



ANGKRINGAN MODERN ALA GEN Z : KREATIVITAS DAN ADAPTASI PENGEMBANGAN BISNIS DI ANGKRINGAN BERONDONG COFFEE RANTAU PRAPAT

Muhammad Ridho Efryanda

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Nadira Aulia Zahra

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Nazwa Akhiela Salsabila Batubara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Nabila

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Alamat: Jl. IAIN No. 1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: ridhoanakpang@gmail.com

Abstrak. This study aims to analyze the creativity and business adaptation carried out by Angkringan Berondong Coffee as a form of modern angkringan innovation targeting the Gen Z segment. The research approach used a qualitative descriptive method through observation, short interviews, and documentation. The results of the study show that Berondong Coffee is able to combine the concept of traditional angkringan with a modern style through space design, varied menus, digital marketing strategies, and the use of cashless payment technology. These findings show that the success of modern angkringan is not only determined by menu innovation, but also by the ability to understand Gen Z preferences that demand comfort, aesthetics, and speed of service. This research is expected to contribute to the development of culinary SMEs based on creativity and innovation, as well as emphasize the importance of understanding digital lifestyles, community engagement, and the ability to adapt to trends in order to remain competitive in running a sustainable business amid competition.

Keywords : *Modern Angkringan; Business Creativity; Innovation; Culinary MSMEs; Gen Z.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis kreativitas dan adaptasi bisnis yang dilakukan Angkringan Berondong Coffee sebagai bentuk inovasi angkringan modern yang menyasar segmen Gen Z. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara singkat, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berondong Coffee mampu menggabungkan konsep angkringan tradisional dengan gaya modern melalui desain ruang, menu variatif, strategi pemasaran digital, serta penggunaan teknologi pembayaran non-tunai. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan angkringan modern tidak hanya ditentukan oleh inovasi menu, tetapi juga oleh kemampuan memahami preferensi Gen Z yang menuntut kenyamanan, estetika, dan kecepatan pelayanan. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada pengembangan UMKM kuliner berbasis kreativitas dan inovasi serta menekankan pentingnya memahami gaya hidup digital, keterlibatan komunitas, dan kemampuan beradaptasi terhadap tren agar tetap kompetitif dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan.

Kata Kunci: *Angkringan Modern, Kreativitas Bisnis, Inovasi, UMKM Kuliner, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Angkringan sebagai salah satu bentuk usaha kuliner tradisional masih menjadi pilihan masyarakat karena harganya yang terjangkau, suasana yang santai, serta fleksibilitas konsep yang dapat diterapkan di berbagai lokasi. Dalam perkembangannya, muncul angkringan-angkringan dengan konsep modern yang lebih kreatif dan disesuaikan dengan preferensi generasi muda. Fenomena ini didorong oleh meningkatnya minat masyarakat, khususnya anak muda, terhadap tempat nongkrong yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga menawarkan kenyamanan, estetika, dan pengalaman sosial.

Angkringan Berondong Coffee merupakan salah satu usaha kuliner yang hadir dari dorongan inisiatif pribadi pemiliknya. Usaha ini awalnya dibuka secara *iseng*, sebagai bentuk pemanfaatan dana simpanan yang tidak ingin dibiarkan mengendap tanpa produktivitas. Selain itu, usaha ini juga bertujuan memberikan kegiatan dan pengalaman kerja untuk anggota keluarga yang sebelumnya tidak memiliki aktivitas. Keputusan membuka angkringan juga didukung oleh prospek pasar, karena usaha sejenis cukup diminati oleh masyarakat di sekitar lokasi.

Sebagai angkringan yang menasar pasar menengah ke bawah, Berondong Coffee menerapkan strategi operasional sederhana namun terencana. Pemilik mempertimbangkan estimasi biaya, gramasi bahan, serta pengeluaran harian seperti listrik dan gaji karyawan. Strategi promosi yang digunakan umumnya serupa dengan angkringan lainnya, yaitu menjaga kualitas rasa, memberikan kenyamanan kepada pelanggan, serta menetapkan harga yang terjangkau. Pemilik menekankan bahwa keuntungan usaha tidak harus besar, selama usaha dapat tetap menghasilkan dan mampu menutup biaya gaji karyawan serta membantu pengembangan modal.

Selain itu, kreativitas juga menjadi aspek penting dalam pengelolaan Berondong Coffee. Desain tempat serta konsep visual menu tidak hanya dibuat berdasarkan keinginan pemilik, tetapi juga disesuaikan dengan tren anak muda masa kini. Teknologi seperti Canva dan Photoshop dimanfaatkan untuk menghasilkan desain yang menarik dan kekinian. Preferensi konsumen muda juga diperhatikan dengan mengikuti tren kuliner yang tengah viral. Menu seperti kopi sanger, kopi susu gula aren, kopi pandan susu, matcha, taro, dan tiramisu menjadi beberapa pilihan yang diminati pelanggan.

Namun demikian, usaha ini tidak terlepas dari tantangan. Faktor cuaca, khususnya musim hujan dan banjir, sering menjadi hambatan karena menurunnya jumlah pengunjung dan keterbatasan ruang untuk berteduh. Solusi yang diterapkan adalah menyediakan tenda tambahan untuk melindungi pelanggan dari hujan. Risiko bisnis juga dikelola dengan menyiapkan dana cadangan untuk perawatan peralatan serta mengantisipasi kenaikan harga bahan baku dengan mengatur gramasi agar harga jual tetap terjangkau.

Di tengah persaingan usaha angkringan yang semakin banyak dan maraknya fenomena *fomo* tempat nongkrong, Berondong Coffee memilih untuk menonjolkan keunikan konsepnya sendiri. Misalnya, menyediakan varian menu atau konsep penyajian tertentu yang tidak tersedia di angkringan lain. Pemilik meyakini bahwa rezeki sudah diatur, sehingga persaingan bukanlah ancaman melainkan motivasi untuk terus meningkatkan kualitas dan pelayanan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana kreativitas dan adaptasi bisnis diterapkan dalam pengembangan Angkringan Berondong Coffee, serta faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberlanjutannya di tengah persaingan dan perubahan gaya hidup konsumen.

KAJIAN TEORITIS

Angkringan Sebagai Usaha Kuliner Tradisional

Angkringan dikenal sebagai salah satu bentuk usaha kuliner tradisional yang banyak dijumpai di Indonesia, terutama di wilayah Jawa (Widodo, 2018). Usaha ini memiliki karakteristik yang dapat menarik generasi muda sehingga tidak jarang membuat angkringan selalu ramai konsumen, karena konsepnya yang sederhana, harga yang relatif terjangkau, serta suasana santai yang mendukung terjadinya interaksi sosial antar pengunjung. Keberadaan angkringan juga tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang berkumpul yang mencerminkan nilai kebersamaan dalam kehidupan masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, angkringan mengalami perkembangan yang pesat karena mampu menyesuaikan perubahan kebutuhan dengan selera konsumen. Kondisi tersebut didorong karena inovasi konsep angkringan yang beragam namun tetap mempertahankan unsur tradisional dan dikemas dengan pendekatan yang lebih modern agar mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Transformasi Angkringan Modern

Angkringan modern merupakan hasil penyesuaian angkringan tradisional terhadap perubahan gaya hidup masyarakat. Bentuk transformasi ini terlihat dari adanya pembaruan pada desain tempat, variasi penyajian menu, serta peningkatan kualitas pelayanan (Sari & Pratama, 2020). Umumnya, angkringan modern menggunakan konsep yang lebih nyaman dan menarik secara visual sehingga mampu menarik perhatian generasi muda yang mencari tempat makan cocok untuk bersantai dan bersosialisasi. Dalam perkembangannya, angkringan tidak lagi hanya menonjolkan pada aspek harga yang ramah di kantong, tetapi juga menawarkan pengalaman konsumsi yang lebih berkesan. Kombinasi antara nilai tradisional dan sentuhan modern inilah yang menjadi keunggulan tersendiri untuk dapat meningkatkan daya saing angkringan di tengah pesatnya pertumbuhan usaha kuliner.

Kreativitas dan Inovasi Dalam Pengembangan Usaha Kuliner

Kreativitas merupakan kemampuan dari pelaku usaha untuk menghasilkan gagasan produk baru yang dapat memberikan nilai tambah pada usaha yang dikelolanya (Zimmerer, 2019). Kreativitas dalam sektor kuliner dapat direalisasikan dalam pengembangan variasi menu, penataan konsep visual tempat usaha, hingga pemasaran yang efektif sesuai dengan karakteristik pasar. Inovasi sendiri merupakan bentuk penerapan konkret kreativitas yang diarahkan pada peningkatan mutu produk juga layanan. Baik kreativitas maupun inovasi sangat diperlukan dalam praktik usaha kuliner guna menambah daya saing. Mengingat pelaku usaha kuliner harus bisa menyesuaikan usahanya dengan tren dan konsumen yang terus berubah.

Preferensi Gen Z Dalam Konsumsi Kuliner

Generasi Z merupakan kelompok konsumen yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital, sehingga generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Prensky, 2010). Generasi Z cenderung menyukai tempat yang nyaman, asik, memiliki tampilan visual yang menarik, harga yang murah, serta menyediakan layanan yang cepat dan praktis. Selain itu, Generasi Z juga terbiasa menggunakan teknologi digital, sehingga lebih cepat beradaptasi dengan perubahan ataupun perkembangan, contohnya pada media sosial dan sistem pembayaran non-tunai. Dalam pengelolaan angkringan modern, pemahaman terhadap karakteristik dan preferensi Generasi Z menjadi faktor yang sangat penting. Penyesuaian terhadap kebutuhan generasi ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, penyediaan menu yang mengikuti tren, serta penciptaan suasana yang mendukung aktivitas sosial.

UMKM Kuliner dan Adaptasi terhadap Persaingan Usaha

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Namun, keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis, seperti meningkatnya tingkat persaingan, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta faktor eksternal seperti kondisi cuaca dan fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi menjadi aspek penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner. Melalui pengelolaan usaha yang terencana, penerapan inovasi secara berkelanjutan, serta pemahaman yang baik terhadap kondisi pasar, UMKM kuliner berpeluang untuk bertahan dan berkembang di tengah dinamika perubahan gaya hidup konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi pada pemilik usaha untuk menggambarkan secara mendalam proses kreativitas, adaptasi bisnis, serta tantangan yang dihadapi Angkringan Berondong Coffee. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual terkait pengalaman, strategi, dan dinamika usaha berdasarkan perspektif pemilik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian mengenai Angkringan Brondong Coffee yang diperoleh melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Temuan disajikan dalam beberapa aspek utama yang berkaitan dengan kreativitas, adaptasi bisnis, strategi operasional, hingga tantangan dan solusi yang dikembangkan.

1. Latar Belakang dan Motivasi Pembukaan Usaha

Berdasarkan wawancara mendalam, diketahui bahwa Angkringan Brondong Coffee dibuka berawal dari keinginan pemilik untuk memanfaatkan simpanan uang hasil pekerjaan sebelumnya. Pemilik menyatakan bahwa dibandingkan membiarkan uang mengendap, lebih baik digunakan untuk membuka usaha kecil yang dapat menghasilkan pendapatan tambahan. Selain itu, terdapat motivasi internal untuk memberikan aktivitas kepada adik pemilik yang saat itu tidak memiliki kegiatan, sehingga usaha angkringan menjadi sarana pemberdayaan keluarga.

Analisis : Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi pembukaan usaha UMKM tidak semata-mata faktor ekonomi, tetapi juga mengandung aspek sosial dan psikologis, seperti pemberdayaan keluarga dan pengembangan potensi anggota keluarga. Hal ini sesuai dengan karakteristik UMKM di Indonesia yang sering muncul dari inisiatif rumah tangga.

2. Strategi Operasional dan Manajemen Produksi

Pemilik mengungkapkan bahwa strategi operasional angkringan bersifat sederhana namun terukur. Dalam wawancara disebutkan bahwa penentuan harga produk telah melalui perhitungan estimasi biaya dan gramasi bahan. Pembelian bahan baku dilakukan secara efisien, dan jika menggunakan tenaga kerja, seluruh biaya seperti gaji, listrik, dan perawatan sudah diperhitungkan dari awal. Pemilik juga menekankan bahwa keuntungan tidak harus besar, asalkan tetap memiliki margin yang cukup untuk disisihkan sebagai tabungan dan pembayaran gaji karyawan.

Analisis:

Strategi ini mencerminkan prinsip dasar manajemen keuangan UMKM yang menekankan keberlanjutan (sustainability) daripada profit jangka pendek. Sikap realistis terhadap margin keuntungan ini membuat usaha tetap stabil meskipun berada dalam persaingan yang luas.

3. Kreativitas dan Pengembangan Konsep Angkringan

Temuan penting lainnya adalah adanya kreativitas dalam desain dan penentuan menu. Pemilik menyatakan bahwa setiap orang memiliki ide kreatif masing-masing dalam menciptakan tampilan visual angkringan, termasuk penataan tempat, pemilihan dekorasi, dan desain menu.

Pemilik juga memanfaatkan platform digital seperti Canva dan Photoshop untuk membuat materi promosi dan desain menu. Selain itu, pemilik mengikuti tren viral di media sosial sebagai inspirasi menu yang diminati anak muda—misalnya minuman taro, matcha, tiramisu, serta kreasi kopi kekinian seperti kopi sanger, kopi susu gula aren, dan kopi pandan.

Analisis:

Kreativitas berbasis tren sosial ini merupakan bentuk adaptasi cepat terhadap selera Gen Z yang mengutamakan novelty, visual appealing, dan daya unggah (shareability) ke media sosial. Hal ini memperkuat konsep “angkringan modern” yang tetap mempertahankan cita rasa tradisional namun dikemas dalam estetika kekinian.

4. Strategi Promosi dan Target Pasar

Berdasarkan wawancara, strategi promosi angkringan dilakukan secara sederhana melalui kualitas pelayanan, kebersihan, dan harga terjangkau. Target pasar utama adalah konsumen menengah ke bawah dan anak muda yang sering nongkrong di sekitar lokasi. Pemilik menambahkan bahwa konsep unik seperti menyediakan “es kosong” produk yang jarang ditemukan di tempat lain juga digunakan sebagai strategi diferensiasi untuk menarik pelanggan.

Analisis:

Pendekatan promosi yang mengandalkan kualitas dan diferensiasi produk sangat relevan untuk UMKM dengan modal terbatas. Strategi ini menunjukkan bahwa inovasi tidak selalu memerlukan biaya besar, tetapi cukup dengan menawarkan nilai tambah yang berbeda dari kompetitor.

5. Tantangan dan Kendala Usaha

Penelitian menemukan bahwa kendala terbesar Angkringan Brondong Coffee adalah faktor cuaca, terutama di musim hujan dan banjir. Situasi tersebut menyebabkan angkringan tidak menghasilkan pendapatan karena minimnya pengunjung. Sebagai solusi, pemilik berencana membeli tenda tambahan agar pelanggan tetap dapat berteduh. Selain itu, untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku, pemilik mengurangi gramasi bahan secara bijak tanpa menaikkan harga jual.

Analisis:

Tantangan eksternal seperti cuaca merupakan risiko umum bagi usaha kuliner berbasis outdoor. Langkah mitigasi seperti penyediaan tenda menunjukkan kemampuan adaptasi pemilik terhadap risiko operasional. Pengurangan gramasi bahan secara wajar juga termasuk strategi adaptasi harga yang sering digunakan UMKM untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

6. Perspektif Pemilik terhadap Persaingan dan Keberlanjutan

Wawancara menunjukkan bahwa pemilik memiliki sudut pandang positif terhadap persaingan. Baginya, banyaknya angkringan lain bukanlah ancaman, karena rezeki telah diatur oleh Tuhan. Sikap ini memberi ketenangan psikologis dalam menjalankan usaha serta menghindarkan pemilik dari ketakutan berlebih dalam menghadapi kompetitor.

Analisis:

Pandangan ini sejalan dengan karakteristik budaya bisnis masyarakat Indonesia yang sering menggabungkan aspek spiritualitas dalam pengambilan keputusan usaha. Sehingga pendekatan ini turut mempengaruhi ketahanan emosional dan motivasi pelaku UMKM dalam mempertahankan bisnisnya.

7. Belum Ada Inovasi Lanjutan karena Keterbatasan Waktu

Temuan lain adalah bahwa saat ini pemilik belum melakukan inovasi lanjutan karena waktu yang terbatas. Usaha ini masih dianggap sebagai kegiatan “iseng iseng berhadiah”, bukan prioritas utama. Namun, pemilik membuka peluang untuk mengembangkan angkringan secara lebih serius di masa depan ketika sudah tidak bekerja di tempat lain.

Analisis:

Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi UMKM sangat dipengaruhi oleh komitmen waktu dan fokus pemilik. Walaupun kreativitas sudah terlihat dalam menu dan desain, pengembangan jangka panjang masih memerlukan investasi waktu, tenaga, dan perencanaan.

KESIMPULAN

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa Angkringan Berondong Coffee mengimplementasikan kreativitas dan adaptasi bisnis yang relevan dengan perkembangan konsumen muda. Penggunaan tren digital, penghitungan operasional yang realistis, strategi diferensiasi produk, serta kemampuan menghadapi tantangan menunjukkan bahwa UMKM ini berada dalam jalur yang tepat meskipun belum melakukan inovasi skala besar.

Konsep “angkringan modern ala Gen Z” terlihat pada aspek menu, desain, dan preferensi konsumen yang diikuti pemilik. Adaptasi berbasis tren viral juga menunjukkan kemampuan responsif terhadap dinamika sosial digital masyarakat, terutama di kalangan anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, O., Ananda, S.D., Dinanti, T., & Noviyanti. I. (2025). Strategi Adaptasi Coffee Shop terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Anak Muda di Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*.
- Hidayat, R. (2020). *Inovasi dan Kreativitas dalam Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T., & Hendryadi. (2016). *Perilaku Konsumen Indonesia: Perspektif Generasi Muda*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wibowo, A. (2021). *Strategi UMKM dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Yuniarti, S. (2018). *Dinamika Bisnis Kuliner Tradisional dan Modern di Indonesia*. Malang: UB Press.