

Preferensi Mahasiswa terhadap Ayam Geprek Benu sebagai Makanan Ekonomis dan Praktis

Wieke Dwi Sulistianova^{1*}, Awanda Rohmadona², Syamsul Hidayat³

¹⁻³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

Alamat: JL. Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Penancangan, Kec. Cipocok Jaya,
Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: kekedwi2@gmail.com*

Abstract. *This study aims to analyze students' preferences for Ayam Geprek Benu as an economical and practical food option. Data were collected through questionnaires covering various aspects such as consumption frequency, factors influencing choices, and perceptions of taste, price, cleanliness, location, and nutritional value. The results show that most students choose Ayam Geprek Benu due to its delicious taste (41.2%), easy accessibility (21.6%), and affordable price (18.6%). A total of 57.7% of respondents stated that they would still choose Ayam Geprek Benu even if other economical food alternatives were available. Factors such as taste, cleanliness, and menu variety were identified as the main priorities in purchasing decisions. However, while the product is considered affordable and filling, respondents expressed mixed views regarding its nutritional value. This study concludes that Ayam Geprek Benu is a popular choice among students, although there is room for improvement, particularly in menu diversification and enhancing health-related aspects.*

Keywords: *Ayam geprek benu, Economical food, Practical food, Price, Student preferences*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi mahasiswa terhadap Ayam Geprek Benu sebagai makanan yang ekonomis dan praktis. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mencakup berbagai aspek, seperti frekuensi konsumsi, faktor yang memengaruhi pemilihan, dan persepsi terhadap rasa, harga, kebersihan, lokasi, serta nilai gizi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memilih Ayam Geprek Benu karena rasa yang enak (41,2%), kemudahan akses (21,6%), dan harga yang terjangkau (18,6%). Sebanyak 57,7% responden menyatakan akan tetap memilih Ayam Geprek Benu meskipun ada alternatif makanan ekonomis lainnya. Faktor rasa, kebersihan, dan variasi menu menjadi prioritas utama dalam keputusan pembelian. Namun, meskipun dianggap terjangkau dan mengenyangkan, responden memiliki pandangan yang beragam mengenai nilai gizi yang ditawarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Ayam Geprek Benu merupakan pilihan yang populer di kalangan mahasiswa, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam diversifikasi menu dan peningkatan aspek kesehatan.

Kata kunci: Ayam geprek benu, Economical food, Practical food, Price, Student preferences

1. LATAR BELAKANG

Makanan cepat saji telah menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat, terutama kalangan mahasiswa, yang cenderung mencari makanan ekonomis dan praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu jenis makanan yang populer di kalangan ini adalah ayam geprek. Ayam geprek merupakan makanan berbasis ayam goreng yang dipadukan dengan sambal pedas khas, menjadikannya alternatif makanan cepat saji yang terjangkau dan mudah diakses (Widodo, 2019).

Mahasiswa sering menghadapi keterbatasan waktu dan anggaran karena aktivitas akademik yang padat dan kondisi finansial yang terbatas (Handayani & Setiawan, 2020). Dalam situasi tersebut, makanan seperti ayam geprek menjadi solusi ideal karena selain harganya yang relatif murah, ayam geprek juga tersedia di berbagai tempat dengan proses penyajian yang cepat (Rahmawati et al., 2021).

Popularitas ayam geprek terus meningkat, terutama karena variasi rasa yang ditawarkan dan fleksibilitasnya untuk disesuaikan dengan preferensi konsumen. Menurut Pratama (2022), faktor-faktor seperti rasa, harga, dan kemudahan akses memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih ayam geprek. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi preferensi mahasiswa terhadap ayam geprek sebagai makanan ekonomis dan praktis.

Selain itu, lokasi strategis dari warung atau restoran yang menjual ayam geprek, umumnya di sekitar area kampus, turut memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilihnya. Konsumen makanan cepat saji, terutama mahasiswa, cenderung mempertimbangkan faktor-faktor seperti kenyamanan akses, efisiensi waktu, dan keterjangkauan harga. Hal ini diperkuat oleh penelitian Winda (2016), yang menyebutkan bahwa lokasi dan kecepatan penyajian merupakan kriteria utama dalam konsumsi makanan cepat saji oleh mahasiswa.

Dalam konteks persaingan industri makanan cepat saji, ayam geprek juga mampu beradaptasi dengan baik melalui inovasi menu dan variasi rasa. Beragam tingkat pedas dan tambahan seperti keju atau saus unik menjadi daya tarik tersendiri, yang dapat memenuhi preferensi konsumen dengan berbagai selera (Aulia, 2017). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberagaman pilihan ini menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih memuaskan bagi konsumen, khususnya mahasiswa yang sering mencari makanan baru yang dapat dikustomisasi sesuai preferensi mereka (Pranata & Widyawati, 2013).

Namun, di sisi lain, tingginya konsumsi makanan cepat saji seperti ayam geprek juga menimbulkan kekhawatiran terkait pola makan yang tidak sehat. Mahasiswa sebagai kelompok yang rentan karena gaya hidup yang serba cepat sering kali mengabaikan kualitas gizi makanan yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana preferensi terhadap makanan cepat saji seperti ayam geprek dapat diimbangi dengan kesadaran akan pola makan yang sehat (Nurainy et al., 2019).

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian teoritis ini didasarkan pada teori preferensi konsumen, konsep makanan ekonomis, serta prinsip kepraktisan dalam memilih makanan. Preferensi konsumen merupakan pilihan individu terhadap suatu produk atau jasa yang didasarkan pada faktor-faktor seperti kebutuhan, keinginan, serta nilai yang dirasakan (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks makanan, preferensi dipengaruhi oleh faktor seperti rasa, harga, kualitas, lokasi, serta variasi menu.

Makanan ekonomis didefinisikan sebagai makanan yang terjangkau secara finansial dan memberikan nilai yang sepadan dengan harga yang dibayarkan (Solomon, 2019). Kelompok mahasiswa seringkali mengutamakan makanan ekonomis karena keterbatasan anggaran dan kebutuhan untuk mengelola keuangan secara efisien.

Kepraktisan dalam memilih makanan juga menjadi faktor penting, terutama bagi mahasiswa yang memiliki jadwal padat. Makanan yang mudah diakses, cepat disajikan, dan mengenyangkan sering kali menjadi pilihan utama (Smith, 2018). Selain itu, faktor kebersihan dan nilai gizi juga memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makanan, meskipun sering kali menjadi pertimbangan sekunder dibandingkan dengan harga dan rasa.

Dalam penelitian ini, Ayam Geprek Benu dilihat sebagai salah satu pilihan makanan ekonomis dan praktis yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti rasa, harga, lokasi, dan variasi menu, penelitian ini mengkaji sejauh mana produk ini memenuhi kriteria preferensi mahasiswa sebagai konsumen utama. Kajian ini juga mempertimbangkan kekurangan produk, seperti kurangnya nilai gizi atau keberagaman menu, untuk memberikan rekomendasi perbaikan yang relevan.

3. METODE PENELITIAN

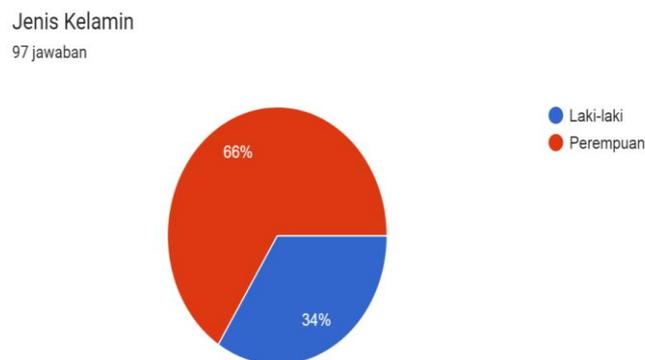
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi preferensi mahasiswa terhadap Ayam Geprek Benu sebagai makanan yang dianggap ekonomis dan praktis. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan fenomena berdasarkan data kuantitatif yang terukur. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner online yang disusun secara terstruktur dengan menggunakan skala Likert. Kuesioner ini mencakup berbagai aspek yang memengaruhi preferensi mahasiswa, seperti cita rasa, harga, porsi, variasi menu, aksesibilitas lokasi, dan kemudahan dalam proses pembelian, baik secara langsung maupun melalui aplikasi pemesanan daring.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bina Bangsa program studi manajemen dengan jumlah 3411. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan formula slovin, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti pernah

mengonsumsi Ayam Geprek Benu dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 97 responden untuk memperoleh data yang representatif. Sebelum penyebaran kuesioner, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat dan konsisten.

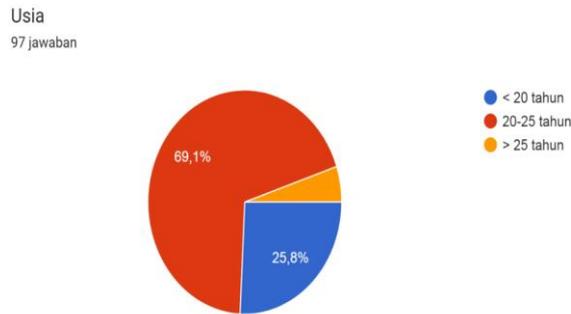
Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan pola dan tren preferensi mahasiswa terhadap Ayam Geprek Benu. Proses analisis ini melibatkan penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, dan penjelasan naratif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif. Selain itu, hasil penelitian dianalisis lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa, baik dari segi keunggulan produk maupun tantangan yang dihadapi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana mahasiswa memandang Ayam Geprek Benu sebagai pilihan makanan yang ekonomis dan praktis dalam kehidupan sehari-hari mereka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



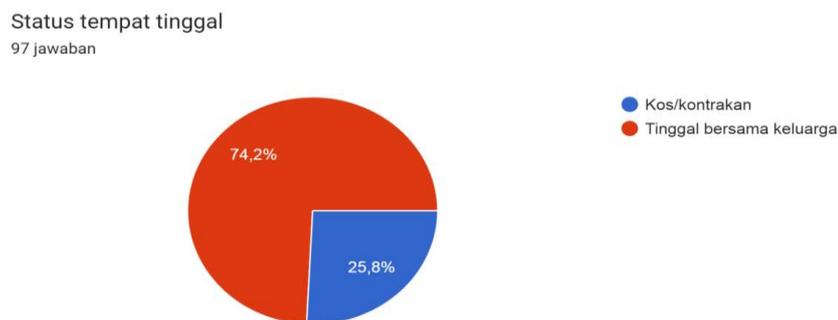
Gambar 1

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 66%, sedangkan laki-laki berjumlah 34%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan mendominasi partisipasi dalam kuesioner tersebut. Perbedaan ini dapat menjadi faktor penting dalam menganalisis data lebih lanjut, terutama jika perspektif berdasarkan gender memengaruhi hasil atau kesimpulan dari survei.



Gambar 2

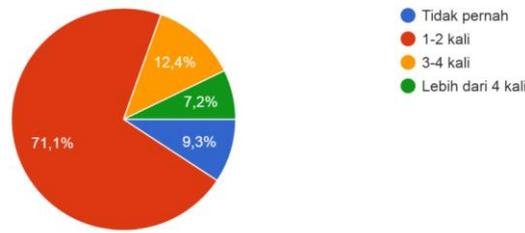
Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 20-25 tahun, dengan persentase sebesar 61,9%. Sebanyak 25,8% responden berusia di bawah 20 tahun, sementara sisanya berada di kelompok usia lainnya yang lebih dari 25 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia muda, khususnya pada rentang usia awal dewasa, yang mungkin memiliki relevansi khusus terhadap topik kuesioner yang dibahas. Hal ini juga mencerminkan karakteristik demografis responden yang didominasi oleh generasi muda.



Gambar 3

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 74,2%, tinggal bersama keluarga, sedangkan 25,8% lainnya tinggal di kos atau kontrakan. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden masih memiliki keterikatan dengan keluarga dalam hal tempat tinggal, yang mungkin mencerminkan tingkat kemandirian yang masih terbatas. Sementara itu, kelompok yang tinggal di kos atau kontrakan kemungkinan besar terdiri dari individu yang merantau untuk bekerja atau studi, menunjukkan tingkat mobilitas yang lebih tinggi. Hal ini dapat memberikan wawasan tambahan terkait pola hidup responden berdasarkan status tempat tinggal.

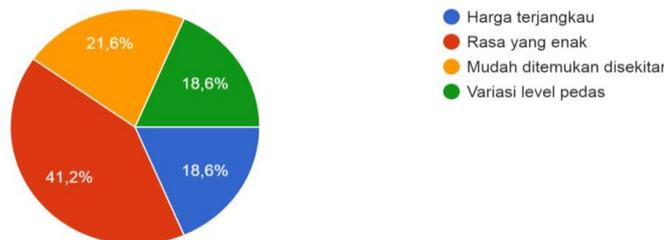
Seberapa sering anda mengonsumsi ayam geprek dalam satu minggu?
97 jawaban



Gambar 4

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 71,1%, mengonsumsi ayam geprek sebanyak 1 sampai 2 kali dalam seminggu. Sebanyak 12,4% responden mengonsumsi ayam geprek 3 sampai 4 kali dalam seminggu, sementara 7,2% lainnya mengonsumsi lebih dari 4 kali dalam seminggu. Di sisi lain, 9,3% responden mengaku tidak pernah mengonsumsi ayam geprek. Data ini menunjukkan bahwa ayam geprek cukup populer di kalangan responden, dengan sebagian besar menjadikannya pilihan konsumsi secara moderat, sementara hanya sebagian kecil yang mengonsumsi lebih sering atau sama sekali tidak pernah mencobanya.

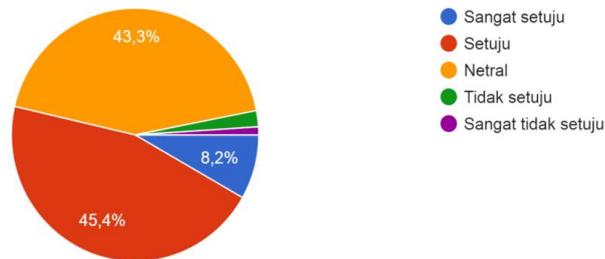
Alasan utama anda memilih ayam geprek benu
97 jawaban



Gambar 5

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa alasan utama responden memilih Ayam Geprek Benu adalah rasa yang enak, dengan persentase sebesar 41,2%. Alasan lainnya meliputi kemudahan menemukan gerai Ayam Geprek Benu di sekitar tempat tinggal atau aktivitas responden (21,6%), variasi level pedas yang menarik (18,6%), dan harga yang terjangkau (18,6%). Data ini mengindikasikan bahwa kualitas rasa menjadi faktor dominan dalam menarik konsumen, diikuti oleh aspek praktis seperti lokasi strategis dan daya tarik tambahan seperti variasi pedas serta harga yang sesuai dengan anggaran konsumen.

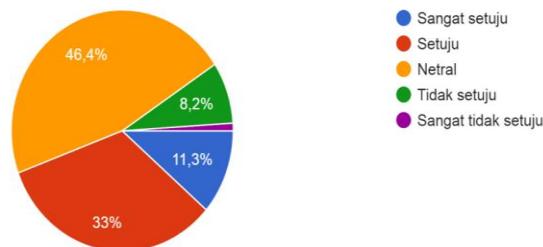
Apakah anda merasa ayam geprek benu memenuhi kriteria sebagai makanan ekonomis?
97 jawaban



Gambar 6

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa Ayam Geprek Benu memenuhi kriteria sebagai makanan ekonomis, dengan 45,4% menyatakan setuju dan 8,2% sangat setuju. Sebanyak 43,3% responden bersikap netral terhadap pernyataan ini, sementara sisanya menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Data ini mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap nilai ekonomis Ayam Geprek Benu, meskipun ada sebagian yang merasa ragu atau kurang setuju. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap harga dan nilai yang ditawarkan dibandingkan dengan pilihan makanan lain.

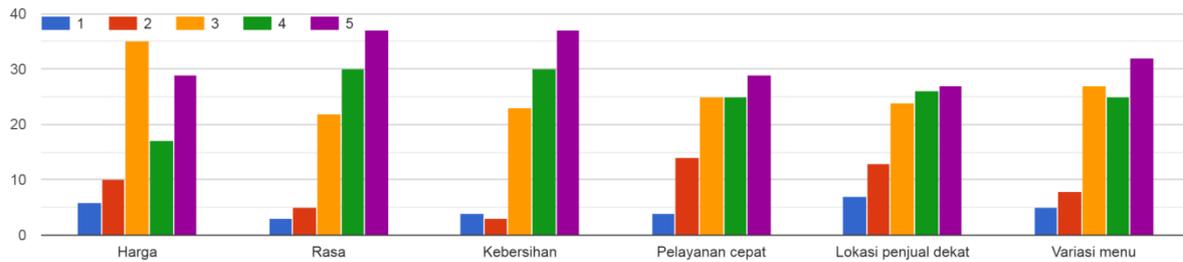
Apakah ayam geprek benu merupakan pilihan praktis untuk makan sehari-hari?
97 jawaban



Gambar 7

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden bersikap netral terhadap pernyataan bahwa Ayam Geprek Benu merupakan pilihan praktis untuk makan sehari-hari, dengan persentase sebesar 46,4%. Sebanyak 33% responden setuju, dan 11,3% sangat setuju, menunjukkan bahwa ada sejumlah responden yang menganggapnya sebagai pilihan yang cukup praktis. Di sisi lain, 8,2% responden tidak setuju, sementara sisanya menyatakan sangat tidak setuju. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun Ayam Geprek Benu dianggap praktis oleh sebagian responden, masih ada keraguan atau preferensi lain yang membuat mereka tidak sepenuhnya yakin bahwa produk ini cocok untuk konsumsi sehari-hari.

Seberapa penting faktor berikut dalam memilih ayam geprek benu (dimana 1 = tidak penting, 5 = penting)



Gambar 8

Berdasarkan grafik yang diberikan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa faktor rasa dianggap paling penting oleh mayoritas responden, dengan sebagian besar memberikan penilaian "5" (sangat penting). Faktor kebersihan, lokasi penjual yang dekat, dan variasi menu juga mendapatkan penilaian tinggi dengan dominasi skor "4" dan "5", menunjukkan pentingnya aspek-aspek tersebut dalam keputusan responden memilih Ayam Geprek Benu.

Faktor harga dan pelayanan cepat juga cukup diperhatikan, meskipun distribusi penilaian lebih bervariasi. Beberapa responden memberikan skor lebih rendah pada faktor ini, tetapi tetap banyak yang menganggapnya penting. Secara keseluruhan, rasa, kebersihan, dan variasi menu tampaknya menjadi prioritas utama dalam memilih Ayam Geprek Benu, diikuti oleh lokasi, harga, dan kecepatan layanan.

Apakah menurut anda ayam geprek benu adalah makanan yang:



Gambar 9

Berdasarkan grafik yang diberikan, mayoritas responden setuju bahwa Ayam Geprek Benu adalah makanan yang terjangkau untuk mahasiswa dan cukup mengenyangkan, dengan persentase "Ya" yang jauh lebih tinggi dibandingkan "Tidak" pada kedua kategori tersebut. Namun, untuk kategori menawarkan nilai gizi yang memadai, responden terbagi hampir merata antara "Ya" dan "Tidak", menunjukkan adanya keraguan atau perbedaan persepsi mengenai aspek nilai gizi. Data ini mencerminkan bahwa Ayam Geprek Benu lebih dihargai sebagai

makanan yang praktis, ekonomis, dan memuaskan dalam hal porsi, tetapi belum sepenuhnya dianggap sebagai pilihan yang memenuhi kebutuhan gizi secara memadai.



Gambar 10

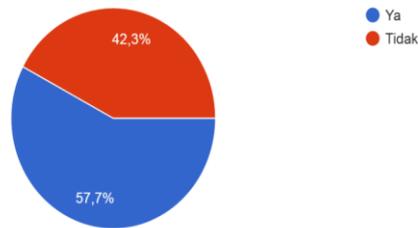
Hasil kuesioner menunjukkan bahwa kekurangan utama Ayam Geprek Benu menurut responden adalah kurangnya variasi menu, dengan persentase sebesar 34%. Sebanyak 29,9% responden menilai bahwa produk ini kurang sehat, sedangkan 24,7% menyebutkan bahwa Ayam Geprek Benu tidak selalu tersedia. Kekurangan lainnya yang disebutkan meliputi porsi yang kurang banyak, kurangnya strategi branding, dan aspek lain yang beragam. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun Ayam Geprek Benu memiliki daya tarik tertentu, konsumen masih mengharapkan perbaikan, terutama dalam hal diversifikasi menu, ketersediaan, serta aspek kesehatan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi yang lebih luas.



Gambar 11

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa menu favorit responden saat memesan Ayam Geprek Benu adalah Ayam Geprek Sambal Bawang, dengan persentase sebesar 28,9%. Menu lainnya yang cukup populer adalah Ayam Geprek Sambal Ijo (20,6%), Ayam Geprek Keju (23,7%), dan Ayam Geprek Original (23,7%). Sebagian kecil responden menyatakan tidak mengetahui menu yang tersedia atau belum pernah mencoba Ayam Geprek Benu. Data ini mengindikasikan bahwa Ayam Geprek Sambal Bawang menjadi pilihan utama di antara menu lainnya, meskipun terdapat variasi menu yang cukup diminati oleh konsumen.

Jika ada alternatif makanan ekonomis lainnya, apakah anda akan tetap memilih ayam geprek benu?
97 jawaban



Gambar 12

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 57,7%, akan tetap memilih Ayam Geprek Benu meskipun ada alternatif makanan ekonomis lainnya. Sementara itu, 42,3% responden menyatakan bahwa mereka tidak akan memilih Ayam Geprek Benu jika ada pilihan makanan ekonomis lainnya. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun ada kemungkinan adanya pilihan makanan lain yang lebih ekonomis, banyak responden yang tetap loyal pada Ayam Geprek Benu, mungkin karena faktor rasa, kualitas, atau kenyamanan yang ditawarkan oleh merek ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Ayam Geprek Benu menjadi pilihan makanan yang populer di kalangan mahasiswa karena dianggap ekonomis dan praktis. Faktor utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa meliputi rasa yang enak, kemudahan akses, harga yang terjangkau, dan variasi menu. Sebagian besar responden juga menilai Ayam Geprek Benu cukup mengenyangkan dan terjangkau bagi mahasiswa. Namun, terdapat pandangan beragam mengenai nilai gizi yang ditawarkan, dengan beberapa responden menyebutkan aspek kesehatan sebagai salah satu kekurangan produk. Selain itu, kurangnya diversifikasi menu dan ketersediaan di beberapa lokasi juga menjadi perhatian.

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, D. (2017). Analisis faktor penentu konsumsi makanan cepat saji. *Jurnal Ekonomi*.
- Handayani, L., & Setiawan, R. (2020). Gaya hidup mahasiswa dan preferensi konsumsi makanan cepat saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 145–158.
- Handoko, S., & Kusuma, W. (2020). Faktor penentu konsumsi makanan cepat saji di kalangan mahasiswa: Studi kasus ayam geprek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 45–46.
- Nugroho, D., & Putri, R. A. (2019). Preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji berbasis pedas di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(3), 112–121.

- Nurainy, F., et al. (2019). Perilaku konsumen makanan cepat saji. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*.
- Pranata, R., & Widyawati, A. (2013). Keputusan pembelian konsumen pada produk cepat saji. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Pratama, A. (2022). Pengaruh harga dan rasa terhadap tingkat konsumsi ayam geprek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(3), 205–214.
- Rahmawati, S., Putri, N., & Nugroho, T. (2021). Analisis preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 7(1), 88–95.
- Sayekti, W. D., Adawiyah, R., Indriani, Y., Tantriadisti, S., & Syafani, T. S. (2021). Pola pikir makan dan preferensi mahasiswa terhadap makanan dan minuman jadi: Studi kasus di Kota Bandar Lampung saat pandemi Covid-19. *Agrihealth*. <https://jurnal.uns.ac.id/agrihealth/article/view/54702>
- Setiawan, H., et al. (2021). Pengaruh harga dan rasa terhadap minat beli makanan cepat saji: Studi ayam geprek pada mahasiswa Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 34–42.
- Tiara, R., Mardiah, P. A., Suratih, W. A., & Sanjaya, V. (2021). Pengaruh citra merek Geprek Benu Yuki terhadap minat beli pelanggan di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. *Tansiq*. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/download/18979/7737>
- Widodo, A. (2019). Tren makanan pedas di kalangan remaja: Studi kasus ayam geprek. *Jurnal Gizi dan Kuliner*, 4(3), 123–130.
- Winda, T. (2016). Motivasi mahasiswa dalam konsumsi makanan cepat saji. Universitas Padjadjaran.