

ANALISIS MIKROEKONOMI PADA USAHA ANGKRINGAN EVERYBODY DI WINONG, BOYOLALI

Dicky Mahendra¹, Anandita Kurnia², Ilham Joko Purnomo³, Putri Mulyaningsih⁴, Unna Ria Safitri⁵, Listyowati Puji Rahayu⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Boyolali

Email : rektor@uby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the microeconomic aspects that affect the operation and success of Angkringan Everybody in Winong, Boyolali. The main focus of the study is on the various products sold, such as satay, fried foods, sachet drinks, iced tea, and fresh milk. Through qualitative and quantitative approaches, this study explores the factors of production, supply and demand, and pricing strategies implemented by the owner of the angkringan, Agus. Data were obtained through direct observation and interviews with the business owner.

Keywords: *Microeconomics, Angkringan Business*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek mikroekonomi yang mempengaruhi operasional dan keberhasilan usaha Angkringan Everybody di Winong, Boyolali. Fokus utama penelitian adalah pada berbagai produk yang dijual, seperti sate-satean, gorengan, minuman saset, es teh, dan susu murni. Melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor produksi, permintaan dan penawaran, serta strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pemilik angkringan, Agus. Data diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha.

Kata kunci: Mikro Ekonomi, Usaha Angkringan

PENDAHULUAN

Angkringan adalah salah satu jenis usaha kecil yang banyak ditemukan di Jawa Tengah, termasuk di Boyolali. Usaha ini menjual berbagai macam makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Angkringan Everybody, yang berlokasi di Winong dekat Universitas Boyolali, adalah salah satu contoh usaha angkringan yang telah berhasil menarik banyak pelanggan. Angkringan ini terkenal karena keunikan menu dan harga yang bersahabat, serta lokasinya yang strategis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed method) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi langsung di Angkringan Everybody dan wawancara mendalam dengan pemilik angkringan, Agus. Selain itu, data sekunder juga dikumpulkan dari literatur dan studi sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Produk dan Produksi

- Produk utama yang dijual di Angkringan Everybody meliputi sate-satean, gorengan, minuman saset, es teh, dan susu murni. Setiap produk memiliki ciri khas dan harga yang disesuaikan dengan daya beli pelanggan.

- Proses produksi melibatkan pembelian bahan baku, persiapan, dan penyajian. Bahan baku diperoleh dari pasar lokal dan diproses langsung di angkringan. Kecepatan dan efisiensi proses produksi sangat menentukan kualitas dan kepuasan pelanggan.

2. Permintaan dan Penawaran

- Permintaan terhadap produk angkringan dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk lokasi strategis dekat Universitas Boyolali, harga yang terjangkau, dan kualitas produk. Mahasiswa merupakan segmen pasar utama dengan preferensi terhadap makanan dan minuman yang murah namun enak.

- Penawaran ditentukan oleh kapasitas produksi dan ketersediaan bahan baku. Kendala seperti harga bahan baku yang fluktuatif dan persaingan dengan angkringan lain di sekitar area dapat mempengaruhi penawaran.

3. Penetapan Harga

- Harga produk di Angkringan Everybody ditetapkan berdasarkan biaya produksi dan harga pasar. Penetapan harga juga mempertimbangkan daya beli konsumen. Strategi harga yang digunakan meliputi harga tetap dan diskon pada waktu-waktu tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan.

4. Analisis Biaya Produksi

- Biaya tetap meliputi sewa tempat dan peralatan. Biaya variabel meliputi bahan baku, tenaga kerja, dan utilitas. Pengelolaan biaya yang baik adalah kunci untuk menjaga margin keuntungan tetap positif.

- Efisiensi biaya dicapai melalui pembelian bahan baku dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga grosir yang lebih murah dan pengelolaan persediaan yang efektif untuk mengurangi pemborosan.

5. Strategi Pemasaran

- Strategi pemasaran mencakup penggunaan media sosial untuk promosi, memberikan diskon pada waktu-waktu tertentu, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk mempromosikan menu baru dan mengumumkan promosi khusus.



KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan Angkringan Everybody dipengaruhi oleh berbagai faktor mikro ekonomi, termasuk permintaan dan penawaran, biaya produksi, dan penetapan harga. Strategi pemasaran yang efektif dan lokasi yang strategis juga berkontribusi pada keberhasilan usaha ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). "Statistik Indonesia." Diakses dari: [\[https://www.bps.go.id\]](https://www.bps.go.id)(<https://www.bps.go.id>)
- Blanchard, O. (2017). "Macroeconomics." Pearson Education.
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (2017). "Principles of Economics." Pearson.
- Mankiw, N. G. (2020). "Principles of Microeconomics." Cengage Learning.
- Sukirno, S. (2018). "Ekonomi Mikro: Teori Pengantar." RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "Marketing Management." Pearson.
- Hidayat, R. (2019). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 34(1), 45-60.
- Handoko, T. H. (2000). "Manajemen Produksi dan Operasi." BPFE-Yogyakarta.
- Teece, D. J. (2010). "Business Models, Business Strategy and Innovation." *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Putra, H. A. (2018). "Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Globalisasi." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 25-39.
- Porter, M. E. (1985). "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance." The Free Press.
- Situmorang, S. R., & Siagian, P. R.* (2020). "Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan XYZ." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 67-80.
- Setiawan, B. (2017). "Efisiensi Biaya Produksi pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Semarang." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 95-110.
- Stiglitz, J. E. (2018). "Economics of the Public Sector." W.W. Norton & Company.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS." Universitas Diponegoro.