

PENGARUH KEHADIRAN *UMKM NASI PADANG* TERHADAP POLA PENGELUARAN DAN PREFERENSI KONSUMSI MAHASISWA: STUDI *UMKM RUMAH MAKAN* DI LINGKUNGAN KAMPUS

Najwa Salsa Aqila¹, Ningrum Anggraini², Nur Laili Hasanah³, Zainarti⁴

njwaslsaqila@gmail.com¹, anggraininingrum1@gmail.com², nurlailyhasana@gmail.com³,
zainartimm60@gmail.com⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

ABSTRACT

One of the industries most strongly linked to student consumption, particularly on campuses, is culinary MSMEs. They offer reasonably priced, easily accessible meals with well-known flavors. The purpose of this study is to examine how the existence of Nasi Padang MSMEs affects Sutomo State Islamic University (UIN) students' purchasing habits and consumption choices. Active students were given a Google Form questionnaire to complete as part of the quantitative research process. Price, taste, and frequency of consumption were examined as markers of the existence of Nasi Padang MSMEs and their impact on students' consumption choices and spending habits. Descriptive statistics and basic regression tests were used to evaluate the data in order to investigate the relationship between the variables. The findings demonstrated that whereas consumption frequency was directly linked to higher weekly food spending allocation, price and taste characteristics significantly influenced students' strong preference for eating Nasi Padang. These results suggest that the existence of Nasi Padang MSMEs significantly influences the preferences and expenditure structure of student consumption habits. It is anticipated that this study would support the growth of culinary MSMEs on campus and act as a resource for future investigations.

Keyword: *MSMEs, Padang Rice, Student Expenditure, Consumption Preferences*

ABSTRAK

Salah satu industri yang paling erat kaitannya dengan konsumsi mahasiswa, terutama di kampus, adalah *UMKM kuliner*. Mereka menawarkan makanan dengan harga terjangkau, mudah diakses, dan cita rasa yang sudah dikenal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana keberadaan *UMKM Nasi Padang* memengaruhi kebiasaan pembelian dan pilihan konsumsi mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sutomo. Mahasiswa aktif diberikan kuesioner Google Form untuk diisi sebagai bagian dari proses penelitian kuantitatif. Harga, rasa, dan frekuensi konsumsi diteliti sebagai penanda keberadaan *UMKM Nasi Padang* dan dampaknya terhadap pilihan konsumsi dan kebiasaan belanja mahasiswa. Statistik deskriptif dan uji regresi dasar digunakan untuk mengevaluasi data guna menyelidiki hubungan antar variabel. Temuan menunjukkan bahwa meskipun frekuensi konsumsi berhubungan langsung dengan alokasi belanja makanan mingguan yang lebih tinggi, karakteristik

Article History

Received: December 2025
Reviewed: December 2025
Published: December 2025

Plagiarism checker no 1477
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

harga dan rasa secara signifikan memengaruhi preferensi mahasiswa yang kuat untuk makan Nasi Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM Nasi Padang secara signifikan memengaruhi preferensi dan struktur pengeluaran kebiasaan konsumsi mahasiswa. Diharapkan penelitian ini dapat mendukung pertumbuhan UMKM kuliner di kampus dan menjadi sumber daya untuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci: UMKM, Nasi Padang, Pengeluaran Mahasiswa, Preferensi Konsumsi.

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan kelompok yang sedang dalam masa transisi menuju kemandirian, di mana mereka mulai mengelola keuangan, kebutuhan sehari-hari, dan pola konsumsi secara mandiri. Salah satu faktor penting yang memengaruhi kehidupan sehari-hari mahasiswa di kampus adalah memenuhi kebutuhan pangan mereka. Alternatif makanan di kampus memiliki dampak besar terhadap cara mahasiswa mengelola keuangan dan mengembangkan kebiasaan makan mereka. Keberadaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang menawarkan makanan dengan harga terjangkau, akses mudah, dan rasa yang sesuai dengan selera merupakan faktor signifikan yang memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa.

Salah satu industri yang berkaitan langsung dengan kehidupan mahasiswa adalah sektor UMKM kuliner. Usaha ini merupakan pilihan utama bagi mahasiswa dengan keterbatasan waktu, kemampuan memasak, dan sumber daya finansial karena biasanya menyediakan makanan cepat saji, masakan rumahan, dan harga terjangkau. UMKM kuliner telah terbukti sangat memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa di berbagai lingkungan kampus, termasuk keragaman makanan, efisiensi waktu, dan harga. UMKM Nasi Padang adalah UMKM kuliner populer yang terkenal dengan cita rasanya yang unik, beragam pilihan lauk, dan ukuran porsi yang dapat disesuaikan. Dalam kuliner Indonesia, nasi padang telah meraih popularitas, terutama di kalangan mahasiswa. Masakan Padang sangat diminati oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa, karena karakteristik utamanya, yang meliputi rasa gurih, rempah-rempah yang kaya, dan kemampuan penjual untuk menyesuaikan porsi sesuai selera pelanggan. Selain itu, cara penyajian nasi Padang yang cepat dan mudah menjadikannya pilihan yang bermanfaat bagi mahasiswa yang memiliki jadwal padat dan menginginkan makanan yang mudah didapatkan.

Keberadaan UMKM Nasi Padang berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa dalam konteks kehidupan kampus di UIN Sutomo. Mahasiswa biasanya memilih makanan yang memenuhi kebutuhan gizi, harga terjangkau, dan cita rasa yang familiar. Oleh karena itu, UMKM Nasi Padang merupakan alternatif yang memenuhi kebutuhan tersebut. Mengingat sebagian besar uang saku mahasiswa dihabiskan untuk makanan, keberadaan UMKM ini tidak hanya memengaruhi pilihan konsumsi tetapi juga kebiasaan belanja. Pengeluaran mingguan atau bulanan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk harga makanan, pilihan lauk, frekuensi konsumsi, dan kebiasaan makan di luar.

Harga, kualitas produk, rasa, dan aksesibilitas merupakan faktor-faktor signifikan yang memengaruhi keputusan pembelian di industri kuliner, menurut studi sebelumnya. Namun, saat ini belum ada penelitian tentang bagaimana keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis beras khas Padang memengaruhi pilihan konsumsi dan pola

belanja mahasiswa, terutama di kampus-kampus Islam seperti UIN Sutomo. Memahami faktor-faktor ini penting untuk memahami bagaimana UMKM kuliner dapat meningkatkan perekonomian lokal dan kesejahteraan mahasiswa.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis beras Padang memengaruhi pilihan konsumsi dan kebiasaan belanja mahasiswa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ringkasan empiris mengenai variabel-variabel yang memiliki dampak terbesar terhadap pilihan mahasiswa untuk mengonsumsi beras Padang secara teratur. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa mereka, serta oleh institusi akademik atau peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang konsumsi mahasiswa dan pertumbuhan UMKM di perguruan tinggi.

TINJAUAN TEORITIS

Umkm

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah), merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia karena mereka mempekerjakan orang dan memenuhi kebutuhan masyarakat luas. UMKM berkontribusi signifikan terhadap kegiatan ekonomi sehari-hari, terutama di wilayah perkotaan dengan populasi pelajar yang tinggi, menurut Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM, 2022). Tambunan (2019) menyatakan bahwa "UMKM merupakan tulang punggung perekonomian lokal karena dekat dengan konsumen, fleksibel dalam produksi, dan menawarkan harga yang kompetitif."

Nasi Padang

Nasi Padang adalah masakan klasik Minangkabau yang terdiri dari nasi dan beragam lauk kaya rempah. Menu yang beragam menjadikannya pilihan sehari-hari bagi berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Menurut Hakim (2017), "Penyebaran masakan Padang yang luas dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat di berbagai daerah telah menjadikannya bagian dari tradisi kuliner Indonesia."

Pengeluaran Mahasiswa

Pengeluaran mahasiswa adalah jumlah uang yang dihabiskan mahasiswa setiap hari atau setiap bulan untuk menutupi biaya hidup mereka. "Kebiasaan konsumsi mahasiswa berbeda-beda. Mereka biasanya mendasarkan pilihan makanan mereka pada hal-hal seperti harga, rasa, aksesibilitas, dan kedekatan" (Rahmawati, 2020). Karena keterbatasan sumber daya keuangan, mahasiswa seringkali mencari makanan yang harganya terjangkau, mengenyangkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Hal ini mendukung klaim Engel, Blackwell, dan Miniard (2018) bahwa "Kebutuhan, keyakinan, dan keterbatasan finansial konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian mereka."

Preferensi Konsumsi

Preferensi Konsumsi adalah kecenderungan konsumen untuk memilih barang berdasarkan selera, pengalaman, dan pertimbangan. "Dinamika ekonomi lokal dapat ditunjukkan oleh pergeseran pilihan konsumsi mahasiswa yang disebabkan oleh keberadaan UMKM tertentu. Siklus ekonomi mikro di sekitar kampus sangat dipengaruhi oleh pengeluaran mahasiswa (Hidayat, 2021)." Oleh karena itu, penting untuk menyelidiki

bagaimana keberadaan UMKM Nasi Padang dapat memengaruhi preferensi konsumsi dan kebiasaan belanja mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui dampak UMKM Nasi Padang terhadap kebiasaan belanja dan pilihan konsumsi mahasiswa UIN Sutomo, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei. Mahasiswa yang pernah membeli makanan dari UMKM Nasi Padang di sekitar kampus diberikan kuesioner Google Form yang digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif.

Teknik Pengumpulan Data

Tiga bagian kuesioner skala Likert 1-5 digunakan untuk mengumpulkan data:

- (1) informasi demografis;
- (2) indikator harga, rasa, dan frekuensi; dan
- (3) indikator pola belanja dan preferensi konsumen.

Alat Penelitian

Tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang mencerminkan variabel penelitian diukur menggunakan skala Likert 1-5. Kebiasaan membeli dan preferensi konsumsi mahasiswa merupakan faktor dependen, sedangkan harga, rasa, dan frekuensi konsumsi merupakan variabel independen.

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan rasa terhadap pola belanja dan preferensi konsumsi mahasiswa, maka data dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden dan menggunakan regresi sederhana/berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data dari survei terhadap 22 responden mahasiswa disajikan di bagian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebiasaan belanja dan pilihan konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh keberadaan UKM beras Padang. Persentase mahasiswa yang pernah mengonsumsi beras Padang, rata-rata pengeluaran, evaluasi responden terhadap harga, rasa, dan keputusan pembelian berdasarkan skala Likert. Semuanya dicantumkan dalam data. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang kebiasaan menjawab responden, data disajikan dalam bentuk tabel beserta analisis deskriptif.

Presentase Mahasiswa yang Makan Nasi Padang

Dari total 22 responden, yang pernah membeli Nasi Padang adalah:

- 18 mahasiswa → 81,8%
- Yang tidak pernah → 4 mahasiswa → 18,2%

Kesimpulan:

Mayoritas mahasiswa (lebih dari 80%) mengonsumsi Nasi Padang.

Rata-rata Pengeluaran Mahasiswa

Menurut penelitian, kebanyakan responden memilih antara Rp10.000 dan Rp15.000. Hanya sedikit orang yang membeli nasi padang seharga Rp20.000, Rp35.000, atau kurang dari Rp10.000. Mahasiswa biasanya menghabiskan antara Rp10.000 dan Rp15.000 untuk nasi Padang per porsi.

Kesimpulan:

Anggaran untuk Mahasiswa sangat cocok untuk kategori ini.

Table Hasil Skala Likert Indikator Harga

Indikator Harga	Jumlah Responden	Persentase
Harga terjangkau	17 dari 22	77%
Harga sesuai porsi	15 dari 22	68%
Harga sebanding kualitas	15 dari 22	68%
Harga memengaruhi keputusan beli	14 dari 22	64%
Harga tidak membebani pengeluaran	13 dari 22	59%

Rata-rata dukungan indikator harga = 67% (kategori: KUAT)

Table Hasil Skala Likert Indikator Rasa

Indikator Rasa	Jumlah Responden	Persentase
Rasa Enak	18/22	81%
Rasa konsisten	17/22	77%
Porsi mengenyangkan	15/22	68%
Memilih karena cita rasa	16/22	73%

Rata-rata dukungan indikator rasa = 74.75% (kategori: SANGAT KUAT).

Kesimpulan: Rasa lebih dominan dibanding harga dalam memengaruhi pilihan mahasiswa.

Table Keputusan Pembelian / Pola Konsumsi (Y)

Indikator Y	Jumlah Responden	Persentase
Kehadiran Nasi Padang memengaruhi pilihan makanan	14/22	64%
Membeli secara rutin	11/22	50%
Memilih Nasi Padang dibanding tempat lain	13/22	59%

Kesimpulan: Pengaruhnya ada, tapi kategori sedang (50-64%). Artinya mahasiswa terpengaruh, tapi tidak semuanya membeli rutin.

Temuan studi menunjukkan bahwa preferensi konsumsi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh keberadaan UMKM Nasi Padang. Persentase mahasiswa yang telah membeli Nasi Padang sebesar 81,8% menunjukkan hal ini. Dengan mayoritas responden menghabiskan rata-rata Rp10.000-Rp15.000 setiap kali makan, harga UMKM Nasi Padang menjadi faktor krusial dalam keputusan pembelian mahasiswa. Rata-rata 67% responden memberikan nilai tinggi (4-5) untuk keterjangkauan, ukuran porsi, dan rasio harga-kualitas, yang menunjukkan tren positif dalam penilaian indikator harga. Hasil ini membuktikan bahwa, sebagai kelompok konsumen dengan sumber daya keuangan terbatas, mahasiswa sangat menghargai harga yang terjangkau.

Rasa merupakan faktor yang lebih penting dalam memengaruhi pilihan mahasiswa dibandingkan harga. Faktor kualitas rasa, seperti rasa yang lezat, konsistensi masakan, jumlah yang memuaskan, dan kesukaan terhadap cita rasa unik masakan Padang, dinilai tinggi oleh rata-rata 74,75% responden. Meskipun harga merupakan salah satu komponen, rasa merupakan elemen utama yang memengaruhi minat dan komitmen Mahasiswa terhadap UMKM Nasi Padang, terbukti dari proporsi rasa yang lebih tinggi dibandingkan harga.

Pola makan siswa juga terdampak, meskipun sedikit, oleh keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis Nasi Padang. Meskipun tidak semua Mahasiswa rutin membeli produk, antara 50 dan 64 persen siswa mengatakan bahwa keberadaan UMKM ini memengaruhi pilihan makanan sehari-hari mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Mahasiswa masih mempertimbangkan pilihan makanan lain, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis Nasi Padang tetap menjadi pilihan populer karena kombinasi rasa dan harganya.

Dengan mempertimbangkan semua hal, hasil ini memiliki dampak yang signifikan bagi UMKM. mempertahankan cita rasa sangat penting untuk menarik pelanggan. Menjaga keterjangkauan bagi mahasiswa juga bergantung pada stabilitas harga. Dengan memperluas pilihan menu untuk mempromosikan bisnis berulang, UMKM dapat meningkatkan daya tarik mereka. UMKM Nasi Padang memiliki potensi untuk tumbuh popularitasnya sebagai pilihan konsumsi di kampus dengan menjaga kualitas dan menerapkan pendekatan harga yang tepat.

Uji Korelasi Statistik

Pada data ini, diolah dua variabel independen:

- X1 = Harga
- X2 = Rasa

Dan variabel dependen:

- Y = Keputusan Pembelian / Pola Konsumsi

Harga (X1) → 67% Keputusan Pembelian (Y)

Rasa (X2) → 74,74% Keputusan Pembelian (Y)

$$r = \frac{\sum(X-\bar{X})(Y-\bar{Y})}{\sqrt{[\sum(X-\bar{X})^2 \times \sum(Y-\bar{Y})^2]}}$$

$$r \approx (0.7475 \times 0.58) / \sqrt{(0.7475^2 + 0.58^2)}$$

$$r \approx 0.71 \text{ (Korelasi kuat dan positif)}$$

Jadi, rasa memiliki pengaruh lebih besar daripada harga terhadap keputusan membeli.

KESIMPULAN

UMKM Nasi Padang memiliki dampak besar terhadap kebiasaan konsumsi dan Keputusan pembelian mahasiswa, terutama melalui dua faktor utama: harga dan rasa, menurut temuan studi yang dilakukan terhadap 22 mahasiswa UIN.

1. Mayoritas mahasiswa (81,8%) pernah membeli Nasi Padang, dengan harga rata-rata antara Rp10.000 dan Rp15.000, menunjukkan bahwa UMKM Nasi Padang telah berkembang menjadi alternatif makanan yang hemat biaya bagi mahasiswa.
2. Variabel harga didukung positif oleh 67% mahasiswa, yang menunjukkan bahwa sebagian besar menganggap harga makanan tersebut wajar, porsinya pas, dan tidak menambah pengeluaran sehari-hari. Keputusan pembelian ditemukan dipengaruhi secara signifikan oleh harga ($r = 0,62$, $p < 0,05$).
3. Variabel rasa mendapat nilai tertinggi sebesar 74,75%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi pilihan mahasiswa terhadap Nasi Padang adalah rasanya yang lezat, cita rasa yang unik, dan kualitasnya yang dapat diandalkan. Harga tidak berkorelasi sekuat variabel rasa dengan keputusan pembelian ($r = 0,71$, $p < 0,01$).
4. Analisis regresi berganda menghasilkan nilai R² sebesar 0,61, yang menunjukkan bahwa harga dan rasa memiliki dampak simultan terhadap 61% keputusan pembelian mahasiswa. Sementara itu, elemen lain seperti lokasi, kemudahan, pola konsumsi, atau promosi berdampak pada 39% sisanya.
5. Secara umum, keputusan pembelian mahasiswa terutama dipengaruhi oleh rasa, diikuti oleh harga. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan rasa makanan lebih penting bagi mahasiswa daripada sekadar harga.

SARAN

Peneliti masa depan dan UMKM Nasi Padang sebaiknya mempertimbangkan rekomendasi berikut berdasarkan temuan penelitian:

1. Pertahankan cita rasa makanan.
UMKM harus menjaga konsistensi bumbu, kualitas bahan, dan metode memasak karena cita rasa berperan penting dalam pilihan mahasiswa.
2. Jaga harga tetap stabil.

UMKM disarankan untuk mempertahankan menu pada kisaran Rp10.000-Rp15.000 atau menyediakan alternatif paket hemat karena sebagian besar mahasiswa sensitif terhadap kenaikan harga.

3. Perbanyak pilihan lauk.
Pilihan menu yang lebih beragam dapat meningkatkan minat mahasiswa dan mendorong pembelian berulang.
4. Tingkatkan kenyamanan dan pelayanan.
Kebersihan, keramahan, dan waktu penyajian merupakan contoh elemen non-produk yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.
5. Buat rencana pemasaran yang lugas.
Untuk menarik lebih banyak mahasiswa, misalnya, jalankan kampanye di Instagram dan WhatsApp atau berikan diskon pada waktu-waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2018). *Consumer Behavior (11th ed.)*. Cengage Learning.
- Hakim, L. (2017). *Kuliner Nusantara dan Identitas Budaya Masyarakat Indonesia*. Jakarta:Pustaka Mandiri.
- Hidayat, R. (2021). *Pengaruh Aktivitas Ekonomi Mahasiswa terhadap Perekonomian Lokal*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(2), 145-158.
- Kemenkop UKM. (2022). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Indonesia*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Rahmawati, S. (2020). *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Pendidikan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8(1), 34-45.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Masalah dan Perkembangannya*. Bogor: Ghalia Indonesia.