

ANALISIS PERBEDAAN HARGA JUAL PAKAIAN WANITA ANTARA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KOTA MOJOKERTO

Rahanita¹, Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto²

Abstract *This research aims to determine the differences in selling prices and the factors that influence the price of women's clothing line between traditional markets and modern markets. This research is a qualitative research. The samples are determined based on nonprobability sampling method of 15 women's clothing merchants in Benteng Pancasila Market and 15 garment traders in Sunrise Mall. The analytical technique used is independent sample t-test by using computer program SPSS version 21. The results of this study indicate that the price of women's clothing in the Benteng Pancasila Market is lower than in Sunrise Mall.*

Keywords: *Traders of Women Clothing, Sample T-Test and Selling Price.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan harga jual dan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual pakaian gamis wanita antara pasar tradisional dan pasar modern. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sampel yang ditentukan berdasarkan metode *nonprobability sampling* sejumlah 15 pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan 15 pedagang pakaian di *Sunrise Mall*. Teknik analisis yang digunakan adalah *paired sample t-test* dengan menggunakan program komputer SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila lebih rendah daripada harga jual pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall*.

Kata Kunci : Pedagang Pakaian Gamis Wanita di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dan Harga Jual.

Pendahuluan

Sektor perdagangan merupakan salah satu bagian dari sistem mata rantai perekonomian suatu wilayah yang mempunyai pengaruh sangat kuat terhadap perkembangan dan pertumbuhan wilayah baik secara internal maupun eksternal. Terbukti menurut BPS Kota Mojokerto pada tahun 2016 ada empat sektor ekonomi yang sangat dominan kontribusinya di Kota Mojokerto yaitu sektor perdagangan dengan kontribusi sebesar 29%, sektor komunikasi dengan kontribusi 12%, sektor konstruksi dengan kontribusi sebesar 11% dan sektor industri dengan kontribusi sebesar 11% (BPS, 2016).

Keinginan pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan yang semula sederhana berkembang lebih kompleks. Dalam kebutuhan sehari-hari para konsumen dihadapkan pada berbagai kebutuhan yang tiada hentinya, karena pada dasarnya manusia sangatlah konsumtif. Salah satu bisnis yang bermunculan saat ini adalah menjual pakaian atau busana yang sesuai dengan model atau tren saat ini termasuk juga busana yang bernuansa islami. Pakaian atau busana adalah suatu kebutuhan yang tidak dapat ditinggalkan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Pakaian pada masa saat ini sudah sangat jauh berbeda fungsinya dengan masa lampau, bila masa lampau pakaian hanya berfungsi untuk melindungi tubuh dari teriknya sinar matahari dan cuaca, maka pada masa saat ini pakaian beralih fungsi menjadi gaya hidup atau yang biasa disebut dengan *life style*. Tidak dapat dipungkiri dunia *fashion* telah memberikan pengaruh yang kuat pada perkembangan zaman.

Bagi masyarakat yang beragam Islam berbusana muslim bukanlah suatu hal yang baru lagi karena produk ini sudah lama hadir dan digunakan oleh semua lapisan masyarakat. Berbusana muslim merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim untuk menutup aurat agar tidak dilihat

¹Universitas Muhammadiyah Malang Email: Rahanita2606@yahoo.com

² Universitas Muhammadiyah Malang Email: Msriwahyudi@gamil.com

oleh orang lain yang bukan muhrim, dan membuat penampilan menjadi lebih sopan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Kemudian di sisi lain penduduk Indonesia mayoritas merupakan pemeluk agama Islam, menurut sensus penduduk pada tahun 2017 jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai angka 207.176.162 jiwa (BPS, 2017). Angka yang sangat besar dan mendominasi segala kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan akan pakaian. Perkembangan dunia fesyen mengalami peningkatan di beberapa dekade terakhir. Secara umum, berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), nilai ekspor produk fesyen Indonesia pada periode Januari-Juli 2014 mencapai US\$ 8,47 miliar dan ekspor fesyen Muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US\$ 7,18 miliar, setelah Bangladesh senilai US\$ 22 miliar dan Turki senilai US\$ 14 miliar (OKI, 2015). Baju gamis sendiri merupakan pakaian muslimah wanita dengan model baju menyatu antara atasan dan bawahan yang berbentuk lurus, panjang, dan longgar untuk menutupi seluruh badan mulai dari leher sampai ke mata kaki.

Dalam perdagangan kita juga mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan laba dan pendapatan. Laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya (Nurkholifah & Abdullah, 2010). Dalam prakteknya, terjadinya harga ditentukan oleh penjual itu sendiri atau juga bisa jadi ditentukan oleh pembelinya. Kenaikan suatu harga dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat (Susilowati, 2009). Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan para pedagang atau penjual untuk menentukan harga yang lebih tinggi. Hal tersebut dinyatakan juga bahwa dalam persoalan ekonomi, manusia memiliki kecenderungan mengeluarkan biaya serendah mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya (Elisa & Zuhroh, 2017). Pembangunan ekonomi tidak lepas dari pertumbuhan ekonomi, pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi, dan sebaliknya, pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi (Fahma & Nuraini, 2017).

Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan biaya yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up* (Mulyadi, 2012). Bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan suatu perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang

terjual (Suwarni & Septina, 2011). Apabila produksi meningkat tentunya pendapatan meningkat (Agustinus & Sudarti, 2017).

Pada umumnya di dalam suatu perusahaan pasti mempunyaipesaing, tetapi lama-kelamaan dalam kurun waktu tertentu perusahaan-perusahaan itu akan menghadapi persaingan yang tidak terlalu tinggi yang nanti pada akhirnya memaksa mereka untuk tidak hanya menjadi penerima harga (Rusham, 2016). Situasi yang seperti ini oleh para ekonom biasa disebut pasar persaingan tidak sempurna. Salah satu bentuk dalam pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar oligopoli. Secara umum pengertian oligopoli adalah suatu keadaan dimana hanya ada 2 sampai 10 perusahaan yang menguasai pasar baik secara sendiri-sendiri (independen) atau secara bersama-sama atau perilaku antar perusahaan saling ketergantungan satu sama lain (Boediono, 2005).

Bentuk oligopoli yang paling sederhana yaitu duopoli. Dalam duopoli jika salah satu produsen menaikkan harganya maka yang lain akan mengikuti dengan menurunkan harga produknya juga, tetapi jika salah satu produsen menaikkan harganya maka produsen lain tidak akan mengikuti strategi tersebut, itu karena jika seorang produsen menaikkan harganya dan yang lain tidak mengikuti dengan tidak menaikkan harga, maka produsen yang menaikkan harga tersebut akan kehilangan penjual dan permintaan terhadap produknya akan menurun tajam (Sunaryo, 2001).

Ahli ekonom Augustin Cournot pada tahun 1838 memperkenalkan model sederhana duopoli yang dinamakan model *cournot*. Karakteristik dari pasar duopoli yang diobservasi tersebut adalah terdapat lebih dari satu perusahaan dan produk yang dihasilkan homogen, perusahaan-perusahaan di dalam pasar saling bekerja sama, perusahaan dalam pasar jumlahnya tetap dan tidak berubah-ubah, dan juga terdapat tindakan strategis yang dilakukan oleh perusahaan (Hastarini, 2017). Model Cournot merupakan model duopoli, jika di pasar terdapat dua perusahaan yang memproduksi barang yang sama maka masing-masing perusahaan akan menentukan berapa banyak kuantitas yang akan diproduksi, setelah menentukan jumlah produksi maka mereka akan menentukan harga yang bisa diterima di pasar (Marina & Fatihudin, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan harga jual pakaian gamis wanita di pasar tradisional dan pasar modern (studi pada Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*).

Diskriminasi harga dapat diartikan sebagai kemampuan pelaku usaha untuk menentukan harga pada barang dan jasa yang sama pada kualitas yang sama pada konsumen yang berbeda. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi agar kebijakan diskriminasi harga dapat dilaksanakan, salah satunya yaitu Jika monopolis mampu memisah-misahkan pasar. Jika monopolis tidak

mampu memisah-misahkan pasar, maka sebagian konsumen akan membeli di pasar yang memiliki harga rendah, yang nantinya lama-kelamaan akan menaikkan harga dan menjualnya di pasar yang memiliki harga tinggi, yang selanjutnya akan menurunkan harga (Nuraini,2013). Sehingga nantinya harga di dalam kedua pasar itu akan menjadi sama (Sarjono, 2014).

Metode Penelitian

Adapun jenis penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yakni penelitian yang menekankan pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2007). Data yang digunakan berasal dari kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini digunakan objek penelitian pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*. Untuk pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, dengan demikian untuk penelitian yang dilakukan di Sunrise Mall diambil sampel sebanyak jumlah populasi yaitu 16 pedagang pakaian gamis. Sedangkan untuk pedagang pakaian gamis wanita yang ada di Pasar Benteng Pancasila populasinya berjumlah 28 pedagang. Untuk sampel dari pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila menggunakan teknik *Random Sampling*. Prosedur pengambilan sampel dilakukan dengan cara undian dimana pengambilan sampel dengan cara memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk menjadi anggota sampel. Sehingga untuk penelitian yang dilakukan di Pasar Benteng Pancasila diambil sampel sebanyak 16 pedagang pakaian gamis wanita.

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yaitu yang pertama sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian di Pasar Benteng Pancasila dan pedagang pakaian di *Sunrise Mall*, kemudian sumber data yang kedua yaitu sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

Teknik pengumpulan data berfungsi untuk memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan dalam skripsi ini, maka digunakan metode wawancara yaitu dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara, metode dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis, dan metode

kuesioner yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui.

Teknik analisis dilaksanakan dengan menggunakan *Independent Sample T-Test*. *Independent Sample T-Test* digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok atau membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berpasangan atau tidak saling berkaitan. Dalam penelitian ini *Independent Sample T-Test* untuk mengidentifikasi harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dengan *Sunrise Mall*.

Sebelum dilakukan uji *T-Test Independent* dilakukan uji normalitas data dengan uji *Shapiro-Wilk*. Karena data berdistribusi normal, dilakukan uji homogenitas atau varian dengan uji *F-Test* atau *Levene's Test*. Dalam penelitian ini kedua kelompok data mempunyai varian yang sama sehingga nilai uji *T-Test Independent* dibaca pada *Equal Variances*.

Hasil dan Pembahasan

Data-data diperoleh dari penyebaran kuesioner, wawancara, dan dokumentasi sebagaimana telah di deskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Analisis data hasil penelitian dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan harga jual gamis wanita antara Pasar Benteng Pancasila dengan *Sunrise Mall*. *Independent Sample T-Test* digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok atau membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berpasangan atau tidak saling berkaitan. Tidak saling berpasangan dapat diartikan bahwa penelitian dilakukan untuk dua subjek sampel yang berbeda. Dalam penelitian ini *Independent Sample T-Test* untuk mengidentifikasi harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dengan *Sunrise Mall*.

Untuk memudahkan perhitungan, maka seluruh perhitungan dilakukan dengan bantuan komputer pada program SPSS versi 21 sehingga tidak diperlukan melakukan perbandingan antara hasil penelitian dengan tabel statistik karena dari *output* program SPSS versi 21 dapat diketahui besarnya nilai P diakhir semua teknik statistik yang diuji. Adapun hasil *output* SPSS adalah sebagai berikut:

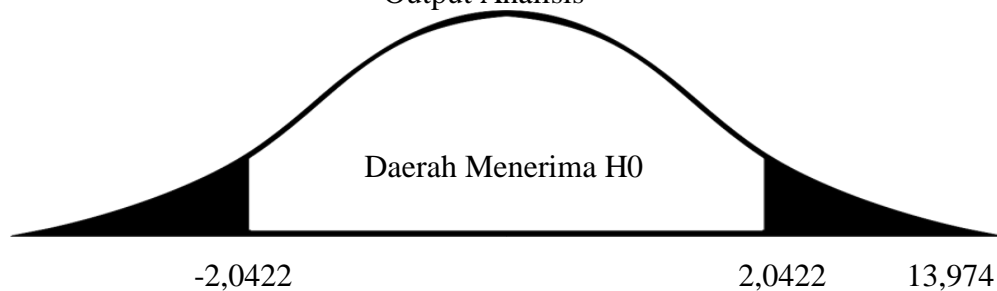
Tabel 1
Hasil Uji Beda Dua Sampel Bebas

No.		Keterangan	Nilai
1	<i>Mean</i>	<i>Mean</i> harga jual gamis di Pasar Benteng Pancasila	80000.00
		<i>Mean</i> harga jual gamis di <i>Sunrise Mall</i>	125312.50
2	<i>Equal Variances Assumed</i>	<i>T</i>	13.974
		<i>Df</i>	30
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.039
	<i>Equal Variances not Assumed</i>	<i>T</i>	13.974
		<i>Df</i>	24.643
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	0.034

Sumber: Hasil Output SPSS Diolah 2018

Hasil pengujian uji beda dua sampel bebas (*independent sample t-test*) menunjukkan nilai rata-rata harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 80.000 sedangkan nilai rata-rata harga jual pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* sebesar Rp 125.312. Dari kolom *t-test* terlihat bahwa nilai *t* pada *equal variance not assumed* sebesar 13,974 dan nilai *significant (2-tailed)* sebesar 0,034 lebih kecil dari *level of significant 5%* ($0,034 < 0,050$).

Gambar 1
Output Analisis



Sumber: Hasil Output Diolah 2018

Berdasarkan output analisis diatas, maka didapat nilai t_{hitung} sebesar 13,974. Nilai $t_{hitung} \leq$ nilai t_{table} yaitu 2,0422 sehingga dapat diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 . Adapun harga jual yang ditetapkan dan rata-rata harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*, dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2

Harga Jual Pakaian Gamis Wanita		
Nomor	Harga Gamis di Pasar Benteng Pancasila	Harga Gamis di Sunrise Mall
1	85000	130000
2	90000	125000
3	60000	135000
4	90000	120000
5	95000	130000
6	85000	130000
7	65000	135000
8	90000	120000
9	70000	120000
10	75000	120000
11	85000	115000
12	95000	120000
13	75000	120000
14	75000	130000
15	65000	120000
16	80000	135000
Rata-rata	80000	125313

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Ditemukan bahwa harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila lebih rendah daripada harga jual pakaian gamis wanita yang ada di *Sunrise Mall*. Hasil ini menunjukkan bahwa pakaian gamis wanita yang dijual di pasar tradisional harganya lebih murah daripada pakaian gamis wanita yang dijual dipasar modern. Berikut adalah tabel perbedaan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*.

Tabel 3
Perbedaan Biaya yang Dikeluarkan Pedagang Pakaian Gamis Wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*

No	Pasar Benteng Pancasila (Rp)	<i>Sunrise Mall</i> (Rp)
1	3.640.001	3.640.002
2	3.875.002	3.875.004
3	3.915.003	3.915.006
4	3.600.004	3.600.008
5	3.510.005	3.510.010
6	3.510.006	3.510.012
7	3.780.007	3.780.014
8	3.840.008	3.840.016
9	3.840.009	3.840.018
10	3.600.010	3.600.020
11	4.025.011	4.025.022
12	3.720.012	3.720.024
13	3.960.013	3.960.026
14	3.770.014	3.770.028
15	3.480.015	3.480.030
16	3.780.016	3.780.032
Rata-rata	3.740.321	3.740.329

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 3.740.321 per bulan, sedangkan untuk rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* yaitu sebesar Rp 3.740.329 per bulan. Adapun komponen dari biaya diatas untuk pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila adalah biaya modal (modal awal membeli pakaian gamis wanita), biaya tagihan listrik setiap bulan, biaya keamanan setiap bulan, dan biaya kebersihan setiap bulannya, sedangkan biaya pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* terdiri dari biaya modal (modal awal membeli pakaian gamis wanita), biaya sewa tempat usaha, dan *service charger*. Berikut adalah tabel perbedaan pendapatan pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*:

Tabel 4
Perbedaan Penadapatan Pedagang Pakaian Gamis Wanita
Di Pasar benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*

No	Pasar benteng Pancasila (Rp)	<i>Sunrise Mall</i> (Rp)
1	5.440.000	3.640.000
2	4.680.000	3.875.000
3	4.560.000	3.915.000
4	5.580.000	3.600.000
5	5.605.000	3.510.000
6	5.695.000	3.510.000
7	4.550.000	3.780.000
8	5.490.000	3.840.000
9	4.970.000	3.840.000
10	5.025.000	3.600.000
11	5.355.000	4.025.000
12	5.130.000	3.720.000
13	5.100.000	3.960.000
14	4.650.000	3.770.000
15	4.680.000	3.480.000
16	5.280.000	3.780.000
Jumlah	81.790.000	59.845.000
Rata-rata	5.111.875	3.740.312

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Rata-rata pendapatan yang di peroleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 5.111.875 per bulan, sedangkan rata-rata pendapatan yang di peroleh pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* sebesar Rp 3.740.000 per bulan. Perbedaan harga jual juga dipengaruhi pada sisi saluran distribusi antara pemasok dan retail di Indonesia, terdapat perbedaan antara Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*. Distribusi barang pada Pasar Benteng Pancasila langsung dari produsen Rira *Clothing* Konveksi yang ada di Surabaya. Sedangkan pada *Sunrise Mall* harus melalui agen atau distributor terlebih dahulu. Selain itu para pedagang di *Sunrise Mall* tentunya memeriksa mutu atau kualitas dari barang yang dibeli tersebut terlebih dahulu sebelum di jual kembali ke para pembeli. Sehingga barang yang dijual di pasar modern mempunyai kualitas yang relatif terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang rijket atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Perbedaan sistem distribusi inilah yang menimbulkan perbedaan harga jual pada pasar modern dan pasar tradisional.

Para pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila selalu membeli langsung dari produsen Rira *Clothing* Konveksi yang ada di Surabaya, umumnya para pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila membeli tiga (tiga) kodi pakaian dengan harga Rp 960.000 per kodi berarti untuk tiga (3) kodi pakaian para pedagang pakaian gamis wanita yang ada di Benteng Pancasila mengeluarkan biaya sebesar Rp 2.880.000 dan berarti harga pakaian

gamis wanita yang dibeli para pedagang di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 48.000 per pakaian. Sedangkan pedagang di *Sunrise Mall* membeli pakaian gamis wanita melalui agen atau distributor terlebih dahulu sehingga harga yang ditawarkan oleh agen atau distributor tersebut berbeda, umumnya pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* hanya membeli satu (1) kodi pakaian dengan harga Rp 1.540.000 per kodi berarti harga pakaian gamis wanita yang dibeli para pedagang *Sunrise Mall* sebesar Rp 77.000 per pakaian.

Kemudian pasar modern merupakan salah satu bisnis dimana pemainnya memiliki modal yang sangat besar dan kuat dan hal ini dapat berpengaruh terhadap harga jual dari suatu produk yang mereka tawarkan kepada para konsumen. Tidak hanya itu, pasar modern juga memiliki jaringan distribusi yang besar dan kuat sehingga jaminan pasokan untuk sebuah barang mendapat kepastian dari produsen barang tersebut. Pangsa *Sunrise Mall* saat ini yaitu masyarakat dari golongan menengah ke atas dimana golongan ini memberikan patokan yang utama pada segi kualitas dari suatu barang tersebut. Berbeda dengan pasar tradisional yang pangsa pasarnya mencakup masyarakat dari golongan menengah ke bawah dimana golongan ini memberikan patokan yang utama pada segi kuantitas. Maka dari itu harga jual yang ditawarkan di Pasar Benteng Pancasila sedikit lebih murah dibandingkan dengan *Sunrise Mall*.

Perbedaan harga jual pada *Sunrise Mall* juga dipengaruhi oleh strategi promosinya, kebanyakan para pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* menarik konsumennya dengan melakukan promosi. Promosi yang dilakukan oleh pedagang di *Sunrise Mall* biasanya mendiskon harga jual suatu barang tersebut atau membeli dua produk barang yang nantinya akan mendapatkan satu jenis barang lain, dimana satu jenis barang lain ini tidak dipungut biaya alias gratis (*free*) dan hanya membayar dua produk barang yang dibeli tersebut. Strategi promosi ini selalu menarik perhatian para konsumen dan meningkatkan *volume* penjualan dari suatu perusahaan tersebut. Kegiatan promosi dilakukan dengan menyesuaikan produk, target pasar yang dituju, dan anggaran yang disediakan.

Dalam *Sunrise Mall* setiap kali berbelanja tentunya akan dikenakan pajak sebesar 10 % dari harga jual suatu produk tersebut. Ketika melihat struk belanja, sehabis membeli suatu produk tidak terlihat unsur pajak, padahal sebenarnya di dalam harga yang sudah dibayarkan sudah termasuk biaya pajak sebesar 10 % tersebut. Jenis pajak yang dibayarkan ini adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPn) sebesar 10 %. Selain itu kebanyakan pedagang yang ada di *Sunrise Mall* hanya menyewa tempat untuk berjualan, jadi status kepemilikan tempat usaha ini adalah menyewa bukan milik pribadi. Untuk persewaan tempat usaha di dalam *Sunrise Mall* juga dikenakan biaya sewa dan *service charge*. *Service charge* sendiri adalah balas jasa yang menyebabkan ruangan yang disewa dapat dihuni sesuai tujuan yang diinginkan penyewa yang

terdiri dari biaya listrik, air, keamanan, kebersihan, dan biaya administrasi. Dasar Pengenaan Pajak (DPP) atas *service charge* dalam rangka kegiatan persewaan ruangan adalah penggantian, yakni sebesar nilai tagihan *service charge* yang diminta atau seharusnya diminta oleh pemberi jasa dan tariff untuk *service charge* sebesar 10 %. Biaya sewa di *Sunrise Mall* yaitu sebesar Rp 120.000 per meter persegi per bulan dan untuk *service charge* di *Sunrise Mall* sebesar Rp 10.000 per meter persegi per bulan. Berbeda halnya dengan para pedagang yang ada di Pasar Benteng Pancasila, kebanyakan status kepemilikan tempat usaha ini adalah milik pribadi sehingga para pedagang di Pasar benteng Pancasila tidak perlu lagi membayar biaya sewa tempat usaha, akan tetapi mereka tiap bulannya juga dikenakan biaya untuk membayar tagihan listrik, keamanan, dan kebersihan. Jadi harga jual di *Sunrise Mall* yang lebih tinggi ini juga dipengaruhi oleh Pajak Pertambahan Nilai (PPn) dari biaya sewa tempat usaha, biaya *service charge*, dan pajak dari suatu barang yang dijualnya tersebut.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall* maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan harga jual antara pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dengan pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* hanya sebesar Rp 45.000. Rata-rata pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila menjualnya dengan harga Rp 80.000 sedangkan pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* menjualnya dengan harga rata-rata sebesar Rp 125.313. Harga jual pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila lebih rendah daripada harga jual pakaian gamis wanita yang ada di *Sunrise Mall*.

Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 3.740.321 per bulan, sedangkan untuk rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* yaitu sebesar Rp 3.740.329 per bulan. Rata-rata pendapatan yang di peroleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila sebesar Rp 5.111.875 per bulan, sedangkan rata-rata pendapatan yang di peroleh pedagang pakaian gamis wanita di *Sunrise Mall* sebesar Rp 3.740.312 per bulan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut yang pertama, bagi para pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall* sebaiknya jangan terlalu mengesampingkan harga yang dibuat oleh pedagang pakaian gamis wanita yang lain meskipun harga yang diberikan belum tentu sama dengan kualitas yang dijual oleh pedagang pakaian gamis wanita di Pasar Benteng Pancasila dan *Sunrise Mall*, karena terkadang pembeli ada yang tidak dapat membedakan kualitas dan harga karena sudah

suka dengan modelnya. Yang kedua, bagi mahasiswa Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan (IESP) khususnya harus banyak membaca buku yang menunjang pengetahuan tentang penetapan harga atau mengenai tema lain yang nantinya cari tahu apakah hal tersebut memang benar-benar dipraktekkan secara riil di lapangan. Hal ini dilakukan agar pengetahuan kita lebih luas antara teori dan praktik. Yang terakhir, Bagi pembeli diharapkan lebih teliti dalam memilih barang yang akan dibelinya, dari segi keseimbangan harga dan kualitas yang ditawarkan. Kemudian dalam proses tawar-menawar harus dengan memperhatikan etika atau kualitas barang yang diberikan agar tidak menyebabkan ketidakadilan antara keduanya. Apabila pakaian gamis wanita yang dijual di pasar tradisional lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di pasar modern padahal dari segi bahan dan motif hampir sama, maka para pembeli sebaiknya mempertimbangkan untuk membeli di pasar modern dengan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dijual di pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, D., & Sudarti. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Buruh Nelayan di Pantai Sendangbiru Desa Tambakrejo Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 16–29.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boediono. (2005). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- BPS. (2016). Kota Mojokerto Dalam Angka. Retrieved December 19, 2017, from <https://mojokertokota.bps.go.id/publication/201/11/29/5fe8fa7e4aeadb8a4a11d8c6/kota-mojokerto-dalam-angka-.html>.
- BPS. (2017). Kota Mojokerto Dalam Angka. Retrieved December 19, 2017, from <https://mojokertokota.bps.go.id/publication/201/05/18/8487cdb4922df34de7c7ba2f/kota-mojokerto-dalam-angka-.html>.
- Elisa, R., & Zuhroh, I. (2017). Peran Bank Thithil dalam Kehidupan Masyarakat Ekonomi Lemah (Studi Kasus Penyaluran Kredit oleh Bank Thithil terhadap Pedagang Sayur di Pasar Kesamben Kabupaten Blitar). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1–15.
- Fahma, A., & Nuraini, I. (2017). Pengaruh Dana Alokasi Umum dan Pendapatan Asli Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2011-2016. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(2), 163–175.
- Hastarini. (2017). Kajian Teori Pemikiran Ekonomi Mazhab Klasik dan Relevansinya pada Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(2), 124–139.
- Marina, A., & Fatihudin. (2008). PASAR OLIGOPOLI DI INDONESIA (Kasus Trading Term dan Dominansi Carrefour pada Pasar Ritel Modern di Indonesia). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5 (9), 56-68.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STIM.
- Nuraini, I. (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press
- Nurkholifah, S., & Abdullah, M. F. (2010). Biaya Produksi Terhadap Profit Margin Pada Perusahaan Food and Beverages. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 293-306.
- OKI. (2015). Warta Ekspor Fesyen Musim Indonesia. Retrieved December 21, 2017, from http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/987144/htm.

- Sarjono, B. (2014). Strategi Penetapan Harga pada Bisnis Ritel. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(1), 43–54.
- Sunaryo. (2001). *Ekonomi Manajerial Aplikasi Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Erlangga.
- Susilowati, D. (2009). Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Malang Pasca Kenaikan Harga Bahkan Makanan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 1–8.
- Suwarni, & Septina. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 16(1), 80–92.
- Rusham. (2016). Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 153–166.