

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Akang Group (RM Payakumbuh)

Akang Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan & minuman (F&B) yang dikenal melalui beberapa brand kuliner sukses di Indonesia. Berawal dari inovasi dalam dunia kuliner, Akang Group terus berkembang menjadi salah satu pemain utama di industri makanan dan minuman. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan menghadirkan pengalaman kuliner yang khas, berkualitas, dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia.

Perjalanan Akang Group dimulai dengan peluncuran Baso Aci Akang pada Januari 2018. Brand ini berhasil mengubah citra bakso aci yang sebelumnya dianggap sebagai makanan sederhana menjadi produk yang lebih premium dengan konsep yang menarik dan modern. Keberhasilan Baso Aci Akang dibuktikan dengan ekspansi yang cepat, mencapai lebih dari 120 cabang di berbagai kota besar di Indonesia. Keunikan dari brand ini terletak pada pemilihan bahan baku berkualitas, cita rasa autentik, serta strategi pemasaran yang kuat melalui media sosial dan kemitraan dengan influencer.

Dalam operasionalnya, Akang Group mengutamakan inovasi dan kualitas. Setiap brand yang berada di bawah naungan perusahaan ini memiliki ciri khas masing-masing yang disesuaikan dengan selera pasar. Selain itu, perusahaan juga menerapkan sistem manajemen modern untuk memastikan konsistensi produk dan layanan di setiap cabangnya. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah memanfaatkan teknologi digital, baik dalam pemasaran maupun operasional bisnis, seperti penggunaan aplikasi pemesanan online dan sistem pengelolaan stok berbasis data.



Gambar 2.1 Logo PT. Rasa Muda Makmur

Sumber: [linkedin.com/company/pt-rasa-muda-makmur](https://www.linkedin.com/company/pt-rasa-muda-makmur) (2025)

Melanjutkan keberhasilannya, Akang Group mengembangkan bisnisnya dengan menghadirkan Rumah Makan Padang Payakumbuh. Rumah Makan Padang Payakumbuh adalah salah satu unit bisnis di bawah naungan Akang Group, yang dikenal juga sebagai Akang Group. Restoran ini didirikan oleh Arief Muhammad dengan tujuan menghadirkan cita rasa autentik masakan Padang kepada masyarakat luas. Gerai pertama Payakumbuh dibuka pada Juli 2022 di Serpong, Tangerang Selatan (Yenny Mustika Sari, 2023). Dan sejak itu telah berkembang dengan membuka cabang di berbagai lokasi strategis seperti Kemang, Cibubur, Depok, Tebet, dan Bandung.

Dalam operasionalnya, Payakumbuh mengusung konsep rumah makan Padang dengan sistem penyajian khas, menampilkan berbagai pilihan lauk dalam etalase sehingga pelanggan dapat memilih menu sesuai selera. Beberapa menu andalan yang menjadi favorit pelanggan antara lain rendang sapi, dendeng batokok lado hijau, ayam pop, telur barendo, dan gulai tunjang. Untuk menjaga kualitas rasa dan konsistensi produk, Payakumbuh menggunakan bahan baku pilihan yang sebagian besar didatangkan langsung dari Sumatera Barat, serta melibatkan koki berpengalaman dari Minangkabau.

Sebagai bagian dari Akang Group, Payakumbuh berkomitmen melestarikan dan mempopulerkan kuliner khas Sumatera Barat dengan pendekatan modern tanpa menghilangkan esensi tradisionalnya. Dengan strategi bisnis yang

adaptif dan fokus pada kualitas, Payakumbuh terus berkembang menjadi salah satu destinasi kuliner favorit bagi pecinta masakan Padang di Indonesia.



Gambar 2.2 Cabang pertama RM Payakumbuh

Sumber: food.detik.com/info-kuliner/d-7083697/5-fakta-payakumbuh-milik-arief-muhammad-terbaru-ekspansi-ke-jepang (2025)

2.2 Visi Misi Akang Group

Akang Group sebagai salah satu brand makanan & minuman asal Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut: (AKANG Group, 2021)

VISI

Menjadi *market leader* di kategori makanan dan minuman lokal Indonesia dengan kenyamanan, kepuasan dan kebahagiaan bersama.

MISI

1. Membuat produk makanan dan minuman yang berkualitas dan berstandar baik.
2. Memberikan pelayanan yang prima terhadap seluruh *stakeholders*.
3. Menciptakan dan mengembangkan usaha menjadi terdepan dalam produk makanan dan minuman.

- Menyeimbangkan dengan fokus pada pemanfaatan profit, kemanusiaan dan lingkungan.

2.3 Struktur Organisasi Payakumbuh

Akang Group saat ini menaungi enam brand makanan & minuman dibawahnya. brand pertama yang diperkenalkan oleh perusahaan ini adalah Baso Aci Akang, yang didirikan pada Januari 2018. Sejak itu, perusahaan telah mengembangkan dan menambahkan beberapa brand lain, termasuk Acihuy Akang, Toko Kopi Pasar Lama, Iga Bakar Kokojo, dan Kedai Kopi Sejahtera. Selain itu, perusahaan juga menaungi brand RM Payakumbuh. Dalam proses kerjanya, RM Payakumbuh memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Payakumbuh

Sumber: Dokumen Akang Group (2025)

Gambar berikut adalah bagan struktur organisasi RM Payakumbuh Marketing & Creative secara keseluruhan:



Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing & Creative Payakumbuh

Sumber: Dokumen Akang Group (2025)

Departemen Marketing & Creative bertanggung jawab dalam perancangan hingga pelaksanaan *event*, strategi pemasaran, menjaga identitas brand, serta menciptakan konten kreatif untuk meningkatkan brand *awareness* dan *engagement*. Berikut masing-masing *job description* setiap posisi pada Departemen Marketing & Creative di RM Payakumbuh:

1. Branding & Creative Director

Bertanggung jawab atas pengembangan identitas merek RM Payakumbuh serta memastikan strategi branding berjalan secara konsisten di semua platform. Mengarahkan tim kreatif dalam pembuatan materi visual dan kampanye pemasaran, serta mengawasi kualitas desain, konten, dan komunikasi brand agar sesuai dengan nilai serta visi bisnis.

2. Project Manager

Mengelola dan mengoordinasikan berbagai proyek pemasaran serta inisiatif kreatif di RM Payakumbuh. Bertanggung jawab dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi proyek agar berjalan sesuai jadwal dan anggaran, serta memastikan setiap tim bekerja secara efektif untuk mencapai target yang telah ditentukan.

3. Social Media Admin

Menangani operasional harian akun media sosial RM Payakumbuh, termasuk menjadwalkan dan memposting konten, merespons komentar serta pesan dari pelanggan, dan memastikan akun selalu aktif serta interaktif. Juga berperan dalam menjaga engagement audiens dan memberikan laporan perkembangan akun kepada tim.

4. Social Media Specialist

Fokus pada pengembangan strategi media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan engagement RM Payakumbuh. Menganalisis tren media sosial, menyusun kampanye digital, serta mengoptimalkan konten agar sesuai dengan algoritma platform yang digunakan. Selain itu, melakukan riset untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital.

5. Creative Team

Bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual maupun tulisan untuk kebutuhan pemasaran RM Payakumbuh. Tim ini terdiri dari desainer grafis, videografer, fotografer, dan copywriter yang bekerja sama untuk menghasilkan materi kreatif, seperti poster promosi, video iklan, dan konten media sosial yang menarik.

6. Project Officer

Mengelola dan memastikan pelaksanaan program atau kampanye pemasaran berjalan sesuai rencana. Bertugas dalam pengorganisasian kegiatan, komunikasi dengan vendor atau mitra kerja, serta memastikan kebutuhan proyek terpenuhi agar tujuan pemasaran RM Payakumbuh tercapai dengan baik.

7. Admin Marketing

Mendukung kelancaran operasional tim marketing dengan menangani administrasi, seperti pengelolaan data pelanggan, penyusunan laporan pemasaran, serta koordinasi dengan pihak eksternal terkait kerja sama atau promosi. Juga memastikan dokumentasi serta kebutuhan administrasi lainnya tersusun secara rapi dan mudah diakses oleh tim.