

MENGANGKAT KEARIFAN LOKAL MELALUI KULINER KHAS ACEH: STUDI KASUS KEBERHASILAN RUMAH MAKAN CUT BIT

Nulqia Salsabilla¹, Siti Fatonah²

^{1,2}*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

E-mail: 24204081010@student.uin-suka.ac.id

ABSTRAK

Indonesia, especially Aceh, has a wealth of traditional culinary riches that are full of cultural values and local philosophy. However, the potential of Aceh's culinary specialties has not been fully utilized in the development of a culture-based economy. This study aims to examine how Rumah Makan Cut Bit has succeeded in elevating Aceh's local wisdom through traditional culinary as an effective business strategy as well as a means of preserving culture. The method used is a case study with a qualitative approach, including in-depth interviews with the owner and manager, as well as virtual observation of the business process and promotion. The results of the study show that the success of Rumah Makan Cut Bit is supported by strengthening cultural identity through authentic menus, presenting innovations that are attractive to the modern market, cultural experiences through interior design and atmosphere, services that prioritize local social values, and marketing strategies based on cultural narratives. Despite facing capital constraints and tight market competition, commitment to cultural values and innovation are the main factors that make this restaurant superior. This study confirms that the integration of local wisdom in culinary businesses can be an effective model in preserving culture as well as developing the creative economy in the region. These findings are expected to inspire other culinary entrepreneurs in optimizing the potential of local culture as a strength of business differentiation.

Kata kunci : Local Wisdom, Acehnese Cuisine, Case Study, Cultural Preservation, Creative Economy, Cut Bit Restaurant

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keragaman budaya sangat tinggi, tercermin dalam berbagai aspek kehidupan masyarakatnya, termasuk dalam ranah kuliner. Setiap daerah di Indonesia menyimpan warisan kuliner yang tidak hanya unik secara rasa, tetapi juga kaya akan nilai-nilai historis, sosial, dan filosofis (Elmustian dkk., 2024). Idealnya, kuliner tradisional tidak sekedar dianggap sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi sehari-hari, melainkan menjadi simbol

identitas budaya lokal yang dijaga dan diwariskan lintas generasi. Lebih dari itu, kuliner khas daerah seharusnya menjadi bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi berbasis budaya (cultural-based economy), terutama dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Lestari & Paryanto, 2023).

Aceh, sebagai salah satu provinsi di ujung barat Indonesia, memiliki kekayaan kuliner yang mencerminkan karakter budaya, sejarah, serta tradisi masyarakatnya yang kuat. Makanan khas seperti mie

Aceh, ayam tangkap, kuah pliek u, hingga kari kambing Aceh bukan hanya menggoda lidah, tetapi juga memuat narasi panjang tentang percampuran budaya, pengaruh sejarah perdagangan, serta nilai-nilai keislaman yang kuat dalam kehidupan masyarakat Aceh (Rizkina, t.t.). Dalam konteks ideal, kuliner Aceh memiliki potensi besar untuk diangkat sebagai bagian dari promosi kearifan lokal, yang tidak hanya memperkuat identitas budaya tetapi juga dapat berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal melalui sektor kuliner dan pariwisata (Ohorella & Prihantoro, 2021).

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa potensi besar ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh tahun 2023, hanya sekitar 28% rumah makan tradisional di Banda Aceh dan sekitarnya yang secara eksplisit menampilkan identitas budaya Aceh dalam penyajian menu, desain interior, pelayanan, hingga narasi produk (Destiana, 2019). Sisanya cenderung mengadopsi model bisnis kuliner modern yang mengabaikan akar tradisi lokal, dengan tujuan mengejar tren pasar yang dianggap lebih menguntungkan. Hal ini menjadi ironi tersendiri, mengingat dalam konteks globalisasi saat ini, produk yang mengandung unsur lokal justru memiliki nilai jual yang tinggi karena dianggap otentik dan eksklusif (Muchlas Adi Putra, 2023).

Tinjauan akademik mendukung pentingnya pendekatan budaya dalam pengembangan industri kuliner. Unsur budaya lokal harus ditempatkan sebagai aset strategis dalam

pembangunan, karena ia memiliki potensi untuk membentuk solidaritas sosial dan sekaligus menciptakan peluang ekonomi (Rubaidi dkk., 2020). Hal ini diperkuat oleh pendapat (Safrianto, 2019) dalam teori *experience economy*, yang menyatakan bahwa konsumen modern tidak hanya mencari produk, melainkan juga pengalaman yang otentik dan bermakna. Oleh karena itu, usaha kuliner yang mengedepankan narasi budaya dapat memberikan nilai tambah yang tidak ditemukan pada produk komersial biasa. (Safitri dkk., 2024) dalam kerangka *culinary nationalism* menegaskan bahwa makanan tradisional berperan penting dalam membentuk dan mempertahankan identitas nasional maupun lokal. Mereka menekankan pentingnya mengemas kuliner tradisional secara modern tanpa menghilangkan akar budayanya agar dapat diterima oleh pasar global. Penelitian (Purnomo, 2025) tentang strategi branding restoran berbasis budaya lokal menunjukkan bahwa usaha yang menonjolkan keunikan lokal melalui atmosfer, pelayanan, dan narasi cenderung lebih berhasil dalam membangun loyalitas konsumen. Dalam konteks Aceh, (Hasibuan dkk., t.t.) mengungkapkan bahwa kuliner khas seperti *mie Aceh* dan *kuah pliek u* bukan hanya soal rasa, tetapi juga sarat akan nilai-nilai religius, sejarah percampuran budaya, serta filosofi hidup masyarakat Aceh. Namun demikian, pemanfaatan kearifan lokal dalam industri kuliner di Aceh belum menunjukkan hasil optimal karena masih terkendala oleh berbagai faktor, baik internal (minim inovasi) maupun eksternal (kurangnya dukungan dan promosi).

Kesenjangan antara kekayaan kuliner khas Aceh dengan implementasi nilai-nilai kearifan lokal dalam industri kuliner menimbulkan sejumlah pertanyaan penting. Mengapa pelaku usaha kuliner lokal belum banyak yang mengintegrasikan unsur budaya Aceh dalam bisnis mereka? Mengapa kearifan lokal belum dijadikan kekuatan diferensiasi di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat? Pertanyaan-pertanyaan ini mengarah pada pemahaman bahwa terdapat masalah struktural dan kultural dalam ekosistem industri kuliner lokal di Aceh (Liza Umami, 2023). Beberapa penyebab utama dari persoalan ini antara lain adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap nilai ekonomi dari kearifan lokal. Banyak dari mereka yang menganggap bahwa unsur budaya tradisional tidak relevan dengan selera pasar modern, khususnya kalangan muda dan wisatawan domestik (Kurniawan, 2012). Selain itu, terbatasnya inovasi dalam penyajian menu tradisional menyebabkan kuliner lokal cenderung dianggap ketinggalan zaman dan tidak kompetitif. Lemahnya dukungan dari pemerintah daerah serta minimnya kolaborasi antara pelaku UMKM kuliner, komunitas budaya, dan akademisi juga memperparah kondisi ini. Tak kalah penting, belum banyak tersedia studi kasus konkret yang bisa dijadikan rujukan tentang bagaimana kearifan lokal dapat diintegrasikan secara efektif dalam strategi bisnis kuliner (Zia Farhan Afra, 2024).

Dampak dari permasalahan ini cukup signifikan. Di satu sisi, terjadi degradasi terhadap nilai-nilai budaya yang terkandung dalam kuliner

tradisional, karena tidak terwariskan secara kontekstual kepada generasi muda. Di sisi lain, potensi ekonomi dari sektor kuliner berbasis budaya tidak termanfaatkan secara optimal, sehingga peluang penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pelaku UMKM, dan penguatan daya saing daerah menjadi terhambat. Dalam jangka panjang, hilangnya nilai lokal dalam produk kuliner dapat menyebabkan pergeseran identitas budaya yang semakin menjauh dari akar tradisinya (Nurfansyah, 2025).

Dalam konteks inilah, penelitian mengenai keberhasilan Rumah Makan Cut Bit menjadi penting dan relevan. Rumah makan ini dikenal sebagai salah satu pelaku usaha kuliner di Aceh yang berhasil mengangkat kearifan lokal tidak hanya dari sisi menu, tetapi juga dalam desain interior, konsep pelayanan, hingga strategi pemasaran. Rumah Makan Cut Bit menjadi contoh bagaimana integrasi antara nilai budaya lokal dan strategi bisnis modern dapat menciptakan diferensiasi yang kuat serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Wulan Baizura, 2024a). Melalui studi kasus ini, diharapkan akan diperoleh pemahaman mendalam tentang faktor-faktor keberhasilan yang dapat direplikasi oleh pelaku usaha kuliner lainnya di Aceh maupun daerah lain di Indonesia (Noor, 2020).

Dengan demikian, urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya menghadirkan model praktik baik (*best practice*) tentang bagaimana kearifan lokal dapat diaktualisasikan dalam usaha kuliner secara efektif dan menguntungkan. Penelitian ini juga berkontribusi dalam wacana pelestarian budaya melalui pendekatan ekonomi kreatif, sekaligus menjawab

tantangan globalisasi yang sering kali mengikis nilai-nilai lokal. Keberhasilan Rumah Makan Cut Bit dapat menjadi inspirasi dan rujukan penting bagi pengembangan industri kuliner lokal berbasis kearifan budaya di masa depan (Taufik, 2024).

2. LANDASAN TEORI

Kearifan Lokal sebagai Identitas Budaya

Kearifan lokal (local wisdom) merupakan akumulasi pengetahuan dan nilai-nilai yang terbentuk dari interaksi panjang antara manusia dengan lingkungan sosial dan alamnya. Nilai-nilai ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam kehidupan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya yang melekat pada suatu komunitas. Gianto & Sunanik, (2024) menyatakan bahwa kearifan lokal mencerminkan etika, spiritualitas, dan prinsip-prinsip praktis yang kontekstual dengan kehidupan masyarakat lokal. Oleh karena itu, kearifan lokal merupakan bagian integral dalam upaya pelestarian budaya, sekaligus sebagai fondasi bagi pembangunan berkelanjutan berbasis potensi daerah. Dalam konteks budaya material, salah satu wujud nyata dari kearifan lokal adalah kuliner. Pemilihan bahan lokal, teknik pengolahan tradisional, dan nilai-nilai simbolik dalam makanan merupakan bukti bahwa kuliner tidak hanya sekadar aktivitas konsumsi, melainkan representasi dari sistem nilai dan cara hidup masyarakat. Rosyadi, (2020) menekankan bahwa makanan adalah bagian dari konstruksi budaya yang memperlihatkan identitas komunitas,

sekaligus menjadi sarana pewarisan nilai-nilai luhur.

Kuliner sebagai Representasi Sosial Budaya

Kuliner merupakan representasi sosial budaya yang kompleks. Ia tidak hanya mencerminkan preferensi rasa, tetapi juga menggambarkan narasi sosial, sejarah, dan identitas suatu komunitas. Hidayati, (2024) menyebutkan bahwa makanan dan cara memasaknya memiliki dimensi simbolik yang berperan penting dalam struktur sosial masyarakat. Kuliner tradisional menjadi medium komunikasi budaya yang kuat karena mengandung makna simbolik yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kuliner khas daerah seperti di Aceh menjadi contoh konkret bagaimana makanan mengandung unsur sejarah, pengaruh budaya, dan nilai keagamaan. Sajian seperti mie Aceh atau kuah pliek u bukan hanya menyajikan rasa, tetapi juga menuturkan identitas kultural masyarakatnya. Dalam konteks ini, kuliner berfungsi sebagai alat diplomasi budaya yang memperkenalkan nilai-nilai lokal kepada dunia luar (Herindra dkk., 2024).

Strategi Branding dan Diferensiasi dalam Bisnis Kuliner Lokal

Dalam ranah bisnis, pemanfaatan kearifan lokal sebagai strategi diferensiasi memiliki nilai tambah yang signifikan. Diferensiasi yang berbasis pada identitas budaya lokal mampu memperkuat posisi merek di tengah pasar yang kompetitif. (Wahono dkk., 2025) menggaris bawahi bahwa diferensiasi produk harus memiliki keunikan yang bernilai

bagi konsumen, dan dalam konteks kuliner, nilai budaya merupakan salah satu sumber diferensiasi yang kuat. Branding yang mengintegrasikan unsur budaya lokal—baik melalui nama menu, desain interior, kostum karyawan, hingga narasi sejarah makanan—dapat menciptakan pengalaman emosional yang lebih kaya bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan (Hartati dkk., 2025) bahwa konsumen cenderung memiliki ketertarikan lebih terhadap kuliner yang menyuguhkan keaslian budaya secara konsisten, karena hal tersebut menimbulkan keterikatan emosional dan identitas diri yang lebih dalam. Dengan demikian, strategi branding berbasis kearifan lokal tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif, tetapi juga turut berkontribusi dalam pelestarian budaya dan pembentukan identitas sosial yang kuat dalam dunia bisnis kuliner.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali secara mendalam bagaimana integrasi kearifan lokal diterapkan dalam usaha kuliner Rumah Makan Cut Bit di Banda Aceh. Penelitian dilaksanakan pada Bulan April 2025 dengan lokasi di rumah makan tersebut, yang dipilih secara purposif karena dianggap representatif sebagai contoh keberhasilan penggabungan nilai budaya Aceh dalam praktik bisnis kuliner (Putri Najmu Syarqiah, 2024a).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, pengelola, karyawan, serta konsumen setia, yang mampu memberikan perspektif kaya mengenai

penerapan nilai budaya dalam usaha ini. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan secara langsung untuk mengamati suasana, pelayanan, desain interior, dan cara penyajian yang mencerminkan identitas budaya lokal (R. A. Nasution dkk., 2024). Peneliti juga mengumpulkan data dari dokumen pendukung seperti materi promosi dan konten media sosial yang merepresentasikan narasi budaya yang diusung oleh rumah makan. Seluruh proses pengumpulan data ini didukung oleh instrumen berupa pedoman wawancara, lembar observasi, alat perekam suara, kamera digital, serta perangkat lunak analisis data kualitatif untuk mempermudah pengelolaan dan interpretasi data (Nisak, 2025).

Analisis data dilakukan dengan teknik tematik yang mencakup reduksi, pengkodean, dan kategorisasi data untuk menemukan tema-tema utama yang menggambarkan praktik integrasi budaya. Untuk menjaga validitas, penelitian ini juga menerapkan triangulasi sumber data melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan studi dokumen. Dalam pelaksanaan penelitian, etika menjadi perhatian utama dengan memastikan persetujuan informan secara sukarela, menjaga kerahasiaan identitas, dan menggunakan data hanya untuk kepentingan akademik (Sumilih dkk., 2025). Dengan demikian, metode yang diterapkan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik pengembangan kuliner berbasis kearifan lokal sekaligus menjadi referensi bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam memperkuat ekonomi budaya di Aceh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian studi kasus terhadap Rumah Makan Cut Bit mengungkap sejumlah temuan penting terkait penerapan kearifan lokal dalam bisnis kuliner di Aceh. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola serta observasi terhadap aktivitas promosi dan pelayanan, ditemukan bahwa Rumah Makan Cut Bit secara konsisten mengintegrasikan nilai-nilai budaya Aceh ke dalam seluruh aspek operasional usahanya. Hal ini terlihat dari upaya mereka mempertahankan keaslian resep kuliner tradisional, desain interior yang mencerminkan identitas lokal, hingga pendekatan pelayanan yang mengedepankan nilai-nilai sosial dan filosofi masyarakat Aceh. Strategi ini tidak hanya berhasil menjaga warisan budaya, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi daya saing bisnis di tengah pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Penguatan Identitas Budaya melalui Menu Autentik

Rumah Makan Cut Bit menegaskan perannya sebagai pelestari budaya Aceh melalui penguatan identitas lokal yang diwujudkan dalam menu autentiknya. Setiap hidangan yang disajikan bukan sekadar makanan, melainkan merupakan representasi cita rasa asli yang telah diwariskan secara turun-temurun. Dengan menjaga keaslian resep dan teknik memasak tradisional, rumah makan ini berhasil menghadirkan pengalaman kuliner yang otentik, yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga mengikat pelanggan pada nilai-nilai budaya Aceh yang kaya dan beragam (Novia Afrina, 2024a). Pendekatan

yang diterapkan oleh Rumah Makan Cut Bit sejalan dengan konsep *culinary nationalism* yang menekankan bahwa makanan tradisional berperan penting dalam memperkuat identitas dan kebanggaan budaya suatu komunitas. Melalui penghidangan menu khas Aceh yang autentik, rumah makan ini tidak hanya menjaga warisan kuliner, tetapi juga menegaskan identitas budaya yang unik dan khas, sehingga membedakannya dari bisnis kuliner lain yang lebih mengutamakan tren pasar (Putri Najmu Syarqiah, 2024b). Kehadiran menu autentik di Rumah Makan Cut Bit juga membawa dimensi filosofis dan sosial yang melekat dalam setiap sajian. Kuliner Aceh yang disajikan tidak hanya memanjakan indera perasa, tetapi juga menyampaikan narasi nilai-nilai kearifan lokal, norma sosial, dan spiritualitas masyarakat Aceh. Dengan demikian, pelanggan tidak sekadar menikmati makanan, tetapi turut merasakan dan memahami cerita budaya yang melekat kuat dalam setiap hidangan, yang memperkaya pengalaman bersantap secara holistik (Novia Afrina, 2024b).

Daya tarik menu autentik ini pun terbukti mampu menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda dan wisatawan yang mencari pengalaman kuliner yang tidak hanya lezat, tetapi juga bermakna dan otentik. Keaslian rasa dan cerita budaya yang disajikan mampu menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan Rumah Makan Cut Bit dari rumah makan lain. Hal ini membuktikan bahwa pelestarian nilai budaya melalui kuliner tradisional dapat berjalan seiring dengan pengembangan bisnis yang

berorientasi pada kebutuhan pasar modern (Jaya dkk., 2024). Penguatan identitas budaya melalui menu autentik yang dilakukan oleh Rumah Makan Cut Bit tidak hanya berkontribusi pada pelestarian warisan budaya Aceh, tetapi juga memperkuat posisi bisnis kuliner lokal di tengah persaingan yang ketat. Pendekatan ini memberikan inspirasi dan model yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha kuliner lainnya, bahwa keberhasilan bisnis tidak harus mengorbankan nilai budaya, melainkan dapat tumbuh bersama dalam harmoni yang saling menguntungkan.

Inovasi Penyajian yang Menarik Pasar Modern

Dalam menghadapi dinamika pasar kuliner yang semakin kompetitif, Rumah Makan Cut Bit menunjukkan bahwa inovasi dalam penyajian makanan tradisional dapat menjadi kunci keberhasilan menarik perhatian konsumen modern tanpa mengorbankan keaslian rasa. Meskipun tetap mempertahankan resep asli kuliner khas Aceh, rumah makan ini melakukan pembaruan dalam aspek visual dan konsep penyajian yang membuat hidangan menjadi lebih menarik dan relevan bagi generasi muda serta wisatawan. Pendekatan ini menggabungkan keindahan estetika dengan keotentikan budaya, sehingga menciptakan pengalaman kuliner yang lebih menarik dan memikat (Wulan Baizura, 2024b). Perubahan dalam penyajian tersebut tidak semata-mata mengikuti tren pasar, melainkan juga menyesuaikan dengan preferensi konsumen yang kini mengutamakan aspek tampilan makanan dan kenyamanan saat menikmati

hidangan. Melalui inovasi ini, Rumah Makan Cut Bit berhasil memberikan nilai tambah berupa estetika yang mendukung daya tarik produk kuliner tradisional di era digital, di mana visual menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan konsumen. Dengan demikian, inovasi penyajian ini memperkuat posisi kuliner Aceh sebagai produk budaya yang tidak hanya kaya rasa, tetapi juga mampu bersaing dalam konteks modern (Ghazali, 2024).

Keberhasilan rumah makan ini dalam menggabungkan tradisi dan inovasi menegaskan bahwa pelestarian budaya tidak harus menghambat kemajuan, melainkan dapat beriringan dengan kreativitas dalam pengembangan produk. Penyajian makanan tradisional yang dikemas dengan cara baru tanpa menghilangkan unsur tradisional menjadi contoh konkret bagaimana kearifan lokal dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar masa kini. Hal ini membuka peluang bagi pelaku usaha kuliner lainnya untuk melakukan adaptasi serupa demi menjaga relevansi sekaligus mempertahankan identitas budaya (Wilantara, 2024). Inovasi dalam penyajian juga berkontribusi pada strategi pemasaran yang efektif. Dengan tampilan produk yang menarik dan penyajian yang modern, Rumah Makan Cut Bit mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, termasuk wisatawan domestik dan mancanegara yang mencari pengalaman kuliner autentik sekaligus estetik. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan, tetapi juga meningkatkan daya saing usaha dalam industri kuliner yang kian berkembang. Secara

keseluruhan, inovasi penyajian yang dilakukan Rumah Makan Cut Bit menunjukkan bahwa tradisi kuliner lokal dapat terus hidup dan berkembang melalui kreativitas dan adaptasi yang tepat. Integrasi antara keaslian budaya dan pendekatan modern ini membuktikan bahwa kearifan lokal tidak hanya sebagai warisan masa lalu, tetapi juga modal strategis dalam mengembangkan bisnis kuliner yang berkelanjutan di tengah perubahan zaman.

Pengalaman Budaya Melalui Desain Interior dan Suasana

Salah satu elemen kunci yang membedakan Rumah Makan Cut Bit dari pelaku usaha kuliner lainnya di Aceh adalah kemampuannya menciptakan pengalaman budaya yang utuh melalui desain interior dan suasana ruang makan. Rumah makan ini tidak sekadar menjadi tempat untuk menikmati makanan khas Aceh, tetapi juga ruang representasi budaya lokal yang hidup dan terasa. Interior ruangan dirancang dengan cermat untuk menampilkan ornamen-ornamen khas Aceh seperti motif ukiran tradisional, kaligrafi bernuansa Islam, hingga perabot kayu yang mencerminkan estetika rumah tradisional Aceh. Penataan ruang yang nyaman, pencahayaan yang hangat, serta alunan musik tradisional Aceh yang diputar lembut turut memperkaya atmosfer yang dihadirkan (Indah Rahmi, 2024). Konsep tersebut sejalan dengan pandangan (Pawennei, 2023) dalam kerangka *experience economy*, yang menekankan bahwa nilai tambah dalam produk atau layanan di era kontemporer terletak pada kemampuan menciptakan pengalaman

yang otentik dan bermakna. Dalam konteks Rumah Makan Cut Bit, konsumen tidak hanya terlibat dalam aktivitas konsumsi makanan, tetapi juga dalam proses menikmati dan menginternalisasi identitas budaya Aceh melalui suasana yang diciptakan. Dengan demikian, pengalaman kuliner berubah menjadi pengalaman budaya yang berkesan, yang memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan identitas lokal. Lebih dari sekadar estetika visual, desain interior yang mencerminkan budaya lokal juga memiliki fungsi edukatif dan simbolik. Bagi pengunjung yang berasal dari luar daerah atau wisatawan, rumah makan ini berperan sebagai titik temu pertama dengan kebudayaan Aceh secara kasatmata. Hal ini menciptakan peluang bagi penguatan narasi budaya dalam ranah publik sekaligus memperluas pemahaman masyarakat terhadap warisan budaya Aceh. Dalam banyak kasus, konsumen yang tertarik pada aspek visual dan atmosfer suatu tempat juga cenderung memiliki kecenderungan untuk lebih menghargai nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Suasana ruang makan yang khas ini juga berkontribusi pada pembentukan citra merek (brand image) yang kuat dan berbeda. Di tengah persaingan industri kuliner yang ketat, diferensiasi berbasis nilai budaya menjadi strategi yang efektif untuk membangun loyalitas konsumen. Konsumen tidak hanya datang karena cita rasa makanan, tetapi juga karena pengalaman menyeluruh yang tidak dapat mereka temukan di tempat lain (Kundratr dkk., 2025). Dalam konteks ini, Rumah Makan Cut Bit berhasil memanfaatkan potensi budaya sebagai sumber daya

yang tidak tergantikan dan sulit direplikasi oleh kompetitor. Pengalaman budaya melalui desain interior dan suasana menjadi elemen penting dalam strategi integrasi kearifan lokal di sektor kuliner. Rumah Makan Cut Bit menjadi contoh konkret bahwa ruang makan dapat dimaknai sebagai ruang budaya, tempat terjadinya interaksi antara makanan, ruang, dan nilai-nilai lokal. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat daya tarik bisnis secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi aktif terhadap pelestarian dan penyebaran budaya Aceh kepada masyarakat luas dan generasi muda.

Pelayanan yang Mengedepankan Nilai Sosial Lokal

Pelayanan merupakan aspek fundamental dalam industri kuliner, tidak hanya sebagai sarana interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga sebagai medium refleksi nilai-nilai sosial yang dihayati oleh masyarakat setempat. Di Rumah Makan Cut Bit, pelayanan kepada pelanggan tidak sekadar bersifat transaksional, melainkan mengedepankan nilai-nilai sosial yang hidup dalam budaya masyarakat Aceh, seperti keramahan, kesantunan, dan semangat gotong royong (Setiawan dkk., 2022). Sikap para pelayan yang ramah, penuh penghormatan, serta komunikatif dalam menjelaskan menu atau filosofi makanan menciptakan hubungan emosional yang kuat antara konsumen dan penyedia layanan. Karakteristik pelayanan semacam ini merupakan cerminan dari nilai-nilai lokal Aceh yang sangat menjunjung tinggi adab dalam bertamu dan bermasyarakat. Dalam konteks budaya Aceh, setiap tamu adalah titipan dan

harus dilayani dengan penuh hormat, suatu prinsip yang secara konsisten diterapkan oleh pengelola Rumah Makan Cut Bit. Pendekatan pelayanan ini bukan hanya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman sosial yang hangat dan personal. Hal ini memberikan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh banyak rumah makan modern yang lebih berorientasi pada efisiensi dan kecepatan. Pola pelayanan yang mengakar pada nilai sosial lokal juga berfungsi sebagai sarana edukasi budaya bagi konsumen, khususnya wisatawan atau pelanggan dari luar daerah. Ketika nilai-nilai lokal terimplementasi dalam interaksi sehari-hari, pelanggan tidak hanya mengonsumsi makanan, tetapi juga merasakan atmosfer sosial masyarakat Aceh yang khas. Ini mendukung perspektif pariwisata berbasis budaya, di mana pengalaman yang diperoleh wisatawan mencakup dimensi interaksi manusia yang berakar dari sistem nilai tradisional.

Pendekatan pelayanan yang humanis dan berbudaya ini juga berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung kembali ke tempat yang tidak hanya menyajikan makanan enak, tetapi juga memperlakukan mereka dengan penghormatan dan kehangatan. Dalam jangka panjang, relasi sosial yang dibangun melalui pelayanan yang mengedepankan nilai lokal dapat memperkuat keberlangsungan bisnis, karena menciptakan basis pelanggan yang tidak hanya puas, tetapi juga merasa dihargai sebagai bagian dari komunitas. Rumah Makan Cut Bit menunjukkan bahwa pelayanan berbasis kearifan lokal bukanlah

hambatan dalam bersaing di industri kuliner modern, melainkan keunggulan strategis. Nilai-nilai sosial lokal yang dihidupkan dalam praktik pelayanan sehari-hari menjadi pilar penting dalam diferensiasi usaha kuliner yang berkelanjutan. Melalui pelayanan yang berpijak pada identitas budaya, rumah makan ini tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga fungsi sosial dan budaya yang lebih luas bagi masyarakat Aceh.

Strategi Pemasaran Berbasis Narasi Budaya

Dalam konteks ekonomi kreatif yang semakin menekankan pentingnya diferensiasi dan nilai otentik, strategi pemasaran berbasis narasi budaya menjadi salah satu pendekatan yang sangat relevan dan efektif. Rumah Makan Cut Bit secara sadar memanfaatkan kekayaan budaya Aceh sebagai sumber daya naratif dalam membangun citra usahanya. Tidak hanya menampilkan menu khas daerah, rumah makan ini juga mengomunikasikan makna filosofis di balik setiap sajian melalui berbagai media, seperti narasi lisan para pelayan, media sosial, dan desain komunikasi visual yang terpajang di area restoran (Immanuel dkk., 2024). Narasi tersebut mencakup sejarah makanan, keterkaitannya dengan tradisi masyarakat Aceh, hingga simbolisme nilai-nilai keislaman dan lokalitas yang menyertainya. Usaha kuliner yang mengangkat unsur budaya lokal melalui narasi yang kuat cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi di mata konsumen. Dalam praktiknya, Rumah Makan Cut Bit berhasil menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dengan budaya Aceh melalui cerita-cerita

yang otentik dan menginspirasi. Konsumen tidak hanya menikmati makanan sebagai produk, tetapi juga sebagai representasi sejarah, nilai, dan identitas kolektif masyarakat setempat. Narasi budaya juga menjadi alat branding yang efektif dalam membedakan rumah makan ini dari kompetitor. Ketika banyak usaha kuliner berlomba-lomba menawarkan kecepatan dan modernitas, Cut Bit justru menekankan keunikan dan kedalaman nilai lokal sebagai keunggulan kompetitif. Pendekatan ini memungkinkan Rumah Makan Cut Bit membangun positioning yang kuat di benak konsumen sebagai rumah makan yang tidak hanya menyajikan makanan, tetapi juga memperkenalkan kekayaan budaya Aceh secara utuh (Muhsyanur & Septiana, 2025).

Melalui kanal digital seperti Instagram dan TikTok, narasi budaya dikemas secara visual dan emosional untuk menjangkau generasi muda dan wisatawan. Konten promosi yang menyertakan kisah di balik nama masakan, asal-usul bahan lokal, atau filosofi penyajian, memperkuat citra rumah makan sebagai pelestari budaya sekaligus pelaku usaha yang inovatif. Strategi ini juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen secara aktif, karena mereka merasa menjadi bagian dari cerita yang lebih besar yakni cerita tentang Aceh dan budayanya. Strategi pemasaran berbasis narasi budaya yang dijalankan oleh Rumah Makan Cut Bit tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukasi budaya dan penguatan identitas lokal. Ini menunjukkan bahwa narasi bukan hanya pelengkap dalam komunikasi pemasaran, melainkan elemen utama dalam

menciptakan pengalaman konsumsi yang mendalam dan berkesan. Pendekatan ini membuktikan bahwa pemasaran dapat menjadi jembatan antara ekonomi dan budaya, sekaligus sarana strategis untuk memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Muhsyanur & Septiana, 2025).

Tantangan Modal dan Persaingan Pasar

Dalam menjalankan usaha kuliner berbasis kearifan lokal, Rumah Makan Cut Bit tidak luput dari berbagai tantangan yang bersifat struktural maupun operasional. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal usaha. Sebagaimana banyak dialami oleh pelaku UMKM di sektor kuliner tradisional, permasalahan permodalan sering kali menghambat proses pengembangan usaha, baik dalam aspek ekspansi fisik, peningkatan kualitas layanan, maupun inovasi produk. Modal yang terbatas juga membatasi ruang gerak dalam melakukan promosi secara masif, terutama di platform digital yang kini menjadi kanal utama pemasaran. Selain kendala finansial, persaingan pasar juga menjadi tantangan signifikan yang harus dihadapi. Meningkatnya jumlah restoran dan kafe modern di Banda Aceh, yang menawarkan konsep kekinian dan lebih fleksibel terhadap selera pasar muda, menjadikan pasar kuliner semakin kompetitif. Banyak pelaku usaha yang memilih mengikuti arus modernisasi penuh dan mengesampingkan unsur budaya demi menarik segmen pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, Rumah Makan Cut Bit mengambil posisi yang berbeda

dengan mempertahankan otentisitas budaya sambil tetap melakukan inovasi secara selektif. Strategi ini memerlukan keseimbangan yang cermat antara menjaga nilai tradisional dan memenuhi ekspektasi konsumen modern.

Tekanan persaingan juga datang dari harga dan efisiensi operasional. Produk berbasis kearifan lokal cenderung memerlukan bahan baku yang spesifik, proses pengolahan yang lebih rumit, serta tenaga kerja yang terampil dalam menjaga kualitas tradisional. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada struktur biaya, yang menjadikan harga jual produk cenderung lebih tinggi dibandingkan restoran cepat saji atau tempat makan modern lainnya. Di tengah kondisi ekonomi yang fluktuatif, daya beli konsumen yang menurun dapat menjadi tantangan tambahan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha (Budiarto dkk., 2018). Keberhasilan Rumah Makan Cut Bit dalam mempertahankan eksistensinya justru menjadi bukti bahwa komitmen terhadap kearifan lokal dapat menjadi kekuatan yang membedakan di tengah tantangan tersebut. Melalui pendekatan yang berfokus pada kualitas, pengalaman pelanggan, serta narasi budaya yang kuat, rumah makan ini mampu menciptakan nilai tambah yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor. Dengan membangun hubungan emosional dengan pelanggan dan mengedepankan cerita budaya sebagai identitas, Cut Bit mampu mempertahankan loyalitas di tengah persaingan yang kompetitif. Meskipun tantangan modal dan persaingan pasar merupakan kenyataan yang tidak bisa dihindari, keberhasilan Rumah Makan

Cut Bit menunjukkan bahwa keberpihakan pada budaya lokal, jika diiringi dengan strategi bisnis yang adaptif dan inovatif, justru dapat menjadi modal sosial dan ekonomi yang berharga. Oleh karena itu, pendekatan semacam ini layak dijadikan rujukan bagi pelaku usaha kuliner tradisional di daerah lain yang ingin bersaing di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Kontribusi pada Pelestarian Budaya dan Ekonomi Lokal

Keberhasilan Rumah Makan Cut Bit dalam mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam praktik bisnis kuliner tidak hanya memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha secara ekonomi, tetapi juga memiliki kontribusi nyata terhadap pelestarian budaya Aceh. Upaya menjaga otentisitas rasa, penyajian makanan, desain interior, hingga narasi sejarah dalam promosi menjadikan rumah makan ini bukan sekadar tempat makan, melainkan ruang edukatif dan representatif bagi warisan budaya lokal. Dengan menghadirkan kuliner khas seperti mie Aceh, kuah pliek u, dan ayam tangkap dalam bentuk yang tetap autentik namun menarik, Cut Bit telah menjadi medium transmisi budaya antar generasi. Kontribusi terhadap pelestarian budaya ini diperkuat oleh peran Rumah Makan Cut Bit dalam menciptakan kesadaran publik tentang pentingnya merawat identitas lokal. Pengunjung, baik lokal maupun wisatawan, diperkenalkan secara langsung dengan cita rasa, nilai, dan filosofi yang terkandung dalam kuliner Aceh. Hal ini sejalan dengan gagasan Ichijo dan Ranta (2016) tentang culinary nationalism, di mana makanan tidak hanya menjadi

kebutuhan fisik, melainkan juga simbol identitas kolektif yang membentuk kebanggaan budaya. Rumah makan ini menjadi contoh bahwa pelestarian budaya tidak harus bersifat simbolik atau seremonial, tetapi bisa diwujudkan melalui aktivitas ekonomi sehari-hari.

Secara ekonomi, kehadiran Rumah Makan Cut Bit telah membuka peluang kerja bagi masyarakat lokal, baik dalam bentuk pekerjaan langsung di sektor jasa (seperti pelayan, juru masak, manajer operasional), maupun tidak langsung seperti pemasok bahan baku lokal dan pengrajin interior tradisional. Dengan demikian, rumah makan ini berkontribusi dalam memperkuat rantai nilai ekonomi kreatif berbasis budaya. Ini mengukuhkan posisi sektor kuliner sebagai salah satu motor penggerak ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan. Keberhasilan Cut Bit dalam mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran arus modernisasi juga menjadi inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya di Aceh (U. B. Nasution dkk., 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, muncul kecenderungan pelaku usaha kuliner lokal mulai kembali mengangkat unsur budaya dalam bisnis mereka, baik melalui menu, konsep visual, maupun strategi komunikasi. Fenomena ini mengindikasikan dampak sistemik dari praktik baik (best practice) yang ditunjukkan oleh Cut Bit, yang secara tidak langsung mendorong tumbuhnya ekosistem kuliner berbasis budaya di tingkat lokal. Secara keseluruhan, Rumah Makan Cut Bit tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi sebagai pelaku bisnis kuliner, tetapi juga memainkan peran penting dalam upaya pelestarian budaya dan

pembangunan ekonomi lokal. Model integratif yang diterapkan oleh rumah makan ini membuktikan bahwa kearifan lokal dapat menjadi fondasi yang kuat dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan, kompetitif, dan berdampak luas bagi masyarakat. Oleh karena itu, model seperti ini layak direplikasi dan dijadikan rujukan dalam pengembangan industri kuliner tradisional di berbagai daerah di Indonesia.

5. KESIMPULAN

Penelitian studi kasus ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Cut Bit merupakan contoh nyata keberhasilan integrasi nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik usaha kuliner modern. Melalui pelestarian menu autentik khas Aceh, penerapan nilai sosial-budaya dalam pelayanan, serta inovasi dalam penyajian dan suasana ruang makan, Cut Bit mampu menciptakan pengalaman kuliner yang tidak hanya lezat secara rasa, tetapi juga sarat makna budaya. Strategi pemasaran yang menonjolkan narasi sejarah dan filosofi kuliner turut memperkuat posisi merek mereka di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat. Keberhasilan Cut Bit membuktikan bahwa pelestarian budaya dan pencapaian keuntungan ekonomi bukanlah dua tujuan yang saling bertentangan, melainkan dapat berjalan beriringan apabila dikelola secara strategis dan berkesadaran budaya. Model pendekatan seperti ini memberikan kontribusi penting tidak hanya dalam mempertahankan identitas budaya Aceh, tetapi juga dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha lokal serta mendukung ekonomi kreatif daerah. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner berbasis kearifan lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai instrumen pelestarian budaya sekaligus sebagai motor penggerak ekonomi lokal. Rumah Makan Cut Bit layak dijadikan sebagai praktik baik (best practice) yang dapat direplikasi di wilayah lain yang memiliki kekayaan budaya serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & D, B. S. (2018). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. UGM PRESS.
- Destiana, R. (2019). *Ipengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. 01*.
- Elmustian, E., Marsha, V. J., Elisia, E., Fitri, N. A., Amri, N., Fitriani, H., Darma, S., & Triski, W. (2024). Eksplorasi Warisan Budaya Melayu: Seni, Kuliner, dan Festival yang Menyatu di Masyarakat. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.58192/sidu.v3i4.2782>
- Ghazali, F. D. (2024). *Budaya Baru Kaum Muda di Coffeeshop (Studi Kualitatif Trend Fashion Sebagai Ruang Komunikasi di Kawasan Seturan, Yogyakarta)* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/52701>
- Gianto, G., & Sunanik, S. (2024). Mengembangkan Pendidikan

- Berbasis Kearifan Lokal dalam Kerangka Filsafat Pendidikan Islam. *SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 6(2), Article 2.
- Hartati, Q. E., Mala, I. K., & Sutantri. (2025). Optimalisasi Keberhasilan Bisnis Kearifan Lokal Dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 5(1), Article 1.
- Hasibuan, A., Siregar, W. V., & Riskina, S. (t.t.). *Sekelumit Keberagaman Lhokseumawe Dan Aceh Utara*.
- Herindra, K. A., Fajar, A. A., Aseli, N. C., Assyafa, M. Z., Isa, M. M. R., & Putra, L. P. (2024). *Pesona Cita Rasa Nusantara: Melirik Potensi Gastrodiplomasi Indonesia. Samudra Biru*.
- Hidayati, S. (2024). *Representasi Kultural Dalam Kuliner Bugis Di Barru = Cultural Representation Of Bugis Cuisine In Barru* [Doctoral, Universitas Hasanuddin]. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/42214/>
- Immanuel, E., Lilian, L., Matondang, A. A., & Fauzan, R. Z. (2024). Perancangan Identitas Brand untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Fashion Lokal Boten Carto. *Desain Media*, 1(3), Article 3.
- Indah Rahmi, 190701027. (2024). *Perancangan Pusat Wisata Kuliner dan Oleh-Oleh di Kota Takengon, Aceh Tengah* [Other, UIN Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/36152/>
- Jaya, U. P., Yulianingsih, & Suranata, I. G. K. (2024). Pengembangan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Pariwisata Di Desa Tenggalinggah. *Jurnal Pariwisata Parama : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 5(2), 86–100. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.761>
- Kundratr, Sumarti, L., Wardhani, W. F., Febryane, R. R., Burhanudin, & Octaviani, N. D. (2025). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dan Brand Image Dengan Pendekatan Five Forces Porter Di Rumah Makan Riung Panyaungan. *Agro Tatanen / Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 26–34. <https://doi.org/10.55222/agrotatanen.v7i1.1538>
- Kurniawan, N. I. (2012). Wacana Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan dalam Lembaga Swadaya Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 16(1), Article 1. <https://doi.org/10.22146/jsp.10908>
- Lestari, D., & Paryanto, P. (2023). Budaya dan Heritage Kota Cirebon: Identitas, Komersialisasi dan Pariwisata. *Pustaka : Jurnal Ilmu-Ilmu Budaya*, 23(2), 84. <https://doi.org/10.24843/PJIIB.2023.v23.i02.p04>
- Liza Umami, 170602054. (2023). *Analisis Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Melalui Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Pendapatan*

- Masyarakat Menurut Perpektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Krueng Raya Kota Sabang)* [Masters, Universitas Islam Negeri Ar-raniry]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Muchlas Adi Putra, 180602214. (2023). *Analisis Pengembangan Sumber Daya Insani Melalui Potensi Desa Wisata dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi di Desa Wisata Lubuk Sukon, kecamatan Ingin Jaya, Aceh Besar)* [Masters, UIN Ar-Raniry]. <http://repository.ar-raniry.ac.id>
- Muhsyanur, & Septiana, I. (2025). Strategi Penulisan Persuasif Remaja Pelaku Umkm Sebagai Konten Kreator Di Media Sosial Facebook: Studi Kasus Di Kota Sengkang. *Aksentuasi : Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), Article 1.
- Nasution, R. A., Syahriza, R., & Daulay, A. N. (2024). Analisis Keberlanjutan Usaha Kecil Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus Rumah Makan Holat Suka Rame Kec. Sungai Kanan, Kab. Labuhan Batu Selatan). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27715>
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Stj, R. C. M. A., & Setiyono, K. (2024). *Bisnis Kuliner: Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nisak, A. R. (2025). *Representasi Non Verbal Body Shaming Pada Film Imperfect* [Undergraduate, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]. <https://repository.unissula.ac.id/40331/>
- Noor, H. R. Z. Z. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif: Petunjuk praktis untuk penyusunan skripsi, tesis, dan disertasi : tahun 2015*. Deepublish.
- Novia Afrina, 190501009. (2024a). *Upaya Pemerintah Aceh Besar Dalam Pelestarian Makanan Tradisional Sie Reuboh* [Other, UIN Ar-Raniry Fakultas Adab dan Humaniora]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/35730/>
- Novia Afrina, 190501009. (2024b). *Upaya Pemerintah Aceh Besar Dalam Pelestarian Makanan Tradisional Sie Reuboh* [Other, UIN Ar-Raniry Fakultas Adab dan Humaniora]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/35730/>
- Nurfansyah, I. (2025). *Analisis Perbandingan Asabiyah Ibnu Khaldûn Dan Komunitarianisme Alasdair Macintyre* [bachelorThesis, FU]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/84661>
- Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2021). *Pengembangan Branding Pariwisata Maluku*

- Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), Article 1. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art7>
- Pawennei, A. (2023). *Pengaruh Value Co-Creation Behavior, Local Food Consumption Experience Dan Destination Attractiveness Terhadap Revisit Intention Dengan Peran Mediasi Place Attachment: Sebuah Studi Pariwisata Di Sulawesi Selatan* [Doctoral, Universitas Hasanuddin]. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/36032/>
- Purnomo, M. E. K. J. (2025). *Analisis Strategi Membangun Brand Identity di Instagram melalui Pendekatan Brand Culture (Studi pada Toko Kopi Oetama)* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/56051>
- Putri Najmu Syarqiah, 200602051. (2024a). *Peran Wisata Kuliner Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada Rumah Makan Cut Bit Blang Bintang)* [Masters, Universitas Islam Negeri Ar-raniry]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Putri Najmu Syarqiah, 200602051. (2024b). *Peran Wisata Kuliner Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada Rumah Makan Cut Bit Blang Bintang)* [Masters, Universitas Islam Negeri Ar-raniry]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Rizkina, B. (t.t.). *NIM. 511303089 Mahasiswa Fakultas Adab Dan Humaniora Uin Ar-Raniry Program Studi Sejarah Dan Kebudayaan Islam*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Rosyadi, Y. F. (2020). Representasi Gastronomi Indonesia Pada Masyarakat Modern Dalam Novel Aruna Dan Lidahnya Karya Laksmi Pamuntjak. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, dan Pembelajaran*, 15(25), Article 25. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jp3/article/view/7080>
- Rubaidi, R., Farisia, H., & Himami, F. (with KKN Nusantara 3T, M.). (2020). *Moderasi Beragama Berbasis Potensi, Aset, dan Budaya Masyarakat Lokal: Best Practice KKN Nusantara dengan Pendekatan ABCD di Kecamatan Sulamu, Kupang, NTT* (M. Mukhlisin & L. Luqmana, Ed.). Kanzun Books. <http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/45/>
- Safitri, W. D., Sihombing, C. A. br, Ingtyas, F. T., & Ginting, L. (2024). Pengaruh Peran Perempuan dalam Melestarikan Makanan Tradisional di Industri Kuliner. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(4), Article 4. <https://doi.org/10.69896/modeling.v11i4.2655>
- Safrianto, Y. (2019). Menciptakan Pengalaman Konsumendengan Experiential Marketing. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.37817/jurnal.inovasi.kewirausahaan.v2i3>

- <https://doi.org/10.35308/jbkan.v1i1.914>
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Sumilih, D. A., Jaya, A., Fitrianiingsih, A. D. R., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Irawan, E. P., Dirna, F. C., Rachmaningtyas, N. A., Ras, A., Pujiriyani, D. W., Setyorini, N., Hermawan, S., Ulfah, S., & Kurniasih, U. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Taufik, M. (2024). Strategi Pengembangan Produk Berbasis Kearifan Lokal Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan. *Economist: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.63545/economist.v1i1.9>
- Wahono, P., Handaru, A. W., Ilhamalimy, R. R., Sihotang, D. S., Nurranto, H., Abdullah, M. A. F., Hanny, R., Cholifah, F., Juanna, A., Fadillah, Fitriani, Y., Hermansyah, Hubeis, M. A., Haykal, A. P., & Reztrianti, D. (2025). *Strategic Marketing: Concepts, Theories, and Applications for Studies in Management*. Pt Kimhsafi Alung Cipta.
- Wilantara, M. (2024). *Rekonstruksi Komunikasi Pariwisata Bali Mengubah Pandangan Budaya Dari Globalitas Ke Lokalitas*. Deepublish.
- Wulan Baizura, 180602226. (2024a). *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Ekonomi Kreatif Sektor Kuliner (Studi Rumah Makan Cut Bit Aceh Besar)* [Other, UIN Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/39198/>
- Wulan Baizura, 180602226. (2024b). *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Ekonomi Kreatif Sektor Kuliner (Studi Rumah Makan Cut Bit Aceh Besar)* [Other, UIN Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/39198/>
- Zia Farhan Afra, 170604085. (2024). *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Banda Aceh Melalui Analisis Faktor-faktor Penghambat dan Solusi* [Masters, UIN Ar-raniry]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>