

IMPLEMENTATION OF PRICE REASONABILITY AND CONSUMER PURCHASE INTEREST AT BERYL'S CHOCOLATE KINGDOM MALAYSIA STORE (Case Study on STIE Sutaatmadja Students' Participating in KKL 2019)

Ghina Salisatun Mubarakah¹ Ririn Megasari² Bismantara³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

Email: bisma2007@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 6 Maret 2021

Tgl. Diterima : 30 Maret 2021

Tersedia Online : 24 Januari 2022

Keywords:

Price Fairness, Buying Interest

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of fairness of the price and buying interest. This type of research used quantitative descriptive, this research was conducted on august 20-22,2019 with the subject of this study were the KKL students STIE Sutaatmadja Subang who visited Malaysia as consumers in Beryl's Chocolate Kingdom Store in Malaysia. Thi study used primary & secondary data, the instruments in this study are questionnaires. Data collection techniques used are questionnaires distributed to 103 respondents, observation and literature study. While the data analysis through sample data using sample random sampling techniques. The result of observatonal studies show that the fairness of the prices applied in the Beryl's Chocolate Kingdom store in Malaysia is based on indicators of the price awareness which include affordability, price sustability of prices with brandsm and price saticfaction. Both in terms of the taste of the price and the quality of the products presented, while the result of costumer perceptions about the offer price offered by the Beryl's Chocolate Kingdom Store in Malaysia something with consumer purchasing power even though there are some who say it is not in accordance with purchasing power of consumers.

PENDAHULUAN

Situasi perekonomian dewasa ini berkembang sangat pesat, terlebih di era globalisasi sekarang ini, dimana perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat mendorong timbulnya laju persaingan dalam dunia usaha. Dalam menghadapi peraingan tersebut, manajemen perusahaan harus cerdas dalam menciptakan strategi tertentu antara produk yang ditawarkan dengan

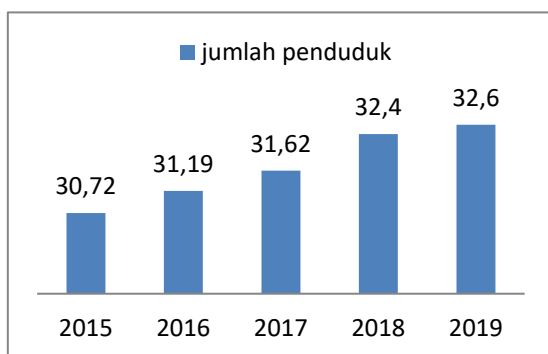
konsumen, agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Selain dari sebuah usaha yang bertujuan ingin mencapai tujuannya seperti meningkatkan penjualan dan meningkatkan niat beli konsumen, peningkatan penjualan dalam usaha tersebut, juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara tempat perusahaan tersebut berada. Salah satu kontribusi terbesar perekonomian suatu

negara itu didapat dari kontribusi sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM).

Dikutip dalam (smecorp.com) pada tanggal 21/12/2015, Berdasarkan sensus ekonomi negara berkembang, pertumbuhan ekonomi sebagian besar didorong oleh UKM. Dimana UKM sangat berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, bahkan UKM juga disebut sebagai tulang punggung bagi ekonomi. Menurut Todaro (2003:92) "Pertumbuhan ekonomi itu sendiri terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu akumulasi modal, pertumbuhan penduduk, dan kemajuan teknologi".

Salah satu negara berkembang yaitu negara Malaysia, dimana Negara Malaysia memiliki luas sebesar 329.847 km persegi dan Ibu Kota dari Malaysia yaitu Kuala Lumpur. Malaysia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Adapun jumlah penduduk Malaysia dari tahun 2015-2019 sebagai berikut:



Grafik 1
Jumlah Penduduk Malaysia Pada Tahun 2015 – 2019 Berdasarkan (juta jiwa)

Sumber: Bank dunia, (2019) data diolah (2019)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Malaysia pada tahun 2015 – 2019 mengalami peningkatan, yaitu pada tahun 2015 sebesar 30,72, kemudian pada tahun 2016 mencapai 31,16, pada tahun 2017 sebesar 32,62, lalu pada tahun 2018

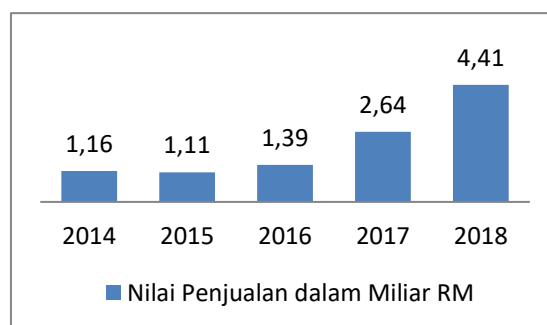
mencapai 32,4 dan pada tahun 2019 mencapai 32,6. Dimana perekonomiannya sebagian besar di dorong oleh UKM. Menurut SME Corporation Malaysia, Usaha Kecil Menengah (UKM) yang dipegang oleh wanita yaitu sebesar 20,6%.

Adapun kontribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) di berbagai sektor terhadap pertumbuhan ekonomi di Malaysia yaitu terdapat empat sektor, pertama pada sektor layanan yaitu sebesar 89,2% (809.126 UKM), kedua diikuti oleh sektor Manufaktur sebesar 5,3% (47,698 UKM) , ketiga pada ektor kontruksi sebesar 4,3% (39,158 UKM), keempat pada sektor agrikultur sebesar 1,1% (10,218 UKM). (smecorp.com).

Dikutip dari Papan Buletin Standar Penyebaran Dana Moneter Internasional (DSBB) (30/09/19) berdasarkan kategori dan komponen data perdagangan grosir , dan eceran dalam data ekonomi dan keuangan malaysia pada periode 2019 tercatat sebanyak RM 73.596 juta.

Negara Malaysia merupakan produsen kakao terbesar di dunia dan merupakan negara yang memproses kakao terbesar di Asia. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai penjualan coklat dan gula-gula di malaysia dari tahun 2014-2018 mengalami peningkatan.

Berikut merupakan nilai penjualan produk coklat dan gula yang diproduksi di Malaysia dari tahun 2014-2018 (dalam Miliar RM):



Grafik 2
Nilai Penjualan Produk Cokelat
Dan Gula Malaysia Tahun 2014-2018
(Dalam Miliar Rm)

Sumber: statista.com, 2019 (Data Diolah)

Berdasarkan grafik diatas, nilai penjualan produk cokelat dan gula pada tahun 2014 mencapai 1,16, kemudian pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 1,11 , pada tahun 2017 mencapai 1,39 , pada tahun 2017 meningkat menjadi 2,64 dan pada tahun 2018 mencapai 4,41. Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa nilai penjualan produk coklat dan gula-gula mengalami peningkatan (statista.com) .

Adapun daftar harga historis komoditas kakao dalam USD/TM (Matrik Ton), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1
Daftar Harga Historis Komoditas
Kakao Dalam USD/TM (Matrik Ton)

Data Historis	Satuan	Harga
03 Sept 2019	USD/MT	2,236.00
04 Sept 2019	USD/MT	2,269.00
05 Sept 2019	USD/MT	2,233.00
06 Sept 2019	USD/MT	2,273.00
07 Sept 2019	USD/MT	2,273.00
08 Sept 2019	USD/MT	2,273.00
09 Sept 2019	USD/MT	2,304.00
10 Sept 2019	USD/MT	2,289.00
11 Sept 2019	USD/MT	2,307.00
12 Sept 2019	USD/MT	2,320.00
13 Sept 2019	USD/MT	2,334.00
14 Sept 2019	USD/MT	2,334.00
15 Sept 2019	USD/MT	2,334.00
16 Sept 2019	USD/MT	2,382.00
17 Sept 2019	USD/MT	2,401.50

Data Historis	Satuan	Harga
18 Sept 2019	USD/MT	2,406.00
19 Sept 2019	USD/MT	2,468.00
20 Sept 2019	USD/MT	2,475.00
21 Sept 2019	USD/MT	2,475.00
22 Sept 2019	USD/MT	2,475.00
23 Sept 2019	USD/MT	2,459.00
24 Sept 2019	USD/MT	2,443.00
25 Sept 2019	USD/MT	2,474.50
26 Sept 2019	USD/MT	2,505.00
27 Sept 2019	USD/MT	2,486.00
28 Sept 2019	USD/MT	2,486.00
29 Sept 2019	USD/MT	2,486.00
30 Sept 2019	USD/MT	2,454.00
01 Okt 2019	USD/MT	2,461.00
02 Okt 2019	USD/MT	2,479.00
03 Okt 2019	USD/MT	2,481.50

Sumber : seputarforex.com, 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, harga historis komoditas kakao dalam USD/TM (Matrik Ton) dari 3 September 2019 hingga 3 Oktober 2019 , terdapat beberapa data historis yang mengalami penurunan. Diantaranya tanggal 3 Sept 2019 dengan harga 2,233.00 , kemudian pada 10 Sept 2019 sebesar 2,289.00, tanggal 23 Sep 2019 sebesar 2,459.00 , tanggal 34 Sep 2019 sebesar 2,443.00, Tanggal 27 Sep 2019 sebesar 2,486.00 , Tanggal 30 Sep 2019 sebesar 2,454.00 USD/TM.

Cokelat merupakan salah satu bahan olahan untuk para UKM seperti Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia yang menyediakan oleh – oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Malaysia. (maxmanroe.com). berikut merupakan daftar varian coklat dan harga coklat di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia :

Tabel 2
Daftar Varian Coklat Dan Harga Coklat
Di Toko Beryl's Chocolate Kingdom
Malaysia

No	Varian Coklat	Harga (RM)
1.	Beryl's Matcha	43.00
2.	Beryl's Mangga	23.00
3.	Beryl's Durian	23.00
4.	Beryl's Black & White	3.11
5.	Beryl's Strawberry	40.00
6.	Shabbat Tiramisu	62.00
7.	Shabbat Almond Coated With White Chocolate	62.00
8.	Shabbat Almond With Milk Chocolate	37.25

Sumber : Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia (Data Diolah 2019)

Dari tabel diatas diketahui bahwa varian coklat yang tersedia di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia berkisar dari 3.00 hingga 62.00 RM. Harga coklat Beryl's dan Shabbat cukup menguras kantong, namun harga coklat pada Toko Beryl's Chocolate Kingdom sesuai dengan kualitasnya (cadventura.com).

Agar dapat mempertahankan penjualan produk cokelat dan gula-gula maka UKM harus mampu mempertahankan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Menurut Suyono (2012:136) "Minat beli konsumen merupakan tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang disukainya dan didasari oleh berbagai macam pertimbangan". Dengan meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli sebuah produk cokelat, maka dapat mempertahankan nilai penjualan coklat dan gula-gula di Malaysia. Salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen pada saat membeli suatu produk yaitu kewajaran harga. Menurut Tampubolon dan Al Farizi (2018:13), Kewajaran harga merupakan harga yang diterapkan pada saat transaksi pertukaran barang atau jasa dan terlepas dari kata menguntungkan salah satu pihak.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Pramudana Pada Tahun 2014 mengenai "Pengaruh Kredibilitas, *Celebrity Endorser* Dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Pada *Online Shop* Produk Pakaian", dimana hasil dari penelitiannya mengungkapkan pada variabel daya tarik, kepercayaan, keahlian dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen wanita untuk membeli produk pakaian wanita melalui media *online*. Penjabaran implementasi ini memberikan kesesuaian yang dirasakan konsumen terhadap produk pakaian wanita di media *online* yang di promosikan oleh *celebrity endorser* sehingga dapat menstimuli niat beli konsumen.

Dimana penelitian sebelumnya melakukan penelitian di salah satu *online shop* produk pakaian wanita. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan objek yang berbeda yaitu di Toko Chocolate Kingdom Malaysia.

KERANGKA TEORITIS

Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Dikutip dari *SMEcorporation* Malaysia (Agustus 2016), Mengingat bahwa ada banyak perkembangan dalam ekonomi sejak 2005 seperti itu seperti inflasi harga, perubahan struktural dan perubahan tren bisnis, review dari definisi dilakukan pada 2013 dan definisi UKM baru disahkan di Pertemuan NSDC ke 14 pada Juli 2013. Definisi ini disederhanakan sebagai berikut:

1. Manufaktur: Omset penjualan tidak melebihi RM50 juta ATAU penuh waktu karyawan tidak melebihi 200 pekerja □
2. Layanan dan sektor lainnya: Omset penjualan tidak melebihi RM20 juta ATAU karyawan penuh waktu tidak melebihi 75 pekerja

Sebuah bisnis dapat memenuhi syarat sebagai UKM jika memenuhi salah satu dari dua yang ditentukan kriteria, yaitu omset penjualan atau karyawan penuh waktu, mana yang lebih rendah. Rincian definisi baru adalah sebagai berikut:

Definisi berdasarkan Ukuran Operasi Usaha mikro di semua sektor: Omzet penjualan kurang dari RM300.000 ATAU kurang dari 5 karyawan penuh waktu.

Tabel 3
Definisi berdasarkan Ukuran Operasi

Kategori	Kecil	Sedang
Manufaktur	Omset Penjualan Pabrikasi dari RM300.000 hingga kurang dari RM15 juta ATAU karyawan penuh waktu dari 5 hingga kurang dari 75	Omset penjualan mulai RM15 juta hingga tidak melebihi RM50 juta ATAU karyawan penuh waktu dari 75 hingga menjadi tidak melebihi 200
Jasa & Sektor Lainnya	Omset penjualan dari RM300.000 hingga kurang dari RM3 juta ATAU karyawan penuh waktu dari 5 menjadi	Omset penjualan dari RM3 juta hingga tidak melebihi RM20 juta ATAU karyawan penuh waktu dari 30

Kategori	Kecil	Sedang
	kurang dari 30	menjadi tidak melebihi 75

Jika sebuah bisnis memenuhi satu kriteria di berbagai ukuran operasi, ukuran yang lebih kecil akan berlaku. Misalnya jika omset penjualan perusahaan termasuk di bawah mikroenterprise namun pekerjaan turun di bawah kecil, bisnis tersebut akan dianggap sebagai mikroenterprise

Definisi Manajemen Pemasaran

Menurut Shinta (2011:1), "Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengedalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif".

Menurut Dermanto dan Sri Wardaya (2016:9) Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebuah seni dan ilmu merencanakan, mengimplementasikan, mengawasi, mengendalikan, memilih target dan membangun hubungan yang menguntungkan.

Harga

Menurut Suharno dan Sutarno (2010:178) harga adalah sejumlah uang yang dibayar untuk memperoleh produk yang diinginkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:383) dalam Suryati (2015 :37) mengemukakan bahwa harga merupakan satu – satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mengandung utilitas /

kegunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk.

Kewajaran Harga

Menurut Consuegra *et al* (2007) dan Amrriyanti (2013) dalam jurnal Indraswari dan Pramudana (2014:944), Kewajaran harga (*price fairness*) adalah ketika konsumen menilai kewajaran harga sebanding dengan kualitas, persepsi mereka tentang harga akan menguntungkan dan masuk akal.

Penilaian mengenai kewajaran harga dilakukan melalui pengukuran dengan menggunakan beberapa atribut yaitu, pertama harga yang ditawarkan wajar, dimana pelanggan merasa membayar harga yang wajar pada setiap transaksi pembelian; kedua harga yang ditawarkan dapat diterima, artinya suatu harga dapat dikatakan wajar jika kebijakan harga yang ditentukan oleh perusahaan dapat diterima oleh konsumen; ketiga referensi tingkat kewajaran harga yaitu sebanding harga dengan produk sejenis, artinya pelanggan merasa wajar jika suatu produk yang sama jenisnya dari merek yang berbeda ditetapkan harga yang berbeda; dan yang terakhir harga yang ditetapkan merupakan sebuah etika komunikasi, dimana pelanggan selalu diinformasikan jika ada perubahan harga yang akan dilakukan oleh perusahaan sebelum harga yang baru ditetapkan.

Kemudian Indikator yang digunakan untuk mengukur kewajaran harga diadaptasi dari studi yang dilakukan oleh Dhurup, Mafini dan Dumasi (2014) dalam jurnal Sugijama dan Pambudy (2017:5) yang berjudul “*Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty*”, yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan merek
4. Kepuasan harga

Minat Beli

Menurut Indraswari dan Pramudana (2014:944), Niat beli (*purchase intention*) merupakan kecenderungan seseorang untuk merasakan tertarik pada objek tertentu yang dimana merupakan perilaku seseorang berkaitan dengan keputusan menuju arah pembelian dan distimuli oleh faktor – faktor tertentu.

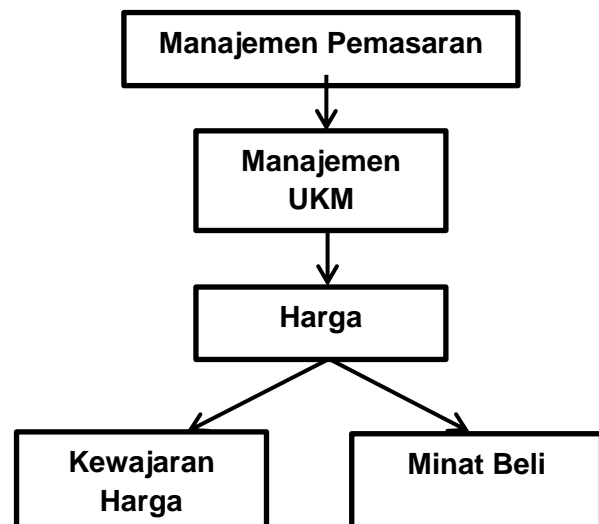
Ling *et al* (2010) dalam jurnal Indraswari dan Pramudana (2014:945), mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator niat beli yaitu mencari tahu tentang suatu produk atau pencarian informasi, mempertimbangkan untuk membeli, dan sungguh – sungguh ingin membeli.

Toko Cokelat

Toko Cokelat adalah sebuah tempat yang didalamnya terjadi kegiatan perdagangan cokelat .

Kerangka Pemikiran

Gambar 2



METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif , karena penelitian ini mendeskripsikan mengenai implementasi kewajaran harga

dan minat beli konsumen pada Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia.

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Beryl's Chocolate Kingdom yang berlokasi di Kota Kuala Lumpur Malaysia. Kuala Lumpur merupakan ibu kota Malaysia dan merupakan wilayah metropolitan dengan pertumbuhan paling pesat di Malaysia, baik dalam jumlah penduduk maupun ekonomi yaitu, tahun 2019 mencapai 32,6 juta jiwa. Kota ini juga merupakan pusat kebudayaan dan ekonomi Malaysia karena kedudukannya sebagai Ibu Kota dan kota utama.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data berdasarkan sifatnya terbagi menjadi dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kuantitatif pada penelitian ini yaitu jumlah responden yang berminat terhadap produk cokelat.

Menurut Sugiono (2014:225), sumber data dapat dibagi menjadi dua yaitu sumber primer dan sekunder.

1. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Bentuk data ini juga bisa dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer. Dimana, responden diminta untuk menjawab daftar kuisisioner yang terdiri dari pernyataan-pernyataan untuk variabel minat beli dan observasi.
2. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, kajian literatur, dan sejenisnya yang sifatnya laporan tersebut sudah dinyatakan layak untuk

dipergunakan oleh pihak terkait. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan penulis adalah sumber data sekunder. Karena data diperoleh dari sumber kedua. Yaitu data berupa kajian literatur seperti jurnal-jurnal terkait penelitian dan informasi – informasi yang diambil dari website.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa STIE Sutaatmadja semester 6 yang berkunjung ke Toko Beryl's Chocolate Kingdom di Malaysia baik dari program studi akuntansi maupun manajemen yang berjumlah 139 orang.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode Slovin dengan batas toleransi sebesar 5% atau 0,05. Berikut merupakan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin:

Rumus Slovin

$$s = \frac{n}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

s : Sampel

N : Populasi

e : Derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan

$$\begin{aligned} &= \frac{139}{1 + 139 \times 0,05^2} \\ &= \frac{139}{1 + 139 \times 0,0025} \\ &= \frac{139}{1 + 0,3475} \\ &= \frac{139}{1 + 0,3475} \end{aligned}$$

$$= \frac{139}{1,3475}$$

= 103,154 dibulatkan menjadi 103.

Dari perhitungan diatas, didapat hasil sebanyak 103,154 yang dibulatkan menjadi 103. Maka dari itu ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 103 mahasiswa yang berkunjung ke Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2014:137) dapat dilakukan dengan cara *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2014:142), Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada Mahasiswa STIE Sutaatmadja Peserta KKL 2019 yang berisikan pertanyaan – pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang ditujukan pada responden untuk mencari fakta – fakta dan opini – opini menyangkut minat beli konsumen coklat di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia.

2) Observasi (pengamatan)

Menurut Rangkuti (2007:42), Observasi adalah seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu obyek atau orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung melakukan observasi ke tempat yang akan diteliti yaitu Toko Beryl's Chocolate Kingdom di Malaysia..

3) Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengambilan data dengan menggunakan literature – literature, baik itu dalam bentuk teori – teori maupun bentuk lainnya yang dapat membantu peneliti dalam memperkuat argument dalam penelitiannya yang berhubungan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2019 di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia. Diperoleh data penelitian studi deskriptif dengan menggunakan metode observasi (pengamatan langsung). Dimana, pengumpulan data tersebut dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia.

Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan pada pukul 08.00 pagi hingga pukul 08.50 MST, diawali dengan sesi observasi, pengamatan harga yang ditawarkan, dan dilanjutkan dengan pembelian oleh – oleh coklat. Toko Beryl's Chocolate Kingdom sendiri merupakan salah satu Toko coklat terbesar dan tertua di Malaysia. (detiktravel.com)

Berikut merupakan hasil observasi yang dapat disimpulkan bahwa Toko Beryl's Chocolate Kingdom sudah mengimplementasikan/ melaksanakan kewajaran harga secara baik. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4

**Tabel Hasil Observasi Kewajaran
Harga Toko Beryl's Chocolate
Kingdom di Malaysia**

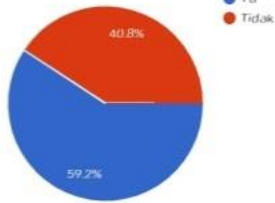
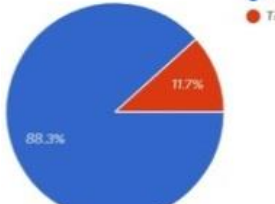
No	Indikator	Hasil Observasi
1	Keterjangkauan Harga	Dari observasi yang telah dilakukan, Konsumen merasa bahwa harga yang tertera pada produk sesuai dengan daya beli yang mereka miliki di Toko Chocolate Kingdom Malaysia
2	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Dari observasi yang telah dilakukan, kualitas yang diterima sesuai dengan harga yang dibayarkan di Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia.
3	Kesesuaian Harga Dengan Merek	Dari observasi yang telah dilakukan, harga yang dibayar sesuai dengan merek produk yang bersangkutan.
4	Kepuasan Harga	Dari observasi yang telah dilakukan, konsumen merasa cukup puas dengan harga produk setelah konsumsi dan evaluasi produk coklat di Toko Beryl's Chocolate Kingdom.

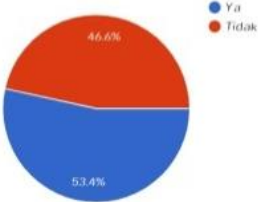
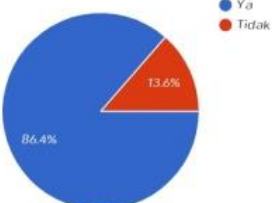
Untuk menganalisis minat beli konsumen coklat di Toko Chocolate Kingdom Malaysia, peneliti melakukan analisis minat beli konsumen dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden yaitu konsumen coklat (peserta KKL 2019) yang berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom di Malaysia.

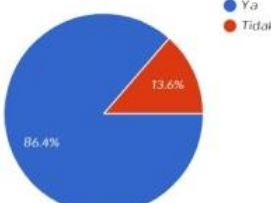
Berikut merupakan hasil dari kuisisioner yang telah disebarakan kepada para responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5

**Tabel Hasil Kuisisioner Minat Beli
Konsumen Cokelat di Toko Beryl's
Chocolate Kingdom Malaysia**

No	Hasil Kuisisioner
1	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 53,4% yang mencari tahu informasi mengenai Toko Chocolate Kingdom sebelum berkunjung ke Toko tersebut. Dan terdapat 46,6% yang tidak mencari tahu informasi mengenai Toko Chocolate Kingdom Malaysia.</p>
	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 59,2% yang mencari referensi – referensi sebelum membeli coklat di Toko Chocolate Kingdom. Dan terdapat 40,8% yang tidak mencari referensi – referensi sebelum membeli coklat di Toko Chocolate Kingdom Malaysia.</p>
2	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 88,3% dengan alpa 5% dan jumlah responden 139 mahasiswa KKL, yang mempertimbangkan harga dan</p>

No	Hasil Kuisisioner
	<p>kualitas coklat di Toko Chocolate Kingdom terlebih dahulu. Dan terdapat 11,7% yang tidak mempertimbangkan harga dan kualitas coklat di Toko Chocolate Kingdom terlebih dahulu di Malaysia.</p>
	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 87,4% yang mempertimbangkan untuk membeli coklat Shabbat, dengan alasan coklat Sabat hanya tersedia eksklusif di Toko Chocolate Kingdom. Dan terdapat 12,6% yang tidak mempertimbangkan untuk membeli coklat Shabbat di Toko Chocolate Kingdom Malaysia.</p>
3	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 86,4% yang sungguh – sungguh ingin membeli produk coklat dengan alasan harga coklat sesuai dengan kualitas yang ditawarkan di Toko Chocolate Kingdom. Dan terdapat 13,6% yang tidak sungguh – sungguh ingin membeli produk coklat di Toko Chocolate Kingdom Malaysia.</p>

No	Hasil Kuisisioner
4	 <p>Menurut grafik diatas, sebelum berkunjung ke Toko Chocolate Kingdom, terdapat 86,4% yang sungguh – sungguh ingin membeli coklat dengan alasan Toko tersebut merupakan Toko Cokelat populer di Malaysia. Dan terdapat 13,6% yang tidak sungguh – sungguh ingin membeli coklat di Toko Cokelat populer Malaysia.</p>

KESIMPULAN

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Menurut observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Toko Beryl's Chocolate Kingdom telah menerapkan harga yang sesuai dengan daya beli yang konsumen miliki di Toko Beryl's Chocolate Kingdom
2. Menurut observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Toko Beryl's Chocolate Kingdom telah menerapkan kualitas yang sesuai dengan harga yang dibayarkan di Toko Beryl's Chocolate Kingdom.
3. Menurut observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Toko Beryl's Chocolate Kingdom telah menerapkan harga yang sesuai dengan merek produk bersangkutan.
4. Menurut observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Toko Beryl's Chocolate Kingdom telah memberikan kepuasan melalui harga produk terhadap konsumen yang telah mengkonsumsi dan mengevaluasi produk.

Dari hasil kuisioner yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Untuk indikator pencarian informasi terdapat (53,4%) responden yang sudah mencari tahu informasi mengenai Toko Beryl's Chocolate Kingdom sebelum berkunjung ke Toko tersebut.
2. Untuk indikator pencarian referensi terdapat (59,2%) responden yang sudah mencari referensi – referensi mengenai Toko Beryl's Chocolate Kingdom
3. Untuk indikator pertimbangan harga dan kualitas terdapat (88,3%) responden yang sudah mempertimbangkan harga dan kualitas coklat sebelum membeli coklat di Toko Beryl's Chocolate Kingdom
4. Untuk indikator pertimbangan harga dan kualitas terdapat (87,4%) responden yang sudah mempertimbangkan untuk membeli coklat Shabbat dengan alasan coklat Shabbat hanya tersedia eksklusif di Toko Beryl's Chocolate Kingdom
5. Untuk indikator sungguh – sungguh ingin membeli, terdapat (86,4%) responden yang sungguh – sungguh ingin membeli dengan alasan harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan di Toko Beryl's Chocolate Kingdom
6. Untuk indikator sungguh – sungguh ingin membeli, terdapat (86,4%) responden yang sungguh – sungguh ingin membeli dengan alasan toko Toko Beryl's Chocolate Kingdom merupakan toko coklat populer di Malaysia.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Implementasi keawajaran harga ini dapat membawa dampak yang baik bagi Toko Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen dan meningkatkan kontribusi

perkebunan di sektor agrikultur dalam pertumbuhan ekonomi di Malaysia.

Keterbatasan dalam penelitian ini hanya membahas kewajaran harga (X1) dan Minat beli (X2) pada Toko Beryl's Chocolate Kingdom yang berlokasi di Malaysia.

Kemudian, singkatnya waktu kunjungan yaitu hanya 40 menit menyebabkan minimnya data yang diperoleh dan bahasa pengantar yang digunakan berbeda sehingga menyebabkan ketidakutuhan informasi yang diterima.

REFERENCES

Buku:

- Cannon, Joseph P, *et al.* 2008. *“Basic Marketing, A Global-Managerial Approach”*. Salemba Empat: Jakarta.
- Haryono, dkk. 2014. *“Manajemen Usaha Kecil dan Menengah (Model Pendekatan MISO)”*. UNS Pres . Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2007. *“Riset Pemasaran”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setyaningrum, Ari, *et al.* 2015. *“PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN – Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing”*. ANDI: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharno, dan Sutarno, Yudi. 2010. *“Marketing In Practice”*. Graha Ilmu : Yogyakarta .
- Suryati, Lily .2015. *“Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas*

- Pelanggan*". CV Budi Utama : Yogyakarta.
- Tampubolon, Karianton., dan Al Farizi, Zulham. 2018. "*Transfer Pricing Dan Cara Membuat TP DOC*". CV BUDI UTAMA: Yogyakarta.
- Todaro, Michael P. 2003. "*Pembangunan Ekonomi Di Dunia*". Edisi Ketiga. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Yusuf, A Muri. 2014. "*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*". PRENADAMEDIA GRUP: Jakarta.
- Jurnal:**
- Amryyanti, Ruth., Gede Sukaatmadja., Ketut Nur Cahya. 2013. "*Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Lnc Skin Care Singaraja*". E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 02, No. 01, pp. 22-29.
- Consuegra, David Martin., Arturo Molina., dan Agueda Estaban. 2007. "*An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector*". Journal Of Product & Brand Management, Vol. 16, No. 7, pp. 459-468.
- Hetty, Sry Waodani. 2015. "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Telogo Sari Semarang*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang
- Indraswary, Mahadewi., dan Pramudana , Komang AS. 2014. "*Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Pada Online Shop Produk Pakaian*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Udayana. Bali
- Nur, Fadilah. 2018. "*Analisis Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Sugiama, Gima., dan Pambudy, Emmanuel, FSB. 2017. "*Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty*". Politeknik Negeri Bandung. Universitas Kristen Maranatha.
- Website:**
- Detiktravel. 2012. "*Salah Satu Cokelat Terbaik Dunia Ada Di Malaysia*". <http://m.detik.com/travel/destinatio/n/d-2101464/salah-satu-coklat-terbaik-dunia-ada-di-malaysia> (diakses pada tanggal 08 September 2019)
- Maxmanroe. 2019. "*Pengertian Agrikultur, Definisi Sektor dan Produk Agrikultur*". <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-agrikultur.html> (diakses pada tanggal 15 Agustus 2019)
- Permohonan. 2009. "*Jumlah Penduduk Malaysia Terkini 2019 Statistik Terkini*". <https://www.permohonan.my/jumlah-penduduk-malaysia-terkini/> (diakses pada tanggal 15 Agustus 2019)
- Smecorp. 2015. "*Statistik UKM*". <http://www.smecorp.gov.my/index.php/ne/policies/2015-12-21-09-09-49/sme-statistics> (diakses pada tanggal 14 Agustus 2019)
- Statista.2019.<https://www.statista.com/statistics/642679/sales-value-of-chocolate-product-and-sugar-confectionery-in-malaysia/> (diakses pada Tanggal 2 Oktober 2019)

- Cadventura. 2018. "*Misi Mencari Cokelat Terenak Di Chocolate Kingdom Kuala Lumpur*".
<https://cadventura.com/coklat-terenak-cholate-kingdom-malay/>
(diakses pada tanggal 3 Oktober 2019)
- seputarforex. 2019. "*Komoditas Kakao (Ice)*"
https://www.seputarforex.com/data/komoditas/grafik.php?komoditas=kakao-1ice2dankode=us_cocoa
(diakses pada tanggal 3 Oktober 2019)