

**ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN ANGKRINGAN NGERI DI
TENGAH PERSAINGAN USAHA KULINER DI KOTA MEDAN**

Septia Najwa Lubis¹, Nadia Fadilla², Galang Widya Dhana³, Zainarti⁴

najwaseptia245@gmail.com¹, nadiafadillaaa@gmail.com²,

galangwidyadhana10@gmail.com³, zainartimm60@gmail.com⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan Angkringan Ngeri di tengah persaingan usaha kuliner di Kota Medan. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha dan dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Angkringan Ngeri mengandalkan inovasi produk, konsistensi kualitas, dan strategi promosi digital untuk menarik pelanggan. Penggunaan bahan premium dengan harga terjangkau menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan usaha ini dari angkringan lain. Meskipun menghadapi kendala seperti keterbatasan area dan masalah fasilitas, Angkringan Ngeri tetap memiliki peluang besar untuk berkembang melalui pemanfaatan tren media sosial dan hubungan sosial yang kuat. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi pengelolaan yang tepat dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner di tengah persaingan yang ketat.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan Bisnis, Usaha Kuliner, Angkringan, Persaingan, Media Sosial, Kualitas Produk.

Abstract

This study aims to analyze the management strategies of Angkringan Ngeri amidst the competitive culinary business landscape in Medan. Using a qualitative descriptive approach, data was obtained through direct interviews with the business owner and analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that Angkringan Ngeri relies on product innovation, consistent quality, and digital promotional strategies to attract customers. The use of premium ingredients at affordable prices is a competitive advantage that distinguishes this business from other angkringan. Despite facing obstacles such as limited space and facilities, Angkringan Ngeri still has significant opportunities for growth through leveraging social media trends and strong social connections. This study emphasizes the importance of appropriate management strategies in increasing the competitiveness of culinary businesses amidst intense competition.

Keywords: Business Management Strategy, Culinary Business, Angkringan, Competition, Social Media, Product Quality.

PENDAHULUAN

Medan adalah kota multietnis yang mana penduduknya terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda. Selain Melayu dan Karo sebagai penghuni awal, Medan didominasi oleh etnis Jawa, Batak, Tionghoa, Mandailing dan India. Dengan berbagai jenis etnis antar suku dan budaya, maka selera makananpun merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan lokasi dan tempat makan di Kota Medan. (Dina Yunita, 2023). Persaingan usaha kuliner sangat tinggi karena banyak pelaku usaha yang terus berinovasi dalam citra rasa, penyajian, pelayanan, serta strategi pemasaran untuk menarik konsumen dengan preferensi yang beragam. (Reza et al., 2022).

Konsep angkringan adalah gerobak dorong dari kayu dan tungku dari arang. Di atasnya ceret besar berjumlah tiga buah sebagai alat untuk menghidangkan bahan minuman. Selain itu suasana khas angkringan yang remang-remang eksotis dengan lampu minyak yang disebut teplok yang menerangi di tengah gerobak. Tempat duduk yang menggunakan kursi kayu panjang mengelilingi gerobak yang di naungi terpal plastik gulung sebagai tenda. Meski begitu, inilah yang menjadi daya tarik luar biasa dari warung angkringan. Antar pembeli dan penjual sering terlihat mengobrol dengan santai dalam suasana penuh kekeluargaan. Akrabnya suasana dalam angkringan membuat nama angkringan tak hanya merujuk ke dalam tempat tetapi ke suasana, beberapa acara mengadopsi kata angkringan untuk menggambarkan suasana yang akrab saling berbagi dan menjembatani perbedaan. (Shalihah & Pujiyanti, 2020).

Angkringan Ngeri hadir sebagai salah satu inovasi usaha yang memadukan konsep tradisional angkringan dengan sentuhan modern. Selain menyediakan menu khas angkringan, usaha ini menambahkan variasi menu baru, desain tempat yang lebih menarik, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi agar lebih mudah menjangkau generasi muda. Identitas merek yang unik menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mencoba sekaligus membedakannya dari angkringan lain.

Melihat tingginya persaingan usaha kuliner di Kota Medan, penting untuk menganalisis strategi pengelolaan Angkringan Ngeri agar usaha ini mampu bertahan dan terus berkembang. Analisis strategi diperlukan untuk memahami keunggulan kompetitif, peluang pengembangan, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam operasional dan pemasaran. Dengan strategi yang tepat, Angkringan Ngeri dapat meningkatkan daya saing, memperkuat posisi di pasar, dan menjadi pilihan kuliner yang diminati masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengelolaan Bisnis

Strategi pengelolaan bisnis merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan, karena di dalamnya terkandung serangkaian perencanaan, penetapan kebijakan, dan pemilihan langkah-langkah strategis yang dirancang untuk mengarahkan jalannya sebuah usaha. Strategi ini disusun secara sistematis dan terstruktur dengan tujuan memastikan bahwa setiap aktivitas bisnis dapat berjalan secara efisien, terkoordinasi, dan selaras dengan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan. Di dalam proses penyusunannya, pengusaha perlu memahami secara mendalam berbagai aspek internal bisnis, seperti sumber daya manusia, modal, struktur organisasi, hingga potensi dan keunggulan kompetitif yang dimiliki. Pemahaman yang baik terhadap aspek internal ini memungkinkan pengusaha merumuskan strategi yang realistis, aplikatif, dan sesuai dengan kondisi aktual usaha.

Strategi pengelolaan bisnis tidak hanya berkaitan dengan bagaimana sebuah usaha dijalankan, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menghadapi tantangan dan dinamika yang muncul dari lingkungan eksternal. Lingkungan bisnis selalu mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi, pergeseran tren konsumen, intensitas persaingan, serta kondisi ekonomi yang tidak selalu stabil. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus memiliki kemampuan adaptif dan responsif dalam menyusun strategi, agar bisnis tetap dapat bertahan dan berkembang meskipun berada di tengah tekanan atau situasi yang tidak menentu. Kemampuan membaca peluang pasar, memahami kebutuhan pelanggan, serta memprediksi arah perkembangan industri menjadi bagian penting dalam strategi pengelolaan bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan. Jika pengusaha mampu mengantisipasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan eksternal, maka bisnisnya tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berpotensi menjadi pemimpin di pasar. (Auliani et al., 2024).

Selain sebagai pedoman dalam pelaksanaan operasional, strategi pengelolaan bisnis berfungsi sebagai acuan dalam pengambilan keputusan penting yang menentukan arah masa depan perusahaan. Pengusaha harus mampu memilih dan merumuskan berbagai alternatif tindakan yang paling efektif untuk mengatasi kendala dan tujuan bisnis. (Ardiansyah et al., 2025). Proses ini mencakup evaluasi risiko, analisis keuntungan, serta pemilihan pendekatan yang paling menguntungkan bagi keberlangsungan usaha. Dalam konteks kewirausahaan, sering kali tantangan yang muncul bersifat kompleks dan membutuhkan solusi kreatif serta inovatif. Oleh karena itu, strategi pengelolaan bisnis tidak dapat disusun sekali saja, tetapi harus

selalu diperbarui dan disesuaikan dengan perkembangan situasi. Perubahan strategi dapat dilakukan melalui evaluasi berkala terhadap kinerja perusahaan, sehingga setiap kekurangan dapat diperbaiki dan setiap peluang dapat dimaksimalkan.

Pada akhirnya, strategi pengelolaan bisnis menjadi fondasi utama dalam membangun usaha yang profesional, terarah, dan kompetitif. Tanpa strategi yang jelas, kegiatan operasional bisnis akan berjalan tanpa arah dan berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan seperti pemborosan sumber daya, rendahnya produktivitas, hingga kegagalan dalam bersaing di pasar. Dengan strategi yang tepat, pengusaha dapat menyatukan visi dan misi perusahaan, memaksimalkan potensi sumber daya, menjaga stabilitas usaha, dan meningkatkan daya saing bisnis secara menyeluruh. Strategi pengelolaan bisnis juga memberikan kerangka kerja yang membantu pengusaha untuk tetap fokus pada tujuan utama, namun tetap fleksibel dalam menghadapi perubahan. Dengan demikian, strategi pengelolaan bisnis bukan hanya menjadi alat untuk mencapai keberhasilan, tetapi juga menjadi dasar yang mengokohkan posisi usaha di tengah persaingan dunia bisnis yang semakin ketat dan dinamis. (Auliani et al., 2024).

Manajemen Usaha Kuliner

Manajemen usaha kuliner merupakan proses pengelolaan seluruh aktivitas dalam bisnis makanan dan minuman agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. (Yayasan & Menulis, n.d.). Dalam industri yang kompetitif, pelaku usaha harus mampu merancang strategi yang tepat mulai dari perencanaan menu, pemilihan bahan baku, hingga penyajian makanan. Manajemen yang baik bertujuan untuk menjaga kualitas, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memastikan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman tentang fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan menjadi sangat penting diterapkan dalam setiap aspek usaha kuliner.

Salah satu aspek utama dalam manajemen usaha kuliner adalah pengaturan menu dan kualitas produk. Menu tidak hanya menjadi identitas usaha, tetapi juga menentukan minat dan keputusan pembelian pelanggan. Pemilik usaha perlu melakukan riset selera pasar, menentukan variasi hidangan, serta memastikan bahwa setiap produk memiliki kualitas yang konsisten. Pengendalian bahan baku, mulai dari pemilihan pemasok hingga penyimpanan, juga harus dilakukan secara sistematis agar produk yang dihasilkan tetap higienis, segar, dan memenuhi standar cita rasa.

Selain itu, manajemen operasional memegang peran penting dalam kelancaran bisnis kuliner. Operasional mencakup pengaturan alur kerja dapur, kebersihan lingkungan usaha, serta pembagian tugas antar karyawan. Penerapan standar operasional prosedur (SOP) sangat diperlukan untuk memastikan bahwa setiap proses berjalan sesuai ketentuan, mulai dari pengolahan hingga penyajian makanan. Lingkungan yang bersih, tenaga kerja yang terlatih, serta koordinasi yang baik akan meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko kesalahan dalam pelayanan.

Selanjutnya, strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan menjadi faktor penentu keberlangsungan usaha kuliner. Pemasaran yang efektif dapat dilakukan melalui media sosial, promosi menarik, hingga kerja sama dengan layanan pesan antar. Sementara itu, manajemen keuangan yang baik meliputi pencatatan transaksi, pengendalian biaya, perhitungan modal, dan analisis keuntungan. Kombinasi antara pengelolaan operasional, kualitas produk, pemasaran, dan keuangan yang terencana dengan baik akan membantu pelaku usaha menghadapi persaingan dan menciptakan usaha kuliner yang kuat serta berdaya saing tinggi. (Desa et al., 2021)

Persaingan Usaha Kuliner dan Lokasi

Persaingan usaha kuliner saat ini semakin ketat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai jenis makanan dan minuman. Banyaknya pelaku usaha baru yang bermunculan membuat setiap pemilik bisnis dituntut untuk memiliki strategi yang matang agar mampu bertahan dan berkembang. Dalam dunia kuliner, inovasi menu, kualitas rasa, pelayanan yang ramah, serta branding menjadi faktor penting yang menentukan daya tarik konsumen. Pelaku usaha harus memahami bahwa persaingan tidak hanya terjadi pada cita rasa makanan, tetapi juga pada pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. (Library, n.d.)

Selain kualitas produk, lokasi usaha merupakan salah satu faktor paling krusial dalam keberhasilan bisnis kuliner. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas usaha dan memudahkan konsumen untuk datang. Tempat yang berada di pusat keramaian, dekat kampus, sekolah, perkantoran, atau kawasan wisata biasanya memiliki potensi pelanggan yang lebih besar. Namun, lokasi strategis juga sering berarti biaya sewa yang tinggi sehingga pelaku usaha perlu menimbang keuntungan dan bebannya secara bijak. (Bagus et al., 2021)

Pemilihan lokasi tidak hanya sekadar menentukan titik usaha, tetapi juga mempertimbangkan lingkungan sekitar, akses kendaraan, keamanan, serta kebiasaan konsumen

di wilayah tersebut. Misalnya, usaha makanan ringan mungkin lebih cocok di area yang ramai anak muda, sementara usaha makanan rumahan bisa berkembang di kawasan pemukiman padat. Analisis lokasi ini penting dilakukan agar strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik konsumen lokal.

Di tengah persaingan yang ketat, pelaku usaha kuliner perlu menggabungkan strategi produk dan lokasi secara seimbang. Kualitas makanan yang baik akan sia-sia jika lokasi terlalu sulit dijangkau, sementara lokasi yang baik tidak akan efektif jika produk tidak memuaskan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus melakukan evaluasi rutin, memahami tren pasar, dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen. Hal ini penting agar usaha tetap relevan dan mampu bersaing secara sehat. Dengan memahami pentingnya persaingan dan lokasi usaha, pelaku usaha kuliner dapat merancang strategi yang lebih tepat untuk mengembangkan bisnisnya. Kombinasi antara inovasi produk, pelayanan yang baik, dan pemilihan lokasi yang sesuai dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif. (Manajemen et al., 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi pengelolaan Angkringan Ngeri di tengah persaingan usaha kuliner di Kota Medan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali informasi secara komprehensif mengenai praktik pengelolaan, tantangan, serta strategi yang diterapkan oleh pemilik usaha dalam mempertahankan keberlanjutan angkringan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung kepada pemilik Angkringan Ngeri. Wawancara yang digunakan bersifat semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi informasi secara luas namun tetap berfokus pada aspek-aspek penting terkait strategi pengelolaan usaha. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengalaman langsung berinteraksi dengan angkringan dan memahami kualitas pelayanan maupun strategi yang diterapkan.

Data yang diperoleh dari wawancara selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis data interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting mengenai strategi pengelolaan usaha. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi tematik agar pola-pola strategi yang diterapkan Angkringan Ngeri dapat terlihat secara sistematis. Tahap akhir adalah

penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang diperoleh selama penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Angkringan Ngeri, diketahui bahwa usaha ini berawal dari inisiatif empat orang teman yang ingin menciptakan tempat nongkrong yang tidak hanya menjadi wadah untuk berkumpul, tetapi juga mampu menghasilkan pendapatan. Ide tersebut kemudian berkembang menjadi usaha angkringan dengan tujuan menyediakan ruang bagi pelanggan untuk melepas penat setelah menjalani hari yang melelahkan, sekaligus menjadi tempat berbagi cerita. Pemilik memiliki harapan agar Angkringan Ngeri dapat terus berkembang dan perlahan mencapai kesuksesan di masa depan. Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi pendirian usaha tidak hanya berorientasi ekonomi, tetapi juga sosial dan emosional.

Dalam hal produk, Angkringan Ngeri menawarkan berbagai menu yang meliputi olahan kopi, minuman non-kopi, serta aneka camilan. Menu kopi andalan adalah “Kopi Ngeri”, yakni kopi gula aren yang dinilai pelanggan memiliki cita rasa serupa dengan kopi dari brand ternama. Minuman non-kopi seperti lemon tea dan milo dingin menjadi pelengkap, sementara camilan seperti kentang goreng, nugget, dan cireng disediakan sebagai teman minum. Seluruh produk dijual dengan harga terjangkau, yaitu berkisar antara Rp10.000 hingga Rp15.000. Strategi penetapan harga ini menunjukkan bahwa Angkringan Ngeri berupaya menghadirkan suasana nongkrong low budget dengan tetap mempertahankan kualitas rasa dan bahan yang digunakan.

Konsistensi kualitas menjadi salah satu fokus utama dalam pengelolaan usaha. Pemilik selalu memperhatikan takaran bahan seperti kopi, susu, gula aren, dan bahan lainnya agar rasa yang dihasilkan tetap stabil. Kebersihan juga menjadi prioritas, ditunjukkan dengan penyediaan tempat sampah serta pembersihan area angkringan secara rutin. Selain itu, penyajian minuman dibuat semaksimal mungkin agar menarik perhatian pelanggan. Upaya menjaga kualitas rasa, kebersihan, dan tampilan ini mencerminkan strategi pelayanan yang menekankan kepuasan pelanggan sebagai faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Dari sisi promosi, Angkringan Ngeri memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk memperkenalkan produk dan kegiatan operasional. Konten-konten kreatif seperti video transisi dari awal pembukaan hingga penutupan menjadi bagian dari strategi menarik perhatian calon pelanggan. Pemilik juga memanfaatkan teman yang memiliki banyak pengikut di media

sosial sebagai bentuk promosi tambahan. Selain promosi digital, pelayanan yang baik serta kualitas rasa yang konsisten mendorong terjadinya promosi dari mulut ke mulut, di mana pelanggan yang puas cenderung datang kembali dan mengajak teman-teman mereka. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi Angkringan Ngeri menggabungkan pendekatan digital dan relasi sosial.

Dalam menghadapi persaingan usaha kuliner, Angkringan Ngeri memiliki keunikan tersendiri. Kebanyakan angkringan di sekitar lokasi lebih banyak menyediakan minuman sachet, sedangkan Angkringan Ngeri menggunakan kopi giling yang diseduh menggunakan mokapot, serta bahan-bahan berkualitas setara café seperti gula aren dan bubuk matcha premium. Diferensiasi ini menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan Angkringan Ngeri dengan angkringan lain, sekaligus menjadi daya tarik bagi pelanggan yang ingin menikmati kopi berkualitas dengan harga terjangkau.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kekurangan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha. Area lapak yang relatif sempit dan kondisi penerangan yang belum optimal karena lampu sedang dalam perbaikan menyebabkan beberapa bagian tempat duduk terasa lebih gelap. Selain itu, kurangnya saluran pembuangan juga menjadi kendala yang memengaruhi kenyamanan pelanggan. Kekurangan ini menunjukkan bahwa aspek fasilitas fisik perlu mendapatkan perhatian lebih agar pengalaman pelanggan dapat ditingkatkan.

Dari sudut pandang peluang, Angkringan Ngeri memanfaatkan jaringan pertemanan yang luas serta tren media sosial yang saat ini sangat diminati anak muda. Promosi melalui konten digital yang menarik menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas jangkauan pelanggan. Sementara itu, ancaman eksternal yang dirasakan pemilik bukan berasal dari pesaing, melainkan dari faktor keamanan seperti potensi tindakan kriminal, geng motor, atau premanisme, mengingat lokasi angkringan berada di pinggir jalan lintas. Kekhawatiran ini menunjukkan bahwa aspek keamanan menjadi tantangan tersendiri yang perlu diantisipasi untuk menjaga kelancaran operasional usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Angkringan Ngeri menerapkan strategi pengelolaan yang berfokus pada kualitas produk, pelayanan, dan promosi yang mengikuti perkembangan tren. Inovasi dalam penggunaan bahan premium, harga terjangkau, serta strategi promosi digital menjadi faktor yang mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat di Kota Medan.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa Angkringan Ngeri mampu bersaing di tengah ketatnya usaha kuliner di Medan melalui strategi pengelolaan yang menekankan kualitas produk, harga terjangkau, dan promosi berbasis media sosial. Inovasi seperti penggunaan kopi giling dan bahan premium menjadi keunggulan utama dibanding angkringan lain. Meskipun memiliki keterbatasan seperti area yang sempit dan penerangan kurang optimal, Angkringan Ngeri tetap memiliki peluang berkembang berkat konsistensi rasa, pelayanan baik, serta dukungan promosi digital dan jaringan pertemanan. Dengan perbaikan fasilitas dan peningkatan keamanan, Angkringan Ngeri berpotensi semakin kuat dalam persaingan kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R. N., Putri, B. E., Zahra, A. S., & Zubaidah, S. (2025). BISNIS SYARIAH STUDI PADA WARKOP BREAK SHOOT. 2(2), 149–159.
- Auliani, R., Ramadhani, D. A., Tasya, L., & Keling, M. (2024). Tantangan Dalam Pengelolaan Bisnis Kewirausahaan. 3(1).
- Bagus, I., Krizena, K., Witanti, W., & Sabrina, P. N. (2021). Pemilihan Lokasi Awal Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dengan Metode Analitical Hierarchy Process. 03(02), 43–46.
- Desa, A., Lestari, D., & Bernard, F. (2021). DIGITAL. V(2).
- Dina Yunita, B. A. M. (2023). Culinary Tourism Travel Patterns In Medan City. 3(1).
- Library, F. (n.d.). ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA DI BIDANG KULINER AYAM GEPREK (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN MI3 SETAN DAN AYAM GEPREK JUMBO WARU SIDOARJO).
- Manajemen, J. I., Jimakebidi, D., Mei, V. N., Rosiana, D., Jl, A., Sucipto, A., Laweyan, K., Surakarta, K., & Tengah, J. (2024). Strategi Pemilihan Lokasi Usaha Yang Optimal Dan Strategis Untuk Keberhasilan Bisnis Bagi Para Perintis Usaha dampak positif maupun negative bagi perkembangan suatu usaha . Tidak boleh dianggap. 1(2).
- Reza, H. M., Muhlisin, S., Gustiawati, S., Ibn, U., & Bogor, K. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha : Studi Kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih , Kramat Jati , Jakarta Timur. 5(1), 50–59.
- Shalihah, R. B., & Pujiyanti, I. (2020). Perancangan Ruang di Bangunan Kafe Bertema Up-Angkringan dengan Efisiensi Kapasitas Ruang. 1(2), 95–108.
- Yayasan, P., & Menulis, K. (n.d.). Manajemen Usaha Kuliner.