

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Angkringan adalah suatu tempat makanan yang berupa gerobak maupun berupa cafe modern yang bernuansa klasik dengan berbagai macam makanan dan minuman murah suasana angkringan yang hangat menjadikan para pengunjung merasakan ingin kembali datang ke angkringan. Interaksi yang terjadi pada angkringan begitu berbeda dengan tempat makan lain. Di dalam angkringan pembeli merasakan sensasi yang berbeda walaupun dengan fasilitas yang sederhana para pembeli akan merasakan ketika berada dalam angkringan semua orang akan melebur menjadi satu sehingga melupakan kesibukan dan kepengatan yang mereka lalui selama bekerja. Dalam membangun angkringan pasti memiliki persaingan bisnis yang semakin ketat ditandai dengan banyaknya pebisnis yang terjun di dunia kuliner.

Persaingan tersebut disebabkan karena saat ini kuliner menjadi bisnis yang sangat menjanjikan. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan yang meningkat pula terutama akan kebutuhan pangan. Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja menghabiskan waktu di luar rumah. Hal ini menyebabkan kebanyakan orang ingin mencari suatu tempat makan yang memberikan suasana yang hangat dan interaksi sangat akrab terhadap pengunjung lainnya.

Ponorogo sendiri menjadi daerah menjamurnya angkringan pada saat ini. Hampir disemua sudut kota Ponorogo terdapat angkringan yang mengangkat konsep dengan keunggulannya masing-masing. Perkembangannya cukup menjanjikan, terbukti dari beberapa angkringan yang selalu ramai dikunjungi. Didukung juga oleh banyaknya mahasiswa-mahasiswa dari luar kota yang dalam hal ini pasar utama angkringan di Ponorogo. Namun tidak semua angkringan di Ponorogo dapat memberi kepuasan pada konsumennya. Beberapa diantaranya hanya ramai diawal *launching* saja dan tren penjualannya cenderung turun, karena angkringan harusnya mempunyai ciri khas masing-masing dan mempunyai perbedaan. Banyak angkringan didirikan hanya untuk ikut-ikutan saja dan tidak memiliki keunikan jadi membuat pelanggan merasa bosan dan mencari yang lebih unik daripada lainnya. Itu membuat peneliti tertarik melakukan penelitian disalah satu angkringan di Ponorogo dan ingin mencoba mencari tahu penyebab permasalahan tersebut.

Angkringan Cak Jo Klithik merupakan salah satu angkringan yang terkenal di Ponorogo yang berlokasi di Jl. Sentot Prawiro Dirjo No. 80 Kauman Ponorogo. Tempatnya berdekatan dengan kampus, jalan raya, masjid dan alun-alun Ponorogo. Hal ini yang membuat para pelanggan mudah mencarinya dengan menggunakan google maps saja bisa dicari, dari Alun-Alun Ponorogo hanya 500 meter jaraknya kurang lebih. Konsep yang dipakai untuk angkringan ini yaitu konsep dengan nuansa jawa klasik. Mulai dari desain bangunan, perabotan, peralatan, dekorasi sampai pakaian karyawanpun juga bernuansa jawa, dan banyak gambar-gambar yang dipajang ditembok-tembok yang semakin memperkuat dekorasinya. Yang menjadi daya tarik tempat ini yaitu nama

angkringan yang dikenal dengan tempat bersantai berupa tenda yang didirikan dipinggir jalan, namun di Angkringan Cak Jo Klithik ini mendesain tempatnya sudah seperti kafe modern tapi bernuansa klasik dengan lantai duanya yang bernuansa semi outdoor sehingga bisa melihat pemandangan persawahan, gedung-gedung dan lainnya agar konsumen merasa lebih nyaman dan menu yang di sajikan masih seperti menu makanan dan minuman di angkringan tenda namun disini lebih bervariasi dan harganya juga terjangkau. Hal itu dilakukan Angkringan Cak Jo Klithik salah satunya untuk memberi kepuasan kepada konsumennya. Angkringan ini bisa jadi rekomendasi untuk didatangi oleh pengunjung.

Hubungan baik akan tercipta bila bisnis mampu memberikan apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan disukai konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian. Dalam menjalani persaingan bisnis industri kuliner yang ketat. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya. Maka, tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja dengan harapan. Kepuasan penting bagi keberlangsungan bisnis angkringan karena apabila harapan konsumen terlampaui, mereka cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Jika Kepuasan konsumen bisa melampaui harapan maka akan membuat kualitas pelayanan di Angkringan tersebut dinyatakan sebagai kualitas yang ideal. (Keller& Kotler, 2016).

Etnosentrisme adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen . *Etnosentrisme* adalah pandangan terhadap sesuatu dimana kelompok

sendiri sebagai pusat dari segala sesuatu dan dipandang dengan rujukan kelompoknya, setiap kelompok memupuk kebanggaan dan kesombongannya sendiri, membanggakan dirinya superior, mengagungkan tuhan mereka sendiri dan melihat dengan memandang rendah kelompok luar yang lainnya (Shimp&Sharma, 2019). Unsur kebudayaan seringkali di unggulkan oleh seseorang atau kelompok dengan mementingkan sikap *etnosentrisme* seperti unsur bahasa, agama, kebiasaan, sikap dan perilaku. Dengan adanya unsur tersebut menjadikan prinsip yang unggul yang merujuk kebanggaan pada seorang individu maupun kelompok secara berlebihan.

Keberhasilan dalam usaha angkringan tidak hanya terlihat dari ramainya konsumen yang datang, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam berbisnis dibidang ini salah satunya yaitu dari penawaran *etnosentrisme* yang diberikan seperti konsep kedaerahan yang kuat akan menunjang kenyamanan konsumen yang berdampak pada peningkatan kepuasan. Dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dari pesaingnya tentunya juga akan memudahkan konsumen dalam membedakannya. Sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Febrianti et. al (2021) yang berjudul "*Etnocentrism and Brand Image of Purchase Decisions with Customer Satisfaction as Intervening (Cimahi City Sibori Batik Case Study)*" yang menyatakan bahwa *etnosentrisme* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain faktor *Etnosentrisme*, yang dapat mempengaruhi kepuasan adalah *Word Of Mouth* (WOM).

Word Of Mouth (WOM) yaitu komunikasi personal mengenai sebuah produk antara konsumen sasaran dengan kerabat, rekannya, anggota keluarganya, serta

masyarakat disekitarnya (Amstrong&Kotler, 2014). *Review* yang baik dari konsumen tentunya dapat menciptakan pelanggan potensial. *Review* yang baik seperti kepuasan pelanggan ataupun kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga dapat memberikan komunikasi persuasif dan meyakinkan pelanggan potensial untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Semakin positif *word of mouth* (WOM) mengenai angkringan yang diterima seseorang, dengan ini seseorang akan semakin yakin dan akan berdampak pada tindakan kepuasan konsumen. Faktor yang tak kalah penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Lingkungan Sosial.

Lingkungan sosial adalah sebuah aspek untuk berinteraksi manusia secara kelompok yang berpengaruh terhadap kelangsungan serta pertumbuhan dalam sebuah perusahaan (Ancok, 2017). Dari lingkungan sosial konsumen dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang akan diterimanya dan hal ini sangat menentukan apakah seseorang akan puas atau tidak puas terhadap jasa layanan angkringan yang akan diterimanya. Hal ini didukung oleh penelitian Isnawati (2018) yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Sosial, Nilai Yang Di Rasakan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Kembali Pada Abud’s Kebab Koto Nan IV Payakumbuh” yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Yang berarti lingkungan sosial yang meliputi anggota keluarga, teman maupun masyarakat atau tetangga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena mereka juga memberikan penilaian apa yang mereka lihat maupun apa yang mereka rasakan sehingga akan membuat orang lain akan mengikuti atau termotivasi untuk mengunjungi tempat tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik akan mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Etnosentrisme*, *Word Of Mouth* (WOM), Dan Lingkungan Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo”**.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Etnosentrisme* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
2. Apakah *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
3. Apakah Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?
4. Apakah *Etnosentrisme*, *Word Of Mouth* (WOM), dan Lingkungan Sosial berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, tujuan yang diinginkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Etnosentrisme* terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo

- c. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Sosial terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Etnosentrisme*, *Word of Mouth (WOM)*, dan Lingkungan Sosial secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Angkringan Cak Jo Klithik Ponorogo

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dapat berguna bagi semua pihak, terutama pihak berikut :

- a. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini harapannya dapat menambah bekal wawasan secara teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah dengan realita yang ada.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan pemasaran perusahaan dan daya tarik konsumen.

- c. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil dari peneliti ini dapat digunakan untuk menambah bahan bacaan perpustakaan dan sebagai informasi penelitian dengan pembahasan yang sama.

- d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya pada bidang Kewirausahaan.