

Pengaruh Harga dan Keragaman Menu terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Koperasi Squid Curug

Feti Fatonah^{1*}, Fadhil Fadlurrahman², Muhammad Farhan³, Elisabeth Vania⁴, Mahardika Yoga⁵

^{1,2,3,4,5} Politeknik Penerbangan Indonesia Curug, Indonesia

*Corresponding Author: feti_fatonah@yahoo.co.id

²fadhilfadlurrahman@gmail.com, ³farhananto86@gmail.com, ⁴vania.vivi95@gmail.com

⁵gagikrahagi@gmail.com

Abstract: *In the world of entrepreneurship, every business strives to achieve success in running its operations. The increasingly intense competition today demands that entrepreneurs be more intelligent and creative in attracting consumer attention and interest¹. This condition is also experienced by Koperasi SQUID Curug, one of the culinary businesses operating within the environment of the Indonesian Aviation Polytechnic (Politeknik Penerbangan Indonesia Curug). To maintain its business sustainability, the cadets need to understand the factors that influence consumer behavior, particularly those related to price and menu variety. This study aims to understand the influence of price and menu variety on consumers' repurchase intention at Koperasi SQUID Curug, which is managed by the cadets of the Indonesian Aviation Polytechnic Curug. The research employs a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation involving consumers. The collected data were analyzed descriptively by focusing on the meaning and underlying reasons behind consumers' purchasing decisions. The results show that the perception of affordable prices and continuously updated menu variations are the main factors driving repurchase intention at Koperasi SQUID. In addition, environmental factors such as strategic location, friendly service, and limited meal times in the cadets' dining hall also influence purchasing decisions. In conclusion, the management of Koperasi SQUID needs to maintain a pricing strategy that aligns with the purchasing power of cadets, continuously innovate in menu offerings, and strengthen internal promotions to increase awareness and consumer interest within the campus environment.*

Keywords: Menu Variety, Campus Cooperative, Pricing

Abstrak: Dalam dunia kewirausahaan, setiap perusahaan tentu berupaya mencapai kesuksesan dalam menjalankan usahanya. Persaingan yang semakin ketat saat ini menuntut setiap pelaku usaha untuk lebih cerdas dan kreatif dalam menarik perhatian serta minat konsumen. Kondisi tersebut juga dialami oleh Koperasi SQUID Curug sebagai salah satu usaha kuliner di lingkungan Politeknik Penerbangan Indonesia Curug. Untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya, taruna perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, terutama terkait harga dan keragaman menu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh harga dan keragaman menu terhadap minat beli ulang konsumen di Koperasi SQUID Curug yang dikelola oleh taruna Politeknik Penerbangan Indonesia Curug. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap konsumen. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan menekankan pada makna dan alasan di balik keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga yang terjangkau serta variasi menu yang terus diperbarui menjadi faktor utama yang mendorong minat beli ulang di Koperasi SQUID. Selain itu, faktor lingkungan seperti strategisnya lokasi, pelayanan ramah, serta keterbatasan waktu makan di ruang makan turut memengaruhi keputusan pembelian. Kesimpulannya, pengelola Koperasi SQUID perlu mempertahankan strategi harga yang sesuai dengan daya beli taruna, memperbanyak inovasi menu, dan meningkatkan promosi internal agar keberadaan koperasi semakin dikenal dan diminati oleh konsumen di lingkungan kampus.

Kata Kunci: Keragaman Menu, Koperasi kampus, Harga

Pendahuluan

Ditemukan bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi, memiliki korelasi positif dengan peningkatan minat dan kompetensi wirausaha mahasiswa (Merdekawaty & Ismawati, 2016). Pendidikan tersebut berfungsi sebagai pembentuk utama pola pikir, pengetahuan, dan keterampilan dasar yang dibutuhkan untuk sukses dalam merintis dan menjalankan bisnis.

Pendidikan kewirausahaan telah menjadi fokus utama bagi banyak lembaga pendidikan tinggi sebagai respons terhadap kompleksitas pasar kerja dan persaingan yang meningkat,



bahkan di sektor yang sangat teregulasi seperti Perhubungan Udara. Dunia kerja saat ini, termasuk di kantor perhubungan, menghadapi perubahan cepat yang didorong oleh transformasi digital dan teknologi baru. Dalam lingkungan yang dinamis ini, keterampilan yang melampaui keahlian teknis menjadi sangat berharga, yaitu kemampuan untuk beradaptasi, berinovasi, dan mengambil risiko yang terukur (Agustin, C. S.; Sari, T. D. V.; Aisyah, P.; Anshori, 2023). Pendidikan kewirausahaan memberikan landasan kuat bagi taruna untuk mengembangkan keterampilan *intrapreneurship* ini, membuat mereka lebih siap tidak hanya untuk menjalankan tugas teknis, tetapi juga menjadi agen perubahan dan efisiensi dalam birokrasi dan operasional Kantor Perhubungan Udara.

Model bisnis tradisional terus berubah, menciptakan permintaan akan individu yang inovatif, adaptif, dan mampu memecahkan masalah kompleks. Kewirausahaan mengajarkan mahasiswa untuk berpikir *out of the box* dan mengubah tantangan menjadi peluang. Di tingkat nasional dan global, kewirausahaan diakui sebagai mesin utama pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan lebih dari sekadar aktivitas mendirikan bisnis, kewirausahaan merupakan proses pengembangan diri yang komprehensif. Melalui keterlibatan dalam kegiatan wirausaha, mahasiswa secara efektif mengasah keterampilan non-teknis yang sangat penting, seperti kepemimpinan, kolaborasi, dan manajemen waktu serta sumber daya. Pentingnya ini didukung oleh fakta bahwa pengalaman mengelola UMKM dan *startup* berbasis ide mahasiswa merupakan sumber potensial untuk menciptakan kemandirian ekonomi bagi mahasiswa itu sendiri dan mengembangkan inovasi yang mendorong daya saing. Untuk mencapai adaptasi yang berkelanjutan dalam lingkungan yang selalu berubah, organisasi dengan orientasi kewirausahaan wajib mengidentifikasi berbagai faktor peningkat kinerja dalam berbisnis (Sowang & Hidayah, 2023). Oleh karena itu, peran kampus sebagai fasilitator sangat vital dalam menghubungkan pengetahuan teoretis dengan praktik nyata di lapangan, sekaligus membuka peluang karir mandiri bagi lulusan.

Pengalaman berwirausaha secara signifikan meningkatkan kualitas pengembangan diri mahasiswa. Hal ini diwujudkan melalui penguatan inisiatif, kemandirian, dan kepercayaan diri mereka. Individu yang berperan sebagai wirausaha, berinovasi, dan berkreativitas di dalam struktur organisasi disebut intrapreneur. Perbedaan signifikan dengan entrepreneur adalah dalam pengambilan risiko, intrapreneur menggunakan sumber daya perusahaan, sementara entrepreneur menggunakan sumber daya mereka sendiri (Sowang & Hidayah, 2023). Dengan demikian, mahasiswa memiliki landasan yang solid untuk berbagai pilihan karir, baik sebagai pendiri usaha maupun sebagai inovator internal (*intrapreneur*) di organisasi besar. Oleh karena itu, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab sosial untuk tidak hanya mentransfer ilmu, tetapi juga menjadi agen perubahan yang berdampak positif pada masyarakat. Dengan menanamkan nilai-nilai kewirausahaan, kampus memastikan bahwa penelitian dan pengetahuan yang dihasilkan dapat dikomersialkan dan diimplementasikan untuk kepentingan publik, bukan hanya tersimpan di jurnal akademis.

Sama halnya dengan usaha bisnis yang ada di Politeknik Penerbangan Indonesia Curug yaitu SQUID. Squid merupakan salah satu wadah atau sarana taruna dalam belajar berwirausaha. Koperasi squid di Politeknik Penerbangan Indonesia Curug dikelola oleh para taruna PPIC sebagai sarana para taruna dalam melatih berwirausaha dan sebagai pendukung ekonomi internal resimen. Perkembangan dunia usaha makanan di kampus PPI CURUG menjadi daya saing di lingkungan kampus. SQUID menjadi salah satu dari banyaknya koperasi makanan yang ada di curug, tetapi squid sendiri merupakan koperasi makanan dari taruna dan untuk taruna. Untuk keberhasilan usaha, pelaku di bidang kuliner perlu meningkatkan kreativitas dan kemampuan kewirausahaan, khususnya dalam menciptakan menu-menu baru guna mencegah kebosanan pelanggan. Faktor ini sangat berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan bisnis (Agustina, 2019). Oleh karena itu memerlukan pola pikir yang kreatif khususnya dalam menu dan kualitas makanan yang dijual, agar dapat meningkatkan minat beli

para taruna. Minat beli merupakan hal yang sangat penting agar memberikan kontribusi yang stabil terhadap pendapat squid

Selain menu, harga merupakan faktor pertimbangan utama yang sangat memengaruhi minat beli konsumen. Harga mewakili sejumlah uang yang ditagihkan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari sebuah produk atau jasa (Safitri, 2021). Pada intinya, harga merupakan ukuran nilai pertukaran yang kompetitif, yang menentukan sejumlah uang yang harus dibayarkan demi memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Variasi harga juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat beli taruna. Semakin bervariasi menu dan cocoknya harga semakin besar juga konsumen tidak akan merasa bosan dan terdorong untuk membeli kembali. Orang yang merasa puas akan kembali melakukan pembelian pembelian kembali pada produk dan loyalitas pelanggan tetap terjaga (Oetomo & Nugraheni, 2012)

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan dukungan data kualitatif, karena fokus utama adalah pada pengukuran persepsi melalui kuesioner. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur secara kuantitatif pengaruh harga dan keragaman menu terhadap minat beli ulang konsumen (taruna)

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Politeknik Penerbangan Indonesia (PPI) Curug, dengan Koperasi SQUID Curug sebagai objek utama penelitian. Koperasi ini dikelola oleh taruna PPIC dan berfungsi sebagai wadah belajar berwirausaha sekaligus sebagai pendukung ekonomi internal resimen.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenis:

- Data Primer: Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring (Google Form) kepada sampel konsumen (taruna). Data ini berupa **skor** kuantitatif yang merekam persepsi taruna mengenai variabel Keragaman Menu, Harga, dan Minat Beli Ulang.
- Data Sekunder: Diperoleh dari dokumen-dokumen internal Koperasi SQUID, seperti data penjualan, profil menu, serta studi literatur yang relevan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang kaya dan komprehensif, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

- Kuesioner Daring (Google Form): Kuesioner disebarikan kepada sampel konsumen (taruna) menggunakan Google Form. Instrumen ini disusun dengan menggunakan skala pengukuran (umumnya Skala Likert) untuk mengukur:
 - Persepsi taruna terhadap Keragaman Menu (misalnya, variasi harian, keunikan, kesesuaian tren).
 - Persepsi taruna terhadap Harga (misalnya, keterjangkauan, diskon/promosi, perbandingan kualitas-harga, kompetitif).
 - Minat Beli Ulang (misalnya, keinginan kembali berbelanja, loyalitas).
- Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) dan Observasi (Data Pelengkap): Meskipun kuesioner adalah teknik utama, wawancara dan observasi dapat digunakan sebagai teknik pelengkap untuk menggali interpretasi yang terstruktur mengenai signifikansi, faktor dominan, dan implikasi manajerial yang ditemukan dari data kuesioner.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Kuantitatif Deskriptif (dengan pengukuran skor rata-rata) dan Analisis Inferensial (untuk menguji hubungan).

- Analisis Deskriptif (Skor Rata-rata): Menghitung skor rata-rata setiap variabel dari kuesioner untuk mengidentifikasi kategori persepsi (Tinggi/Rendah) dan menentukan Keragaman Menu sebagai faktor pendorong dan Harga sebagai faktor penghambat.
- Analisis Inferensial: (Jika analisis statistik lanjutan dilakukan, misalnya Regresi Linear Sederhana atau Berganda) untuk menguji secara statistik apakah Keragaman Menu dan Harga secara simultan berhubungan signifikan terhadap Minat Beli Ulang.
- Analisis Kontribusi dan Implikasi: Menganalisis bagaimana hasil skor dan hubungan tersebut berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi internal Koperasi SQUID.

Hasil Penelitian

Berdasarkan deskripsi data yang terekam dari kuesioner daring yang disebarkan kepada konsumen yaitu taruna, terlihat adanya pola persepsi yang kontras antara variabel pendorong dan variabel penghambat. Keragaman menu secara meyakinkan di persepsikan positif, sementara harga dipersepsikan lemah atau netral. Untuk memberikan interpretasi yang terstruktur mengenai signifikansi pengaruh, faktor dominan, dan implikasi manajerial terhadap stabilitas ekonomi koperasi SQUID curug, pembahasan ini akan iuraikan menjadi tiga poin analisis utama sebagai berikut :

variabel	Rata-rata skor	Kategori persepsi
Keragaman menu	3,83	Tinggi (cenderung setuju)
Harga	2,80	Rendah (cenderung netral)
Minat beli ulang	3,40	Sedang (cenderung netral)

1. Analisis pengaruh harga dan keragaman menu terhadap minat beli ulang taruna

Hasil analisis persepsi mengindikasikan adanya perbedaan pengaruh yang jelas antara Keragaman Menu dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Taruna Koperasi SQUID Curug.

1.1. Pengaruh keragaman menu terhadap minat beli ulang

Skor rata-rata keragaman menu adalah 3,83, berada pada kategori tinggi dan konsisten Setuju di hampir semua indikator yang menunjukkan bahwa keporasi SQUID telah sukses dalam menyediakan variasi menu harian yang memuaskan dan fungsional. Secara teoritis, hasil ini mengindikasikan bahwa Keragaman Menu memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang. Faktor ini bertindak sebagai daya tarik utama di mana Taruna merasa kebutuhannya terpenuhi dan puas dengan variasi yang disajikan, sehingga muncul keinginan untuk kembali berbelanja.

1.2. Pengaruh Harga terhadap minat beli ulang

Skor rata-rata Harga adalah 2.80, yang berada pada kategori rendah (cenderung Netral/Tidak Setuju). Indikator yang paling mengkhawatirkan adalah diskon atau promosi harga yang dijawab tidak setuju. Selain itu, indikator keterjangkauan, kualitas sebanding harga, dan kompetitif dengan tempat lain semuanya mendapat skor netral. Temuan ini mengindikasikan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap Minat Beli Ulang. Harga menjadi penghambat (push factor) yang menahan Minat Beli Ulang agar tidak mencapai skor maksimal. Meskipun Taruna menyukai Keragaman Menu, mereka tidak sepenuhnya yakin bahwa harga yang dibayar adalah yang terbaik atau paling kompetitif.

2. Faktor Dominan Terhadap Minat Beli Ulang

Dengan membandingkan skor rata-rata, faktor yang memiliki pengaruh dominan dapat diidentifikasi:

variabel	Rata-rata skor	Kategori persepsi
Keragaman menu	3,83	Kuat / pendorong

Harga	2,80	Lemah / penghambat
-------	------	--------------------

Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwasanya variabel keragaman menu dalah faktor yang memiliki pengaruh dominan terhadap Minat Beli Ulang Taruna di Koperasi SQUID Curug. Dominasi Keragaman Menu (3.83) atas Harga (2.80) menunjukkan bahwa kebutuhan akan variasi dan kepuasan kuliner lebih kuat dalam memicu keputusan pembelian ulang Taruna daripada sensitivitas harga. Taruna bersedia mentolerir Harga yang "Netral" (tidak terlalu kompetitif) karena Keragaman Menu yang disajikan sangat memuaskan.

3. Hubungan Signifikan dan Kontribusi terhadap Stabilitas Ekonomi Koperasi

Minat Beli Ulang Taruna mendapatkan skor rata-rata 3.40 (cenderung Netral). Meskipun skor keragaman menu relatif tinggi, skor ini tertahan karna faktor harga di tingkat Netral.

3.1. Hubungan Simultan dan Kontribusi

Secara statistik, Harga dan Keragaman Menu secara simultan berhubungan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Analisis Kontribusi menghasilkan bahwa kualitas keragaman menu telah berhasil menciptakan keinginan untuk kembali berbelanja. Namun, indikator loyalitas hanya mencapai netral. Ini berarti keragaman menu menaikkan minat beli ulang, tetapi harga mencegah minat beli ulang.

3.2. Kontribusi terhadap Stabilitas Ekonomi Internal Koperasi

Hubungan yang signifikan ini memiliki implikasi langsung pada stabilitas ekonomi Koperasi SQUID:

- Stabilitas Pendapatan Jangka Pendek

Keberhasilan Keragaman Menu menciptakan Minat Beli Ulang yang cukup, yang berarti Koperasi memiliki basis pendapatan yang stabil. Hal ini memungkinkan Koperasi merencanakan cash flow dan inventory dengan baik.

- Ancaman Jangka Panjang

Karena loyalitas hanya mencapai Netral, ini merupakan risiko serius. Jika muncul kompetitor baru atau kebijakan harga di Koperasi berubah menjadi lebih mahal, Taruna memiliki kecenderungan yang mudah beralih karena faktor Harga yang memang sudah dipersepsikan lemah.

- Rekomendasi Stabilitas

Untuk mencapai stabilitas ekonomi internal yang optimal, Koperasi harus mempertahankan Keragaman Menu sebagai keunggulan kompetitif utamanya, sambil segera melakukan tindakan korektif pada harga, misalnya dengan memberikan promosi yang lebih transparan dan penawaran harga spesial yang menguntungkan bagi anggota Taruna untuk memperkuat ikatan loyalitas.

Kesimpulan

Penelitian juga mengungkapkan bahwa variasi menu yang terus diperbaharui merupakan kunci keberhasilan SQUID dalam menjaga konsumennya. Keragaman menu tidak hanya menghindari rasa bosan, tetapi juga menciptakan kesan bahwa SQUID aktif berinovasi yang menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam bisnis kuliner agar tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Taruna lebih tertarik pada menu yang unik, praktis, dan sesuai tren saat ini, sehingga koperasi yang tidak memperbarui menu berisiko kehilangan minat pembeli.

Secara keseluruhan, dari analisis yang dilakukan, harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen dan menu inovatif yang terus dikembangkan terbukti sebagai kombinasi paling ampuh untuk mempertahankan keinginan membeli ulang. Jika SQUID hanya bergantung pada harga murah tanpa inovasi produk, konsumen mungkin merasa jenuh dan beralih ke koperasi lain. Sebaliknya, inovasi menu saja tanpa memperhatikan aspek finansial taruna juga bisa menjadi penghalang dalam pembelian.

Dari penelitian diatas bahwa koperasi SQUID Curug dapat meningkatkan keragaman menu yang bervariasi, agar minat beli ulang mahasiswa terhadap koperasi SQUID dapat meningkat. Namun dengan harga yang sesuai dengan kualitas menu yang ada.

Daftar Pustaka

- Prakarsa, S. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan* **5**, 1 (2021).
- Merdekawaty, A. & Ismawati. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. *INA-Rxiv* 424–433 (2016).
- Agustin, C. S.; Sari, T. D. V.; Aisyah, P.; Anshori, M. I. Pengembangan Keterampilan Adaptabilitas Karyawan. *J. Nuansa Publ. Ilmu Manaj. dan Ekon. Syariah* **1**, 119–140 (2023).
- Sowang, S. K. R. & Hidayah, N. Pengaruh Pembelajaran Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner. *Model Pengemb. KEWIRAUSAHAAN DI Perguru. TINGGI* **5**, 752–760 (2023).
- Agustina, N. Iaras. No Title. *ペインクリニック学会治療指針* **2** 1–9 (2019).
- Safitri, F. Pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk usaha kuliner di kelurahan langgini bangkinang menurut perspektif ekonomi syariah. *Skripsi* (2021).
- Oetomo, R. A. & Nugraheni, Ri. Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang. *Stud. pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang* 1–28 (2012).
- Kardila, K. & Puspitowati, I. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *J. Manajerial Dan Kewirausahaan* **4**, 1026–1034 (2022).
- Halim, N. H., Mahmuddin, M., Pahrul, P., Arisah, N. & Dewantara, H. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Kewirausahaan. *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.* **8**, 2303–2318 (2024).
- Lai, A. & Widjaja, O. H. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *J. Manajerial Dan Kewirausahaan* **5**, 576–584 (2023).
- Maudi, haldin elvina, Muh, S. & Darwis, L. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 3, 2024. *J. Rev. Pendidik. dan Pengajaran* **7**, 7899–7906 (2024).
- Fayolle, A., Liñán, F. & Moriano, J. A. Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *Int. Entrep. Manag. J.* **10**, 679–689 (2014).
- Soelaiman, L., Leviani, M., Salim, D. Z., Demetrius, F. & Rebecca, K. KREATIF. **7**, 347–352 (2024).
- Febrianty, L. & Muchlis, S. Analisis Perbandingan Normal Metode Costing Dengan Full Costing dan Biaya Variabel di Internal. *ISAFIR Islam. Account. Financ. Rev.* **1**, 79–92 (2016).
- Sartika, M. mrizal1,+64.+Jurnal+Sektor+Publik+Diana. **7**, 17354–17359 (2024).