

Menggali Makna Simbolik Angkringan di Ponorogo dalam Perspektif Ekonomi Penjual dan Pembelinya

Exploring the Symbolic Meaning of Angkringan in Ponorogo from the Economic Perspective of Sellers and Buyers

Indah Puspitasari¹, Luhur Prasetyo²

¹) Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana IAIN Ponorogo, Ponorogo, 63471, Indonesia

²) Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana IAIN Ponorogo, Ponorogo, 63471, Indonesia

Abstrak

Angkringan pada awalnya hanya eksis di Kota Yogyakarta dan Kota Surakarta. Seiring waktu angkringan mulai menyebar ke berbagai kota di seluruh Indonesia termasuk Ponorogo. Angkringan merupakan salah satu bisnis kuliner yang mengalami perkembangan yang cukup signifikan di Ponorogo. Kajian ini menyoroti makna angkringan bagi masyarakat Ponorogo dengan menggunakan teori interaksonisme simbolik. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif data primer didapatkan dari tujuh informan yang dianggap merepresentasikan penjual dan pelanggan angkringan di Ponorogo. Temuan yang didapatkan adalah angkringan bagi masyarakat Ponorogo bukan hanya sebagai tempat makan dengan harga terjangkau/ekonomis, tetapi juga sebagai simbol interaksi sosial dan kebersamaan, egaliter, dan kebebasan. Keuntungan bukan semata-mata yang diutamakan oleh penjual angkringan. Dibuktikan dengan para penjual yang membiarkan para pelanggan duduk berjam-jam di angkringan walau hanya memesan beberapa menu. Penjual mengikhlaskan saja. Harga yang murah bukan semata-mata tujuan para pembeli, karena pada akhirnya secara akumulatif makan di angkringan juga dapat berbiaya sama, bahkan dapat melebihi biaya makan di tempat lain yang terlihat lebih mahal. Meski demikian pelanggan akan tetap ke angkringan, karena simbol yang melekat padanya. Pemilik angkringan dapat memanfaatkan hal ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing mereka di pasar kuliner di Ponorogo.

Kata Kunci: Angkringan, Makna Simbolik, Ponorogo, Perspektif Ekonomi

Abstract

Angkringan initially only existed in the city of Yogyakarta and the city of Surakarta. Over time, Angkringan spread across various cities in Indonesia, including Ponorogo. Angkringan is one of the culinary businesses that has experienced significant development in Ponorogo. This study highlights the meaning of angkringan for the people of Ponorogo, using the theory of symbolic interactionism. Using qualitative research methods, primary data were obtained from seven informants who were considered to represent the sellers and customers of Angkringan in Ponorogo. The findings are that angkringan for the people of Ponorogo is not only an affordable/economical place to eat but also a symbol of social

¹ Indah Puspitasari, ²Luhur Prasetyo

Email: indah.puspitasari.es10@gmail.com, luhur@iainponorogo.ac.id

JES, Vol(13) No: 1, 2024

interaction and togetherness, egalitarianism, and freedom. Profit is not solely prioritized by angkringan sellers. This is evidenced by sellers who let customers sit for hours in Angkringan, even though they only order a few menus. Sellers simply let it go. Low prices are not the only goal of buyers, because in the end, accumulatively eating at angkringan can also cost the same, even exceeding the cost of eating in other places that look more expensive. Nevertheless, customers will still go to Angkringan because of the symbols attached to it. Angkringan owners can capitalize on this to develop more effective marketing strategies and increase their competitiveness in the culinary market in Ponorogo.

Keywords: *Angkringan, Symbolic, Ponorogo, Economy*

1. PENDAHULUAN

Angkringan merupakan salah satu bisnis kuliner yang mengalami perkembangan yang cukup signifikan di Ponorogo. Pada tahun 1999, hanya ada sekitar 5 pedagang angkringan di Ponorogo. Namun, dari tahun ke tahun, jumlah pedagang ini terus bertambah, mencapai sekitar 29 pedagang di tahun 2012. Jumlah tersebut terus bertambah sampai sekarang dan menyebar di berbagai wilayah Ponorogo, tidak hanya di daerah perkotaan. Mayoritas dari mereka bukan berasal dari Ponorogo, tetapi dari berbagai kota di Provinsi Jawa Tengah, seperti Kabupaten Klaten, Surakarta, Sukoharjo, dan Yogyakarta (Slamet & Harsono, 2013). Selain sebagai tempat memenuhi kebutuhan, tempat membeli makanan dan minuman saat ini juga digunakan sebagai lokasi untuk berkumpul bersama, berinteraksi, berbagi pemikiran, dan memperluas hubungan (Putri & Budiadi, 2014). Dalam hal variasi menu, angkringan saat ini menawarkan menu yang sangat beragam, seperti sate-satean (sate sosis, sate nugget, dan sate bakso), nasi kucing yang merupakan paket kecil nasi dengan berbagai rasa sambal, dan bermacam-macam gorengan. Angkringan juga menawarkan berbagai minuman tradisional, seperti kopi joss (kopi dengan arang), wedang uwuh (teh jahe pedas), dan es ketan (beras ketan dicampur dengan susu kental manis). Angkringan tetap cukup murah dengan banyak makanan ringan dan minuman seharga hanya beberapa ribu rupiah (M. Yusuf, 2017). Angkringan tidak saja sebagai tempat membeli makanan, namun juga digunakan untuk nongkrong, begadang, dan ngobrol-ngobrol sambil menikmati malam (Cahyo, 2016). Selain itu fungsi ekonomi dari angkringan tentunya juga dapat ditemui, baik dari pihak penjual dan pelanggan.

Interaksionisme simbolik adalah teori tingkat mikro yang berfokus pada makna yang melekat pada interaksi manusia, baik verbal maupun nonverbal, dan simbol. Interaksi simbolik mendalami interaksi manusia sebagai sebuah kegiatan sosial yang dinamis. Dalam teori ini, manusia sebagai individu memiliki sifat aktif, reflektif dan kreatif, dan dinamis, sehingga seringkali tidak mudah untuk diprediksi (Wahyu Widyastuti et al., 2022). Interaksi simbolik sangat terkait dengan pemaknaan yang muncul dari benda, simbol atau lambang, baik benda hidup maupun mati, melalui proses interaksi dan komunikasi, baik yang bersifat verbal maupun perilaku non verbal. Teori ini bertujuan mencoba memaknai simbol atau lambang tersebut melalui kesepakatan bersama. Makna tersebut berlaku dalam wilayah atau kelompok komunitas masyarakat tertentu (Abdullah, 2020; So et al., 2024). Teori ini memahami realitas sebagai suatu interaksi yang dipenuhi dengan simbol-simbol. Kenyataan adalah interaksi interpersonal yang menggunakan simbol-simbol (Damsar, 2009). Argumen Mead, bahwa “diri” muncul dalam proses interaksi karena manusia baru menyadari dirinya sendiri dalam interaksi sosial. George Herbert Mead melakukan analisis tindakan dengan memfokuskan perhatiannya pada stimulus dan respon. Seseorang menanggapi unsur-unsur lingkungannya sesuai dengan makna subjektif yang dipahami pada unsur-unsur tersebut, seperti makna yang diciptakan dan dimodifikasi melalui interaksi sosial yang melibatkan komunikasi simbolik dengan orang lain (Nugroho, 2021).

Pendekatan sosiologi dapat digunakan untuk melihat perilaku ekonomi masyarakat yang bersifat dinamis. Salah satu perbedaan mendasar dengan teori ekonomi konvensional adalah bahwa fokus studi sosiologi berpusat pada peran relasi sosial dan kelembagaan sosial dalam tindakan ekonomi (Maurer et al., 2023). Dengan kata lain, pola-pola interaksi sosial dan struktur kelembagaan yang dibentuk oleh manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai keuntungan, menjadi pusat perhatian utama (Sumarti, 2007). Begitu juga dengan perspektif ekonomi yang timbul dari interaksi simbolik angkringan. Kajian ini menganalisis bagaimana makna simbolik angkringan berperan dalam mempengaruhi perspektif ekonomi penjual dan pelanggannya.

Para pembeli dan penjual, diasumsikan dalam teori mikroekonomi, akan menjalankan kegiatan ekonomi secara rasional dan bagi pembeli akan berusaha memaksimalkan kepuasan yang mungkin dinikmatinya, sedangkan bagi penjual akan berusaha memaksimalkan keuntungan yang akan diperolehnya (Elpisah, 2022). Dorongan seseorang dalam melakukan tindakan-tindakan ekonomi ini disebut dengan motif ekonomi. Produsen perlu mempertimbangkan biaya-biaya dan harga jual produk sehingga barang yang dihasilkan dapat diterima konsumen. Sedangkan konsumen juga perlu mempertimbangkan produk yang akan dibeli atau dikonsumsi untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal (Anggraini & Kuntari, 2022). Pengorbanan sekecil mungkin untuk memperoleh manfaat maksimal juga merupakan hal yang mendasari tindakan ekonomi (Suryahani et al., 2023).

Motif utama yang mendorong seseorang melakukan tindakan ekonomi selain untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam mencapai kemakmuran, antara lain adalah memperoleh keuntungan, penghargaan, kekuasaan ekonomi, dan sosial (Beloan, 2020; Ginting et al., 2020). Motif memperoleh keuntungan adalah hal yang wajar jika diterapkan pada pengusaha atau pebisnis. Motif memperoleh penghargaan, dengan memberi bantuan pada orang lain agar dipuji dan bergaya mewah agar dinilai sebagai orang terpuja. Motif kekuasaan ekonomi yang dimaksud adalah dorongan untuk memperluas usaha, misalkan dengan membuka cabang usaha di tempat lain. Pola ini hampir sama dengan motif memperoleh penghargaan. Motif sosial merupakan dorongan untuk melakukan kegiatan yang tidak mencari keuntungan secara ekonomi, tidak juga untuk kepentingan diri sendiri, tetapi untuk kepentingan orang banyak (Anggraini & Kuntari, 2022).

Kusumastuti et.al dalam kajiannya yang berjudul “Angkringan Sebagai Ruang Publik dan Sarana Interaksi Sosial di Kota Bogor” menemukan bahwa interaksi sosial yang terjadi di angkringan melibatkan kontak sosial dan komunikasi antar individu. Oleh karena itu, angkringan menjadi tempat umum yang mendukung interaksi sosial yang lebih positif bagi penduduk perkotaan di Kota Bogor (Kusumastuti & Kusuma, 2022). Yudisthira et.al. dalam prosiding internasional yang berjudul “Angkringan Development

as a Traditional Culinary Identity” menemukan bahwa angkringan telah bertransformasi dan berkembang seiring berjalannya waktu, untuk menyesuaikan zaman dan menjawab kebutuhan konsumen yang berkembang (Yudhistira & Hadi, 2018). Interaksi simbolik dikaitkan dengan kajian ekonomi dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Suthianto *et al.* yang berjudul “The Symbolic Interaction in Consumer Purchase Decision After Seeing Advertisement: A Case Study on The Instagram of Kin Dog Food”. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa peran interaksi simbolik dalam proses keputusan pembelian konsumen dapat dilihat pada konten, iklan dan tampilan @kin_dog_food Instagram. Konsumen merasa percaya diri untuk membeli produk Kin Dog Food, karena Instagram @kin_dog_food sangat terbuka kepada konsumen, baik dari segi konsultasi, komposisi produk yang digunakan, proses produksi, hingga mengakui ketika mereka melakukan kesalahan (Aprilia *et al.*, 2023).

Penelitian-penelitian tersebut belum menyoroti bagaimana makna simbolik dari angkringan juga dapat mempengaruhi perspektif ekonomi dari penjual dan pelanggan. Maka, penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi dasar yang kuat untuk menggali lebih lanjut makna simbolik angkringan di Ponorogo untuk mengetahui perspektif ekonomi penjual dan pelanggannya. Fenomena semakin meningkatnya jumlah angkringan di Ponorogo dari pengamatan peneliti sejak tahun 2016 sampai saat ini menjadi menarik ditinjau dari perspektif sosiologi ekonomi.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif (A. M. Yusuf, 2017) dengan menggunakan teori interaksi simbolik (Damsar, 2009). Peneliti menggali data tentang praktik angkringan di Ponorogo dengan melakukan observasi dan wawancara pada pemilik dan pelanggan angkringan di Ponorogo. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada tujuh informan yang merepresentasikan tipikal masyarakat Ponorogo, baik pelanggan maupun pengelola angkringan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari buku, artikel jurnal, dan informasi berita dari portal berita online tentang angkringan di Ponorogo.

Analisis data di lapangan pada penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu dengan melakukan data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan diakhiri dengan conclusion drawing/verification (membuat kesimpulan dan verifikasi) (Sugiyono, 2013). Hasil wawancara yang dianggap tidak relevan tidak dimasukkan ke dalam analisis (tahap reduksi). Setelah mendapatkan intisari hasil wawancara yang relevan dengan kebutuhan data untuk kajian ini, selanjutnya intisari tersebut disimpulkan dan diambil kata kunci-kata kunci yang muncul. Simpulan didapatkan dari hasil analisis dengan teori simbolik dan motif ekonomi. Untuk menemukan makna simbolik, data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teori interaksionisme simbolik.

3. PEMBAHASAN

3.1 Fenomena Angkringan di Ponorogo

Saat ini angkringan di Ponorogo mengalami peningkatan jumlah yang cukup tinggi. Data UKM di Kabupaten Ponorogo Tahun 2021 menyebutkan bahwa terdapat 38.387 Jumlah UKM di seluruh Kabupaten Ponorogo. Sementara UKM yang berada khusus di Kecamatan Ponorogo sebanyak 4.105 (Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Ponorogo). Hampir di setiap jalan kecamatan, dapat ditemukan angkringan. Bentuk angkringan juga mengalami perubahan. Dengan tetap mengusung konsep angkringan, yaitu menjual nasi kucing dan makanan kecil lainnya, kini angkringan juga ada yang memiliki kursi meja dan suasana yang lebih nyaman untuk pelanggan. Ada angkringan yang menyediakan tempat duduk dengan alas tikar di trotoar atau pinggir jalan, ada juga tipe angkringan yang di konsep seperti rumah makan yang lebih artistik dilengkapi dengan *live music*. Angkringan yang menyediakan *live music* ini, menjual minuman dengan kisaran harga antara Rp 5.000 – Rp 16.000 (Ariessgroup, 2023). Angkringan yang lebih sederhana, menggunakan tikar sebagai alas duduk dan berada di pinggir jalan ataupun di bangunan toko sederhana, memiliki harga jual makanan dan minuman bervariasi, dari Rp 1.000 – Rp.8.000. R6, pedagang angkringan, mengatakan:

“Kalau di tempat saya, yang paling murah snack harga Rp 1.000. Kalau sate-sate antara Rp 2.000 sampai Rp 3.000. Kalau nasi kucing tergantung lauknya apa, kisaran harganya ada yang Rp 3.000 sampai Rp 5.000. Kalau minuman paling mahal milkshake, Rp 8.000. Yang paling murah Rp 3.000, kopi.”

Menurut R3 dan R5, pelanggan yang saat ini berstatus sebagai mahasiswa, harga ini dinilai sangat terjangkau untuk kantong para pelanggan, terutama mahasiswa/pelajar. Bahkan ada anggapan bahwa dimanapun di kota-kota besar, jika ingin mencari tempat makan murah/ekonomis maka tempatnya adalah angkringan.

Sementara, berdasarkan data dari beberapa pedagang angkringan dan hasil observasi peneliti, kisaran umur pengunjung angkringan adalah 20-30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Pengunjung laki-laki memang lebih mendominasi. Pengunjung perempuan biasanya meninggalkan angkringan antara jam 9-10 malam sementara pengunjung laki-laki bisa sampai dini hari terutama pada angkringan yang buka 24 jam. Kebanyakan mereka dari kalangan mahasiswa/pelajar dan pekerja, tergantung lokasi angkringannya. Jika dekat dengan universitas, bisa dipastikan kebanyakan pengunjung adalah kalangan mahasiswa. Jika angkringan tersebut dekat dengan kantor, maka kebanyakan pengunjung adalah pekerja. Terkadang ada juga satu keluarga yang menghabiskan waktunya di angkringan yang memiliki tempat lebih nyaman dan luas, seperti di Jl. Soekarno Hatta, Ponorogo. Pelanggan rata-rata menghabiskan waktu di angkringan selama 1-4 jam. Bagi yang memiliki jam kantor atau sudah bekerja, rata-rata menghabiskan waktu di angkringan selama 1-2 jam. Namun, ada pula yang menghabiskan waktu di angkringan hampir selama angkringan tersebut beroperasi.

Masyarakat Ponorogo lebih familiar dengan simbol bahasa ‘minum kopi’ untuk merujuk angkringan sebagai tempat tujuan, bukan ‘ngangkring’ seperti halnya di tempat angkringan ini bermula. Jadi, ketika ada mengajak untuk minum kopi, yang muncul di benak masyarakat Ponorogo adalah angkringan sebagai tempatnya. R4, pelanggan, mengatakan:

“Yuk ngopi, berarti ke angkringan. Sebutan ngangkring ada di Yogya, di Ponorogo sebutannya: ‘yuk ngopi’. Di Jogja, ngangkring berarti ke angkringan. Di Ponorogo, ‘yuk ngopi’, berarti ke angkringan.”

Angkringan memberikan makna bagi masyarakat Ponorogo sebagai tempat yang ekonomis dan nyaman untuk minum kopi dan menikmati makanan lain yang disediakan, sambil bersantai, bebas merokok (angkringan outdoor), bersosialisasi, mengobrol dengan teman atau komunitasnya, dari tema yang ringan sampai berat; dan juga sebagai tempat melepas penat setelah seharian bekerja. Terkadang ada pelanggan yang datang ke angkringan juga karena ingin mengobrol dengan penjual.

Menurut R2, R3, R4, pelanggan angkringan, angkringan adalah tempat untuk kebersamaan, bahkan menunya pun bisa dinikmati secara bersama-sama, seperti sate/sundukan. Konsep outdoor yang diberikan memberikan sensasi nyaman, luas, ramai, dan bebas, walau hanya beralaskan tikar. Angkringan juga bisa digunakan untuk tempat menyelesaikan tugas bagi pelajar/mahasiswa. Angkringan yang dipilih adalah angkringan yang menyediakan meja kursi dan memberikan akses wifi.

3.2 Perspektif Ekonomi Penjual Angkringan

Tidak bisa dipungkiri penjual angkringan kadang mendapatkan pembeli yang bisa berjam-jam duduk di angkringan. Biasanya terjadi di jam kerja, dari pagi sampai malam. Terkadang pembeli ini pun hanya memesan beberapa menu bahkan hanya secangkir kopi. Jika dilihat dari perspektif ekonomi tentunya ini adalah hal yang merugikan, dimana antara waktu dan tempat yang digunakan tidak sebanding dengan makanan/minuman yang dibeli. Apalagi jika ada pengunjung baru yang ingin membeli, tidak dapat tempat karena masih ada pengunjung tersebut. Pengunjung baru menjadi terhalang oleh adanya pembeli tersebut. Namun, keuntungan bukan semata-mata yang diutamakan penjual angkringan. Penjual angkringan menyikapinya dengan ikhlas dan mengharap keberkahan dari hal tersebut R6, pedagang angkringan, mengatakan:

“Ya udah lah gak apa-apa. Ada pelanggan seperti itu maksimal 5 orang sebulan, tidak mempengaruhi keuntungan secara keseluruhan sih sebenarnya. Gak apa-apa, ambil berkahnya saja. Kadang sudah disindir juga tetap disitu, tanpa pesan lagi. Di angkringan hanya menikmati wifi gratisan. Lebih banyak

yang tau diri untuk beli lagi dan lagi ketika berlama-lama di angkringan. Tapi ya tetap saja ada yang tidak."

Usaha untuk mengingatkan pembeli yang terlalu lama di angkringan namun hanya memesan menu sedikit, juga dilakukan. Simbol yang dilakukan adalah para penjual angkringan akan membereskan wadah atau tempat makan/minum yang isinya sudah selesai diminum/dimakan. Biasanya pengunjung yang paham akan memesan lagi, namun ada pula yang tidak. Pembeli dengan tipikal seperti ini memang tidak terlalu banyak dan signifikan mempengaruhi keuntungan penjual, maksimal dalam sebulan hanya ada 5 pengunjung. Penjual angkringan ikhlas saja menghadapi hal tersebut, walau kadang merasa kesal dengan sikap pengunjung yang kurang bisa mengerti bahwa angkringan adalah juga tempat usaha. Unikny mereka tidak pernah berniat untuk mengusir pengunjung yang seperti ini, namun jika jam operasional angkringan akan berakhir, maka pemilik angkringan menyampaikan kepada pengunjung bahwa mereka akan segera tutup.

3.3 Perspektif Ekonomi Pelanggan Angkringan

Mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan pengorbanan yang seminimal mungkin adalah motif dari konsumen dalam teori ekonomi. Maka, harga murah dari suatu barang pada umumnya dicari oleh para konsumen. Harga makanan dan minuman di angkringan Ponorogo dinilai relatif sangat murah. Satu bungkus nasi kucing, menu khas di angkringan, lengkap dengan lauknya, hanya berharga sekitar Rp 3.000 – Rp 5.000, sate/bakaran berkisar Rp 2.000 – Rp 3.000/tusuk, minuman juga masih di kisaran harga Rp 4.000. Tentu ini menjadi salah satu faktor tambahan bagi pelanggan angkringan, bahwa simbol angkringan yang identik dengan harga murah, makin membuat pelanggan lebih memilih angkringan sebagai tempat bercengkrama dengan teman sekaligus menghilangkan rasa lapar dan dahaga.

Namun ditemukan fakta menarik, bahwa membeli makanan di angkringan tidak sepenuhnya ekonomis jika diakumulasikan. Ketika membeli satuan akan terlihat ekonomis. Jika ini dibeli dalam kelipatannya, jumlah harga yang harus dibayar juga akan seharga makanan di tempat yang satuan harga makanannya lebih mahal dari

angkringan. Ini berlaku pada pelanggan laki-laki yang tidak cukup hanya makan 1 bungkus nasi kucing saja. R4, pelanggan angkringan, mengatakan:

“Makanan di angkringan jika dihitung satuan memang murah, tapi kalau dibeli banyak, dan kadang harus begitu agar kenyang, maka harganya akan tetap sama dengan harga jual makanan di rumah makan yang lain, yang harga per porsi nya lebih mahal. Apalagi laki-laki, paling tidak pesan 2 nasi kucing. Tapi ya gak apa-apa, tetap pilih angkringan dengan teman-teman karena nyari sosialisasinya”

Walau demikian, pelanggan tetap memilih ke angkringan, jika ingin berkumpul bersama teman dan bersantai. Hal ini selaras dengan simbol yang muncul dalam interaksi antar pelanggan angkringan yakni tawa canda yang lepas dan suasana santai yang nyaman terlihat dalam interaksi pelanggan di angkringan. sebagaimana disebutkan oleh Informan R3,

“Angkringan itu tempat ngopi, nyantai dengan teman-teman.” (R3)

3.4 Makna Angkringan bagi Masyarakat Ponorogo

Angkringan merupakan fenomena kegiatan ekonomi yang marak di Ponorogo. Angkringan menjadi sebuah simbol yang memiliki makna sebagai bentuk interaksi sosial masyarakat pelakunya. Angkringan sebagai sebuah simbol interaksi sosial masyarakat Ponorogo memiliki makna: sebagai ruang berinteraksi dan menjalin kebersamaan, tempat egaliter tanpa sekat, dan kebebasan. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian tentang budaya ponorogo ataupun angkringan yang memperkuat makna tersebut (Dyah Kusumastuti & Surya Kusuma, 2022; Hilman et al., 2020).

Angkringan sebagai ruang berinteraksi dan menjalin kebersamaan

Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang tidak bisa hidup sendiri, melainkan membutuhkan kehadiran orang lain untuk menjalani kehidupan yang normal. Ketergantungan ini mengakibatkan adanya interaksi sosial, yaitu hubungan antara satu individu manusia dengan yang lain, baik secara personal maupun dalam kelompok.

Gambar 1. Suasana Angkringan di Salah Satu Sudut Jalan Ponorogo



Dengan kata lain interaksi sosial adalah hubungan antara manusia dengan manusia yang lain, baik secara individu maupun dengan kelompok (daSilva et al., 2021). Interaksi sosial akan memunculkan, salah satunya, kebersamaan. Manusia membutuhkan kebersamaan dalam menjalani kehidupan mereka. Interaksi merupakan aktivitas saling berhubungan antara individu dalam kehidupan bersama. Proses interaksi ini berkembang seiring dengan perkembangan jiwa dan fisik masing-masing manusia serta beradaptasi dengan konteksnya, mulai dari interaksi yang bersifat non-formal seperti pertemanan hingga interaksi formal seperti berpartisipasi dalam organisasi (Listriyawati & Supangat, 2022)

Gambar 2. Angkringan dengan Konsep Café, Digunakan sebagai Tempat Berdiskusi Mahasiswa



Angkringan adalah simbol interaksi sosial dan kebersamaan. Pelanggan ke angkringan tujuannya adalah selain untuk makan dan minum, utamanya adalah untuk berinteraksi, bersosialisasi bersama teman atau komunitasnya. Menu wajib yang ada di angkringan juga mencerminkan kebersamaan. Satu sate/sundukan bisa dinikmati beramai-ramai, tidak harus satu sundukan adalah milik satu orang. Salah satu informan menyebutkan,

“Angkringan tempat ngobrol dengan teman-teman. Kalau di angkringan sendiri ndak PD. Kalau ke café sendiri, PD.” (R1)

Sejalan dengan informan R1, Informan R2 juga menyatakan bahwa angkringan adalah tempat bercerita dengan teman teman, tempat “bareng-bareng”, kata “bareng-bareng” adalah simbol kebersamaan di kalangan pelanggan angkringan di Ponorogo. Makna ini kemudian dikuatkan dengan menikmati “sundukan” bersama.

*“Angkringan tempat ngumpul, santai. Angkringan tempat refreshing, tempat tukar pendapat dengan teman, tempat bercerita-cerita sama temen. Kalau mau makan ya bisa. Cocok makanannya untuk **bareng-bareng, sundukan cocok dinikmati bersama**. Kalau angkringan dengan basis wifi, bisa untuk nugas.” (R2)*

Ungkapan informan R4 berikut juga menjelaskan bahwa angkringan bukan tempat menyendiri, peneliti juga mengobservasi bahwa umumnya pelanggan angkringan datang bersama kawan kawannya. Sangat jarang ditemui pelanggan yang datang seorang diri.

*“Ke angkringan tidak bisa sendiri, harus dengan teman-teman, **bukan tempat untuk menyendiri**. Ke rumah makan atau café atau restoran ya dengan anak istri. Ngangkring itu tempat bersosialisasi. Jadi, angkringan untuk pertemanan, ngobrol di luar kesibukan, di luar rutinitas, tempat nyantai.” (R4)*

Angkringan sebagai simbol egaliter tanpa sekat

Egaliter berasal dari gagasan egalitarianisme yang mencerminkan prinsip kesetaraan atau kesamaan. Dalam KBBI, egaliter dimaknai bersifat sama atau sederajat (Maharsi & Muslih, 2023; Subahri et al., 2022). Ketiadaan sekat sosial di angkringan dimana pelanggan dengan komunitasnya bisa bertatap muka dengan bebas, tidak dibatasi susunan meja dan kursi, duduk di bawah dengan hanya beralaskan tikar mencerminkan kesetaraan. Jika pelanggan memilih duduk di area penjual, pelanggan juga bebas berinteraksi dengan penjual, ngobrol ringan tanpa ada pembedaan. Setiap individu juga dapat menikmati makanan dan minuman dengan harga terjangkau, sambil menikmati suasana nyaman. Sebagaimana informan R5,

*“Angkringan itu tempat melepas penat dan lelah, healing, bertemu dengan teman, ngobrol dan **curhat-curhat apa saja**.” (R5)*

Sebagai ruang publik, angkringan tidak hanya memberikan kesempatan untuk menikmati hidangan, tetapi juga menjadi tempat terjadinya interaksi sosial, memfasilitasi kontak dan komunikasi antar pelanggan tanpa ada sekat sosial yang berarti, egaliter, semua setara.

Gambar 3. Penjual dan Pembeli Angkringan



Sebagaimana yang dipaparkan oleh R6, dimana terkadang pembeli datang ke angkringan juga didorong oleh keinginan untuk mengobrol dengan penjualnya:

*“Ada yang datang sendiri, eee...taunya mau **ketemu dan ngobrol dengan saya.**”*

Angkringan sebagai simbol kebebasan

Angkringan merupakan salah satu ruang publik yang dapat diakses oleh masyarakat. Ruang publik menjadi wilayah kebebasan bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas, baik yang bersifat visual maupun fisik (Malik, 2018; Prasetyo, 2012). Demikian pula dengan angkringan, bagi masyarakat Ponorogo angkringan adalah ruang publik dan simbol kebebasan. Para pengunjung angkringan dapat menikmati hidangan tanpa khawatir diusir, dengan kebebasan duduk berlama-lama. Tempat yang lapang, di area terbuka, bebas untuk menghirup udara tanpa ada sekat ruangan, walau hanya duduk di bawah beralaskan tikar dan sejenisnya, adalah simbol yang muncul ketika angkringan disebutkan. Ditambah lagi bebas untuk

merokok, berinteraksi dengan teman atau hanya duduk berlama-lama tanpa ada batasan waktu adalah hal yang dapat dilakukan di angkringan.

Gambar 4. Suasana Tempat Duduk Angkringan di Dekat Jalan Raya



Simbol ini semakin mendukung simbol angkringan adalah sebagai tempat yang memberikan nuansa lapang dan lega karena pelanggan bebas melihat area sekitar yang biasanya adalah jalan raya. Kesan lapang inilah yang bagi pelanggan dapat memberikan relaksasi, melepas penat.

*“Saya lebih memilih yang tikar, lesehan di pinggir jalan, di trotoar, karena identik dengan angkringan, sensasinya lebih menyenangkan, karena ketika bersosialisasi yang dibutuhkan adalah suasana yang ramai, apalagi jika di pinggir jalan/trotoar akan lebih ramai lagi sensasinya, **rasanya lega, lapang, dan ini menyenangkan.**” (R4)*

Informan R5 lebih spesifik memaknai kebebasan dengan bisa merokok dan tidak dibatasi. Pendapat ini beralasan mengingat konteks hari ini dimana banyak kebijakan pelarangan merokok di ruang publik.

*“...**bisa merokok**, bebas tidak dibatasi.” (R5)*

Selain itu, suasana penuh kebebasan juga dirasakan oleh informan R2 karena suasana “di luar ruangan”. Lapak angkringan yang umumnya beralaskan tikar dan beratapkan langit menghasilkan suasana yang memberikan “**sensasi**” kebebasan tersendiri bagi pelanggan.

*“Angkringan kan basisnya **outdoor**, yang dicari kan **sensasinya**, anak muda-muda itu untuk menikmati outdoornya.” (R2)*

4. KESIMPULAN

Angkringan bagi masyarakat Ponorogo bukan hanya sebagai tempat makan dengan harga terjangkau/ekonomis, tetapi juga sebagai simbol interaksi sosial dan kebersamaan, egaliter, dan kebebasan. Angkringan adalah tempat untuk bertemu dengan teman dan komunitas sambil berinteraksi, berkomunikasi, bertukar cerita. Ketiadaan sekat sosial di angkringan dimana pelanggan dengan komunitasnya bisa bertatap muka dengan bebas, tidak dibatasi susunan meja dan kursi, duduk di bawah dengan hanya beralaskan tikar mencerminkan kesetaraan, egaliter. Angkringan juga tempat yang bebas untuk merokok, duduk berlama-lama tanpa ada batasan waktu adalah cerminan dari makna kebebasan yang muncul ketika angkringan disebutkan.

Bagi penjual, keuntungan bukan semata-mata yang diutamakan. Dibuktikan dengan membiarkan para pelanggan yang berjam-jam duduk di angkringan walau hanya memesan beberapa menu saja. Harga yang murah bukan semata-mata tujuan para pembeli. Walau pada akhirnya secara akumulatif makan di angkringan juga berbiaya sama bahkan melebihi warung makan lainnya yang lebih mahal, pelanggan akan tetap ke angkringan, karena simbol yang melekat padanya. Ini menunjukkan betapa kuatnya daya tarik simbolik angkringan dalam menarik pengunjung. Pemilik angkringan dapat memanfaatkan pemahaman ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing mereka di pasar kuliner di Ponorogo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. N. A. (2020). Interaksionisme Simbolik Perempuan Muslim dalam 'Aksi Gejayan Memanggil.' *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(2), 151–167. <https://doi.org/10.29300/SYR.V19I2.2466>
- Anggraini, N., & Kuntari, W. (2022). *Pengantar Ekonomi Mikro (Teori dan Praktis)* (V. Rostwentivaivi (ed.); 1st ed.). Widina Media Utama.
- Aprilia, I., Suthianto, Y., & Pribadi, M. A. (2023). The Symbolic Interaction in Consumer Purchase Decision After Seeing Advertisement: A Case Study on The Instagram of Kin Dog Food. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 221–229. <https://doi.org/10.24912/IJASSH.V1I1.25807>
- Ariessgroup. (2023). *Omboburi Space*. Instagram.
- Beloan, B. (2020). Mengungkap Motif di Balik Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pada PT XYZ di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 2(1), 47–55. <https://doi.org/10.35593/apaji.v2i1.10>
- Cahyo, A. N. (2016). *Laris Manis Bisnis Gerobak* (K. Pangumbaran (ed.); 1st ed.). FlashBooks.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (1st ed.). Kencana-Prenada Media Group.
- daSilva, A. W., Huckins, J. F., Wang, W., Wang, R., Campbell, A. T., & Meyer, M. L. (2021). Daily perceived stress predicts less next day social interaction: Evidence from a naturalistic mobile sensing study. *Emotion*, 21(8), 1760–1770. <https://doi.org/10.1037/emo0000994>
- Dyah Kusumastuti, R., & Surya Kusuma, A. (2022). Angkringan Sebagai Ruang Publik dan Sarana Interaksi Sosial di Kota Bogor. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 91–105.
- Elpisah. (2022). *Pengantar Ekonomi Mikro* (Suarlin (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada.
- Ginting, M. A., Badaruddin, B., & Lubis, Z. (2020). Motif Ekonomi Etnis Karo di Kawasan Sekitar Universitas Sumatera Utara. *Perspektif*, 9(2), 130–148. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3543>
- Hilman, Y. A., Dwijayanti, E. W., & Khoirrurosyidin, K. (2020). Identitas Lokal Masyarakat Etnik Panaragan. *Jurnal Sosial Politik*, 6(1), 98. <https://doi.org/10.22219/sospol.v6i1.8948>
- Kusumastuti, R. D., & Kusuma, A. S. (2022). Angkringan Sebagai Ruang Publik dan Sarana Interaksi Sosial di Kota Bogor. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 91–105. <https://doi.org/10.32509/PUSTAKOM.V5I1.1850>
- Listriyawati, N. A., & Supangat. (2022). Pentingnya Interaksi Sosial serta Keseimbangan Antara Hak dan Kewajiban terhadap Kinerja Awak Kapal di Dermaga Internasional

- Terminal Petikemas Surabaya. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 23(1), 53–64. <https://doi.org/10.33556/JSTM.V23I1.323>
- Maharsi, L. P., & Muslih, M. K. (2023). Nilai Egaliter pada Novel Syeikh Siti Jenar Karya Agus Sunyoto. *Risalah; Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 9(1), 1–14. https://doi.org/https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v9i1.394
- Malik, A. (2018). Ruang Publik sebagai Representasi Kebijakan dan Medium Komunikasi Publik. *Sawala: Jurnal Administrasi Negara*, 6(2), 82–88. <https://doi.org/10.30656/SAWALA.V6I2.914>
- Maurer, A., Nessel, S., & Veira-Ramos, A. (2023). Introduction. In *Economic Sociology in Europe* (pp. 1–19). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003353560-1>
- Nazir, M. (1999). *Metode Penelitian* (Keempat). Ghalia Indonesia.
- Nugroho, A. C. (2021). Teori Utama Sosiologi Komunikasi (Fungsionalisme Struktural, Teori Konflik, Interaksi Simbolik). *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(2).
- Prasetyo, A. G. (2012). Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jürgen Habermas Tentang Ruang Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(2), 169–185.
- Putri, M. S. K., & Budiadi, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2). <https://doi.org/10.26740/JPTN.V2N2.P>
- Slamet, S., & Harsono, J. (2013). Pola Mobilitas Pedagang Angkringan di Kota Ponorogo (Mobility Pattern of The angkringan Vendors in Ponorogo City). *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.26486/JPSB.V1I2.309>
- So, J. T. H., Byrne, R., Nambiar, S., Gallegos, D., & Baxter, K. A. (2024). “You just have to spread it thin”: Perceptions and feeding experiences of Australian fathers of young children living with disadvantage. *Appetite*, 194, 107197. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107197>
- Subahri, B., Arif, A., & Nuha, U. (2022). Budaya Pandalungan Sebagai Media Pendidikan Egaliter. *Bidayatuna Jurnal Pendidikan Guru Mandrasah Ibtidaiyah*, 5(2), 204–218. <https://doi.org/10.54471/BIDAYATUNA.V5I2.1979>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarti, T. (2007). Sosiologi Kepentingan (Interest) dalam Tindakan Ekonomi. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1(2). <https://doi.org/10.22500/SODALITY.V1I2.5925>
- Suryahani, I., Putri, O. H., Hastuti, D., & Et.al. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi dan Manajemen (Memahami Dasar-Dasar Keberhasilan Bisnis)* (Efitra (ed.); 1st ed.). Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wahyu Widyastuti, N., Mujahida, H., Ali, A., Sultan Ageng Tirtayasa Jl Raya Palka Km, U., &

- Serang Provinsi Banten, K. (2022). Pemaknaan Aksi Super Damai 212 dan Gerakan Kebangkitan Ekonomi Umat Islam di Indonesia. *KOMUNIKA*, 5(1), 91–106. <https://doi.org/10.24042/KOMUNIKA.V5I1.12700>
- Yudhistira, B., & Hadi, O. (2018). Angkringan Development as a Traditional Culinary Identity. *International Conference on Small and Medium Enterprise Empowerment*, 38–43.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Cet. Ke-4). Kencana.
- Yusuf, M. (2017). Measuring Tourist's Motivations for Consuming Local Angkringan Street Food in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(2), 65–72. <https://doi.org/10.21776/UB.JITODE.2017.005.02.01>