

ANALISIS KOMPARATIF PRAKTIK DISKRIMINASI HARGA PADA JASA BARBERSHOP DAN PROFESI ADVOKAT

Mardiana¹, Revaldo Joy Pratama Zebua², Andri Irawan³, M. Nabeel Jefferson Syukri
Abdillah⁴, Mus Verdiansyah⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Riau

Email : mardiana@lecturer.unri.ac.id¹, revaldo.joy6189@student.unri.ac.id²,
andri.irawan2455@student.unri.ac.id³, muhammad.nabeel3861@student.unri.ac.id⁴,
mus.verdiansyah0360@student.unri.ac.id⁵

Abstrak

Diskriminasi harga merupakan praktik penetapan harga berbeda kepada konsumen untuk produk atau jasa yang pada dasarnya sama, berdasarkan daya beli, karakteristik demografis, atau strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan bentuk serta pola diskriminasi harga yang diterapkan oleh jasa profesional (advokat) dan usaha barbershop di Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap empat advokat serta observasi langsung pada beberapa barbershop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskriminasi harga pada advokat dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi klien, tingkat kesulitan kasus, urgensi, etika profesi, dan pertimbangan sosial. Sementara itu, diskriminasi harga pada barbershop terutama dipengaruhi oleh segmentasi usia, variasi layanan, dan strategi promosi. Perbandingan lintas sektor menunjukkan bahwa diskriminasi harga pada jasa hukum memiliki dimensi etis dan sosial, sedangkan diskriminasi harga pada barbershop merupakan bagian dari strategi komersial untuk menarik pelanggan. Penelitian ini memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika diskriminasi harga pada kedua sektor dan implikasinya terhadap keadilan harga dan akses layanan.

Kata Kunci: Diskriminasi Harga, Advokat, Barbershop, Strategi Harga

Abstract

Price discrimination refers to the practice of charging different prices to different consumers for essentially the same product or service, based on differences in purchasing power, demographic characteristics, or strategic pricing considerations. This study aims to analyze and compare the forms and patterns of price discrimination implemented by professional legal service providers (advocates) and barbershop businesses in Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with four practicing advocates and direct observations of several barbershop businesses. The results show that price discrimination among advocates is driven by clients' economic capacity, case complexity, urgency, professional ethics, and social considerations. Meanwhile, barbershop price discrimination is primarily influenced by demographic segmentation—particularly age—along with service variations and promotional strategies. Cross-sector comparison indicates that price discrimination in legal services carries ethical and social dimensions, while in barbershops it functions as a marketing strategy to attract different consumer segments. This

study provides a comprehensive understanding of how price discrimination operates in the two sectors and highlights the implications for consumer fairness and service accessibility.

Keywords: *Price Discrimination, Advocates, Barbershop, Pricing Strategy, Professional Services*

PENDAHULUAN

Harga merupakan salah satu elemen paling fundamental dalam kegiatan ekonomi karena berperan sebagai penentu nilai suatu barang atau jasa serta sebagai mekanisme koordinasi antara penawaran dan permintaan. Dalam teori ekonomi mikro, harga tidak hanya dipahami sebagai alat tukar, tetapi juga sebagai sinyal pasar yang mencerminkan kualitas, kelangkaan, dan strategi kompetitif pelaku usaha. Meskipun demikian, di lapangan harga tidak selalu bersifat seragam. Berbagai pelaku usaha kerap menerapkan harga yang berbeda kepada konsumen yang berbeda, meskipun layanan yang diberikan pada dasarnya sama. Fenomena ini dikenal sebagai diskriminasi harga, yaitu praktik penetapan harga berbeda berdasarkan daya beli, karakteristik konsumen, atau strategi pemasaran tertentu.

Diskriminasi harga telah lama menjadi topik penting dalam ekonomi industri karena mencerminkan interaksi antara struktur pasar, perilaku konsumen, dan strategi bisnis pelaku usaha. Dalam berbagai sektor jasa, terutama yang melibatkan interaksi langsung antara penyedia layanan dan konsumen,

praktik diskriminasi harga semakin mudah ditemukan. Keberadaan informasi yang tidak simetris, perbedaan kemampuan bayar, serta segmentasi demografis menjadikan penetapan harga fleksibel sebagai strategi yang dianggap wajar dalam dunia usaha.

Dalam konteks sektor jasa umum, seperti barbershop, diskriminasi harga umumnya dilakukan berdasarkan segmentasi usia, seperti tarif khusus anak-anak, remaja, mahasiswa, dan dewasa. Bentuk diskriminasi ini sering kali dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menyesuaikan layanan dengan kemampuan bayar konsumen di setiap segmen. Selain itu, tingkat variasi layanan, lokasi usaha, serta promosi tertentu juga dapat mempengaruhi perbedaan harga. Bagi pelaku usaha jasa seperti barbershop, penetapan harga yang berbeda dianggap sebagai strategi komersial untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan.

Namun, penerapan diskriminasi harga menjadi lebih kompleks ketika

terjadi pada sektor jasa profesional, seperti profesi advokat. Berbeda dengan jasa umum yang bersifat konsumtif, jasa hukum memiliki nilai strategis terkait perlindungan hak dan keadilan masyarakat. Advokat bukan hanya pelaku usaha, tetapi juga profesi yang memiliki kewajiban moral dan etis untuk memberikan akses hukum bagi seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, praktik diskriminasi harga pada advokat bukan hanya didasarkan pada pertimbangan komersial, tetapi juga melibatkan aspek tanggung jawab sosial, kode etik profesi, tingkat kesulitan kasus, reputasi, dan keadaan ekonomi klien. Tarif jasa hukum di Indonesia tidak diatur secara baku, melainkan ditentukan melalui negosiasi antara advokat dan klien sesuai Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2003 tentang Advokat. Kondisi ini membuka ruang yang luas bagi penerapan harga fleksibel atau diskriminasi harga.

Kecamatan Tampan di Kota Pekanbaru merupakan salah satu wilayah yang menarik untuk diteliti karena memiliki karakter sosial ekonomi yang sangat beragam. Sebagai pusat pemukiman padat penduduk dan kawasan mahasiswa, wilayah ini dihuni oleh berbagai jenis pelaku usaha, termasuk advokat, barbershop, dan bisnis jasa lainnya. Tingginya heterogenitas konsumen di

wilayah ini memungkinkan penerapan beragam strategi harga yang berbeda-beda, baik untuk layanan profesional seperti jasa hukum maupun layanan umum seperti potong rambut. Hal ini menjadikan Kecamatan Tampan sebagai lokasi yang ideal untuk meneliti dan membandingkan dinamika diskriminasi harga pada dua sektor yang memiliki karakter berbeda.

Walaupun penelitian mengenai diskriminasi harga telah banyak dilakukan, studi-studi tersebut biasanya berfokus pada satu sektor saja, misalnya hanya pada sektor jasa umum atau hanya pada jasa profesional. Masih sangat sedikit penelitian yang membandingkan secara langsung praktik diskriminasi harga antara dua sektor yang berbeda level profesionalisme, tingkat regulasi, dan struktur pasarnya. Dengan melakukan perbandingan langsung antara advokat dan barbershop, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana teori diskriminasi harga bekerja secara berbeda dalam sektor jasa profesional dan jasa umum.

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam memahami bagaimana strategi penetapan harga dapat disesuaikan dengan

karakter konsumen dan kondisi pasar. Bagi advokat, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memperkuat praktik profesional yang etis dan berkeadilan. Sedangkan bagi barbershop, hasil penelitian dapat membantu mengidentifikasi strategi harga yang lebih efektif untuk mempertahankan daya saing. Bagi akademisi dan pembuat kebijakan, penelitian ini menawarkan wawasan baru mengenai dinamika diskriminasi harga dan implikasinya terhadap akses layanan, persepsi keadilan, dan keputusan ekonomi masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk menjawab bagaimana diskriminasi harga diterapkan pada sektor advokat dan barbershop di Kecamatan Tampan, apa saja faktor pendorongnya, dan bagaimana perbandingan praktik tersebut di kedua sektor yang memiliki latar belakang profesional, tujuan ekonomi, dan basis etika yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini dirancang untuk menjawab beberapa pertanyaan utama berikut:

1. Bagaimana bentuk dan pola praktik diskriminasi harga pada jasa advokat dan barbershop di Kecamatan Tampan?

2. Faktor-faktor apa yang memengaruhi pelaku usaha dalam menerapkan diskriminasi harga pada kedua sektor tersebut?
3. Bagaimana perbandingan pola diskriminasi harga antara jasa advokat dan barbershop?
4. Apa implikasi ekonomi dan sosial dari praktik diskriminasi harga di kedua sektor?

Sejalan dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi bentuk-bentuk diskriminasi harga pada advokat dan barbershop.
2. Menganalisis faktor yang memengaruhi perbedaan tarif pada masing-masing sektor.
3. Membandingkan pola diskriminasi harga antara advokat dan barbershop.
4. Menjelaskan implikasi praktik diskriminasi harga terhadap konsumen dan pelaku usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Harga dalam Ekonomi

Dalam teori ekonomi mikro, harga merupakan nilai moneter yang diberikan pada suatu barang atau jasa sebagai hasil interaksi antara permintaan dan

penawaran (Samuelson & Nordhaus, 2010). Harga bukan hanya alat tukar, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal pasar yang mencerminkan preferensi konsumen, biaya produksi, kelangkaan, serta strategi kompetitif. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa harga adalah elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel karena dapat diubah dengan cepat untuk merespons dinamika pasar.

Dalam konteks jasa, penetapan harga lebih kompleks dibanding barang, karena jasa bersifat intangible, heterogen, tidak dapat disimpan, dan dipengaruhi oleh faktor interaksi personal. Oleh sebab itu, sektor jasa sering kali menunjukkan variasi harga yang lebih dinamis.

Pengertian Diskriminasi Harga

Diskriminasi harga (price discrimination) adalah praktik memberikan harga berbeda kepada konsumen berbeda untuk produk atau jasa yang pada dasarnya identik, bukan karena perbedaan biaya produksi, melainkan karena perbedaan karakteristik konsumen atau strategi penjual dalam memaksimalkan keuntungan (Mankiw, 2018).

Varian (2014) menjelaskan bahwa diskriminasi harga terjadi ketika penjual mampu mengelompokkan konsumen berdasarkan perbedaan *willingness to pay*

atau kemauan membayar. Dengan demikian, penjual dapat mengambil surplus konsumen dan mengubahnya menjadi surplus produsen.

Dalam konteks pasar jasa, terutama jasa profesional seperti hukum, diskriminasi harga juga dipengaruhi oleh pertimbangan moral, tanggung jawab sosial, dan regulasi profesi.

Jenis-Jenis Diskriminasi Harga

Menurut Pigou (1920), diskriminasi harga terdiri atas tiga tingkat utama yang dapat ditemukan pada berbagai sektor jasa, termasuk pada jasa advokat dan barbershop.

1. Diskriminasi Harga Tingkat Pertama (First-Degree Price Discrimination)

Pada tingkat ini, penjual menetapkan harga berbeda untuk setiap individu berdasarkan kemampuan atau kemauan konsumen untuk membayar (*willingness to pay*). Dalam konteks jasa advokat, bentuk diskriminasi ini sangat umum terjadi karena tarif jasa hukum ditentukan melalui negosiasi langsung antara advokat dan klien. Setiap klien dapat dikenakan tarif berbeda untuk jenis perkara yang sama, tergantung kondisi finansial, urgensi, tingkat kesulitan kasus, serta hubungan personal antara advokat

dan klien. Hubungan interpersonal dan fleksibilitas tarif membuat sektor jasa hukum menjadi salah satu sektor yang paling relevan dengan diskriminasi harga tingkat pertama.

2. Diskriminasi Harga Tingkat Kedua (Second-Degree Price Discrimination)

Diskriminasi tingkat kedua terjadi ketika penjual memberikan harga berbeda berdasarkan variasi layanan, jumlah pembelian, atau paket tertentu yang dipilih konsumen. Pada barbershop, bentuk ini terlihat melalui perbedaan harga berdasarkan variasi layanan seperti *basic cut*, *premium cut*, penambahan layanan cuci rambut, hair styling, atau paket grooming tertentu. Harga tidak ditentukan berdasarkan karakter pelanggan, tetapi berdasarkan pilihan layanan yang berbeda. Pada jasa advokat, bentuk ini dapat muncul dalam bentuk perbedaan tarif antara layanan konsultasi, pendampingan sidang, atau penyusunan dokumen hukum.

3. Diskriminasi Harga Tingkat Ketiga (Third-Degree Price Discrimination)

Pada tingkat ini, harga berbeda diberikan kepada kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan karakteristik tertentu,

seperti usia, pekerjaan, atau kondisi sosial ekonomi. Barbershop merupakan sektor yang paling rentan menerapkan diskriminasi tingkat ketiga, misalnya melalui tarif khusus anak-anak, remaja, mahasiswa, dan dewasa. Segmentasi ini biasanya digunakan untuk menyesuaikan harga dengan daya beli masing-masing kelompok pelanggan.

Dalam sektor jasa advokat, diskriminasi harga tingkat ketiga juga terjadi ketika advokat memberikan penyesuaian tarif bagi masyarakat berpenghasilan rendah, keluarga tidak mampu, atau kelompok yang membutuhkan bantuan hukum tertentu. Tarif dapat diturunkan berdasarkan kategori sosial ekonomi klien, termasuk pemberian potongan harga atau layanan pro bono.

Faktor-Faktor Penyebab Diskriminasi Harga

Berbagai studi menunjukkan bahwa diskriminasi harga dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan pasar. Beberapa faktor utama meliputi:

1. Perbedaan Daya Beli Konsumen

Konsumen memiliki sensitivitas harga yang berbeda. Konsumen dengan daya beli tinggi cenderung memiliki permintaan tidak elastis, sehingga bersedia membayar lebih mahal. Hal ini

banyak terjadi pada klien korporasi atau kasus hukum dengan nilai tinggi.

2. Informasi Penjual Mengenai Konsumen

Seiring digitalisasi, pelaku usaha dapat memetakan karakter konsumen dengan lebih presisi. Pada jasa profesional, advokat menilai kemampuan klien melalui wawancara dan informasi latar belakang ekonomi.

3. Struktur dan Tingkat Persaingan Pasar

Dalam pasar monopolistik atau oligopolistik, pelaku usaha memiliki keleluasaan untuk membedakan harga. Sebaliknya, pada pasar yang sangat kompetitif, diskriminasi harga dilakukan untuk menarik segmen tertentu.

4. Faktor Etika, Regulasi, dan Kewajiban Sosial

Dalam profesi hukum, terdapat kewajiban moral untuk memberikan akses keadilan, seperti melalui layanan pro bono. Aspek ini menambah lapisan pertimbangan non-ekonomi dalam penentuan harga.

5. Strategi Promosi dan Segmentasi Pasar

Pelaku usaha barbershop sering menggunakan diskriminasi harga sebagai

bagian dari strategi pemasaran, misalnya melalui potongan harga khusus mahasiswa, tarif yang lebih rendah untuk anak-anak, atau promo tertentu pada periode tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan. Strategi ini dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan daya beli tiap segmen serta meningkatkan volume kunjungan.

Sementara itu, pada jasa advokat, strategi segmentasi harga tidak berbentuk promosi komersial seperti pada barbershop, tetapi lebih berupa penyesuaian tarif berdasarkan kategori klien. Advokat dapat memberikan tarif lebih rendah bagi klien berpenghasilan rendah, masyarakat rentan, atau mereka yang membutuhkan bantuan hukum tertentu. Penyesuaian tersebut tidak bersifat promosi, tetapi mencerminkan pertimbangan moral, sosial, dan profesional dalam memberikan akses keadilan.

Diskriminasi Harga dalam Sektor Jasa Profesional

Jasa profesional seperti advokat, dokter, dan akuntan memiliki karakter unik: biaya tidak bersifat standar, kualitas tidak dapat diukur secara objektif, dan layanan sangat bergantung pada keahlian serta integritas penyedia jasa.

Dalam profesi advokat, penetapan tarif layanan dipengaruhi oleh:

1. tingkat kesulitan perkara
2. urgensi dan risiko hukum
3. reputasi dan pengalaman advokat
4. kemampuan ekonomi klien
5. hubungan personal dan loyalitas

UU Advokat No. 18/2003 memberikan kebebasan bagi advokat untuk menetapkan tarif berdasarkan kesepakatan, selama sesuai etika profesi. Hal ini membuka ruang bagi diskriminasi harga yang bersifat etis dan adaptif, bukan semata strategi komersial.

Diskriminasi Harga dalam Sektor Jasa Umum

Sektor jasa umum seperti **barbershop** memiliki karakter pasar yang berbeda dengan jasa profesional seperti advokat. Persaingan pada barbershop cenderung lebih ketat, konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga, dan strategi promosi lebih agresif. Oleh karena itu, penetapan harga dalam barbershop dilakukan dengan mempertimbangkan segmentasi pelanggan serta kebutuhan untuk menjaga daya saing usaha.

Pola diskriminasi harga yang umum ditemukan pada barbershop meliputi:

1. Perbedaan harga anak-anak dibandingkan pelanggan dewasa.

2. Adanya tarif khusus bagi pelajar atau mahasiswa.
3. Perbedaan harga pada waktu tertentu, seperti weekday vs weekend.
4. Pemberian harga promosi pada periode tertentu dibandingkan harga reguler.
5. Penyesuaian harga berdasarkan karakteristik lokasi barbershop (misalnya kawasan kampus vs kawasan pemukiman).

Model segmentasi ini bersifat komersial dan bertujuan untuk menarik konsumen dari berbagai kelompok, meningkatkan volume kunjungan, serta menyesuaikan harga dengan kemampuan bayar dan dinamika pasar lokal.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan:

1. Khan (2019) menemukan bahwa diskriminasi harga pada sektor jasa dipengaruhi oleh strategi promosi dan segmentasi pasar, terutama pada usaha yang berinteraksi langsung dengan konsumen seperti barbershop.
2. Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa dalam jasa hukum, etika profesi membatasi fleksibilitas

harga agar tidak merugikan masyarakat dan mendorong keberadaan tarif sosial bagi klien berpenghasilan rendah.

3. Nugroho (2021) menjelaskan bahwa praktik diskriminasi harga dapat meningkatkan efisiensi pasar apabila dilakukan secara transparan dan sesuai karakteristik permintaan pada tiap segmen konsumen.

Namun, penelitian yang secara khusus membandingkan praktik diskriminasi harga pada jasa profesional seperti advokat dan jasa umum seperti barbershop masih jarang dilakukan. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana pola, motivasi, dan implikasi diskriminasi harga berbeda antara dua sektor jasa yang memiliki karakter pasar, tujuan ekonomi, dan dasar etika yang berbeda.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mengembangkan kerangka berpikir bahwa:

1. Diskriminasi harga muncul karena perbedaan daya beli dan informasi konsumen
2. Dalam jasa profesional seperti advokat, diskriminasi harga mengandung dimensi moral, etis, dan sosial

3. Dalam jasa umum seperti barbershop, diskriminasi harga lebih bersifat komersial dan kompetitif
 - a. Perbandingan antara kedua sektor membantu menjelaskan perbedaan motif dan pola penetapan harga.

Kerangka pemikiran ini menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana diskriminasi harga diterapkan pada kedua sektor serta bagaimana perbedaan karakter sektor membentuk strategi penetapan harga yang berbeda.

METODE PENELITIAN

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami fenomena diskriminasi harga secara mendalam dengan menggali pengalaman, pertimbangan, serta strategi pelaku usaha dalam menetapkan harga. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menangkap kompleksitas konteks sosial, etika, dan ekonomi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan pola diskriminasi harga yang terjadi di sektor jasa profesional dan

jasa umum serta membandingkan praktik tersebut secara sistematis lintas sektor.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, yang merupakan salah satu kawasan dengan kepadatan penduduk tinggi dan aktivitas ekonomi yang beragam. Wilayah ini dipilih karena memiliki konsentrasi penyedia jasa profesional, termasuk kantor advokat, serta berbagai usaha jasa umum seperti barbershop yang banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya mahasiswa yang tinggal di sekitar kawasan tersebut. Keberagaman karakter konsumen dan jenis layanan di wilayah ini menjadikannya lokasi yang strategis untuk mengamati praktik diskriminasi harga pada kedua sektor tersebut.

Penelitian dilakukan secara rutin selama bulan Oktober hingga November 2025, dimulai pada tanggal 21 Oktober 2025 hingga 18 November 2025. Selama periode tersebut, peneliti melakukan observasi lapangan, wawancara mendalam, serta pencatatan data yang diperlukan sebagai dasar analisis penelitian.

c. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data

yang diperoleh secara langsung dari para pelaku usaha melalui wawancara dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan advokat sebagai penyedia jasa profesional serta pemilik dan pengelola barbershop sebagai perwakilan sektor jasa umum di Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung di lokasi usaha untuk memperoleh informasi mengenai kebijakan penetapan harga, variasi layanan, strategi promosi, serta pertimbangan pelaku usaha dalam menerapkan harga yang berbeda kepada konsumen.

Kombinasi metode wawancara dan observasi ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang faktual mengenai pola diskriminasi harga yang diterapkan pada kedua sektor tersebut serta memahami alasan dan pertimbangan yang mendasari perbedaan harga di masing-masing usaha.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan secara langsung dengan advokat yang berpraktik di Kecamatan Tampan serta pemilik atau pengelola barbershop sebagai perwakilan

sektor jasa umum. Melalui wawancara semi-terstruktur, peneliti menggali informasi mengenai dasar penetapan tarif, bentuk penyesuaian harga, strategi harga, serta faktor-faktor yang memengaruhi munculnya diskriminasi harga di masing-masing sektor. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi lapangan pada beberapa barbershop dan kantor advokat untuk memperoleh gambaran faktual mengenai struktur harga, variasi layanan, strategi promosi, serta praktik penetapan harga yang diterapkan secara langsung di lokasi penelitian. Kombinasi kedua teknik tersebut memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola diskriminasi harga yang terjadi pada jasa advokat dan barbershop di Kecamatan Tampan.

e. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi terlebih dahulu direduksi untuk memilih informasi yang relevan dengan praktik penetapan harga dan bentuk diskriminasi harga pada masing-masing sektor. Data yang sudah diseleksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi untuk melihat pola dan hubungan antar temuan. Tahap akhir dilakukan penarikan kesimpulan dengan

membandingkan hasil lapangan dengan teori-teori terkait, sehingga diperoleh gambaran mengenai perbedaan dan persamaan praktik diskriminasi harga lintas sektor usaha di Kecamatan Tampan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara dengan Advokat di Kecamatan Tampan

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat advokat tersebut, diperoleh beberapa temuan utama sebagai berikut:

1. Penentuan Tarif Jasa Hukum

Seluruh responden menyatakan bahwa penentuan tarif dilakukan dengan mempertimbangkan jenis kasus, tingkat kesulitan, waktu yang dibutuhkan, serta kemampuan ekonomi klien. Beberapa advokat juga menyebut faktor reputasi dan pengalaman pribadi turut memengaruhi tarif.

2. Pemberian Tarif Berbeda untuk Kasus Serupa

Semua responden mengakui pernah memberikan tarif berbeda kepada klien yang menghadapi kasus dengan jenis yang sama. Alasannya beragam, mulai dari daya beli klien, hubungan personal, hingga tujuan sosial tertentu, seperti membantu masyarakat dengan keterbatasan finansial.

3. Penerapan Potongan Harga dan *Pro Bono*

Tiga dari empat responden mengaku pernah memberikan potongan harga atau layanan *pro bono*, terutama untuk klien dengan kemampuan ekonomi rendah. Ini menunjukkan adanya pertimbangan sosial di balik keputusan ekonomi.

4. Pandangan terhadap Perbedaan Tarif

Semua advokat berpendapat bahwa perbedaan tarif adalah hal yang wajar secara ekonomi, selama dilakukan secara profesional dan tidak merugikan pihak lain. Mereka menilai fleksibilitas harga justru mencerminkan adaptasi terhadap realitas pasar dan keadilan sosial.

5. Dampak terhadap Jumlah Klien

Tiga responden menilai bahwa penerapan harga fleksibel justru meningkatkan jumlah klien, karena membuka akses bagi berbagai lapisan masyarakat untuk mendapatkan jasa hukum.

6. Tujuan Menerapkan Harga Berbeda

Secara umum, perbedaan harga diterapkan untuk menarik pasar yang lebih luas, menyesuaikan daya beli masyarakat, serta menjaga loyalitas klien lama.

7. Dampak terhadap Keuntungan

Para responden menyatakan bahwa penerapan diskriminasi harga dapat menjaga stabilitas pendapatan, karena pendapatan dari klien berdaya beli tinggi dapat menutupi biaya layanan bagi klien berdaya beli rendah.

8. Loyalitas Klien

Beberapa advokat berpendapat bahwa penyesuaian harga membuat klien lebih loyal, karena merasa dihargai dan diperlakukan adil sesuai kemampuan mereka.

9. Persaingan antar Advokat

Seluruh responden menilai bahwa persaingan di wilayah tersebut cukup ketat, dan sebagian besar advokat juga menerapkan harga fleksibel. Oleh karena itu, kualitas layanan dan reputasi pribadi menjadi faktor pembeda utama di luar harga.

10. Keseimbangan antara Keuntungan dan Kepuasan Klien

Semua responden menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara keuntungan dan tanggung jawab sosial. Menurut mereka, advokat tidak hanya mengejar laba, tetapi juga harus

memperhatikan akses masyarakat terhadap keadilan.

Tabel di bawah ini menyajikan perbandingan respons dari masing-masing advokat terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penetapan tarif jasa mereka.

Pertanyaan	Advokat 1	Advokat 2	Advokat 3	Advokat 4
1. Dasar Utama Penentuan Tarif	Jenis kasus, kesulitan, kemampuan klien, dan reputasi.	Jenis kasus, waktu, sangat fleksibel berdasarkan kemampuan klien.	Tingkat kesulitan, waktu penangan, dan reputasi.	Jenis kasus, kemampuan ekonomi klien (faktor utama).
2. Memberikan Tarif Berbeda untuk Kasus	Ya	Ya	Ya	Ya

Serupa ?				
3. Alasan Tarif Berbeda	Daya beli klien, hubungan personal, tujuan sosial.	Daya beli klien, menarik pasar yang lebih luas.	Menjaga loyalitas, menyesuaikan daya beli, strategi bisnis.	Menyesuaikan daya beli dan tujuan sosial (akses keadilan).
4. Kebijakan Pro Bono / Potongan Harga?	Ya	Ya	Tidak (Hanya penyesuaian tarif, bukan potongan eksplisit)	Ya
5. Pandangan Etika/ Kewajaran	Wajar, mencerminkan adaptasi	Wajar, selama dilakukan	Wajar, strategi bisnis yang	Wajar, menjaga keseimbangan

Tarif Berbed a?	asi pasar dan keadilan sosial.	secara profes ional.	profes ional.	gan ekono mi dan etika profes i.
6. Dampa k terhad ap Jumlah Klien	Meni ngkat, memb uka akses bagi berba gai lapisan.	Meni ngkat, karen a jangk auan pasar yang lebih luas.	Tidak ada damp ak signifi kan (klien berda sarkan reputa si).	Meni ngkat, meny esuai kan daya beli masy arakat .
7. Dampa k terhad ap Keunt ungan Usaha	Menja ga stabili tas penda patan.	Stabil, klien berda ya beli tinggi menurut biaya layanan sosial.	Meni ngkat, strate gi penet apan harga yang optim al.	Menj aga stabili tas penda patan.

8. Dampa k terhad ap Loyalit as Klien	Meni ngkat, klien merasa diharg ai sesuai kema mpua n.	Meni ngkat, memb angun hubun gan jangk a panja ng.	Tidak ada damp ak langsu ng.	Meni ngkat, merasa diperl akuka n adil.
9. Tingka t Persai ngan dan Harga Pesain g	Ketat, pesain g juga mener apkan harga fleksi bel.	Ketat, reputa si dan kualit as jadi faktor pemb eda utama .	Ketat, kualit as layan an lebih penting dari harga.	Ketat, sebag ian besar advok at fleksi bel.
10. Kesei mbang an Keunt ungan & Kepua san Klien	Harus menja ga kesei mban gan (tangg ung jawab	Kesei mban gan penting, fokus pada akses keadilan.	Profes ionalit as yang utama , keunt ungan mengi kuti	Tang gung jawab sosial dan akses masy arakat harus diuta

	sosial).		kualit as.	maka n.
--	--------------	--	---------------	------------

Jika dikaitkan dengan teori ekonomi mikro, praktik yang dilakukan oleh advokat mencerminkan penerapan strategi harga berdasarkan segmentasi konsumen (consumer segmentation pricing). Harga jasa hukum ditentukan bukan hanya dari sisi biaya dan laba, tetapi juga dari nilai sosial, hubungan personal, dan persepsi keadilan.

Dari sudut pandang ekonomi industri, diskriminasi harga yang dilakukan advokat dapat meningkatkan efisiensi pasar jasa hukum, karena mendorong lebih banyak masyarakat untuk dapat mengakses layanan hukum dengan kemampuan finansial masing-masing.

Sementara itu, dari perspektif etika profesi, penyesuaian harga dianggap sah selama tidak menurunkan kualitas layanan dan tidak melanggar kode etik advokat.

Hasil Wawancara Barbershop di Kecamatan Tampan

1) Data Diskriminasi Harga Barbershop

Tabel 1. Variasi Harga Layanan Barbershop Berdasarkan Kelompok Usia

Nama Usaha	Tingkat Diskriminasi Harga			
	Ana k- anak	Rem aja	Mahasi swa	Dew asa

The Ari	15.0 00	25.0 00	25.000	30.00 0
Barbershop Bangau	13.0 00	18.0 00	16.000	25.00 0
Barbershop	30.0 00	30.0 00	30.000	30.00 0
Barbershop Ganten g	15.0 00	25.0 00	20.000	35.00 0

Data yang dikumpulkan menunjukkan adanya variasi harga antar kelompok usia untuk tiap barbershop, dengan pola yang berbeda-beda antara lokasi, segmen pelanggan, dan tingkat akses layanan. Secara umum, kami menemukan penggunaan diskon atau penyesuaian harga yang secara tidak seragam menargetkan segmen tertentu terutama anak-anak, remaja, mahasiswa, dan dewasa yang dapat dipahami sebagai bentuk diskriminasi harga yang bersifat segmentasional.

- Barbershop The Ari

Observasi menunjukkan harga yang lebih rendah untuk anak-anak dan remaja dibandingkan dewasa, dengan skema diskon sederhana yang berlaku di jam-jam tertentu atau pada promosi kampus.

Contoh: anak-anak Rp15.000, remaja Rp25.000, mahasiswa Rp25.000, dewasa Rp30.000. Interpretasi: diskon edukasi dan segmen usia muda dimanfaatkan untuk menarik pelanggan baru, namun konsisten dengan prinsip keadilan harga bila dilakukan dengan transparansi dan dasar promosi yang jelas. Potensi implikasi: peningkatan kunjungan dari keluarga dan pelajar, tetapi perlu diimbangi dengan komunikasi yang tegas agar tidak menimbulkan persepsi harga tidak adil di luar segmen tersebut.

- Barbershop Bangau

Barbershop Bangau memperlihatkan penyesuaian harga yang berbeda antar kelompok usia, dengan angka anak-anak Rp13.000, remaja Rp18.000, mahasiswa Rp16.000, dewasa Rp25.000. Perbedaan yang relatif besar antara dewasa dan anak/remaja menandakan fokus pada segmen pembiayaan lebih rendah dan daya beli pelajar, meskipun variasi antar usia tidak sepenuhnya harmonis. Implikasi sosialnya meliputi akses layanan yang lebih terjangkau bagi pelajar, namun perlu memastikan tidak ada praktik diskriminasi tersembunyi yang tidak adil bagi pelanggan dewasa.

- Barbershop

Barbershop independen menunjukkan harga seragam Rp30.000 untuk semua kelompok usia, yang mencerminkan kebijakan harga satu tingkatan tanpa diskriminasi usia. Temuan ini memperlihatkan praktik harga yang netral secara demografis, berpotensi meningkatkan persepsi keadilan di kalangan pelanggan yang menginginkan kepastian biaya layanan. Implikasi ekonomisnya adalah stabilitas pendapatan dan kemudahan perencanaan pelanggan, meskipun tidak menciptakan peluang promosi bagi segmen tertentu.

- Barbershop Ganteng

Barbershop Ganteng menunjukkan pola diskriminasi harga yang lebih agresif terhadap berbagai segmen usia: anak Rp15.000, remaja Rp25.000, mahasiswa Rp20.000, dewasa Rp35.000. Perbedaan harga yang besar antara dewasa dan anak/remaja menggambarkan strategi diferensiasi harga yang kuat, yang bisa meningkatkan akses bagi pelajar namun berpotensi menimbulkan persepsi ketidakadilan di kalangan pelanggan dewasa. Hal ini menuntut transparansi yang lebih besar terkait dasar kebijakan harga dan komunikasi promosi yang jelas agar tidak menimbulkan kecurigaan terhadap adanya praktik yang menargetkan

kelompok usia tertentu secara tidak proporsional.

Bentuk diskriminasi harga yang terlihat pada data ini termasuk geographical/demografis berbasiskan kelompok usia dan aspek promosi terkait segmentasi pelanggan. Secara umum, pola harga cenderung lebih rendah untuk anak-anak, remaja, dan mahasiswa, sementara dewasa menerima harga tertinggi. Fenomena ini sejalan dengan asumsi bahwa pelaku usaha mencoba menyesuaikan harga dengan kemampuan bayar pelanggan di berbagai segmen untuk mempertahankan volume kunjungan dan pendapatan. Namun, variasi harga yang besar antar kelompok usia juga menimbulkan pertanyaan etika dan keadilan transaksi, terutama jika dasar pembatasan harga tidak transparan atau tidak memiliki dasar operasional yang kuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik diskriminasi harga pada sektor jasa advokat dan barbershop di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Bentuk Diskriminasi Harga Berbeda di Setiap Sektor

Advokat menerapkan diskriminasi harga terutama melalui penyesuaian tarif

berdasarkan kemampuan ekonomi klien, tingkat kesulitan kasus, urgensi penanganan, reputasi advokat, dan hubungan personal. Sementara itu, barbershop menerapkan diskriminasi harga secara lebih eksplisit melalui kategorisasi usia seperti anak-anak, remaja, mahasiswa, dan dewasa, serta melalui variasi layanan yang ditawarkan.

2. Faktor Pendorong Diskriminasi Harga

Pada advokat, faktor pendorong harga fleksibel meliputi pertimbangan etika profesi, akses keadilan, tanggung jawab sosial, dan kondisi finansial klien. Pada barbershop, perbedaan harga didorong oleh strategi pemasaran, segmentasi pelanggan, tingkat pelayanan, serta upaya menarik pelanggan dari berbagai kelompok usia.

3. Perbedaan Pola dan Tujuan Harga pada Dua Sektor

Diskriminasi harga pada jasa advokat memiliki dimensi moral dan sosial karena terkait dengan pelayanan publik dan keadilan hukum. Sebaliknya, diskriminasi harga pada barbershop bersifat komersial dan bertujuan meningkatkan volume pelanggan serta

menyesuaikan harga dengan sensitivitas konsumen tiap segmen.

4. Implikasi Diskriminasi Harga terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha

Pada advokat, diskriminasi harga membantu memperluas akses masyarakat terhadap layanan hukum, terutama bagi klien berdaya beli rendah. Pada barbershop, diskriminasi harga memungkinkan usaha menjangkau pasar yang lebih luas serta mempertahankan daya saing. Meskipun demikian, kedua sektor tetap perlu menjaga transparansi harga untuk menghindari persepsi ketidakadilan.

5. Perbandingan Lintas Sektor

Secara keseluruhan, perbedaan mendasar terletak pada latar belakang profesi: advokat memiliki regulasi dan kode etik profesi yang memengaruhi struktur harga, sedangkan barbershop beroperasi pada pasar yang lebih bebas dan kompetitif. Hal ini menghasilkan mekanisme diskriminasi harga yang berbeda dalam motif, proses, dan implikasinya.

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian, beberapa saran dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk Advokat

- a. Perlu menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung

jawab sosial, terutama dalam memberikan akses keadilan bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

- b. Transparansi dalam penentuan tarif perlu diperkuat agar klien memahami dasar penetapan harga dan menghindari kesalahpahaman.
- c. Penyusunan pedoman tarif fleksibel oleh organisasi profesi dapat membantu meningkatkan standar etika penetapan harga.

2. Untuk Barbershop

- a. Disarankan menyusun struktur harga yang jelas dan konsisten untuk setiap kategori pelanggan agar tidak menimbulkan persepsi diskriminasi yang tidak adil.
- b. Pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing melalui inovasi layanan, bukan hanya perbedaan harga.
- c. Strategi segmentasi harga sebaiknya disesuaikan dengan kondisi pasar lokal agar tetap terjangkau bagi seluruh konsumen.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Perlu dilakukan penelitian kuantitatif dengan cakupan lebih luas untuk mengukur tingkat diskriminasi harga secara numerik dan lebih komprehensif.

- b. Penelitian juga dapat dikembangkan dengan menambahkan sektor jasa lainnya untuk memperkaya perbandingan lintas sektor.
- 4. Untuk Pemerintah Daerah
 - a. Dapat melakukan edukasi kepada pelaku usaha terkait praktik harga yang adil dan transparan.
 - b. Mendukung advokat dalam menghadirkan layanan hukum terjangkau melalui program pendampingan atau kolaborasi layanan pro bono.

DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Nugroho, A. W. (2021). Pengaruh diskriminasi harga terhadap efisiensi pasar pada sektor jasa di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 112–124.
- Pigou, A. C. (1920). *The economics of welfare*. Macmillan.
- Rahmawati, S. (2022). Etika profesi dan fleksibilitas tarif pada layanan hukum: Studi diskriminasi harga pada advokat. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 9(1), 45–57.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (9th ed.). W. W. Norton & Company.
- Khan, M. R. (2019). Price discrimination strategies in service industries: An empirical analysis. *International Journal of Service Economics*, 5(3), 201–214.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2003 tentang Advokat.