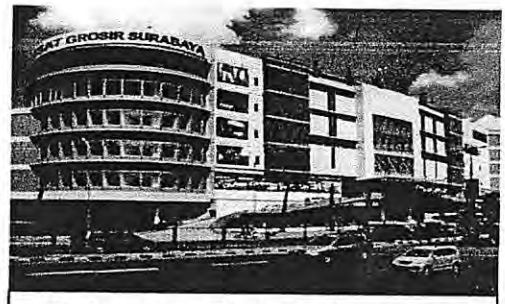
BAB III

FENOMENA *TADLIS* HARGA DALAM JUAL BELI PAKAIAN DI PUSAT GROSIR SURABAYA

A. Ihwal Pusat Grosir Surabaya

Pusat Grosir Surabaya (disingkat: PGS) adalah salah satu pusat grosir yang tergolong baru di Surabaya. Pusat perbelanjaan modern untuk kalangan menengah ke bawah yang dikelola oleh PT. Jayamitra Propertindo ini adalah milik Grup Lamicitra yang juga menjadi pemilik Depo Peti Kemas (PT Wira Tangguh Dharmacitra) dan Hotel Tunjungan Surabaya. PGS berdiri pada tahun 2007 di atas tanah seluas 10.000 m^2 yang terletak di jalan Dupak nomor 1 Surabaya. Gedung PGS berlantai empat dengan area perdagangan seluas 32.000 m^2 yang terdiri dari total 2300 stand, dan area parkir seluas 27.000 m^2, serta fasilitas ruang pamer yang juga cukup luas (lihat gambarnya di bawah ini). [27]



Gedung Pusat Grosir Surabaya (PGS)

[27] Pusat Grosir Surabaya dalam http://www.surabaya.go.id/dinamis/?id=671, akses: 24 Agustus 2012; http://shoppingsurabaya.blogspot.com/2009/10/pusat-grosir-surabaya.html, akses: 26 Agustus 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di area perdagangan yang luas itu tersedia berbagai macam barang keperluan rumah tangga, kain, kelontong, pakaian, alat-alat elektronik, keramik, peralatan pertukangan dan perbengkelan, kerajinan, dan sebagainya yang dapat dibeli baik secara grosir (partai) maupun eceran.[28]

Pada saat PGS siap beroperasi, dan stand masih kosong, Pasar Turi yang berada di seberangnya terbakar habis. Dengan sendirinya PGS dengan segera menjadi semacam "pengganti" Pasar Turi yang terbakar itu. Karena itu -- walaupun masih tergolong baru--. Pengunjung PGS segera ramai. Khususnya untuk baju atau pakaian, PGS menjadi salah satu pusat grosir yang paling diminati pengunjung baik dari kalangan konsumen pengguna atau pemakai maupun para pedagang. Tidak sedikit pengunjung PGS adalah pedagang dari luar kota yang datang untuk berbelanja dalam jumlah banyak untuk dijual lagi di kota atau daerah mereka.[29]

---

[28] Pusat Grosir Surabaya dalam http://www.surabaya.go.id/dinamis/?id=671, akses: 24 Agustus 2012; http://shoppingsurabaya.blogspot.com/2009/10/pusat-grosir-surabaya.html, akses: 26 Agustus 2012

[29] http://shoppingsurabaya.blogspot.com/2009/10/pusat-grosir-surabaya.html, akses: 26 Agustus 2012; http://busanamuslim-tanahabang.blogspot.com/2012/02/pusat-grosir-surabaya-lokasi-dan-peta.html, akses: 26 Agustus 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Modus *Tadlis* Harga

"Silahkan anda berkunjung ke Pusat Grosir Surabaya untuk menikmati murahnya barang-barang yang ditawarkan di sini." Demikian kalimat bernuansa iklan yang dimuat di sebuah blog dengan alamat http://busanamuslim-tanahabang.blogspot.com/2012/02/pusat-grosir-surabaya-lokasi-dan-peta.html). Memang, nama "pusat grosir" itu sendiri dengan segera menghadirkan imej di benak pengunjung bahwa harga barang-barang di PGS itu murah-murah, semurah harga grosir. Imej ini mungkin benar untuk para pedagang yang datang ke PGS untuk belanja kulakan (belanja secara partai). Namun, tidak demikian keadaannya untuk pengunjung konsumen (pemakai) yang berbelanja pakaian secara eceran.

Untuk menawarkan barang dagangannya, lazimnya para pedagang mematok harga setelah mempertimbangkan dengan cermat aspek modal, biaya-biaya (seperti transport dan lain-lain), harga yang berlaku di pasaran, dan jumlah keuntungan yang ingin diraih. Aspek " jumlah keuntungan yang ingin diraih" inilah faktor yang paling menentukan dari bervariasinya harga penawaran barang di tingkat pedagang pengecer.

Adanya variasi harga dalam penawaran (ijab) barang oleh para pedagang eceran di pasar atau pusat perbelanjaan mana pun yang ramai dikunjungi calon

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembeli adalah fenomena yang sudah jamak terjadi. Variasinya sedemikian rupa, dari murah sampai mahal, bahkan sampai jauh di atas rata-rata harga pasar.[30] Barang seharga 50 ribu rupiah, misalnya, bisa ditawarkan dengan harga 150 hingga 200 ribu rupiah.

"Pasang harga tinggi" adalah strategi yang biasa dipilih oleh pedagang yang gemar memburu keuntungan besar. Harapannya, calon pembeli yang tidak tidak punya informasi harga pasar dari barang yang akan dibelinya dan kurang pandai menawar akan masuk perangkap tawaran harga tinggi yang dipasangnya. Yang tidak banyak tahu harga pasar adalah konsumen pemakai yang datang dari luar kota dan/atau yang jarang berbelanja. Mereka inilah "sasaran empuk" bagi pedagang eceran yang memburu untung banyak dengan strategi "pasang harga tinggi" karena mereka cenderung menawar pada level harga yang tidak jauh dari harga tawar pedagang.

Pak Abdul, misalnya, adalah salah seorang pedagang pakaian di PGS yang mengaku biasa menerapkan strategi "pasang harga tinggi" ini. Bila calon pembeli masih menawar dengan setengah harga, Pak Abdul akan tetap bertahan di harga awal sambil terus meyakinkan calon pembeli untuk mau membeli

[30] Di Pusat Grosir Surabaya, harga pasar dari komoditi pakaian dapat diketahui dari stand-*stand yang mematok harga pas alias tidak bisa ditawar karena harganya sudah cukup murah dan* terjangkau. Salah satunya toko "Inti Makmur" yang menjual aneka ragam pakaian masa kini. Stand yang terletak di lantai III Pusat Grosir Surabaya ini memproklamirkan diri sebagai stand penjual pakaian dengan harga termurah karena stand ini mematok harga pas dan pembeli tidak boleh menawar lagi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan harga itu. Namun, jika calon pembeli menawar tidak terlalu jauh dari harga tawar Pak Abdul, artinya keuntungan yang akan didapat Pak Abdul lumayan banyak, maka proses tawar-menawar akan segera berakhir karena Pak Abdul akan segera melepas barang dagangannya dengan tawaran harga dari calon pembeli yang cukup banyak menghasilkan keuntungan.[31]

Berikut ini disajikan data tentang sejumlah kasus penggunaan strategi "pasang harga tinggi" oleh pedagang dalam jual-beli pakaian di Pusat Grosir Surabaya (PGS).

Pertama, kasus yang dialami oleh Sunani. Sunani adalah calon pembeli yang mengalami masuk perangkap harga tinggi yang dipatok pedagang. Sunani yang berasal dari desa Keras kota Jombang ini datang ke PGS untuk membeli celana *Jeans*. Di sana, Sunani tertarik pada celana *jeans* merek *Levi's* berwarna hitam yang dipajang di sebuah stand. Ketika Sunani menanyakan harga celana *jeans* tersebut, pedagang di stand itu menyebut angka 250 ribu. Sunani lalu menawar dengan harga di bawahnya dalam paut angka yang menurut pertimbangannya wajar, yakni 200 ribu. Namun pedagang berusaha meyakinkan Sunani bahwa harga celana jeans itu tidak bisa kurang dari Rp 250.000,-. Selanjutnya, karena Sunani tetap tidak beranjak dari angka 200

[31] Abdul Karim, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 02 Januari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ribu, pedagang mulai melunak. Harga celana jeans tersebut diturunkan ke angka 240 ribu. Sunani tetap tidak beranjak dari angka 200 ribu. Berikutnya, karena tawarannya tidak disetujui pedagang, Sunani beranjak meninggalkan stand tersebut. Belum jauh Sunani melangkah, pedagang memanggilnya kembali sembari mengatakan bahwa harga celana *jeans* itu bisa turun lagi dari angka 240 ribu, yaitu 225 ribu. Akhirnya Sunani setuju membeli celana *jeans* tersebut dengan harga Rp 225.000,-.[32] Dalam kasus ini Sunani telah masuk dalam perangkap harga yang dipatok pedagang karena "harga pasar" celana *jeans* merek *Levi's* tersebut hanya 150 ribu.

Kasus yang kedua dialami oleh Ali Shodikin. Calon pembeli yang berasal dari Gedangan Sidoarjo ini bermaksud untuk membeli celana *jeans* di Pusat Grosir Surabaya. Setelah melihat barang yang dimaksud di beberapa stand, Ali tertarik dengan celana jeans merk *Wrangler* warna hitam pekat yang dipajang di salah satu stand lantai 3 PGS. Ali lalu menanyakan harga celana *jeans* itu dan pedagang menyebut harga 200 ribu rupiah. Setelah memikirkan harga yang pantas untuk menawar kemudian Ali menawar celana jeans itu dengan angka 150 ribu rupiah. Pedagang dengan tegas meyakinkan Ali bahwa harga tidak bisa kurang karena celana *jeans Wrangler* tersebut merk bagus dan harga

---

[32] Sunani, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 08 Januari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tawaran dari pedagang tadi sudah tergolong murah. Ali lalu menaikkan harga tawarnya dengan menyebut angka 180 ribu rupiah. Pedagang tetap pada angka 200 ribu rupiah. Akhirnya, karena merasa cocok dengan celana *jeans* tersebut, Ali pun setuju membelinya dengan harga penawaran awal pedagang. Ali termasuk calon pembeli yang tidak pandai menawar dan jarang berbelanja. Ia setuju membeli celana *jeans* merk *Wrangler* tersebut dengan harga 200 ribu rupiah.[33] Padahal harga pasar celana jeans merk *Wrangler* tersebut hanya sekitar 135 ribu rupiah.

Selanjutnya, Erma merupakan subyek pembeli ketiga yang mengalami masuk perangkap harga tawar dengan modus *tadlis* di Pusat Grosir Surabaya. Erma berniat membeli jaket berbahan *jeans*. Gadis yang berasal dari kota Patria, Blitar, ini tertarik pada jaket *jeans* merk *Levi's* di salah satu stand PGS. Erma pun menanyakan harga jaket *jeans* tersebut dan pedagang menyebut angka 265 ribu rupiah. Erma lalu menawar dengan angka 165 ribu rupiah. Seperti biasa, pedagang meyakinkan Erma untuk membeli barang dagangannya dengan harga yang ditawarkannya tadi. Karena pedagang tidak menurunkan harga tawarnya, Erma menaikkan sedikit penawarannya menjadi 190 ribu rupiah. Pedagang mulai melunak dan menurunkan harga jaket *jeans* tersebut ke

---

[33] Ali, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 08 Januari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harga 250 ribu rupiah. Di ujung proses tawar-menawar yang berlangsung cukup lama, akhirnya jaket jeans merk Levi's itu dibeli Erma dengan harga 220 ribu rupiah.[34] Di stand yang mematok harga pas, harga jaket *jeans* merk *Levi's* tersebut hanya 163 ribu rupiah.

Kasus keempat dialami oleh seorang pembeli yang berasal dari Krian Sidoarjo, Zainul Arifin (Zainul). Di sebuah stand di PGS, Zainul melihat-lihat jaket, lalu dia terpikat oleh jaket *jeans* merk *Levi's* berwarna hitam. Zainul pun segera menanyakan harganya, dan pedagang menyebut harga 250 ribu rupiah. Setelah berfikir sejenak, Zainul lalu menawarnya dengan harga 200 ribu rupiah. Karena pedagang tetap kukuh pada harga 250 ribu rupiah, Zainul menaikkan tawarannya ke angka 220 ribu rupiah. Melihat Zainul naik, pedagang mengimbanginya dengan menurunkan harga ke angka 240 ribu rupiah. Pada harga 240 ribu rupiah itulah Zainul akhirnya sepakat untuk membeli jaket tersebut.[35] Sementara itu, harga pasar jaket Levi's sejenis itu hanyalah 180 ribu rupiah.

Kasus kelima, melibatkan Imron Rosyadi. Bapak dengan satu anak yang berasal dari kota Jombang ini hendak membeli celana *jeans* di Pusat Grosir Surabaya. Imron tertarik pada celana *jeans* berwarna biru dongker dengan

---

[34] Erma, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 08 Januari 2012.

[35] Zainul Arifin, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 08 Januari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merk *Wrangler* yang dipajang di sebuah stand. Kepada pedagang di stand lantai III itu Imron menanyakan harga celana *jeans* tersebut. Pedagang membuka harga 210 ribu rupiah. Imron menawar celana *jeans* itu dengan harga 160 ribu. Tetapi pedagang tetap pada tawaran harga awal. Imron lalu menaikkan tawarannya menjadi 170 ribu rupiah. Pedagang mengimbanginya dengan menurunkan harga celana *jeans* itu menjadi 195 ribu rupiah pas dan tidak bisa ditawar lagi. Akhirnya Imron setuju membeli celana *jeans Wrangler* tersebut dengan harga 195 ribu rupiah.[36] Sedangkan harga pasar dari celana *jeans* merk *Wrangler* itu sendiri hanya 120 ribu rupiah.

Kasus keenam dialami oleh Sainem, seorang ibu rumah tangga yang berasal dari kota Ponorogo. Sainem pergi ke Pusat Grosir Surabaya dengan maksud membeli celana *jeans* untuk putrinya. Di salah satu stand, Sainem tertarik pada celana *jeans* warna coklat tua dengan merk Logo. Sainem bertanya kepada pedagang mengenai harga celana *jeans* merek Logo ukuran 32. Pedagang menyebut angka 195 ribu rupiah. Tanpa pikir panjang Sainem langsung mengajukan penawaran harga dengan angka 100 ribu rupiah. Pedagang tetap bertahan pada harga awal sambil meyakinkan Sainem bahwa celana *jeans* tersebut kualitasnya sangat baik, tidak mudah luntur, dan nyaman

---

[36] Imron, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 15 Januari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipakai. Akhirnya Sainem setuju membelinya dengan harga 195 ribu rupiah.[37] Di stand lain yang mematok harga pas, harga celana dengan jenis dan ukuran yang sama hanya 105 ribu rupiah.

Berikutnya kasus yang ketujuh menimpa Purwati, gadis berasal dari kota Bojonegoro yang menjadi mahasiswi IAIN Semarang. Purwati pergi ke Pusat Grosir Surabaya dengan maksud hendak membeli jaket untuk dibawa ke Semarang. Purwati tertarik pada jaket bermerk *Inflico* berwarna coklat yang dipajang di salah satu stand PGS lantai 3. Pedagang di stand itu membuka harga 180 ribu rupiah untuk sebuah jaket *Inflico*. Purwati menawar dengan harga 150 ribu rupiah, tetapi pedagang enggan menurunkan harga dengan alasan yang hampir sama dengan kasus-kasus sebelumnya. Purwati lalu menaikkan harga tawarannya menjadi 170 ribu rupiah. Tetapi pedagang tetap tidak mau menurunkan harga jaket tersebut. Purwati yang merasa cocok dengan jaket tersebut akhirnya menyerah dan membeli jaket *Inflico* tersebut dengan harga 180 ribu rupiah.[38] Padahal harga pasar dari jaket Inflico tersebut adalah 110 ribu rupiah.

Berikutnya kasus kedelapan dialami oleh seorang ibu rumah tangga asal kota Jember yang bernama Herlina. Ibu muda yang sedang jalan-jalan ke

---

[37] Sainem, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 15 Januari 2012.

[38] Purwati, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 05 Februari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya ini berniat untuk membeli beberapa pakaian. Salah satunya membeli celana jeans dengan model yang sedang trend saat ini. Di sebuah stand pakaian di Pusat Grosir Surabaya, Herlina tertarik pada celana jeans merk *Nevada* yang berwarna abu-abu. Herlina menanyakan harga celana jeans tersebut kepada pedagang. Untuk celana tersebut pedagang mematok harga tawar 245 ribu. Herlina menawar celana jeans tersebut dengan angka 100 ribu. Karena pedagang tidak mau menurunkan harga tawarnya, Herlina lalu menaikkan harga tawarnya menjadi 120 ribu rupiah. Pedagang tetap tidak beranjak dari harga awal yaitu 245 ribu. Kemudian Herlina menaikkan lagi harga tawarnya menjadi 150 ribu. Kini pedagang mulai turun ke harga 220 ribu rupiah pas, dan tidak bisa ditawar lagi. Herlina ternyata setuju dengan harga yang disebutkan pedagang dan membeli celana tersebut dengan harga Rp 220.000,-.[39] Harga celana jeans dengan merk dan kualitas yang sama di stand/toko lain yang mematok harga pas, hanyalah 139 ribu rupiah.

Berikutnya, kasus yang kesembilan, kasus ini berkenaan dengan pengalaman Fidi Setyawan. Pemuda asal kota tahu, Kediri, ini ketika berjalan-jalan di Pusat Grosir Surabaya dengan temannya, Doni, tiba-tiba ingin membeli jaket yang ia lihat di salah satu stand. Fidi tertarik dengan model dan warna

---

[39] Herlina, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 05 Februari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jaket tersebut. Fidi lalu menanyakan harganya kepada pedagang, dan segera ia mendapatkan jawaban bahwa harga jaket itu adalah 295 ribu rupiah. Fidi termenung sesaat lalu menawarnya dengan harga 200 ribu rupiah. Namun pedagang menegaskan bahwa harga jaket itu tidak bisa turun lagi dengan alasan jaket Nevada bahannya halus, *adem*, dan tidak mudah *melar*. Fidi kemudian menaikkan harga tawarannya menjadi 220 ribu rupiah. Menyikapi Fidi yang mulai menaikkan harga, pedagang merespon dengan menurunkan harga menjadi 280 ribu rupiah dan tidak bisa turun lagi. Fidi akhirnya setuju membelinya dengan harga 280 ribu rupiah.[40] Harga pasar dari jaket Nevada tersebut adalah 210 ribu rupiah.

Berikutnya, kasus yang kesepuluh, adalah kasus yang dialami oleh Indah Tri, ibu rumah tangga asli Lamongan yang mulai beberapa bulan terakhir telah tinggal di Surabaya namun belum pernah berbelanja pakaian di Pusat Grosir Surabaya. Ketika berkesempatan berkunjung ke PGS bersama keluarganya, Indah melihat-lihat di deretan stand penjual pakaian. Di salah satu stand, Indah tertarik pada celana *jeans* berwarna biru dongker. Pedagang mematok harga 250 ribu rupiah untuk satu celana *jeans* merk *Levi's* tersebut. Kemudian Indah mengajukan penawaran 150 ribu rupiah. Seperti halnya

---

[40] Fidi, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 05 Februari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebanyakan pedagang, pedagang celana jeans ini tidak langsung menurunkan harganya, tetapi masih mencoba mempengaruhi Indah agar mau membeli celana tersebut dengan harga tawaran awal yang diberikan pedagang. Pedagang mengatakan bahwa celana tersebut berkualitas baik, enak dipakai, tidak mudah luntur, dan awet. Indah menaikkan harga tawarnya menjadi 200 ribu rupiah. Akhirnya pedagang melepas celana tersebut dengan harga 210 ribu rupiah.[41] Sedangkan harga pasar dari celana *jeans Levi's* tersebut adalah 150 ribu rupiah.

Sebagai imbangan dari fakta-fakta yang telah dikemukakan sebelumnya, penting juga dikemukakan bahwa di Pusat Grosir Surabaya, di samping ada pedagang-pedagang pakaian yang menerapkan modus *tadlis* harga, ada juga pedagang-pedagang yang tidak seperti itu. Pedagang kategori kedua ini lazim menawarkan barang dagangannya dengan dengan satu harga, yakni harga pas. Bagi pedagang-pedagang seperti ini semua calon pembeli sama saja, apakah ia sudah memperoleh informasi tentang harga pasar atau tidak, semuanya harus diberi informasi tentang harga pasar yang adil yang tiada lain adalah "harga pas" yang mereka kemukakan itu. Kalau pun ada paut antara harga tawar dengan harga pasar, nilainyanya pun tidak seberapa, paling-paling hanya berkisar antara 2 hingga 5 persen saja. Berikut ini dikemukakan data-data

[41] Indah, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 12 Februari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai tiga kasus penawaran barang tanpa *tadlis* harga yang dialami sebagian konsumen yang berbelanja pakaian di Pusat Grosir Surabaya.

Pertama, kasus yang dialami Rina Anggraini. Ketika hendak membeli pakaian di Pusat Grosir Surabaya, ibu rumah tangga asal Sepanjang, Sidoarjo, ini tertarik pada sebuah celana jeans merk Logo berwarna biru dongker yang dipajang di salah satu stand. Menjawab pertanyaan Rina, pedagang di stand tersebut menjawab bahwa harga celana yang dimaksud adalah 105 ribu rupiah. Rina mencoba menawarnya dengan harga 75 ribu rupiah, tetapi pedagang segera menegaskan bahwa harga celana Logo tersebut pas, tidak bisa turun lagi alias tidak bisa ditawar. Akhirnya Rina jadi membelinya dengan harga 105 ribu rupiah.[42] Stand tempat Rina membeli celana *jeans* ini memang termasuk salah satu di antara stand-stand di PGS yang menjual barang dagangannya dengan harga pas.

Kasus yang kedua dialami oleh Rizki Chandra, seorang ibu rumah tangga yang berasal dari Krian, Sidoarjo. Rizki tertarik pada jaket *jeans* merk Levi's yang dilihatnya di salah satu stand di Pusat Grosir Surabaya. Menurut pedagang di stand tersebut harga jaket itu 162 ribu rupiah. Oleh Rizki, jaket itu ditawar dengan harga 100 ribu rupiah, tetapi pedagang menyatakan bahwa itu harga pas,

---

[42] Rina, *Wawancara,* Pusat Grosir Surabaya, 05 Februari 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak bisa ditawar lagi. Setelah mengamati jaket tersebut dengan lebih detail dan merasa cocok dengan bahan, warna, dan modelnya, Rizki setuju membelinya dengan harga 162 ribu rupiah.[43] Harga pasar jaket jeans Levi's tersebut memang berkisar antara 162 hingga 163 ribu rupiah.

Kasus ketiga dialami Izah, seorang mahasiswi asal Malang. Izah berkunjung ke Pusat Grosir Surabaya karena ingin membeli celana *jeans* untuk kuliah. Izah tertarik pasda celana *jeans* abu-abu muda merk Levi's yang dipajang di sebuah *stand*. Harganya, menurut pedagang di stand itu, 155 ribu rupiah. Izah langsung menawarnya dengan harga 100 ribu rupiah. Tapi kata pedagang, harganya pas, tidak bisa ditawar lagi, keuntungannya *mepet,* dan celana *jeans* tersebut kualitasnya juga bagus. Izah akhirnya setuju membelinya dengan harga 155 ribu rupiah.[44] Harga pasar celana *jeans* merk *Levi's* tersebut adalah 150 hingga 160 ribu rupiah.

Data yang telah dikemukakan mengenai ketiga kasus jual-beli pakaian dengan penawaran harga tanpa modus *tadlis* ini menunjukkan bahwa calon-calon pembeli yang bertransaksi dengan pedagang yang tidak mempraktikkan *tadlis* harga akan memperoleh barang yang dibutuhkannya dengan harga yang adil. Mereka tidak akan terperosok pada jebakan "harga tinggi" yang

---

[43] Rizki, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 04 Maret 2012.

[44] Izah, *Wawancara*, Pusat Grosir Surabaya, 04 Maret 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipasang pedagang karena pedagang tipe ini memang tidak mau memasang jebakan itu.

Tentu saja pedagang yang menjual barangnya tanpa modus *tadlis* harga ini akan menciptakan kondisi yang ideal dalam pasar karena penjual dan pembeli benar-benar berpijak pada informasi yang sama tentang ihwal barang yang akan mereka transaksikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id