

The Influence of Onigiri Consumption as a Fast Food Solution in the Sindangsari Campus Environment of Untirta Management Students

Vera Maria¹, Regina Trista Herlina Seran^{2*}

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Corresponding Author: Regina Trista Herlina Seran rgntrsta05@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Onigiri, Fast Food, Students, Campus, UNTIRTA

Received : 02 June 2025

Revised : 22 June 2025

Accepted: 24 July 2025

©2025 Maria, Seran: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Onigiri, a traditional Japanese rice-based food, is increasingly popular among college students due to its convenience. This study aims to determine the effect of onigiri consumption as an alternative to fast food on the preferences and satisfaction of Management students at Sultan Ageng Tirtayasa University (UNTIRTA). The method used was quantitative with a survey approach to active student respondents. The results showed that practicality, affordable price, and unique taste influenced consumption decisions. Onigiri is seen as a practical solution to meet food needs amidst busy lecture activities. This study recommends the development of onigiri businesses in the campus environment as a potential business opportunity.

Pengaruh Konsumsi Onigiri Sebagai Solusi Makanan Cepat Saji di Lingkungan Kampus Sindangsari Mahasiswa Manajemen Untirta

Vera Maria¹, Regina Trista Herlina Seran^{2*}

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Corresponding Author: Regina Trista Herlina Seran rgntrsta05@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Onigiri, Makanan Cepat Saji, Mahasiswa, Kampus, UNTIRTA

Received : 02 Juni 2025

Revised : 22 Juni 2025

Accepted: 24 Juli 2025

©2025 Maria, Seran: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Onigiri, makanan khas Jepang berbahan dasar nasi, semakin populer di kalangan mahasiswa karena kepraktisannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsumsi onigiri sebagai alternatif makanan cepat saji terhadap preferensi dan kepuasan mahasiswa Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei kepada responden mahasiswa aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kepraktisan, harga terjangkau, dan rasa yang unik mempengaruhi keputusan konsumsi. Onigiri dipandang sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan makan di tengah padatnya aktivitas perkuliahan. Studi ini merekomendasikan pengembangan usaha onigiri di lingkungan kampus sebagai peluang bisnis yang potensial.

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan makanan yang praktis dan cepat saji terus meningkat seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat modern, termasuk di kalangan mahasiswa (Sulistyowati, 2018). Sebagai kelompok usia produktif, mahasiswa cenderung memiliki jadwal harian yang padat, mulai dari perkuliahan, praktikum, hingga berbagai aktivitas non-akademik seperti organisasi, kerja paruh waktu, dan kegiatan sosial lainnya (Wibowo, 2021). Padatnya aktivitas tersebut sering membuat mahasiswa kesulitan untuk mengonsumsi makanan bergizi secara teratur, sehingga mereka mencari alternatif makanan yang cepat, praktis, dan terjangkau untuk mencukupi kebutuhan nutrisinya sehari-hari (Nugroho & Rahmawati, 2020).

Di lingkungan Kampus Sindangsari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA), tren konsumsi makanan cepat saji dapat diamati dari kebiasaan mahasiswa yang memilih makanan instan seperti mi instan, gorengan, dan camilan lainnya untuk memenuhi kebutuhan makan saat waktu terbatas. Namun, sebagian besar makanan cepat saji tersebut tidak memberikan asupan gizi yang memadai jika dikonsumsi dalam jangka panjang (Arini, 2019). Hal ini mendorong perlunya alternatif makanan cepat saji yang tidak hanya praktis dan terjangkau, tetapi juga lebih sehat dan bergizi seimbang.

Salah satu makanan yang mulai menarik perhatian mahasiswa adalah *onigiri*, makanan khas Jepang berbahan dasar nasi yang dibentuk menjadi segitiga atau bulat, dan biasanya diisi dengan lauk seperti ayam, tuna, daging sapi, telur, atau sayuran (Watanabe, 2020). *Onigiri* memiliki berbagai keunggulan seperti kepraktisan, kemudahan konsumsi tanpa alat tambahan, serta porsi yang sesuai untuk sekali makan. Ditambah dengan harga yang relatif terjangkau, *onigiri* menjadi alternatif makanan cepat saji yang kompetitif dan menarik dibandingkan pilihan lainnya (Putri & Ramadhani, 2022).

Fenomena meningkatnya konsumsi *onigiri* di kalangan mahasiswa, khususnya di Jurusan Manajemen UNTIRTA, menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Penting untuk mengetahui sejauh mana *onigiri* dipilih sebagai alternatif makanan cepat saji serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa, seperti rasa, harga, kepraktisan, ketersediaan, dan pengaruh lingkungan sosial (Kotler, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsumsi *onigiri* terhadap preferensi dan kepuasan mahasiswa Manajemen UNTIRTA dalam memilih makanan cepat saji. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan gambaran pola konsumsi serta persepsi mahasiswa terhadap *onigiri* sebagai solusi makan praktis yang sesuai dengan kebutuhan mereka di tengah kesibukan akademik.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen, serta memberikan rekomendasi praktis kepada pelaku usaha kuliner kampus dalam menjadikan *onigiri* sebagai peluang bisnis potensial. Selain itu, hasil temuan ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi pihak kampus untuk menyediakan alternatif makanan sehat dan efisien guna mendukung

kesejahteraan dan produktivitas mahasiswa selama menjalani masa studi (Tjiptono, 2014).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Makanan Cepat Saji (*Fast-Food*)

Makanan Cepat Saji (*Fast-Food*) merupakan makanan berenergi tinggi, tinggi lemak yang instan, mudah dikemas serta disajikan. Menurut (Sulistiyowati, 2018), makanan cepat saji memiliki karakteristik utama yaitu cepat dalam penyajian, mudah dikonsumsi, dan harganya yang relatif terjangkau. Namun, makanan jenis ini sering kali rendah kandungan gizinya jika dikonsumsi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan alternatif makanan cepat saji yang tetap praktis namun memiliki nilai gizi yang lebih baik.

2. Onigiri sebagai Alternatif Makanan Cepat Saji

Onigiri adalah makanan khas Jepang yang berbahan dasar nasi dan biasanya di bentuk segitiga atau bulat, dengan isian seperti tuna, ayam, telur, atau sayuran, lalu dibungkus dengan nori. Menurut (Watanabe, 2020), onigiri semakin populer sebagai makanan praktis karena dapat dikonsumsi di mana saja tanpa perlu alat makan tambahan. Onigiri juga dikenal mengandung karbohidrat, protein, dan kadang serat, tergantung dari isianannya, sehingga dapat menjadi pilihan makanan cepat saji yang lebih sehat dibandingkan gorengan atau mi instan.

3. Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Perilaku konsumsi menggambarkan proses pengambilan keputusan individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk. (Schiffman, 2008) menyatakan bahwa perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal (motivasi, persepsi, dan sikap) dan eksternal (lingkungan sosial, budaya dan referensi). Mahasiswa cenderung memilih makanan berdasarkan kepraktisan, harga, dan ketersediaan, menjadikan onigiri sebagai salah satu pilihan logis di tengah padatnya rutinitas kampus.

4. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang untuk memilih suatu produk berdasarkan kepuasan subjektif. Menurut (Kotler, 2016), preferensi dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi kualitas, dan nilai guna dari produk tersebut. Dalam konteks penelitian ini, preferensi mahasiswa terhadap onigiri dipengaruhi oleh faktor rasa, harga, ketersediaan, dan kemudahan konsumsi.

5. Kepuasan Konsumen

(Tjiptono, 2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi pasca-konsumsi, yaitu perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan terhadap suatu produk. Apabila produk memenuhi atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Dalam hal ini, jika mahasiswa merasa bahwa onigiri sesuai dengan ekspektasi mereka sebagai makanan cepat saji yang praktis dan lezat, maka tingkat kepuasan konsumsinya akan tinggi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena berdasarkan data numerik yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berusaha mengukur sejauh mana onigiri dapat diterima sebagai alternatif makanan cepat saji yang praktis dan sehat di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA).

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang terjadi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan. Dalam konteks ini, kami ingin mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap konsumsi onigiri, tingkat kepuasan, serta alasan-alasan memilih onigiri sebagai makanan cepat saji.

A. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa aktif jurusan Manajemen UNTIRTA
2. Pernah atau setidaknya mengetahui produk onigiri yang dijual oleh mahasiswa di lingkungan kampus

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 31 orang. Dari hasil data demografis, sebanyak 96,8% responden berjenis kelamin perempuan, dan mayoritas berada di semester 4 (93,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan mahasiswa aktif yang cukup aktif dalam kegiatan perkuliahan dan kemungkinan besar sering beraktivitas di area kampus.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner daring yang disusun dalam format *Google Form*. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

1. Data demografi responden (jenis kelamin dan semester)
2. Kebiasaan konsumsi makanan cepat saji
3. Alasan memilih makanan cepat saji
4. Pengalaman dan persepsi terhadap konsumsi onigiri

Pertanyaan dalam kuesioner bersifat tertutup, di mana responden tinggal memilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi mereka. Dalam beberapa pertanyaan juga disediakan opsi pilihan ganda agar responden dapat memberikan lebih dari satu alasan.

C. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui *Google Form* kemudian diolah menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil respon ditampilkan

dalam bentuk diagram lingkaran dan diagram batang, yang menunjukkan persentase pilihan responden terhadap masing-masing pertanyaan.

Beberapa temuan dari hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. Sebanyak 40% responden mengonsumsi makanan cepat saji 1–2 kali per minggu, dan 36,7% mengonsumsi 3–4 kali.
2. Alasan utama dalam memilih makanan cepat saji adalah karena praktis dan cepat (71%).
3. Sebanyak 96,8% responden pernah membeli onigiri dari penjual mahasiswa di kampus.
4. Faktor utama yang menarik mereka membeli onigiri adalah praktis dibawa dan dimakan (74,2%), harga terjangkau (64,5%), dan rasa yang enak (51,6%).
5. Mayoritas responden (58,1%) setuju bahwa onigiri bisa menjadi solusi makanan cepat saji yang sehat dan praktis bagi mahasiswa.
6. Sebanyak 77,4% menyatakan bahwa konsumsi onigiri sangat membantu menghemat waktu saat jadwal padat.
7. 87,1% menyatakan merasa cukup kenyang setelah mengonsumsi onigiri.
8. 93,5% responden menyatakan bersedia merekomendasikan onigiri kepada teman-temannya.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa onigiri memiliki potensi tinggi untuk menjadi alternatif makanan cepat saji yang sehat dan efisien untuk mahasiswa, terutama di lingkungan kampus yang dinamis dan padat aktivitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap produk onigiri yang dijual oleh sesama mahasiswa di lingkungan kampus sebagai alternatif makanan cepat saji yang praktis, terjangkau, dan mengenyangkan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan mendapatkan sebanyak 31 responden yang mengisi kuesioner secara lengkap.

A. Karakteristik Responden

Dari 31 responden, 96,8% merupakan perempuan, sedangkan hanya 3,2% laki-laki. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian adalah perempuan, yang bisa jadi memiliki preferensi atau kesadaran lebih tinggi terhadap jenis makanan yang dikonsumsi. Selain itu, berdasarkan tingkat semester, 93,5% responden berada di semester 4, yang artinya mereka merupakan mahasiswa tingkat menengah yang sudah cukup lama menjalani kehidupan perkuliahan dan akrab dengan dinamika kebutuhan makanan di kampus.

B. Kebiasaan Mengonsumsi Makanan Cepat Saji

Dalam hal frekuensi konsumsi makanan cepat saji, 40% responden mengonsumsi 1–2 kali dalam seminggu, 36,7% mengonsumsi 3–4 kali, 23,3% lebih dari 5 kali, dan tidak ada responden yang menyatakan “tidak pernah”. Hal ini memperlihatkan bahwa makanan cepat saji merupakan pilihan yang cukup

umum bagi mahasiswa, khususnya untuk mengatasi keterbatasan waktu dan aktivitas kampus yang padat.

Alasan utama responden memilih makanan cepat saji adalah:

1. Praktis dan cepat (71%)
2. Harga terjangkau (sekitar 20%)
3. Rasa enak (sekitar 10%)
4. Tidak sempat masak atau membeli makanan lain (19,4%)

Fakta bahwa mayoritas memilih makanan cepat saji karena kepraktisannya menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan solusi makanan yang efisien tanpa mengorbankan waktu yang terbatas, terutama saat harus mengikuti jadwal kuliah yang padat.

C. Persepsi Mahasiswa terhadap Onigiri

Responden memberikan penilaian positif terhadap onigiri sebagai makanan cepat saji:

1. 58,1% setuju bahwa onigiri merupakan solusi makanan cepat saji yang sehat dan praktis bagi mahasiswa, dan 41,9% sangat setuju.
2. 77,4% menyatakan bahwa konsumsi onigiri sangat membantu menghemat waktu saat menjalani jadwal kuliah yang padat, dan 22,6% cukup membantu.

Tingkat kenyang setelah mengonsumsi onigiri juga cukup baik:

3. 87,1% menyatakan merasa cukup kenyang
4. 9,7% sangat kenyang
5. Hanya sebagian kecil yang merasa kurang kenyang atau tidak kenyang sama sekali.

Dalam hal loyalitas dan rekomendasi:

6. 93,5% responden menyatakan bersedia merekomendasikan onigiri kepada teman-teman mereka.
7. Hanya 6,5% yang ragu-ragu atau tidak akan merekomendasikan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai konsumsi onigiri sebagai solusi makanan cepat saji di lingkungan Kampus Sindangsari oleh mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, dapat disimpulkan bahwa onigiri menjadi salah satu pilihan makanan yang cukup diminati oleh mahasiswa. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang mengaku pernah membeli dan mengonsumsi onigiri serta memberikan tanggapan positif terhadap produk tersebut. Faktor-faktor seperti kepraktisan, harga yang terjangkau, serta rasa yang enak menjadi alasan utama mahasiswa memilih onigiri di tengah kesibukan aktivitas perkuliahan dan organisasi.

Kebiasaan mahasiswa dalam mengonsumsi makanan cepat saji cukup tinggi, yang mengindikasikan bahwa kebutuhan akan makanan praktis dan cepat memang menjadi bagian dari pola hidup mahasiswa masa kini. Onigiri dinilai mampu memenuhi kebutuhan tersebut karena mudah dibawa, tidak memerlukan peralatan makan, serta cukup mengenyangkan untuk dikonsumsi dalam waktu singkat. Lebih lanjut, responden juga menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan produk onigiri dan bahkan bersedia

merekomendasikannya kepada teman-teman lain, yang menunjukkan tingkat loyalitas dan potensi pasar yang cukup baik di kalangan mahasiswa.

Secara keseluruhan, onigiri tidak hanya menjadi alternatif yang praktis dan efisien dalam hal konsumsi, tetapi juga menjadi solusi makanan cepat saji yang relatif lebih sehat dibandingkan pilihan-pilihan lain seperti mi instan atau gorengan. Oleh karena itu, keberadaan produk ini di lingkungan kampus menjadi sesuatu yang relevan dan berpotensi untuk terus berkembang.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak yang terkait. Pertama, bagi mahasiswa yang menjalankan usaha penjualan onigiri, disarankan untuk mempertahankan kualitas produk, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun kemasan. Perhatian terhadap tampilan visual produk serta inovasi dalam variasi isian dapat menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya tarik konsumen.

Kedua, strategi pemasaran perlu diperkuat, terutama dengan memanfaatkan media sosial dan komunitas mahasiswa sebagai sarana promosi yang efektif dan hemat biaya. Menggunakan platform digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran sekaligus membangun kedekatan dengan pelanggan. Selain itu, penting juga untuk menjaga konsistensi dalam pelayanan dan ketersediaan produk agar konsumen merasa puas dan tetap loyal.

Ketiga, bagi mahasiswa sebagai konsumen, penting untuk tetap memperhatikan kandungan gizi dalam makanan yang dikonsumsi. Walaupun onigiri merupakan makanan cepat saji, namun jika dikemas dengan baik dan menggunakan bahan isian yang sehat, produk ini dapat menjadi solusi praktis yang tetap bernilai gizi. Kesadaran akan pentingnya asupan nutrisi harus tetap menjadi pertimbangan utama dalam memilih makanan, khususnya di masa produktif dan sibuk seperti kehidupan mahasiswa.

Terakhir, bagi pihak kampus, diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap kegiatan wirausaha mahasiswa, khususnya dalam bidang kuliner. Bentuk dukungan tersebut bisa berupa penyediaan fasilitas berjualan, pelatihan kewirausahaan, hingga pembinaan usaha. Dengan adanya dukungan ini, mahasiswa tidak hanya belajar secara akademik, tetapi juga mampu mengembangkan potensi dan jiwa kewirausahaan yang akan berguna di masa depan.

PENELITIAN LANJUTAN

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik dan penetrasi pasar onigiri di kalangan mahasiswa. Penelitian ini dapat mengeksplorasi preferensi rasa, kemasan, hingga saluran distribusi yang paling diminati oleh mahasiswa. Selain itu, analisis segmentasi pasar berdasarkan usia, gender, dan tingkat aktivitas akademik atau organisasi juga dapat membantu produsen atau pelaku usaha dalam merancang produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen di lingkungan kampus. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperluas jangkauan produk onigiri di pasar mahasiswa.

Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji lebih dalam aspek nutrisi dan persepsi mahasiswa terhadap nilai gizi dari onigiri dibandingkan dengan makanan cepat saji lainnya. Kajian ini penting untuk menilai sejauh mana onigiri dapat dikembangkan sebagai makanan cepat saji yang lebih sehat dan berkelanjutan. Dengan meningkatnya kesadaran mahasiswa terhadap pola makan sehat, informasi mengenai kandungan gizi serta potensi modifikasi bahan baku lokal untuk meningkatkan nilai kesehatan onigiri akan menjadi bahan pertimbangan penting dalam pengembangan produk ke depan. Penelitian ini dapat membuka peluang kolaborasi antara pelaku usaha kuliner, akademisi, dan pihak kampus untuk menciptakan solusi makanan cepat saji yang inovatif dan mendukung gaya hidup sehat mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, F. (2019). Pola Konsumsi Makanan Cepat Saji dan Dampaknya bagi Mahasiswa. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan*, 2, 112–118.
- Kotler, P. . & K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A., & Rahmawati, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Mahasiswa Terhadap Makanan Cepat Saji di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1, 55–63.
- Putri, F. A., & Ramadhani, I. (2022). Onigiri sebagai Makanan Praktis: Preferensi Mahasiswa terhadap Alternatif Makanan Cepat Saji. *Jurnal Pangan Lokal Dan Gizi*, 1, 34–42.
- Schiffman, L. G. . & K. L. L. (2008). *Consume Behavior* (10th ed.). Prentice Hall.
- Sulistyowati, E. (2018). Perilaku Konsumen dalam Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1, 45–56.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); 4th ed.).
- Watanabe, Y. (2020). The Cultural and Nutritional Value of Onigiri in Modern Japanese Society. *Journal of Asian Culinary Studies*, 2, 77–88.
- Wibowo, R. (2021). Gaya Hidup Mahasiswa dan Pengaruhnya terhadap Pola Konsumsi. *Jurnal Sosiologi*, 2, 91–98.