kuliner, Minat Pengunjung, Pasar Kamu, Bauran Pemasaran, Promosi Digital.

ABSTRACT

*This study aims to examine the promotional strategies implemented by Pasar Kamu, a traditional culinary tourism destination located in Denai Lama Village, Deli Serdang Regency, through the social media platform Tiktok to increase visitor interest. This research adopts a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis is based on the 4P marketing mix approach (Product, Price, Place, Promotion). The results show that Pasar Kamu successfully utilizes Tiktok as an effective promotional medium by presenting engaging visual content, showcasing traditional culinary products, cultural performances, and a unique payment system using **Tempu** (coconut shell coins). The use of social media has increased public awareness of Pasar Kamu and encouraged interest in visiting. The integration of local cultural identity with digital marketing innovation has enabled Pasar Kamu to remain competitive among other culinary tourism destinations in North Sumatera. Thus, Tiktok based promotional strategies have a significant impact on increasing visitor interest in Pasar Kamu and contribute to local community empowerment and the preservation of traditional culture.*

Keywords : Promotional Strategy, Tiktok, Culinary Tourism, Visitor Interest, Pasar Kamu, Marketing Mix, Digital Promotion.