



Analisis Niat Beli di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Lingkungan Sekolah pada Siswa SMA Negeri 27 Jakarta Pasca Implementasi Program Makan Bergizi Gratis

Shahira Lazuardy Murod^{1*}, Dicky Iranto², Tuty Sariwulan³

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: shahiralazuardy@gmail.com

Diterima: 06-08-2026 | Disetujui: 12-08-2026 | Diterbitkan: 14-08-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the change in purchase intention of students at SMA Negeri 27 Jakarta toward school-based MSME products following the implementation of the MBG Program, to identify the factors influencing this change, and to examine its impact on the sustainability of MSME businesses. The study employs a descriptive qualitative approach with a case study design, involving eight purposively selected informants: five MBG-recipient students, two MSME vendors, and one teacher serving as the school's MBG program coordinator. Data were collected through semi-structured interviews and documentation, and validated through source, method, time, and theory triangulation. The findings show that the MBG Program does not eliminate students' purchase intention toward MSMEs but rather shifts its orientation from need-based to want-based consumption. Product quality and trust emerged as the most dominant factors shaping purchase intention, followed by attitude toward the product, price, and peer influence. This shift in purchase intention has led to a decline in MSME revenue, although the effect is indirect, mediated by changes in students' consumption behavior. The study also identifies a situational factor beyond the Theory of Planned Behavior framework—the timing of MBG meal distribution—which further shapes students' purchasing patterns throughout the school day. These findings contribute to purchase intention literature by demonstrating that public policy can shape consumer behavior not only through individual psychological processes but also through the mechanics of its own implementation.

Keywords: Purchase Intention; School-Based MSME; Free Nutritious Meal Program; Theory Of Planned Behavior; Case Study

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis perubahan niat beli siswa SMA Negeri 27 Jakarta terhadap produk UMKM sekolah pasca implementasi Program MBG, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menganalisis dampaknya terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus, melibatkan delapan informan yang dipilih secara purposive: lima siswa penerima MBG, dua pelaku UMKM, dan satu Guru/PIC Program MBG. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dan dokumentasi, kemudian diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber, teknik, waktu, dan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MBG tidak menghilangkan niat beli siswa terhadap UMKM, melainkan menggeser orientasinya dari pemenuhan kebutuhan makan menjadi pemenuhan keinginan dan variasi produk. Kualitas produk dan kepercayaan menjadi faktor paling dominan dalam membentuk niat beli, diikuti sikap terhadap produk, harga, dan pengaruh teman sebaya. Perubahan niat beli ini berdampak pada penurunan omzet UMKM, namun bersifat tidak langsung karena dimediasi oleh perubahan perilaku konsumsi siswa. Penelitian ini juga menemukan faktor situasional di luar kerangka Theory of Planned Behavior, yaitu waktu penyaluran MBG, yang

turut memengaruhi pola pembelian siswa sepanjang hari sekolah. Temuan ini memperkaya kajian niat beli dengan menegaskan bahwa kebijakan publik dapat membentuk perilaku konsumen tidak hanya melalui proses psikologis individu, tetapi juga melalui mekanisme pelaksanaan kebijakan itu sendiri.

Katakunci: Niat Beli; UMKM Sekolah; Program Makan Bergizi Gratis; *Theory Of Planned Behavior*; Studi Kasus

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Murod, S. L., Iranto, D., & Sariwulan, T. . (2026). Analisis Niat Beli di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Lingkungan Sekolah pada Siswa SMA Negeri 27 Jakarta Pasca Implementasi Program Makan Bergizi Gratis. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(3), 7154-7169. <https://doi.org/10.63822/eap6v342>

PENDAHULUAN

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan program unggulan pemerintahan Presiden Prabowo Subianto dalam visi Indonesia Emas 2025, yang resmi dimulai pada 6 Januari 2025 melalui Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) di berbagai daerah dan ditargetkan menjangkau jutaan peserta didik seluruh Indonesia. Secara konseptual, MBG sejalan dengan kebijakan *school feeding program* yang diterapkan di berbagai negara sebagai instrumen peningkatan status gizi dan capaian akademik anak usia sekolah. Berbagai studi menunjukkan program pemberian makanan di sekolah berkontribusi pada perbaikan konsentrasi belajar dan investasi jangka panjang sumber daya manusia. Di Indonesia, program tersebut terbukti meningkatkan skor kognitif peserta didik (Nida & Sari, 2023).

Dalam perspektif ekonomi dan perilaku konsumen, pemenuhan kebutuhan makan melalui kebijakan publik tidak hanya berdampak pada kesehatan, tetapi juga berimplikasi pada pola konsumsi dan keputusan ekonomi individu. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, dari keinginan bawah sadar hingga pengaruh sosial (Fatikhovna, 2024). Kehadiran MBG sebagai intervensi negara mengubah kondisi eksternal siswa, khususnya terkait pemenuhan kebutuhan makanan utama yang sebelumnya sebagian besar dipenuhi oleh UMKM di lingkungan sekolah. Dalam teori ekonomi mikro, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang substitusi maupun komplementer. Makanan gratis melalui MBG berpotensi menjadi substitusi bagi makanan yang sebelumnya dibeli siswa dari kantin atau UMKM sekitar sekolah, sekaligus berpotensi mendorong permintaan produk komplementer seperti camilan atau minuman yang tidak disediakan dalam program.

Implementasi MBG di sekolah menengah atas membawa perubahan signifikan dalam pembelian siswa pada UMKM lingkungan sekolah. Penelitian menunjukkan program ini dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha kecil di lingkungan pendidikan apabila tidak diimbangi strategi adaptasi yang tepat (Khatimah et al., 2025). Kebutuhan makan utama siswa yang kini difasilitasi gratis dan terstruktur, pada satu sisi memberi manfaat besar bagi pemenuhan gizi dan peningkatan kualitas pembelajaran. Namun secara praktik, hubungan antara MBG dan pelaku UMKM tidak selalu linear dan positif. Pada beberapa konteks, intervensi makanan gratis di sekolah justru berpotensi menggeser niat beli siswa yang sebelumnya bergantung pada UMKM.

Di DKI Jakarta, UMKM lingkungan sekolah berperan penting sebagai penyedia makanan dan minuman bagi siswa sekaligus sumber penghidupan pelaku usaha kecil, serta membentuk ekosistem ekonomi mikro yang menopang aktivitas pendidikan. UMKM tidak hanya menawarkan variasi produk jajanan, tetapi juga menjadi bagian dinamika sosial di luar jam pelajaran, misalnya sebagai ruang interaksi informal dan konsumsi saat istirahat. Aktivitas jual beli menciptakan interaksi sosial sekaligus edukasi ekonomi informal bagi siswa, terutama ketika mereka belajar mengelola uang saku, membandingkan harga, dan menilai kualitas produk. Implementasi MBG yang memfasilitasi kebutuhan makanan utama siswa berpotensi mengubah perilaku konsumsi tersebut karena sebagian kebutuhan makan telah terpenuhi secara gratis.

Kehadiran MBG berpotensi menggeser pola niat beli siswa. Ketika kebutuhan makan utama terpenuhi gratis, frekuensi membeli makanan di UMKM sekolah dapat menurun, baik dari sisi jumlah transaksi maupun jenis produk. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan UMKM,

terutama apabila program tidak diiringi mekanisme adaptasi atau kolaborasi. Dengan demikian, meskipun MBG memiliki tujuan sosial dan pendidikan positif, implementasinya berpotensi menimbulkan konsekuensi ekonomi yang tidak selalu diantisipasi, khususnya terhadap keberlangsungan UMKM.

Secara teoritis, perubahan niat beli siswa dapat dijelaskan melalui beberapa konsep. Pertama, teori perilaku konsumen menekankan keputusan pembelian dipengaruhi faktor internal (motivasi, persepsi, sikap) dan eksternal (harga, pendapatan, ketersediaan produk, lingkungan sosial, kebijakan). MBG mengubah kondisi eksternal siswa, sehingga pertimbangan terhadap jajanan di UMKM bergeser ke aspek rasa, variasi, citra, pengalaman sosial, dan kebutuhan sekunder. Kedua, dalam teori permintaan, pemberian makanan gratis dapat menurunkan permintaan produk substitusi dan mendorong permintaan produk komplementer. Ketiga, berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), niat beli ditentukan oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Ketiga faktor ini membentuk keputusan siswa tetap membeli produk UMKM meskipun telah mendapat MBG.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus, memungkinkan penggalian mendalam pengalaman, persepsi, dan strategi pelaku yang terlibat. Pendekatan ini relevan untuk memahami fenomena kompleks terkait interaksi kebijakan, konsumsi, dan dinamika usaha kecil dalam konteks nyata. Dengan menjadikan pelaku UMKM, pengelola MBG, dan siswa sebagai informan, penelitian diarahkan menangkap narasi multiperspektif tentang persepsi MBG, perubahan niat beli, dan strategi adaptasi UMKM.

Penelitian terdahulu menunjukkan MBG memiliki implikasi ekonomi terhadap UMKM sekolah. Salsabillatuzzahra et al. (2026) menemukan penurunan pendapatan pedagang kantin di MTs Negeri 1 Kota Cirebon, meskipun program membawa manfaat sosial. Rahmawati et al. (2026) menekankan MBG lebih fokus pada pemenuhan gizi tanpa mengaitkan dengan perubahan perilaku konsumsi siswa. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada wilayah non-metropolitan dan belum menempatkan siswa sebagai aktor utama. Kajian yang mengintegrasikan MBG dengan teori perilaku konsumsi dan niat beli siswa masih terbatas, khususnya di SMA DKI Jakarta. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji perubahan niat beli siswa SMA serta implikasinya terhadap UMKM, sekaligus menggali persepsi pedagang dan merumuskan strategi adaptasi untuk keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana perubahan niat beli siswa SMA terhadap UMKM di lingkungan sekolah setelah implementasi MBG; (2) apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli siswa terhadap UMKM pascaimplementasi MBG; dan (3) bagaimana dampak perubahan niat beli siswa terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis perubahan niat beli siswa SMA terhadap UMKM setelah implementasi MBG; (2) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli siswa pascaimplementasi MBG; dan (3) menganalisis dampak perubahan niat beli siswa terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian

kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena sosial yang terjadi di lapangan berdasarkan perspektif subjek penelitian. Tujuan penelitian kualitatif bukan semata-mata mencari kebenaran, tetapi lebih pada pemahaman subjek terhadap dunia sekitarnya (Sugiyono, 2023). Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu fenomena spesifik, yaitu analisis niat beli di UMKM lingkungan sekolah pada siswa SMA Negeri 27 Jakarta pascaimplementasi Program Makan Bergizi Gratis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara komprehensif dinamika interaksi antara kebijakan pemerintah, perubahan niat beli siswa, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta dampaknya terhadap UMKM di lingkungan sekolah dalam konteks nyata.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 27 Jakarta yang berlokasi di Jl. Mardani Raya No. 39, Johar Baru, Jakarta Pusat. Sekolah ini dipilih karena merupakan salah satu sekolah penerima Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di wilayah DKI Jakarta, sehingga memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian. Penelitian dilaksanakan mulai bulan Januari hingga Agustus 2026, dengan rincian kegiatan yang mencakup pengajuan judul dan penyusunan proposal pada Januari-Maret, pengumpulan data pada April-Mei, analisis data pada Juni-Juli, serta penyusunan hasil penelitian pada Agustus 2026.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive* berdasarkan keterkaitannya dengan pelaksanaan Program MBG dan relevansinya terhadap tujuan penelitian. Informan utama adalah siswa SMA Negeri 27 Jakarta yang menjadi penerima Program MBG. Informan kunci adalah pelaku UMKM yang beroperasi di lingkungan sekolah. Informan pendukung adalah pengelola atau PIC Program MBG di sekolah. Pemilihan ketiga kategori informan ini bertujuan untuk memperoleh data yang komprehensif dari berbagai perspektif yang terlibat secara langsung dalam implementasi Program MBG.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber (Sugiyono, 2023). Triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda untuk memperoleh data dari sumber yang sama, sedangkan triangulasi sumber dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda dengan menggunakan teknik yang sama.

Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi secara mendalam. Melalui teknik ini, informan diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat, pengalaman, dan ide-idenya secara terbuka, sementara peneliti dapat mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Wawancara dilakukan untuk menggali data terkait perubahan niat beli, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dampaknya terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah. Instrumen wawancara dikembangkan berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), teori kualitas produk dan harga (Zare et al., 2024), serta teori faktor situasional (Kotler & Keller, 2012), yang mencakup indikator sikap terhadap produk, kualitas produk, harga dan persepsi pengendalian perilaku, pengaruh sosial, kepercayaan, niat beli konsumen, faktor situasional, serta pelaksanaan dan respons siswa terhadap Program MBG.

Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan berbagai sumber tertulis maupun visual yang relevan, termasuk foto kegiatan sebagai bukti fisik bahwa proses penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengacu pada model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2023), yang mencakup tiga tahapan:

Reduksi Data dilakukan dengan cara menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan siswa SMA sebagai penerima MBG serta pelaku UMKM di lingkungan sekolah. Data dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu perubahan niat beli siswa, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta dampaknya terhadap UMKM di lingkungan sekolah pascaimplementasi Program MBG.

Penyajian Data dilakukan dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau matriks tematik untuk mempermudah pemahaman dan proses analisis data. Penyajian ini bertujuan menggambarkan secara sistematis hasil temuan penelitian terkait dinamika perubahan perilaku konsumsi siswa serta implikasi Program MBG terhadap UMKM di lingkungan sekolah.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data dilakukan berdasarkan pola, keterkaitan, dan makna yang muncul dari data yang telah disajikan. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi secara berkelanjutan dengan membandingkan data dari hasil wawancara dan dokumentasi untuk memastikan tingkat keabsahan dan konsistensi temuan penelitian.

Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui uji kredibilitas dengan menggunakan triangulasi, bahan referensi, dan *member check* (Sugiyono, 2023; Susanto et al., 2023).

Triangulasi dilakukan melalui empat pendekatan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari siswa sebagai penerima Program MBG, pelaku UMKM di lingkungan sekolah, serta pengelola Program MBG di sekolah untuk melihat konsistensi informasi. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk menguji konsistensi dan kredibilitas data. Triangulasi teori dilakukan dengan menggunakan tiga perspektif teori, yaitu *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), teori permintaan dalam ekonomi mikro (Sinaga et al., 2024), serta teori faktor situasional (Kotler & Keller, 2012), untuk menginterpretasikan temuan yang sama dari sudut pandang psikologi konsumen, ekonomi mikro, dan perilaku situasional.

Penggunaan referensi dilakukan dengan memperkuat hasil wawancara melalui rekaman wawancara menggunakan alat bantu seperti kamera atau alat perekam suara, serta didukung oleh dokumentasi kegiatan yang relevan dengan pelaksanaan penelitian.

Member check dilakukan dengan mengecek kembali data yang telah diperoleh kepada informan untuk memastikan kesesuaian antara informasi yang dikumpulkan dengan maksud yang sebenarnya dari sumber data. Pelaksanaan *member check* dilakukan setelah peneliti memperoleh suatu temuan atau

kesimpulan sementara, dengan cara mendatangi informan untuk menginformasikan kembali kebenaran informasi yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Pendekatan Kualitatif

Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai perubahan niat beli siswa terhadap UMKM di lingkungan sekolah pasca implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG), peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur sebagai teknik pengumpulan data utama. Wawancara dilakukan kepada siswa SMA Negeri 27 Jakarta sebagai penerima Program MBG, pelaku UMKM di lingkungan sekolah yang terdampak langsung, dan Guru/PIC Program MBG di sekolah. Pemilihan ketiga kelompok informan ini didasarkan pada keterkaitan mereka dengan fokus penelitian.

Tabel 1. Profil Partisipan Penelitian (Siswa)

No	Partisipan	Jenis Kelamin	Usia	Status
1	Partisipan S1	Perempuan	17 tahun	Penerima MBG
2	Partisipan S2	Laki-laki	17 tahun	Penerima MBG
3	Partisipan S3	Laki-laki	18 tahun	Penerima MBG
4	Partisipan S4	Perempuan	18 tahun	Penerima MBG
5	Partisipan S5	Perempuan	17 tahun	Penerima MBG

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Tabel 2. Profil Partisipan Penelitian (Pelaku UMKM)

No	Partisipan	Jenis Kelamin	Usia	Lama Berusaha	Jenis Usaha
1	Partisipan U1	Perempuan	22 Tahun	4 Tahun	Snack ringan dan minuman
2	Partisipan U2	Perempuan	47 Tahun	7 Tahun	Gorengan, makanan berat, dan jus

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Tabel 3. Profil Partisipan Penelitian (Guru)

No	Partisipan	Jenis Kelamin	Jabatan	No
1	Partisipan P1	Perempuan	Guru Ekonomi / PIC Program MBG SMA Negeri 27 Jakarta	1

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1, 2, dan 3, partisipan dalam penelitian ini terdiri atas delapan orang, yaitu lima siswa penerima Program MBG, dua pelaku UMKM, serta satu guru sebagai PIC Program MBG. Siswa dipilih sebagai informan utama karena merupakan penerima langsung program sekaligus konsumen utama UMKM. Pelaku UMKM yang dipilih merupakan pedagang dengan jenis usaha berbeda, yaitu pedagang makanan ringan dan minuman serta pedagang gorengan, makanan berat, dan jus. Guru sebagai informan pendukung digunakan untuk memvalidasi dan memperkuat konsistensi temuan melalui triangulasi sumber.

Perubahan Niat Beli Siswa Pascaimplementasi Program MBG

Implementasi Program MBG memberikan perubahan terhadap niat beli siswa di lingkungan sekolah. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima partisipan siswa penerima MBG, ditemukan bahwa program tersebut tidak sepenuhnya menghilangkan niat beli siswa terhadap produk UMKM, melainkan mengubah bentuk dan tujuan pembelian. Sebelum program diterapkan, sebagian besar siswa membeli

Analisis Niat Beli di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Lingkungan Sekolah pada Siswa SMA Negeri 27 Jakarta Pascaimplementasi Program Makan Bergizi Gratis

(Murod, et al.)

makanan berat sebagai menu makan siang. Setelah memperoleh MBG, kebutuhan konsumsi utama telah terpenuhi sehingga siswa lebih cenderung membeli makanan atau minuman sebagai pelengkap, bukan sebagai kebutuhan utama.

Temuan tersebut terlihat secara konsisten pada seluruh partisipan. Sebagian besar siswa menyatakan bahwa sebelum menerima MBG mereka hampir selalu membeli makanan berat di kantin sekolah, sedangkan setelah program berjalan mereka lebih jarang membeli makanan utama dan hanya membeli makanan ringan atau minuman apabila masih merasa lapar, ingin menikmati variasi rasa, atau sekadar ingin mengonsumsi camilan. Salah satu partisipan menjelaskan bahwa perubahan tersebut terjadi karena kebutuhan makan siangnya telah terpenuhi oleh Program MBG.

"Sebelum menerima MBG saya sering membeli makanan berat karena walaupun membawa bekal saya tetap perlu makan siang. Setelah menerima MBG saya lebih jarang membeli makanan berat karena makanan MBG sudah mencukupi karbohidrat, serat, dan nutrisinya. Jadi sekarang saya hanya membeli makanan tambahan ketika sedang lapar atau sekadar ingin ngemil" (Partisipan S1).

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh partisipan S2 yang mengungkapkan bahwa sebelum adanya Program MBG dirinya membeli makanan berat saat jam istirahat pertama dan masih membeli makanan tambahan pada jam istirahat berikutnya. Setelah memperoleh Program MBG, kebutuhan tersebut berkurang sehingga ia hanya membeli minuman atau makanan ringan. Hal yang sama juga ditemukan pada partisipan S3, S4, dan S5 yang menunjukkan pola perubahan serupa.

Meskipun demikian, hasil wawancara menunjukkan bahwa Program MBG tidak sepenuhnya menghilangkan niat beli siswa terhadap produk UMKM. Hampir seluruh partisipan mengaku masih melakukan pembelian terhadap produk tertentu, terutama makanan ringan, roti, susu, air mineral, maupun minuman. Pembelian tersebut dilakukan bukan lagi untuk memenuhi rasa lapar, melainkan karena adanya keinginan memperoleh variasi rasa, melengkapi menu MBG, atau sekadar memenuhi keinginan untuk mengonsumsi camilan.

Temuan tersebut diperkuat melalui hasil wawancara dengan pelaku UMKM. Menurut Partisipan U1, setelah Program MBG diterapkan, siswa tidak lagi membeli makanan untuk mengenyangkan perut, melainkan membeli makanan ringan sebagai bentuk konsumsi tambahan. Partisipan U2 juga mengungkapkan bahwa penurunan pembelian paling terasa terjadi pada makanan berat karena kebutuhan makan siang siswa telah dipenuhi melalui Program MBG. Pandangan siswa dan pelaku UMKM tersebut turut dikonfirmasi oleh Partisipan P1 selaku Guru/PIC Program MBG, yang mengamati langsung perubahan pola konsumsi siswa sejak program berjalan.

Hasil triangulasi antara siswa, pelaku UMKM, dan Guru/PIC Program MBG menunjukkan adanya konsistensi informasi mengenai perubahan pola konsumsi setelah implementasi Program MBG. Siswa mengakui bahwa kebutuhan makanan utama telah terpenuhi sehingga pembelian makanan berat menurun, sedangkan pelaku UMKM juga merasakan penurunan permintaan terhadap produk utama dan peningkatan minat pada produk pelengkap seperti makanan ringan dan minuman.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Siswa Sikap terhadap Produk UMKM

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima partisipan siswa, ditemukan bahwa sikap terhadap

produk UMKM menjadi salah satu faktor yang memengaruhi niat beli siswa setelah implementasi Program MBG. Meskipun kebutuhan makan utama telah terpenuhi, sebagian besar siswa masih memiliki kecenderungan untuk membeli produk UMKM karena menilai produk yang dijual mampu memberikan manfaat yang tidak dapat diperoleh dari menu MBG, berupa variasi menu, cita rasa yang lebih sesuai dengan selera, serta keberagaman pilihan makanan dan minuman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap positif siswa terhadap produk UMKM tidak mengalami perubahan secara signifikan setelah implementasi MBG. Perubahan yang terjadi justru terletak pada tujuan pembelian. Sebelum adanya MBG, siswa membeli produk UMKM untuk memenuhi kebutuhan makan siang. Setelah adanya MBG, pembelian dilakukan karena adanya ketertarikan terhadap variasi produk maupun keinginan mengonsumsi makanan yang tidak tersedia dalam menu MBG. Dengan demikian, sikap positif terhadap produk UMKM tetap dipertahankan meskipun intensitas pembelian mengalami penyesuaian.

Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi niat beli siswa. Kualitas produk dalam penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan cita rasa makanan, tetapi juga meliputi variasi menu, kesegaran produk, kebersihan penyajian, serta kemampuan produk dalam memenuhi selera siswa. Meskipun Program MBG telah menyediakan makanan bergizi, siswa tetap mempertimbangkan kualitas produk UMKM ketika memutuskan untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa tidak secara langsung membandingkan kualitas produk UMKM dengan Program MBG untuk menemukan mana yang lebih baik, melainkan melihat keduanya memiliki fungsi yang berbeda. Program MBG dipandang sebagai makanan utama yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan gizi, sedangkan produk UMKM dinilai memiliki keunggulan dalam memberikan variasi pilihan makanan sesuai dengan preferensi masing-masing siswa. Oleh karena itu, kualitas produk UMKM tetap menjadi alasan yang mendorong munculnya niat beli meskipun siswa telah menerima makanan gratis.

Harga dan Perceived Behavioral Control

Faktor harga masih menjadi salah satu pertimbangan dalam niat beli siswa setelah implementasi Program MBG. Namun demikian, implementasi MBG telah mengubah cara siswa memandang harga. Sebelum adanya program, harga menjadi pertimbangan utama karena siswa harus mengalokasikan sebagian besar uang sakunya untuk membeli makanan utama. Setelah kebutuhan makan siang dipenuhi melalui MBG, siswa memiliki keleluasaan yang lebih besar dalam mengelola uang saku sehingga pertimbangan terhadap harga tidak lagi sekuat sebelum adanya Program MBG.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan harga produk, tetapi juga dengan kemampuan siswa dalam mengendalikan penggunaan uang saku. Seluruh partisipan menyatakan bahwa setelah implementasi MBG mereka dapat menghemat pengeluaran harian karena tidak lagi membeli makanan berat secara rutin. Sebagian besar uang saku yang sebelumnya digunakan untuk membeli makan siang kini dialihkan untuk membeli makanan ringan, ditabung, atau digunakan untuk keperluan lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa Program MBG memberikan ruang bagi

siswa untuk memiliki kendali yang lebih besar terhadap keputusan penggunaan uang saku.

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial, khususnya dari teman sebaya, merupakan salah satu faktor yang memengaruhi niat beli siswa setelah implementasi Program MBG. Meskipun keputusan pembelian pada dasarnya merupakan pilihan pribadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial antarsiswa masih memiliki peran dalam mendorong munculnya niat beli untuk produk tertentu. Ajakan teman, rekomendasi mengenai makanan yang dianggap enak, maupun keinginan untuk mengikuti kebiasaan kelompok menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian siswa.

Namun, tingkat pengaruh sosial yang dirasakan setiap partisipan tidak sepenuhnya sama. Sebagian siswa mengaku bahwa ajakan teman sangat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli jajanan di kantin, sedangkan sebagian lainnya berpendapat bahwa keputusan membeli lebih banyak ditentukan oleh kebutuhan dan kondisi pribadi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial tetap berperan dalam membentuk niat beli, meskipun tidak menjadi faktor dominan bagi semua siswa.

Kepercayaan terhadap Produk

Kepercayaan terhadap produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi niat beli siswa. Dalam penelitian ini, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan siswa bahwa produk yang dijual oleh pelaku UMKM memiliki kualitas yang baik, aman untuk dikonsumsi, diproses secara higienis, serta memiliki cita rasa yang sesuai dengan harapan mereka. Kepercayaan tersebut menjadi penting karena meskipun kebutuhan makan utama telah dipenuhi melalui Program MBG, keputusan siswa untuk tetap membeli produk UMKM sangat dipengaruhi oleh tingkat keyakinan mereka terhadap produk yang ditawarkan.

Seluruh partisipan menunjukkan bahwa mereka masih memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap produk UMKM di lingkungan sekolah. Kepercayaan tersebut dibangun melalui pengalaman membeli secara berulang, kebersihan tempat berjualan, kualitas bahan makanan, serta hubungan yang telah terjalin antara siswa dengan pelaku UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi Program MBG tidak mengubah persepsi siswa terhadap kredibilitas produk UMKM, melainkan hanya memengaruhi intensitas pembelian yang dilakukan.

Faktor Situasional: Waktu Penyaluran Program MBG

Selain kelima faktor yang telah diuraikan, hasil penelitian ini menemukan adanya faktor lain yang turut memengaruhi niat beli siswa, yaitu waktu penyaluran Program MBG. Partisipan P1 menjelaskan bahwa distribusi MBG dilakukan menjelang waktu makan siang sehingga siswa masih memiliki kesempatan membeli makanan pada jam istirahat pertama sebelum MBG dibagikan. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil wawancara siswa dan pelaku UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa waktu penyaluran Program MBG menjadi faktor situasional yang memengaruhi perubahan niat beli siswa dan menjadi salah satu faktor baru yang muncul dalam penelitian ini.

Dampak Perubahan Niat Beli terhadap Keberlangsungan UMKM Perspektif Pelaku UMKM

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua pelaku UMKM, implementasi Program MBG memberikan dampak yang cukup nyata terhadap aktivitas penjualan di lingkungan sekolah. Kedua informan menyampaikan bahwa sejak program mulai diterapkan, jumlah siswa yang membeli makanan di kantin mengalami penurunan dibandingkan sebelum adanya MBG. Hal tersebut terjadi karena kebutuhan makan utama siswa telah dipenuhi sehingga frekuensi pembelian makanan di kantin menjadi berkurang.

Partisipan U1 menjelaskan bahwa penurunan jumlah pembeli mulai dirasakan sejak Program MBG berjalan secara rutin di sekolah. Menurutnya, sebelum adanya program, sebagian besar siswa membeli makanan berat pada jam istirahat, sedangkan setelah implementasi MBG siswa lebih banyak membeli makanan ringan atau bahkan tidak melakukan pembelian sama sekali. Penurunan jumlah pembeli tersebut secara langsung berdampak terhadap omzet usaha yang diperoleh setiap harinya.

Temuan serupa juga disampaikan oleh Partisipan U2 yang menjelaskan bahwa setelah implementasi Program MBG jumlah pembeli mengalami penurunan meskipun tidak sampai menyebabkan usahanya berhenti beroperasi. Penurunan tersebut lebih banyak terjadi pada produk makanan berat, sedangkan penjualan makanan ringan dan minuman masih tetap berjalan meskipun jumlahnya tidak sebanyak sebelumnya.

Strategi Adaptasi UMKM

Meskipun implementasi Program MBG menyebabkan penurunan jumlah pembeli dan omzet penjualan, hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya menerima perubahan tersebut secara pasif. Kedua informan menyampaikan bahwa mereka melakukan berbagai upaya penyesuaian agar usaha tetap dapat berjalan dan mampu mempertahankan niat beli siswa. Strategi yang dilakukan meliputi inovasi produk, mempertahankan harga jual, menjaga kualitas makanan, serta menyesuaikan penyajian produk dengan preferensi siswa.

Partisipan U1 menjelaskan bahwa salah satu langkah yang dilakukan adalah menambah variasi produk yang dijual. Menurutnya, perubahan pola konsumsi siswa setelah implementasi MBG membuat pelaku usaha harus lebih kreatif dalam menyediakan pilihan makanan dan minuman yang berbeda dari menu MBG sehingga tetap memiliki daya tarik bagi siswa. Selain itu, Partisipan U1 juga memilih untuk mempertahankan harga jual karena menaikkan harga justru berpotensi menurunkan niat siswa yang kini lebih selektif dalam menggunakan uang saku.

Strategi yang berbeda disampaikan oleh Partisipan U2 yang menyatakan bahwa kualitas produk menjadi aspek yang paling penting untuk dipertahankan agar siswa tetap memiliki kepercayaan dan keinginan membeli. Oleh karena itu, seluruh makanan dipersiapkan menggunakan bahan baku yang masih segar dan dimasak langsung di lingkungan sekolah. Selain itu, Partisipan P1 juga menjelaskan bahwa pihak sekolah turut berperan dalam merespons dampak tersebut melalui sosialisasi awal serta pemberian saran kepada pelaku UMKM agar melakukan penyesuaian usaha.

Pembahasan

Perubahan Niat Beli Siswa Pascaimplementasi Program MBG

Implementasi Program MBG menyebabkan terjadinya perubahan niat beli siswa terhadap produk UMKM di lingkungan SMA Negeri 27 Jakarta. Perubahan tersebut ditandai dengan menurunnya intensi pembelian makanan utama di kantin sekolah serta bergesernya pola konsumsi siswa ke arah pembelian makanan ringan, minuman, maupun jajanan pelengkap. Meskipun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi MBG tidak menghilangkan niat beli siswa secara keseluruhan, melainkan mengubah bentuk dan prioritas pembelian sesuai dengan kebutuhan konsumsi setelah memperoleh makanan dari program tersebut.

Perubahan tersebut dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa niat merupakan faktor yang paling dekat dengan perilaku seseorang. Niat untuk melakukan suatu tindakan terbentuk melalui proses evaluasi terhadap perilaku yang akan dilakukan, sehingga ketika terjadi perubahan pada kondisi yang dihadapi individu, maka niat yang dimiliki juga dapat mengalami perubahan. Pada penelitian ini, implementasi Program MBG menjadi kondisi baru yang memengaruhi proses evaluasi siswa sebelum melakukan pembelian.

Perubahan niat beli siswa tersebut sejalan dengan kerangka teori ekonomi mikro, khususnya teori permintaan, di mana memberikan barang atau jasa secara gratis dapat memengaruhi permintaan terhadap barang substitusi maupun komplementer (Sinaga et al., 2024). Makanan yang disediakan melalui Program MBG menjadi substitusi bagi makanan utama yang sebelumnya dibeli siswa dari pelaku UMKM. Namun, pada saat yang sama, program ini juga mendorong permintaan terhadap produk komplementer seperti camilan, minuman, atau jajanan tertentu yang tidak disediakan dalam program MBG.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suhendri et al. (2024) yang menyatakan bahwa niat beli merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan pembelian setelah melalui proses evaluasi terhadap suatu produk. Temuan ini juga mendukung pendapat Herry dan Widjaja (2024) yang menjelaskan bahwa niat beli berkembang setelah konsumen memperoleh informasi dan membentuk penilaian terhadap suatu produk.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat beli siswa terhadap produk UMKM setelah implementasi Program MBG dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, yaitu sikap terhadap produk, kualitas produk, harga serta kemampuan siswa dalam mengelola uang saku (*perceived behavioral control*), pengaruh teman sebaya (*subjective norm*), dan kepercayaan terhadap produk UMKM.

Kualitas produk dan kepercayaan terhadap produk UMKM menjadi faktor yang paling dominan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Zare et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Dalam konteks penelitian ini, kualitas produk tidak hanya dinilai dari cita rasa makanan, tetapi juga dari kesegaran, kebersihan, dan keamanan produk yang dijual di kantin sekolah.

Kepercayaan terhadap produk UMKM juga memiliki peran penting dalam membentuk niat beli siswa. Menurut Zare et al. (2024), kepercayaan konsumen merupakan keyakinan bahwa suatu produk

mampu memberikan manfaat sesuai dengan harapan serta aman untuk digunakan atau dikonsumsi. Dalam penelitian ini, kepercayaan siswa terbentuk melalui pengalaman membeli sebelumnya serta penilaian terhadap kebersihan kantin dan proses penyajian makanan.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa sikap (*attitude toward the behavior*) merupakan evaluasi individu terhadap suatu perilaku yang akan menentukan terbentuknya niat untuk melakukannya. Sikap positif siswa muncul karena mereka menilai produk UMKM memiliki variasi menu yang tidak tersedia pada Program MBG. Penilaian positif tersebut mendorong siswa untuk tetap memiliki keinginan membeli meskipun kebutuhan makan utama telah terpenuhi.

Selain kelima faktor tersebut, penelitian ini juga menemukan adanya faktor situasional yang turut memengaruhi niat beli siswa, yaitu waktu penyaluran Program MBG. Temuan ini memperkuat teori faktor situasional (Kotler & Keller, 2012), yang menunjukkan bahwa niat beli tidak hanya dibentuk oleh proses evaluasi psikologis individu sebagaimana dijelaskan *Theory of Planned Behavior*, tetapi juga oleh kondisi eksternal berupa mekanisme dan jadwal pelaksanaan kebijakan itu sendiri.

Dampak Perubahan Niat Beli terhadap Keberlangsungan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Program MBG memberikan dampak terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah. Namun demikian, dampak tersebut tidak terjadi secara langsung sebagai akibat dari pelaksanaan Program MBG, melainkan melalui perubahan niat beli siswa sebagai konsumen utama. Dengan kata lain, perubahan kondisi usaha yang dirasakan oleh pelaku UMKM merupakan konsekuensi dari berubahnya pola dan tujuan pembelian siswa setelah kebutuhan makan utama mereka dipenuhi melalui Program MBG.

Perubahan ini sejalan dengan teori ekonomi mikro, khususnya teori permintaan (Sinaga et al., 2024). Program MBG berfungsi sebagai penyedia makanan utama bagi siswa sehingga sebagian kebutuhan konsumsi telah terpenuhi tanpa harus melakukan pembelian di kantin sekolah. Akibatnya, permintaan terhadap produk yang memiliki fungsi serupa mengalami penurunan. Sebaliknya, produk yang tidak secara langsung menggantikan menu MBG masih memiliki peluang untuk dibeli karena mampu memenuhi kebutuhan lain.

Kondisi tersebut sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2012) yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional yang dapat berubah sesuai dengan kondisi yang dihadapi konsumen. Apabila dikaitkan kembali dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perubahan yang dialami UMKM pada dasarnya merupakan implikasi dari perubahan niat beli siswa. Ketika siswa mengevaluasi bahwa kebutuhan makan utama telah dipenuhi, memperoleh pengaruh dari lingkungan sekolah, serta memiliki keleluasaan dalam menentukan penggunaan uang saku, maka niat membeli produk UMKM juga mengalami perubahan.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Rahmawati et al. (2026) yang menemukan bahwa implementasi Program MBG menyebabkan perubahan pola konsumsi siswa di lingkungan sekolah. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian Putri et al. (2025) yang menyatakan bahwa dampak ekonomi Program MBG terhadap UMKM sangat dipengaruhi oleh jenis produk yang dijual. Selain itu, penelitian ini turut menguatkan penelitian Maulidya et al. (2026) yang menyimpulkan bahwa

tingkat kerentanan UMKM terhadap implementasi Program MBG dipengaruhi oleh karakteristik produk yang dijual.

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa implementasi Program MBG tidak menghilangkan keberadaan UMKM di lingkungan sekolah, melainkan mengubah fungsi produk yang dijual oleh UMKM. Sebelum implementasi MBG, produk UMKM berperan sebagai pemenuh kebutuhan makan utama siswa. Setelah implementasi MBG, produk tersebut lebih banyak dikonsumsi sebagai pelengkap, sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh kualitas produk, kepercayaan, variasi menu, dan selera dibandingkan kebutuhan makan itu sendiri. Pergeseran fungsi ini menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi bukan sekadar penurunan aktivitas jual beli, tetapi merupakan perubahan dalam proses pembentukan niat beli siswa

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai perubahan niat beli siswa terhadap produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di lingkungan SMA Negeri 27 Jakarta setelah implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG), identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli tersebut, serta analisis dampaknya terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, implementasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menyebabkan terjadinya perubahan niat beli siswa terhadap produk UMKM di lingkungan sekolah. Perubahan tersebut tidak ditunjukkan dengan hilangnya niat beli siswa secara keseluruhan, melainkan bergesernya orientasi pembelian dari sebelumnya didasarkan pada pemenuhan kebutuhan makan utama menjadi pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan, selera, dan variasi produk. Setelah kebutuhan makan siang siswa terpenuhi melalui Program MBG, pembelian terhadap makanan berat di UMKM sekolah mengalami penurunan, sedangkan pembelian terhadap makanan ringan, minuman, dan jajanan pelengkap masih tetap dilakukan. Dengan demikian, implementasi Program MBG mengubah pola konsumsi dan membentuk orientasi baru dalam niat beli siswa terhadap produk UMKM di lingkungan sekolah.

Kedua, niat beli siswa terhadap produk UMKM pasca implementasi Program MBG dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, yaitu sikap terhadap produk, kualitas produk, harga dan kemampuan siswa dalam mengelola uang saku, pengaruh teman sebaya, serta kepercayaan terhadap produk UMKM. Dari kelima faktor tersebut, kualitas produk dan kepercayaan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk niat beli siswa. Setelah kebutuhan utama terpenuhi melalui Program MBG, keputusan siswa untuk tetap membeli produk UMKM lebih banyak ditentukan oleh penilaian terhadap cita rasa, kesegaran, kebersihan, keamanan produk, serta keyakinan bahwa produk yang dijual layak untuk dikonsumsi. Sementara itu, faktor harga, pengaruh teman sebaya, dan sikap terhadap produk tetap berperan sebagai faktor yang mempengaruhi niat beli siswa. Selain faktor-faktor yang dirancang pada awal penelitian, hasil penelitian ini juga menemukan adanya faktor situasional berupa waktu penyaluran Program MBG yang turut memengaruhi pola pembelian siswa. Penyaluran MBG yang dilakukan menjelang waktu makan siang menyebabkan siswa tetap melakukan pembelian pada jam istirahat pertama, sementara pembelian yang mendekati waktu makan siang mengalami penurunan. Temuan ini menunjukkan bahwa

proses pembentukan niat beli siswa setelah implementasi Program MBG tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil keterkaitan berbagai faktor.

Ketiga, perubahan niat beli siswa memberikan dampak terhadap keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah. Dampak tersebut terlihat dari menurunnya permintaan terhadap produk makanan berat yang berimplikasi pada berkurangnya jumlah pembeli dan penurunan omzet yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi Program MBG bukan merupakan penyebab langsung menurunnya keberlangsungan UMKM. Dampak tersebut terjadi melalui perubahan niat beli siswa sebagai konsumen utama UMKM di lingkungan sekolah. Perubahan orientasi niat beli siswa menyebabkan pelaku UMKM perlu melakukan berbagai strategi adaptasi, seperti menambah variasi produk, mempertahankan kualitas dan kebersihan makanan, menjaga harga tetap terjangkau, serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Oleh karena itu, keberlangsungan UMKM di lingkungan sekolah setelah implementasi Program MBG sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan strategi usahanya terhadap perubahan niat beli siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Anam, M., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh citra merek, desain produk, dan celebrity endorsement terhadap niat beli ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(September), 118-130.
- Fatikhovna, N. K. (2024). Interdisciplinary analysis of consumer behavior theories and decision-making factors. *International Journal of Artificial Intelligence for Digital Marketing*, 1(6), 6-16. <https://doi.org/10.61796/ijaifd.v1i6.283>
- Hermawati, L., Nur, M., Abdullah, A., & Rizaldi, M. R. (2025). Analisis program makan bergizi gratis terhadap UMKM sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 11, 155-160.
- Herry, G., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian melalui niat beli (Studi pada brand Scarlett Whitening). *Jurnal Manajemen*, 2(3).
- Husin, M. H., Situmorang, L., Batu, L. L., Emteta, T., Bangun, K., & Salsabila, T. (2025). Program Makan Bergizi Gratis (MBG) dan dampaknya. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 9(4), 80-83.
- Khatimah, A. W. N., Kamaruddin, S. A., & Awaru, A. O. T. (2025). Rasionalisme dalam kebijakan publik: Analisis dampak Program Makan Bergizi Gratis terhadap kesejahteraan pelajar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1969-1976. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.815>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Maulidya, A., Kusuma, Y. T., Sriwijaya, U., Lampung, U., & Pesawaran, S. D. (2026). Dampak implementasi kebijakan Makan Bergizi Gratis terhadap ekonomi mikro di lingkungan sekolah (Studi kasus UMKM jajanan sekolah di Kabupaten Pringsewu). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10, 602-614.
- Musfira, L., & Astuti, B. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi purchase intention. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 133-144. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.812>
- Nida, R., & Sari, D. D. P. (2023). School meals program and its impact towards student's cognitive achievement. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 7(1), 69-

80. <https://doi.org/10.18196/jerss.v7i1.17014>
- Nurasyifah, & Sumarsono, R. B. (2025). Dampak kebijakan Makan Bergizi Gratis (MBG) terhadap manajemen layanan khusus kantin di SMA Negeri 2 Malang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 35176-35183.
- Putri, R. S. R., Kurnia, Y., Monika, C., Aliyah, Z., Antolin, F. F., & Hamid, M. F. (2025). Assessing MBG economic spillovers through parents, canteens, and MSMEs. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 7504-7510. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4593>
- Rahmawati, S., Ilfa, F., & Sijabat, R. (2026). Eksistensi keuangan kantin sekolah pasca kehadiran Program Makan Bergizi Gratis (MBG). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 4.
- Salsabillatuzzahra, A., Marisa, & Parizsaepurrohman, M. (2026). Analisis dampak Program Makan Bergizi Gratis terhadap kesejahteraan pedagang kantin sekolah dalam perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Sinaga, M., Zalukhu, R. S., Piter, R., Hutaeruk, S., S., S. E. J., Winda, S., Damanik, H., Margareth, Y., Pembangunan, E., Sumatera, U., Sekolah, A., Ilmu, T., & Bina, E. (2024). Analisis pilihan konsumen terhadap barang substitusi dan komplementer. *Jurnal Ekonomi*, 1.
- Suhendri, Mariyudi, & Edyansyah. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli mobil Low-Cost Green Car (LCGC) di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen*, 13, 1-9.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Metodologi penelitian kualitatif. *Jurnal Edu Research*, 5(September), 110-116.
- Sunaryanti, D. P., Pranata, I. G., & Firmansyah, A. M. (2025). Sayuran organik di Indonesia (Integrasi teori perilaku terencana dan teori nilai konsumsi). *Jurnal Pertanian*, 105.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Pendidikan*, 1(1), 53-61.
- Susanto, T. V., & Siagian, D. (2025). Purchase intention: Apakah brand experience dan brand image mempengaruhi? (Studi empirik pada aplikasi Gopay). *Jurnal Manajemen*, 14(2), 122-129.
- Woong, J., & Ki, J. (2020). Factors that influence purchase intentions in social commerce. *Technology in Society*, 63, 101365. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101365>
- Zare, H., Nayeibzadeh, S., Davodi, A., & Hatami-nasab, S. H. (2024). Identifying indicators and factors affecting consumers' purchase intention of cosmeceutical masks through content analysis and the Delphi technique. *Journal of Consumer Behavior*, 15(December), 237-260.