

UPAYA RESTORAN PAGI SORE KEMANG DALAM MENJAGA IDENTITAS BUDAYA KULINER TRADISIONAL DI TENGAH PERSAINGAN KULINER MODERN

^{1*}Prima Baskara, ²Julliart Arseno, ³Helmyansyah, ⁴Maftuhahfahma, ⁵Ramadhan Albi, ⁶Carvello, ⁷Bimo Putra Sucipto
^{1,2,3,4,5,6,7}Sahid Polytechnic

Authors email: ^{1*}primabaskara74@gmail.com, ²julliartarseno38@gmail.com

Received July 2025 | Revised June 2026 | Accepted August 2026

*Correspondence Author

Abstract

Pagi Sore Kemang Restaurant operates in an urban area dominated by modern cafés and restaurants, creating challenges in preserving the identity and authenticity of traditional Minangkabau cuisine amid increasing competition. This study aims to describe customers' perceptions of the restaurant's efforts to preserve the identity of traditional Minangkabau cuisine through the implementation of culture-based marketing strategies and menu innovation. A descriptive quantitative approach was employed using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 restaurant customers and analyzed using descriptive statistical techniques. The results indicate that customers have a very positive perception of the restaurant's efforts to maintain its cultural identity, with an overall mean score of 4.22. The highest ratings were given to the authenticity of taste, consistency of traditional recipes, and service quality, indicating that the restaurant has successfully preserved the distinctive characteristics of Minangkabau cuisine while remaining competitive in a modern urban environment. These findings provide practical insights for traditional culinary businesses in developing marketing strategies that balance cultural preservation with innovation.

Keywords: *Traditional Cuisine; Cultural Identity; Minangkabau Restaurant; Modern Culinary.*

Abstrak

Restoran Pagi Sore Kemang beroperasi di kawasan urban yang didominasi oleh kafe dan restoran modern sehingga menghadapi tantangan dalam mempertahankan identitas dan keotentikan kuliner tradisional Minangkabau di tengah persaingan industri kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pelanggan terhadap upaya restoran dalam mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional melalui penerapan strategi pemasaran berbasis nilai budaya dan inovasi menu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan restoran dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memiliki persepsi yang sangat baik terhadap upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam menjaga identitas budaya kuliner tradisional dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,22. Penilaian tertinggi diberikan pada aspek keaslian cita rasa, konsistensi resep tradisional, dan kualitas pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa restoran mampu mempertahankan karakteristik utama kuliner Minangkabau sekaligus tetap

kompetitif di tengah perkembangan industri kuliner modern. Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi pelaku usaha kuliner tradisional dalam merancang strategi yang menyeimbangkan pelestarian budaya dan inovasi.

Keywords: Kuliner Tradisional; Identitas Budaya; Restoran Minangkabau; Kuliner Modern.

INTRODUCTION

Kuliner tradisional merupakan bagian penting dari identitas budaya suatu daerah karena tidak hanya berkaitan dengan makanan, tetapi juga mencerminkan nilai sejarah, tradisi, serta karakter masyarakat yang menciptakannya. Di Indonesia, keberagaman kuliner daerah menjadi salah satu kekayaan budaya yang memiliki nilai sosial dan ekonomi. Setiap daerah memiliki karakteristik kuliner yang berbeda, baik dari segi bahan baku, teknik pengolahan, cita rasa, maupun cara penyajiannya. Oleh karena itu, keberadaan kuliner tradisional perlu dipertahankan sebagai bentuk pelestarian budaya sekaligus sebagai aset dalam perkembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

Namun, perkembangan industri kuliner modern dan perubahan gaya hidup masyarakat memberikan tantangan bagi pelaku usaha kuliner tradisional dalam mempertahankan identitas budayanya. Munculnya berbagai restoran modern dengan konsep yang inovatif, desain yang menarik, serta strategi pemasaran digital menyebabkan persaingan dalam industri kuliner semakin meningkat. Selain itu,

perubahan preferensi konsumen, khususnya generasi muda, membuat restoran tradisional perlu melakukan adaptasi agar tetap relevan tanpa kehilangan karakteristik utama yang menjadi ciri khasnya. Dalam kondisi tersebut, restoran tradisional tidak hanya dituntut untuk mempertahankan kualitas produk, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman kuliner yang memiliki nilai budaya bagi pelanggan.

Restoran Pagi Sore Kemang merupakan salah satu restoran Minangkabau yang dikenal konsisten dalam menyajikan masakan khas Minangkabau dengan cita rasa tradisional dan kualitas produk yang terjaga. Sebagai restoran yang beroperasi di kawasan urban seperti Kemang, Jakarta, Pagi Sore menghadapi persaingan dengan berbagai restoran modern yang menawarkan konsep kuliner yang lebih beragam. Meskipun demikian, restoran ini tetap mempertahankan unsur budaya Minangkabau melalui karakteristik makanan, pelayanan, serta pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Upaya tersebut menjadi salah satu strategi dalam menjaga identitas kuliner tradisional di

tengah perubahan industri makanan dan minuman.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, penerapan strategi pemasaran berbasis nilai budaya menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan oleh restoran tradisional. Nilai budaya dapat menjadi pembeda (*differentiation*) yang memberikan pengalaman unik bagi pelanggan melalui berbagai aspek, seperti keaslian cita rasa, konsistensi resep tradisional, penyajian makanan, suasana restoran, serta kualitas pelayanan. Selain mempertahankan unsur budaya, inovasi juga diperlukan agar restoran mampu mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen. Inovasi menu dan penyesuaian konsep penyajian dapat menjadi bentuk adaptasi yang tetap mempertahankan identitas utama kuliner tradisional.

Keotentikan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kuliner tradisional. Konsumen modern tidak hanya mencari produk makanan, tetapi juga pengalaman yang memiliki nilai dan cerita budaya. Oleh karena itu, kemampuan restoran dalam menjaga karakteristik tradisional sekaligus memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap keberhasilan restoran dalam mempertahankan identitas budayanya.

Penelitian mengenai upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam menjaga identitas budaya kuliner tradisional menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pelanggan terhadap upaya restoran dalam mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional melalui aspek keaslian cita rasa, konsistensi resep tradisional, penyajian makanan, suasana restoran, dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana restoran tradisional dapat mempertahankan nilai budaya sekaligus beradaptasi dengan perkembangan industri kuliner modern.

LITERATURE REVIEW

Strategi pemasaran berbasis nilai budaya merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan identitas budaya lokal sebagai nilai tambah dan pembeda (*differentiation*) dalam menghadapi persaingan bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen, tetapi juga pada penciptaan nilai yang mampu membangun keunggulan kompetitif. Pada restoran tradisional, nilai budaya dapat diwujudkan melalui desain interior bernuansa budaya, penggunaan bahasa daerah dalam

pelayanan, penyajian makanan secara autentik, serta pengalaman budaya yang dirasakan pelanggan.

Keotentikan (*authenticity*) merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kuliner tradisional. Menurut Pine dan Gilmore (2007), konsumen modern tidak hanya membeli produk, tetapi juga mencari pengalaman yang dianggap autentik. Oleh karena itu, restoran yang mampu mempertahankan cita rasa asli, resep tradisional, serta suasana budaya akan memiliki peluang lebih besar dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Di sisi lain, inovasi menu menjadi salah satu strategi adaptasi yang diperlukan dalam menghadapi perubahan selera konsumen dan meningkatnya persaingan industri kuliner. Inovasi dapat berupa pengembangan menu baru maupun penyesuaian penyajian tanpa menghilangkan karakter utama makanan tradisional. Menurut Ottenbacher dan Harrington (2007), inovasi produk makanan berkontribusi terhadap peningkatan daya saing restoran apabila tetap mempertahankan kualitas dan identitas produk.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan persepsi pelanggan terhadap upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional tanpa menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung ke Restoran Pagi Sore Kemang. Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan pernah berkunjung ke restoran tersebut sedikitnya satu kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Instrumen penelitian terdiri atas lima indikator, yaitu keaslian cita rasa, konsistensi resep tradisional, penyajian makanan, suasana restoran, dan kualitas pelayanan.

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan

valid dan reliabel sebagai alat pengumpulan data.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Data dianalisis secara deskriptif dengan menghitung frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata (mean) untuk setiap indikator penelitian. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan guna menggambarkan persepsi pelanggan terhadap upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional di tengah persaingan kuliner modern.

RESULT

Setelah melakukan pengumpulan data melalui 100 responden, diketahui mayoritas responden berusia 17–25 tahun sebanyak 42%, usia 26–35 tahun sebanyak 35%, dan usia diatas 35 tahun sebanyak 23%. Secara frekuensi kunjungan, 58% responden pernah datang ke Restoran Pagi Sore Kemang lebih dari satu kali, sedangkan 42% responden baru datang satu kali. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang memadai dalam memberikan penilaian terhadap restoran tersebut. Hasil analisis statistik kuantitatif memperlihatkan persepsi konsumen terhadap usaha Restoran Pagi Sore Kemang dalam menjaga identitas budaya

kuliner tradisional termasuk dalam kategori baik hingga sangat baik.

Keaslian Cita Rasa Indikator keaslian cita rasa memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,35. Sebanyak 68% responden menyatakan sangat setuju dan 25% setuju bahwa cita rasa makanan yang disajikan mencerminkan masakan tradisional Minangkabau. Hal ini menunjukkan bahwa restoran mampu mempertahankan rasa autentik pada setiap menu yang disajikan.

Indikator konsistensi resep tradisional memperoleh nilai rata-rata 4,28. Mayoritas responden menilai bahwa rasa dan kualitas makanan yang disajikan relatif konsisten setiap kali berkunjung. Hal ini menunjukkan komitmen restoran dalam menjaga resep tradisional agar tidak mengalami perubahan signifikan.

Indikator penyajian makanan memperoleh nilai rata-rata 4,12. Responden menilai bahwa penyajian makanan masih mencerminkan ciri khas tradisional, meskipun dikemas secara modern. Penyajian ini dinilai mampu menarik minat konsumen tanpa menghilangkan unsur budaya kuliner tradisional.

Indikator suasana restoran memperoleh nilai rata-rata 4,05. Responden merasa bahwa suasana restoran mendukung pengalaman menikmati kuliner tradisional, baik dari segi interior, tata ruang, maupun

nuansa yang dihadirkan. Hal ini memperkuat identitas budaya yang ingin ditampilkan oleh restoran.

Indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 4,30. Sebagian besar responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan ramah, cepat, dan profesional. Pelayanan yang baik ini turut mendukung citra restoran sebagai penyedia kuliner tradisional yang berkualitas.

Secara keseluruhan, rata-rata total persepsi konsumen terhadap upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam menjaga identitas budaya kuliner tradisional adalah 4,22, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi positif terhadap upaya restoran dalam mempertahankan nilai-nilai budaya kuliner tradisional di tengah perkembangan industri kuliner modern.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi pelanggan terhadap upaya Restoran Pagi Sore Kemang dalam mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional berada pada kategori sangat baik. Hal tersebut tercermin dari tingginya penilaian responden terhadap keaslian cita rasa, konsistensi resep tradisional, penyajian

makanan, suasana restoran, serta kualitas pelayanan.

Keaslian cita rasa dan konsistensi resep tradisional merupakan aspek yang memperoleh penilaian tertinggi, sehingga menunjukkan bahwa restoran mampu mempertahankan karakteristik utama kuliner Minangkabau di tengah perkembangan industri kuliner modern. Selain itu, penyajian makanan, suasana restoran, dan kualitas pelayanan turut memperkuat pengalaman pelanggan dalam menikmati kuliner tradisional tanpa mengurangi nilai budaya yang melekat pada restoran.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Restoran Pagi Sore Kemang berhasil mempertahankan identitas budaya kuliner tradisional sekaligus memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelestarian nilai budaya dapat berjalan selaras dengan strategi bisnis sehingga menjadi keunggulan kompetitif bagi restoran tradisional di kawasan perkotaan.

REFERENCES

- Amelia, R., & Saputra, H. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan terhadap Cita Rasa Autentik pada Restoran Pagi Sore di Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 11(1), 45-56.

- Aprilyani, Y. C. (2019). Substitution of Millet Flour for Tortellini Pasta Production as a High-Fiber Food Product Innovation. Yogyakarta State University. Retrieved from <https://eprints.>
- Gunnawan, A. S., & Wijaya, K. (2022). Strategi Branding "The Real Minang Taste": Studi Kasus Ekspansi Restoran Pagi Sore di Luar Sumatera. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 14(2), 112-125.
- Irawan, M. F. (2021). Standardisasi Mutu Produk dan Pelayanan pada Bisnis Restoran Waralaba: Perspektif Restoran Pagi Sore. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 20(3), 88-102.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, D. P., & Syarif, R. (2024). Pengaruh Physical Evidence dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Pagi Sore Cabang Cipete. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 15(1).
- Ottenbacher, M., & Harrington, R. J. (2007). The innovation development process of Michelin-starred chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 444-460.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2007). *Authenticity: What Consumers Really Want*. Harvard Business School Press.
- Pratama, B., & Handayani, S. (2023). Persepsi Wisatawan Mancanegara terhadap Gastronomi Minangkabau: Studi Fenomenologi di Restoran Pagi Sore. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 12(2), 201-215.
- Ramadhan, Z., & Fitriani, A. (2020). Analisis Manajemen Rantai Pasok Bahan Baku Rendang dalam Menjaga Konsistensi Rasa di Restoran Pagi Sore. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(2), 33-47.
- Saraswati, N., & Utomo, B. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Restoran Tradisional Modern: Studi Kasus Pagi Sore. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(1), 15-28.
- Wulandari, T. (2023). Eksplorasi Budaya "Makan Bajamba" dalam Konteks Modernisasi Layanan di Restoran Pagi Sore. *Jurnal Kebudayaan dan Pariwisata*, 19(4), 310-322.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.