

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Angkringan merupakan sebuah usaha di bidang kuliner yang telah menjadi ikon budaya di Indonesia, terutama di pulau Jawa. Nama angkringan berasal dari bahasa Jawa, yaitu *angkring* yang artinya ialah alat dan tempat jualan makanan keliling. Angkringan merupakan salah satu tempat untuk *hang-out* bersama teman-teman, berbincang, maupun *having fun*, sambil menikmati suasana hangat dan ramah, serta dapat menikmati makanan khas dari angkringan.



1.1.1 Cikal Bakal Angkringan

Dari segi kulinernya, angkringan itu sendiri menawarkan berbagai macam hidangan Nusantara yang mencakup aneka jajanan khas Jawa seperti nasi kucing, aneka jenis sate, mulai dari sate jeroan sampai frozen food seperti kornet, bakso, sosis, dan lain-lain. Tidak hanya itu, angkringan juga menyediakan minuman-minuman hangat seperti kopi, teh, maupun wedang jahe, angkringan juga tentunya Menyediakan minuman-minuman dingin seperti minuman siap seduh (*sachet*). Hidangan-hidangan tersebut tentunya disajikan dengan harga yang terjangkau, hal ini yang menjadikan angkringan sebagai pilihan kuliner di malam hari yang populer bagi banyak orang. Sistem pemesanan angkringan yang merupakan menjadi keunikan tersendiri yang dimana pelanggan atau *customer* dapat memilih dan mengambil makanan mereka sendiri dari nampan yang sudah disediakan.

Angkringan merupakan salah satu tempat dalam memperkuat ikatan sosial maupun budaya. Hal ini dikarenakan angkringan merupakan tempat di mana orang-orang dapat berkumpul setelah seharian bekerja atau belajar untuk melepaskan penat mereka, saling bertukar cerita, atau hanya ingin menikmati makanan dan minuman dari angkringan. Karena harga makanan dan minuman yang murah, angkringan semakin populer di masyarakat Indonesia. Bagi mereka yang ingin keluar rumah untuk *hangout* berbincang dengan teman-teman sambil menikmati hidangan tradisional dengan rasa asli dan harga terjangkau, angkringan juga menjadi solusi. Angkringan juga menunjukkan dinamika ekonomi masyarakat lokal seperti banyak di antaranya dikelola oleh individu atau keluarga dengan modal yang terbatas tetapi tetap kompetitif di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa banyak orang di daerah tersebut menghasilkan uang dari angkringan selain sebagai tempat makan.

Menurut Dian Andari dalam artikel jurnal yang berjudul “Becak, Angkringan, dan Bentuk Sosial Komunitas” (2015) menyebutkan bahwa peran angkringan dalam membentuk komunitas lokal dan memfasilitasi interaksi sosial antarwarga. Di dalam artikel tersebut, Dian Andari juga menggambarkan bahwa angkringan bukan hanya tempat untuk makan malam, akan tetapi angkringan juga menjadi arena bagi masyarakat dalam bertukar informasi, berdiskusi, maupun merajut jaringan sosial.

Penelitian Hesti Sri Rahayu dalam disertasinya yang berjudul “Kuliner Angkringan Sebagai Bagian Warisan Budaya Yogyakarta” (2020) memberikan wawasan tentang peran angkringan dalam melestarikan warisan budaya lokal. Dalam penelitian ini, Hesti Sri Rahayu menyelidiki bagaimana angkringan bukan hanya tempat untuk menyantap hidangan, akan tetapi juga menjadi wadah untuk memperkenalkan budaya serta tradisi Jawa kepada generasi muda. Selain itu, liputan media seperti artikel Kompas dan Tempo seringkali memberikan liputan tentang angkringan di berbagai daerah. Artikel-artikel tersebut memberikan gambaran tentang perkembangan angkringan, tantangan yang dihadapi, dan peranan angkringan dalam memperkaya budaya kuliner Indonesia.

Akan tetapi, meskipun angkringan telah dianggap sebagai salah satu warisan budaya kuliner yang berharga di Indonesia, tidak bisa dipungkiri bahwa terdapat beberapa kekurangan dari angkringan yang terkait dengan konsep maupun operasional dari angkringan tersebut. *First of all*, kebersihan dari angkringan seringkali menjadi masalah, dikarenakan angkringan biasanya beroperasi di pinggir jalan atau tempat-tempat terbuka, hal ini menjadi kurangnya kontrol terhadap kebersihan. Tentu hal ini menjadi *concern* setiap pelanggan yang datang akan kualitas dari makanan maupun minuman yang disajikan, hal tersebut dapat meningkatkan resiko terjadinya masalah kesehatan seperti keracunan makanan.



Gambar 1.1.2 Makanan Jajanan Harus Higienis

Tidak hanya itu, kurangnya variasi menu serta inovasi kuliner juga menjadi salah satu kekurangan yang tentunya dapat mengurangi daya Tarik angkringan bagi beberapa konsumen. Meskipun angkringan menyajikan makanan yang sederhana dan harga yang terjangkau, namun kurangnya variasi menu akan membuat konsumen cepat merasa bosan dan mencari pilihan lain untuk *hang-out* di tempat lain yang tentunya menawarkan lebih banyak menu.

Kurangnya keamanan juga menjadi salah satu kekurangan dari angkringan, karena angkringan yang beroperasi di pinggir jalan, hal ini tentunya rentan terhadap tindakan kriminalitas seperti copet, atau perampokan, yang dapat mengganggu keamanan ataupun kenyamanan pelanggan. Akan tetapi, walaupun angkringan memiliki beberapa kekurangan, penting untuk diketahui bahwa angkringan tetaplah menjadi bagian integral dari budaya kuliner Indonesia yang patut untuk dilestarikan.

Angkringan Nangkring kini hadir sebagai bisnis yang terjun kedalam bidang *food and beverages* dengan berbagai solusi dari kekurangan bisnis angkringan. Angkringan Nangkring merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang *food and beverages* yang menawarkan suasana khas angkringan, tetapi dengan ditambah nuansa *coffee shop* kekinian. Dalam menghadapi tantangan terkait kebersihan maupun kenyamanan, Angkringan Nangkring tentunya mengutamakan standar tinggi dalam mengelola kebersihan, dalam hal ini Angkringan Nangkring dapat memastikan bahwa makanan dan minuman yang disajikan dengan kebersihan yang terjaga ke higienisan-nya, dan juga tingkat efisiensi yang tinggi. Angkringan Nangkring juga tentunya sangat memperhatikan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan tempat duduk yang nyaman, serta fasilitas yang memadai seperti tempat untuk mengisi daya *handphone*, Angkringan Nangkring juga memperhatikan pencahayaan yang baik. Dengan terciptanya suasana yang bersih, teratur, dan nyaman, pelanggan dapat menikmati hidangan dengan lebih santai dan menyenangkan.

Angkringan Nangkring mempunyai berbagai divisi, salah satunya ialah *Chief Product Officer (CPO)*. *CPO* atau *Chief Product Officer* ialah seorang eksekutif senior dalam suatu perusahaan yang memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan strategi produk dari perusahaan. Seorang *CPO* mempunyai peran penting dalam merancang, mengembangkan, serta mengelola portofolio produk suatu perusahaan. Dilansir dari laman *Tech Target*, seorang *Chief Product Officer* merupakan seorang eksekutif Tingkat C yang mempunyai tanggung jawab utama mengenai strategi maupun pelaksanaan semua aktivitas yang terkait dengan produk di perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas seorang *CPO* atau *Chief Product Officer* yaitu dimulai dari tahap inovasi, lalu membuat rumusan visi dari produk, kemudian ikut serta dalam kampanye pemasaran, dan yang terakhir membawa produk ke pasar.

1) Menentukan Visi dan Strategi Produk

Seorang *Chief Product Officer (CPO)* memiliki tanggung jawab dalam menetapkan visi jangka panjang suatu produk perusahaan. Seorang *Chief Product Officer* akan bekerja dengan manajemen yang mempunyai tujuan untuk mengembangkan strategi produk yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, *CPO* atau *Chief Product Officer* juga tentu perlu memahami tren pasar maupun kebutuhan pelanggan agar dapat mengelola pengembangan produk.

2) Manajemen Tim Produk

Sebagai *leader* dari tim produk, seorang *Chief Product Officer (CPO)* memiliki tanggung jawab dalam merekrut, melatih, serta dapat mengelola anggota tim. *As a leader, CPO* perlu memastikan bahwa tim telah memiliki keterampilan atau kemampuan yang dibutuhkan dalam merancang, mengembangkan, maupun menghadirkan produk yang sukses ke pasar, *CPO* juga harus dapat memastikan bahwa timnya dapat berkomunikasi secara efektif dengan tim atau bagian lain di dalam perusahaan.

3) Riset dan Analisis Pasar

Seorang *Chief Product Officer (CPO)* perlu melakukan riset pasar agar dapat memahami maupun mengikuti tren industri yang ada, kebutuhan pelanggan, serta persaingan pasar seperti kompetitor. *Chief Product Officer* menggunakan data serta analisis dalam menemukan peluang baru, membuat maupun mengembangkan strategi produk, dan dapat membuat suatu keputusan berdasarkan data.

4) Pengembangan dan Peluncuran Produk Baru

Seorang *Chief Product Officer (CPO)* memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan produk baru mulai dari konsep ide awal hingga masa peluncuran produk ke pasar. Dalam merancang fitur, menguji prototipe, maupun pengoptimalan suatu produk, seorang *CPO* bekerja sama dengan tim pengembangan produk sebelum produk dikeluarkan atau dijual ke pasar. Seorang *CPO* juga harus mengkoordinasikan upaya pemasaran maupun penjualan untuk dapat memastikan peluncuran produk yang sukses.

5) Kolaborasi antara Tim Produk dengan Tim atau Bagian Lain

Seorang *Chief Product Officer* atau *CPO* dapat bekerja sama dengan tim lain di dalam perusahaan seperti tim pada bagian pemasaran (*marketing*), penjualan (*sales*), maupun operasi (*operation*). Bekerja sama dengan tim atau bagian-bagian ini untuk memastikan produk dapat memenuhi tujuan dari perusahaan. *Chief Product Officer (CPO)* juga dapat bekerja sama dengan tim atau bagian teknologi (*Information Technology* atau *IT*) dalam menentukan solusi melalui teknologi ke dalam produk perusahaan.

Dengan kepemimpinan yang berfokus pada inovasi dan kualitas, *CPO* bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap aspek pengembangan produk selaras dengan kebutuhan pasar dan tujuan bisnis jangka panjang. Laporan ini akan menjelaskan bagaimana intervensi dan kebijakan yang diambil oleh *CPO* membentuk arah dan keberhasilan produk, memperkuat posisi perusahaan di industri, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Tidak hanya *Chief Product Officer (CPO)*, terdapat divisi *Chief Executive Officer* atau yang biasa dikenal sebagai *CEO* di Angkringan Nangkring. Didalam struktur manajemen suatu perusahaan, posisi puncaknya dipegang oleh *Chief Executive Officer (CEO)*. Seorang *CEO* mempunyai tanggung jawab yang besar dalam membuat suatu keputusan strategis dan mengelola seluruh operasi serta sumber daya yang ada pada suatu perusahaan.

Mereka juga berperan sebagai penghubung utama antara dewan direksi dan tim operasional. Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya peran seorang *Chief Executive Officer (CEO)* dalam menjalankan sebuah perusahaan. Tugas dan tanggung jawab seorang CEO tidak memiliki batasan yang tetap, namun secara umum, beberapa tugas dan tanggung jawabnya mencakup yaitu seperti dapat berinteraksi dengan pihak pemerintah, pemegang saham, maupun masyarakat atas nama suatu perusahaan. Dapat memimpin dalam mengembangkan strategi jangka pendek maupun jangka panjang untuk suatu perusahaan.

Mengembangkan dan menerapkan visi serta misi suatu perusahaan juga merupakan tugas dan tanggung jawab dari seorang *Chief Executive Officer (CEO)*. Tidak hanya itu, dapat mengevaluasi kinerja pemimpin eksekutif lainnya, dapat memantau performa suatu perusahaan dalam kondisi pasar yang kompetitif dan perubahan industri. Dapat memastikan suatu perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya dengan baik. Seorang *Chief Executive Officer (CEO)* juga mengidentifikasi dan mengelola risiko dalam perencanaan perusahaan, serta dapat menetapkan tujuan strategis jangka panjang untuk bisnis perusahaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Bekerja di Perusahaan Angkringan Nangkring merupakan suatu pengalaman yang sangat menarik dan baik untuk penulis dalam menata karir ke depan. Masuknya penulis ke dalam salah satu bagian dari Perusahaan Angkringan Nangkring, penulis mempunyai maksud maupun tujuan sebagai berikut:

- 1) Menerapkan teori maupun ilmu yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam praktik kerja sehari-hari.
- 2) Belajar tentang mengelola dan operasional suatu perusahaan di bidang *food and beverages*.
- 3) Dapat memahami alur operasional produksi dari awal hingga akhir, termasuk persiapan, pengolahan, maupun penyajian produk.
- 4) Terlibat dalam riset dan pengembangan produk baru, seperti percobaan resep dan evaluasi suatu produk.

- 5) Dapat memastikan kualitas makanan sebelum sampai ke pelanggan.
- 6) Belajar bagaimana cara memastikan konsistensi dari kualitas produk yang dihasilkan.
- 7) Dapat memahami cara menghitung biaya produksi dan pengaruhnya terhadap penetapan harga produk.
- 8) Mendorong pemikiran kreatif dan inovatif dalam menciptakan maupun menyajikan produk.
- 9) Terlibat dalam proses pengujian produk baik internal maupun eksternal, dan mampu belajar cara menilai *feedback*.
- 10) Dapat mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah yang ada selama proses produksi secara efektif.
- 11) Dapat memahami bagaimana cara produksi berkelanjutan dapat dilakukan di industri kuliner, serta cara mengimplementasikannya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang selama 3 bulan di Angkringan Nangkring memiliki waktu dan prosedur sebagai berikut:

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang penulis sebagai *Chief Product Officer (CPO)* pada Perusahaan Angkringan Nangkring yaitu *Work From Office (WFO)* yang dimana waktu kerja penulis dijalankan dengan cara datang langsung ke Angkringan Nangkring yang berada di Perumahan Serpong Park, Jelupang, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten. Waktu pelaksanaan kerja magang di Perusahaan Angkringan Nangkring dimulai dari pukul 14:00-23:00, lalu untuk pelaksanaan aktivitas kerja magang di Perusahaan Angkringan Nangkring dilakukan dari hari senin hingga hari minggu.

| Hari | Keterangan | Jam Kerja |
|---------------|--|-------------------|
| Senin | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |
| Selasa | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |
| Rabu | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |
| Kamis | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |
| Jumat | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 – 23.00 WIB |
| Sabtu | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |
| Minggu | Jam Operasional Angkringan Nangkring | 16.00 - 23.00 WIB |

Tabel 1.1. Waktu Pelaksanaan Magang

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang penulis lewati terdiri dari beberapa tahap sebagai berikut:

- 1) Mengambil *Intership track 01* pada saat pengisian KRS.
- 2) Membentuk sebuah kelompok yang beranggotakan 4 hingga 5 orang.

- 3) Melakukan diskusi dengan anggota kelompok membahas tentang pengembangan ide bisnis dan melakukan eksekusi ide bisnis, hingga terbentuknya bisnis Angkringan Nangkring.
- 4) Menentukan posisi dan jabatan untuk masing-masing anggota tim untuk Angkringan Nangkring.
- 5) Melakukan pendaftaran Angkringan Nangkring kepada *Incubator Business Skystar Ventures*.
- 6) Mengikuti berbagai seminar yang diadakan oleh Skystar Ventures untuk menambah wawasan dalam mengembangkan bisnis Angkringan Nangkring.
- 7) Melakukan pencatatan terhadap seluruh aktivitas kerja magang yang dilakukan di Angkringan Nangkring pada website merdekaumn.com yaitu *daily task* yang diberikan kepada mahasiswa.
- 8) Menyusun laporan kerja magang dengan arahan dan bimbingan oleh Bapak IR. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D selaku pembimbing magang penulis.
- 9) Melakukan pengumpulan laporan kerja magang tepat waktu sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- 10) Menghadiri dan mengikuti sidang magang yang penulis lakukan selama di Angkringan Nangkring sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.