
ANALISIS FAKTOR LOYALITAS MAHASISWA TERHADAP UMKM BAKSO KUAH DI AREA KAMPUS

Nadia Taqiya Ihsan

Universitas Negeri Sumatera Utara

Nasywa Laila Ramadhani

Universitas Negeri Sumatera Utara

Nitha Amanda

Universitas Negeri Sumatera Utara

Zainarti

Universitas Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jln. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Medan Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: nithaamanda0908@gmail.com

Abstrak. *This study aims to analyze the factors influencing student loyalty toward meatball soup micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the campus area. This research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation to obtain a comprehensive understanding of student consumer behavior and business practices implemented by meatball soup MSME owners. The results indicate that student loyalty is influenced by several key factors, namely the quality of taste and broth, affordable pricing, strategic business location, and the quality of service that is friendly and responsive. In addition, emotional closeness between sellers and consumers plays an important role in creating comfort and encouraging repeat purchases. Overall, consistent product quality, good service, and positive interpersonal relationships are proven to jointly contribute to increasing student loyalty toward meatball soup MSMEs in the campus environment. This study is expected to serve as an evaluation material and reference for campus culinary MSME actors in improving competitiveness and business sustainability.*

Keywords: *business challenges, business sustainability, culinary business, meatballs, MSMEs*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumen mahasiswa serta praktik usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM bakso kuah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas rasa dan kuah bakso, harga yang terjangkau, lokasi usaha yang strategis, serta kualitas pelayanan yang ramah dan responsif. Selain itu, adanya kedekatan emosional antara penjual dan konsumen turut berperan dalam menciptakan kenyamanan dan mendorong pembelian ulang. Secara keseluruhan, kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang baik, dan hubungan interpersonal yang positif terbukti saling berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di lingkungan kampus. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pelaku UMKM kuliner kampus dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *area kampus, bakso kuah, konsumen, loyalitas mahasiswa, UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, termasuk di lingkungan kampus. Keberadaan UMKM kuliner di sekitar kampus tidak hanya menjadi sarana pemenuhan kebutuhan konsumsi mahasiswa, tetapi juga menjadi sumber penghidupan bagi pelaku usaha kecil. Salah satu jenis UMKM kuliner yang

banyak dijumpai di area kampus adalah usaha bakso kuah, yang dikenal sebagai makanan terjangkau, praktis, dan sesuai dengan selera mahasiswa.

Mahasiswa sebagai kelompok konsumen memiliki karakteristik tersendiri, seperti sensitif terhadap harga, mengutamakan rasa, serta cenderung memilih tempat makan yang nyaman dan mudah dijangkau. Dalam kondisi persaingan UMKM kuliner yang semakin ketat di sekitar kampus, loyalitas mahasiswa menjadi faktor kunci bagi keberlanjutan usaha bakso kuah. Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga berpotensi merekomendasikan usaha tersebut kepada mahasiswa lain.

Loyalitas konsumen tidak terbentuk secara instan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas produk, harga, pelayanan, lokasi usaha, serta hubungan emosional antara penjual dan konsumen. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka tingkat loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah akan semakin kuat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi peningkatan loyalitas pelanggan serta bagi pengembangan kajian perilaku konsumen di lingkungan kampus.

KAJIAN TEORITIS

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kuliner

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang dijalankan secara mandiri dengan keterbatasan modal dan tenaga kerja, namun memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Pada sektor kuliner, UMKM berkembang pesat karena mampu menghadirkan produk yang sesuai dengan selera konsumen serta memiliki fleksibilitas dalam operasional usaha. Lingkungan kampus menjadi salah satu ruang strategis bagi UMKM kuliner karena didukung oleh jumlah konsumen yang relatif stabil dan aktivitas yang berlangsung setiap hari (Tambunan, 2020; Susanti & Wibowo, 2022).

2. UMKM Bakso Kuah di Lingkungan Kampus

Bakso kuah merupakan produk kuliner yang banyak diminati oleh mahasiswa karena harganya terjangkau, mudah dikonsumsi, dan cocok dengan pola aktivitas mahasiswa. UMKM bakso kuah di area kampus umumnya memanfaatkan lokasi yang dekat dengan ruang perkuliahan, kos mahasiswa, atau pusat keramaian. Kedekatan lokasi ini memberikan kemudahan akses bagi konsumen dan meningkatkan peluang terjadinya pembelian berulang (Rachmawati & Haryono, 2021; Maulana, 2023).

3. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai komitmen konsumen untuk tetap memilih dan menggunakan produk atau jasa tertentu secara berkelanjutan. Loyalitas tercermin dari perilaku pembelian ulang, preferensi terhadap suatu merek atau penjual, serta kecenderungan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Dalam konteks UMKM, loyalitas konsumen menjadi faktor penting karena dapat menjaga stabilitas pendapatan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat (Griffin, 2019; Wijaya & Pramudita, 2022).

4. Faktor Penentu Loyalitas Mahasiswa sebagai Konsumen

Loyalitas mahasiswa terhadap UMKM kuliner dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Kualitas produk, khususnya rasa dan konsistensi kuah bakso, menjadi penentu utama kepuasan konsumen (Februari, 2024). Selain itu, harga yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa serta pelayanan yang ramah dan cepat turut membentuk pengalaman positif konsumen. Faktor lokasi yang strategis dan mudah dijangkau juga berperan dalam meningkatkan intensitas kunjungan mahasiswa ke UMKM bakso kuah (Kotler & Keller, 2018; Prameswari & Lestari, 2023).

5. Perilaku Konsumen Mahasiswa

Mahasiswa memiliki karakteristik perilaku konsumsi yang cenderung rasional dan praktis. Mereka lebih memilih produk dengan harga terjangkau, mudah diperoleh, serta sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. Selain faktor ekonomi, aspek sosial seperti hubungan yang akrab dengan penjual dan suasana yang nyaman juga memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa (Budi Februari, 2024). Interaksi yang positif antara penjual dan konsumen dapat menciptakan kedekatan emosional yang berdampak pada loyalitas jangka panjang (Schiffman & Wisenblit, 2019; Utami, 2023).

6. Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis tersebut, loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus terbentuk melalui interaksi antara kualitas produk, harga, lokasi usaha, kualitas pelayanan, dan hubungan emosional antara penjual dan konsumen. Faktor-faktor ini secara bersama-sama membentuk kepuasan dan pengalaman konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa sebagai konsumen UMKM bakso kuah di lingkungan kampus guna mendukung keberlanjutan usaha kuliner skala kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Data diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa sebagai konsumen, observasi langsung terhadap aktivitas usaha, serta dokumentasi pendukung

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Produk (Rasa, Tekstur, dan Kuah Bakso)

Kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mahasiswa sebagai konsumen, diketahui bahwa rasa bakso dan kuah menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan tempat makan. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian ulang pada UMKM bakso kuah yang mampu menyajikan rasa yang konsisten, gurih, dan sesuai dengan selera mereka.

Tekstur bakso yang kenyal serta kuah yang kaya rasa dinilai sebagai indikator kualitas produk yang baik. Konsistensi rasa juga menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh mahasiswa. Apabila kualitas rasa berubah, meskipun harga dan lokasi tetap sama, maka tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen dapat menurun. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa tidak hanya terbentuk dari kepuasan sesaat, tetapi juga dari pengalaman konsumsi yang berulang dan konsisten.

Selain itu, kebersihan dan kualitas bahan baku turut memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap produk bakso kuah. Mahasiswa cenderung lebih loyal terhadap UMKM yang dianggap menjaga kebersihan proses penyajian dan kualitas bahan makanan. Dengan demikian, kualitas produk tidak hanya mencakup aspek rasa, tetapi juga mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut.

Selain rasa dan tekstur, variasi produk juga menjadi bagian dari kualitas produk yang memengaruhi loyalitas mahasiswa. UMKM bakso kuah yang menyediakan pilihan tambahan, seperti variasi isi bakso, tingkat kepedasan, atau tambahan pelengkap, cenderung lebih diminati oleh mahasiswa. Variasi tersebut memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk menyesuaikan pilihan dengan selera masing-masing, sehingga mengurangi kejenuhan dan mendorong pembelian ulang. Mahasiswa menilai bahwa keberagaman menu mencerminkan upaya pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

Kualitas produk juga berkaitan dengan konsistensi porsi yang disajikan. Mahasiswa sebagai konsumen cenderung mengharapkan porsi yang stabil pada setiap pembelian. Ketidaksiharian

porsi, meskipun rasa tetap terjaga, dapat menurunkan tingkat kepuasan dan memengaruhi loyalitas. Oleh karena itu, konsistensi porsi menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap UMKM bakso kuah di area kampus.

Selain itu, penyajian produk turut memengaruhi persepsi kualitas di kalangan mahasiswa. Penyajian yang rapi, penggunaan wadah yang bersih, serta tampilan makanan yang menarik dapat meningkatkan selera makan dan kepuasan konsumen. Meskipun UMKM bakso kuah umumnya berskala kecil, perhatian terhadap aspek penyajian memberikan nilai tambah dan menunjukkan profesionalisme pelaku usaha.

Lebih lanjut, kualitas produk yang baik berkontribusi pada terbentuknya citra positif UMKM di mata mahasiswa. Citra tersebut berkembang melalui pengalaman konsumsi yang konsisten dan diperkuat oleh rekomendasi dari sesama mahasiswa. Ketika kualitas produk dinilai memuaskan, mahasiswa tidak hanya menjadi pelanggan tetap, tetapi juga berperan sebagai agen promosi informal melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Dengan demikian, kualitas produk memiliki peran strategis tidak hanya dalam membentuk loyalitas, tetapi juga dalam memperluas jangkauan konsumen UMKM bakso kuah di area kampus.

Secara keseluruhan, kualitas produk merupakan faktor fundamental dalam membangun loyalitas mahasiswa. Rasa yang konsisten, tekstur yang baik, kebersihan, variasi menu, konsistensi porsi, serta penyajian yang menarik membentuk pengalaman konsumsi yang positif. Pengalaman inilah yang mendorong mahasiswa untuk terus melakukan pembelian ulang dan mempertahankan loyalitas terhadap UMKM bakso kuah tertentu di lingkungan kampus.

2. Harga dan Kesesuaian dengan Daya Beli Mahasiswa

Harga merupakan faktor penting yang sangat memengaruhi loyalitas mahasiswa sebagai konsumen UMKM bakso kuah. Mahasiswa umumnya memiliki keterbatasan pendapatan, sehingga sensitif terhadap perubahan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM bakso kuah dengan harga terjangkau dan porsi yang sesuai lebih diminati dan mampu mempertahankan pelanggan mahasiswa.

Kesesuaian antara harga dan kualitas produk menciptakan persepsi nilai yang positif di mata konsumen. Mahasiswa akan merasa puas dan loyal apabila harga yang dibayarkan sebanding dengan rasa, porsi, dan pelayanan yang diterima. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu mahal tanpa diimbangi kualitas yang memadai berpotensi menurunkan minat pembelian ulang.

Selain itu, stabilitas harga juga berpengaruh terhadap loyalitas. UMKM yang mampu menjaga harga tetap stabil meskipun terjadi fluktuasi harga bahan baku dinilai lebih dapat dipercaya oleh konsumen mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dapat menjadi alat penting dalam membangun loyalitas pelanggan di lingkungan kampus.

Selain keterjangkauan harga, fleksibilitas harga juga menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa. UMKM bakso kuah yang sesekali memberikan potongan harga, tambahan porsi, atau bonus tertentu dinilai lebih menarik dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi harga semacam ini, meskipun sederhana, dapat menciptakan kesan positif dan mendorong mahasiswa untuk tetap memilih UMKM tersebut dibandingkan pesaing lain di sekitar kampus.

Harga juga berperan dalam membentuk persepsi keadilan di mata konsumen. Mahasiswa cenderung membandingkan harga bakso kuah antar pelaku UMKM di area kampus. Apabila harga yang ditetapkan dianggap wajar dan tidak jauh berbeda dari harga pasar, maka konsumen akan menilai usaha tersebut adil dan rasional. Persepsi keadilan harga ini berkontribusi terhadap kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas jangka panjang.

Selain itu, transparansi harga turut memengaruhi loyalitas mahasiswa. Penetapan harga yang jelas dan konsisten, misalnya melalui daftar harga yang mudah dilihat, membuat konsumen merasa aman dan nyaman saat melakukan pembelian. Ketidakjelasan harga atau perubahan harga yang tidak diinformasikan dengan baik berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan loyalitas pelanggan.

Lebih lanjut, strategi penetapan harga yang mempertimbangkan kondisi mahasiswa sebagai konsumen utama menjadi keunggulan tersendiri bagi UMKM bakso kuah di area kampus. Harga

yang ramah mahasiswa tidak hanya menarik pembeli baru, tetapi juga mendorong pembelian berulang karena sesuai dengan kemampuan ekonomi konsumen. Dengan demikian, harga tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara UMKM dan mahasiswa.

Secara keseluruhan, harga merupakan faktor krusial dalam membentuk loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah. Keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, stabilitas, fleksibilitas, serta transparansi harga secara bersama-sama menciptakan persepsi nilai yang positif. Persepsi tersebut mendorong kepuasan dan komitmen mahasiswa untuk tetap setia sebagai pelanggan di tengah persaingan usaha kuliner di lingkungan kampus.

3. Lokasi Usaha dan Kemudahan Akses

Lokasi usaha menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam membentuk loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah. Berdasarkan hasil pengamatan, mahasiswa cenderung memilih usaha bakso kuah yang berlokasi dekat dengan kampus, kos mahasiswa, atau jalur aktivitas akademik. Kemudahan akses membuat usaha tersebut menjadi pilihan praktis bagi mahasiswa, terutama di sela-sela jadwal perkuliahan.

Lokasi yang strategis tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga mengurangi biaya tambahan bagi mahasiswa. UMKM bakso kuah yang mudah dijangkau cenderung lebih sering dikunjungi, sehingga membentuk kebiasaan konsumsi. Kebiasaan inilah yang kemudian berkembang menjadi loyalitas konsumen.

Selain jarak, kenyamanan tempat juga memengaruhi loyalitas mahasiswa. Tempat makan yang bersih, memiliki tempat duduk yang memadai, serta suasana yang nyaman untuk berkumpul atau berdiskusi ringan menjadi nilai tambah bagi UMKM bakso kuah di area kampus.

Selain faktor kedekatan geografis, visibilitas lokasi usaha juga berperan dalam memengaruhi loyalitas mahasiswa. UMKM bakso kuah yang berada di lokasi mudah terlihat, seperti di pinggir jalan utama kampus atau dekat pusat aktivitas mahasiswa, memiliki peluang lebih besar untuk dikunjungi secara berulang. Visibilitas yang baik memudahkan mahasiswa untuk mengingat lokasi usaha dan menjadikannya sebagai pilihan utama ketika membutuhkan tempat makan yang cepat dan praktis.

Kemudahan akses tidak hanya berkaitan dengan jarak, tetapi juga dengan kondisi lingkungan sekitar lokasi usaha. Akses jalan yang aman, area parkir yang memadai, serta kemudahan bagi pejalan kaki turut memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat makan. UMKM bakso kuah yang memperhatikan aspek aksesibilitas ini cenderung memberikan kenyamanan lebih bagi konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang.

Selain itu, lokasi usaha yang berada di lingkungan sosial mahasiswa, seperti dekat kos-kosan atau area nongkrong, turut memperkuat loyalitas konsumen. Kedekatan dengan lingkungan sosial membuat UMKM bakso kuah menjadi bagian dari rutinitas harian mahasiswa. Dalam jangka panjang, kondisi ini menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan usaha, karena tempat tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial.

Secara keseluruhan, lokasi usaha berperan penting dalam membentuk loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Kedekatan dengan kampus, visibilitas yang baik, kemudahan akses, kenyamanan tempat, serta keterhubungan dengan lingkungan sosial mahasiswa menciptakan pengalaman konsumsi yang positif. Pengalaman ini mendorong mahasiswa untuk menjadikan UMKM bakso kuah tertentu sebagai pilihan utama dan pelanggan tetap.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif menciptakan pengalaman konsumsi yang menyenangkan bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa cenderung kembali ke tempat makan yang memberikan pelayanan baik meskipun terdapat banyak pilihan usaha sejenis di sekitar kampus.

Sikap penjual yang ramah dan komunikatif menciptakan kedekatan emosional antara pelaku UMKM dan konsumen. Kedekatan ini membuat mahasiswa merasa dihargai dan nyaman,

sehingga mendorong mereka untuk tetap setia sebagai pelanggan. Pelayanan yang kurang baik, seperti respon yang lambat atau sikap kurang ramah, dapat dengan mudah menurunkan loyalitas mahasiswa.

Selain itu, konsistensi pelayanan juga menjadi faktor penting. UMKM yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang sama setiap waktu dinilai lebih profesional dan terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi bagian penting dalam membangun loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan juga berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam menangani keluhan konsumen. UMKM bakso kuah yang bersikap terbuka, responsif, dan solutif terhadap keluhan mahasiswa dinilai lebih dapat dipercaya. Penanganan keluhan yang baik tidak hanya mencegah ketidakpuasan, tetapi juga berpotensi meningkatkan loyalitas, karena konsumen merasa diperhatikan dan dihargai.

Selain pelayanan langsung, suasana interaksi antara penjual dan konsumen turut memengaruhi pengalaman konsumsi mahasiswa. Pelayanan yang dilakukan dengan sikap santai namun tetap sopan sesuai dengan karakter mahasiswa menciptakan suasana yang akrab dan tidak kaku. Kondisi ini membuat mahasiswa merasa lebih nyaman untuk datang kembali dan menjadikan UMKM bakso kuah sebagai pilihan makan rutin.

Lebih lanjut, kualitas pelayanan juga tercermin dari pengelolaan waktu tunggu. Mahasiswa umumnya memiliki jadwal yang padat, sehingga waktu tunggu yang terlalu lama dapat menurunkan kepuasan. UMKM bakso kuah yang mampu mengatur alur pelayanan secara efisien dinilai lebih menghargai waktu konsumen, sehingga memperkuat loyalitas mahasiswa.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam membentuk loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus. Kecepatan, keramahan, ketepatan, konsistensi, serta kemampuan menangani keluhan membentuk pengalaman konsumsi yang positif. Pengalaman tersebut tidak hanya meningkatkan kepuasan sesaat, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian ulang dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan UMKM bakso kuah tertentu.

5. Hubungan Emosional dan Kedekatan Sosial

Keterikatan emosional antara mahasiswa dan pelaku UMKM bakso kuah memiliki peran penting dalam membangun loyalitas konsumen. Mahasiswa cenderung merasa lebih nyaman berkunjung ke tempat makan di mana mereka mengenal pemilik atau pelayannya secara personal. Bentuk perhatian sederhana, seperti sapaan hangat, pelayanan yang lebih personal, atau kemampuan penjual mengenali kebiasaan pelanggan, dapat menciptakan kesan positif yang mendalam bagi konsumen.

Interaksi sosial yang terjalin secara berkelanjutan menumbuhkan rasa kepercayaan dan kedekatan antara mahasiswa dan pelaku usaha. Hubungan ini membuat mahasiswa tidak hanya memandang UMKM bakso kuah sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai bagian dari lingkungan sosial mereka sehari-hari. Kedekatan tersebut mendorong konsumen untuk tetap memilih usaha yang sama meskipun terdapat banyak alternatif lain di sekitar kampus.

Ikatan emosional juga memengaruhi sikap mahasiswa dalam menyikapi kekurangan kecil yang mungkin terjadi dalam pelayanan. Mahasiswa yang telah memiliki kedekatan dengan pelaku UMKM cenderung lebih toleran terhadap keterlambatan penyajian atau kondisi usaha yang sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak semata-mata didasarkan pada aspek rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis.

Selain itu, hubungan emosional yang kuat mendorong mahasiswa untuk secara sukarela merekomendasikan UMKM bakso kuah kepada teman atau komunitasnya. Rekomendasi dari sesama mahasiswa memiliki pengaruh besar dalam membentuk preferensi konsumen di lingkungan kampus. Dengan demikian, ikatan emosional tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan lama, tetapi juga berkontribusi pada perluasan basis konsumen melalui promosi dari mulut ke mulut.

Secara keseluruhan, hubungan emosional merupakan aset tidak berwujud yang bernilai strategis bagi UMKM bakso kuah. Kedekatan sosial, kepercayaan, dan interaksi yang positif

mampu menciptakan loyalitas jangka panjang yang sulit ditiru oleh pesaing. Dalam konteks persaingan usaha kuliner di area kampus, faktor emosional ini menjadi keunggulan kompetitif yang dapat mendukung keberlanjutan UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa loyalitas mahasiswa terhadap UMKM bakso kuah di area kampus dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling berkaitan. Loyalitas tersebut tercermin dari kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian ulang serta memilih UMKM bakso kuah yang sama dibandingkan usaha sejenis lainnya. Faktor penentu utama loyalitas meliputi kualitas rasa dan kuah bakso yang konsisten, harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan mahasiswa, serta lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau dari area aktivitas kampus. Selain itu, kualitas pelayanan yang ramah dan responsif serta adanya kedekatan emosional antara penjual dan konsumen turut memberikan pengalaman positif bagi mahasiswa sehingga memperkuat loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, UMKM bakso kuah juga menghadapi beberapa kendala seperti persaingan usaha kuliner yang semakin ketat dan fluktuasi jumlah pembeli. Secara keseluruhan, UMKM bakso kuah memiliki potensi yang besar untuk mempertahankan loyalitas mahasiswa dan menjadi usaha kuliner yang berkelanjutan di lingkungan kampus apabila mampu menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *Dampak fluktuasi harga pangan terhadap UMKM sektor kuliner*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Griffin, J. (2019). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. New York: Harper Business.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Penguatan pemasaran UMKM di era digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maulana, R. (2023). Preferensi mahasiswa terhadap usaha kuliner di lingkungan kampus. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(2), 85–95.
- Prameswari, A., & Lestari, D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen UMKM makanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 45–56.
- Rachmawati, I., & Haryono, S. (2021). Peran lokasi usaha dalam keputusan pembelian konsumen kuliner. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 201–210.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R., & Wibowo, A. (2022). Pengembangan UMKM kuliner berbasis kebutuhan konsumen lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 66–76.
- Tambunan, T. (2017). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2014). *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utami, N. F. (2023). Perilaku konsumsi mahasiswa terhadap produk makanan cepat saji. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 5(2), 98–107.
- Wijaya, R., & Pramudita, A. (2022). Loyalitas konsumen sebagai strategi keberlanjutan UMKM. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(2), 134–144.