

## ANALISIS HARGA POKOK PENJUALAN PADA MODEL BISNIS THRIFT SHOP CELANA BEKAS BERBASIS LIVE STREAMING FACEBOOK: STUDI KASUS PADA PLATFORM E-COMMERCE @[SINSIN]

Vanda Lihondatu<sup>1</sup>, Feri Mokal<sup>2</sup>, Alfian Maase<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Ilmu Ekonomi Eben Haezer Manado, Program Studi Akuntansi  
Kota Manado dan Kode Pos 95119, Indonesia

---

### Histori Artikel:

Received: 2025-00-00

Revised: 2025-00-00

Accepted: 2025-00-00

---

✉ Korespondensi:

**Nama Penulis:** Vanda M Lihondatu

Tel. +6285241716162

E-mail: lihondatufanda@gmail.com

### Abstract

*The secondhand pants thrift shop industry based on Facebook live streaming has experienced significant growth in line with the increasing consumer interest in preloved products and the convenience of digital technology. This study aims to analyze the determination of the Cost of Goods Sold (COGS) in the @sinsin thrift shop business, an online store specializing in selling secondhand pants through Facebook's live streaming feature. The research method used is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including in-depth interviews with the business owner, direct observation of live streaming sessions, and documentation of sales and purchase records. The results of the study show that the calculation of COGS at @sinsin thrift shop is based on direct variable cost components such as the purchase price of pants, laundry costs, packaging, and shipping. Meanwhile, digital operational costs such as internet data, streaming equipment, and advertising are not directly included in the COGS but are proportionally allocated per product unit to obtain a more accurate estimate of total costs. Live streaming has proven effective in increasing customer trust, expanding market reach. The conclusion of this study indicates that using the full costing method allows business owners to adjust selling prices.*

**Keywords:** Cost of Goods Sold (COGS), thrift shop, live streaming, e-commerce.

### Abstrak

Industri *thrift* shop celana bekas berbasis *live streaming* Facebook mengalami pertumbuhan signifikan seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk preloved dan kemudahan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) pada bisnis *thrift* shop @sinsin, yang merupakan toko online khusus penjualan celana bekas melalui fitur *live streaming* di platform Facebook. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung sesi *live streaming*, serta dokumentasi laporan penjualan dan pembelian produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan HPP pada *thrift* shop @sinsin didasarkan pada komponen biaya variabel langsung seperti harga modal celana, biaya laundry, pengemasan, dan pengiriman. Sedangkan, biaya operasional digital seperti kuota internet, perangkat streaming, dan iklan tidak dimasukkan langsung ke HPP, melainkan dialokasikan secara proporsional per unit produk untuk memperoleh estimasi biaya total yang lebih akurat. *Live streaming* terbukti efektif meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat proses penjualan. Kesimpulan dari

penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode *full costing* memungkinkan pemilik bisnis menyesuaikan harga jual.

**Kata kunci:** Harga Pokok Penjualan (HPP), *thrift shop*, *live streaming*, e-commerce.

## 1. Pendahuluan

Industri *thrift shop* atau penjualan pakaian bekas mengalami perkembangan pesat, terutama di kalangan anak muda dan orang dewasa. Hal ini didorong oleh kemajuan teknologi digital dan platform e-commerce yang mempermudah usaha *thrift shop* dalam menjangkau konsumen. Salah satu inovasi yang banyak digunakan adalah *live streaming* di platform seperti Facebook, yang memungkinkan penjual berinteraksi langsung dengan pembeli secara real-time, meningkatkan daya tarik serta potensi penjualan (Lubis et al., 2024). Terlebih lagi, pada masa pandemi COVID-19, tren belanja online semakin meningkat karena konsumen merasa lebih aman dan nyaman berbelanja dari rumah, yang berkontribusi pada perkembangan pesat bisnis *thrift shop* (Ramadhani et al., 2022).

*Thrift shop* memiliki daya tarik tersendiri karena menawarkan pakaian dengan harga terjangkau dan pilihan yang bervariasi. Bagi sebagian konsumen, *thrifting* menjadi alternatif untuk mendapatkan pakaian bermerek dengan harga lebih murah, terlebih di tengah mahalnya harga pakaian baru di pasar (Irawati, 2023). Dari sisi bisnis, fenomena *thrift shop* memberikan peluang usaha yang menguntungkan, apalagi dengan strategi penentuan harga yang tepat. Penentuan harga pokok penjualan (HPP) menjadi elemen penting untuk menetapkan harga jual yang kompetitif di pasar (Dewi & Ragasari, 2024).

Menurut Sari & Habib (2023), e-commerce telah menjadi saluran utama dalam pemasaran *thrift shop*. Melalui *live streaming*, penjual tidak hanya menampilkan produk secara visual, tetapi juga memberikan deskripsi produk secara mendetail, yang dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli untuk melakukan transaksi. Interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang tercipta melalui *live streaming* juga dapat memperkuat loyalitas dan rasa percaya konsumen.

Namun, terdapat tantangan dalam menjalankan bisnis *thrift shop*, salah satunya adalah penentuan HPP yang akurat. Penentuan HPP sangat krusial karena mempengaruhi profitabilitas usaha. HPP mencakup biaya yang dikeluarkan penjual untuk memperoleh barang, termasuk harga beli, biaya pengiriman, dan biaya operasional lainnya (Hidayat et al., 2024). Jika HPP tidak dihitung dengan tepat, hal ini bisa memengaruhi penetapan harga jual yang tidak kompetitif dan mengurangi daya tarik konsumen.

Selain itu, pasar *thrift shop* di Indonesia masih menghadapi kendala terkait regulasi impor pakaian bekas. Pemerintah melarang impor pakaian bekas demi alasan kesehatan serta perlindungan terhadap industri lokal (Putri, 2024). Meskipun begitu, permintaan konsumen terhadap pakaian *thrift* yang murah dan berkualitas tetap tinggi, sehingga bisnis ini terus berkembang. Bagi pengusaha *thrift shop*, terutama yang berbasis online, tantangan ini dapat diatasi dengan mengandalkan pemasok lokal atau distributor yang terpercaya.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh bisnis *thrift shop* berbasis *live streaming* di Facebook adalah penentuan harga pokok penjualan (HPP) yang akurat. Kesalahan dalam menghitung HPP dapat berdampak pada penetapan harga jual yang tidak kompetitif, bahkan berpotensi merugikan usaha. HPP mencakup berbagai elemen biaya seperti harga beli, biaya pengiriman, dan biaya operasional lainnya. Namun, dalam konteks bisnis *thrift shop* yang menggunakan *live streaming*, ada tantangan tambahan, yaitu pencatatan biaya terkait operasional digital seperti peralatan *streaming* dan iklan online. Ketidakmampuan untuk mengelola komponen biaya ini secara efisien dapat mengurangi profitabilitas usaha serta daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penentuan harga pokok penjualan (HPP) dalam model bisnis *thrift shop* celana bekas yang berbasis *live streaming* di platform Facebook. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat popularitas penggunaan *live streaming* dalam penjualan *thrift shop* dan peran penting HPP dalam menentukan keberhasilan bisnis tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menggali seberapa besar pengaruh penentuan HPP dan pemanfaatan media digital terhadap kesuksesan bisnis *thrift shop* di era digital saat ini.

### Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan (HPP) adalah istilah dalam akuntansi keuangan dan perpajakan yang mengacu pada biaya langsung yang muncul dari produksi dan penjualan barang dalam bisnis. Menurut Fahmi I (2020), "Harga Pokok Penjualan adalah harga beli atau biaya pembuatan barang yang dijual, juga disebut sebagai *cost of goods sold* (menurut Siegel dan Shiem)." Dari

definisi tersebut, HPP dapat diartikan sebagai biaya yang timbul dari produksi barang oleh perusahaan yang kemudian dijual kembali.

Menurut Mulyadi (2023), terdapat dua jenis sistem perhitungan harga pokok penjualan yang umum digunakan, yaitu sistem perhitungan harga pokok penuh (*full costing*) dan sistem perhitungan harga pokok variabel (*variable costing*).

1. Sistem perhitungan harga pokok penuh (*full costing*)

*Full costing* adalah metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua unsur biaya ke dalam harga pokok. Unsur biaya ini meliputi persediaan barang, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead tetap, dan biaya overhead variabel. Dalam metode *full costing*, biaya overhead, baik variabel maupun tetap, dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang telah ditentukan di awal, dengan menggunakan kapasitas normal atau berdasarkan biaya overhead aktual yang terjadi.

Apabila terdapat perbedaan antara biaya overhead yang dibebankan dengan biaya overhead aktual, maka akan muncul selisih biaya overhead. Selisih ini, baik lebih atau kurang, akan digunakan untuk menyesuaikan harga pokok barang yang masih dalam persediaan, baik untuk produk yang masih dalam proses maupun produk jadi, jika produk tersebut belum terjual pada periode tersebut. Metode *full costing* juga menunda pembebanan biaya overhead tetap hingga produk yang bersangkutan terjual, sehingga biaya tersebut akan dibebankan kepada produk saat penjualan terjadi.

**Proses Penentuan HPP dengan Full Costing**

- a. Hitung seluruh biaya bahan baku langsung yang digunakan.
- b. Tambahkan biaya tenaga kerja langsung.
- c. Hitung dan tambahkan biaya overhead tetap dan variabel (bisa menggunakan tarif berdasarkan jam kerja atau unit).
- d. Jumlahkan seluruh biaya untuk mendapatkan harga pokok produksi (HPP per unit).
- e. Jika ada persediaan awal dan akhir, sesuaikan untuk mendapat Harga Pokok Penjualan (HPP).

**Contoh Perhitungan Full Costing**

Misalkan UMKM memproduksi 1.000 unit pakaian, dengan data biaya berikut:

Komponen	Biaya Total
Bahan Baku Langsung	Rp 10.000.000
Tenaga Kerja Langsung	Rp 5.000.000
Overhead Variabel	Rp 2.000.000
Overhead Tetap	Rp 3.000.000

**Langkah-langkah:**

**Total biaya produksi**

$$\text{Rp } 10.000.000 + \text{Rp } 5.000.000 + \text{Rp } 2.000.000 + \text{Rp } 3.000.000 =$$

**Rp 20.000.000**

**HPP per unit**

$$\text{Rp } 20.000.000 \div 1.000 \text{ unit} = \text{Rp } 20.000$$

2. Sistem perhitungan harga pokok variabel (*variable costing*)

Metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya yang bersifat variabel ke dalam harga pokok penjualan. Biaya-biaya yang termasuk dalam variabel costing meliputi persediaan barang, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Dalam metode ini, biaya overhead tetap tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok penjualan, sehingga hanya biaya yang berhubungan langsung dengan perubahan volume produksi yang akan dibebankan pada produk.

**Proses Penentuan HPP dengan Variable Costing**

- a. Hitung biaya bahan baku langsung.
- b. Tambahkan biaya tenaga kerja langsung.
- c. Tambahkan biaya overhead variabel.
- d. Hasilnya adalah harga pokok produksi variabel (per unit).
- e. Overhead tetap akan dibebankan sebagai biaya di laporan laba rugi, bukan ke produk.

**Contoh Perhitungan Variable Costing**

Dengan data yang sama seperti contoh sebelumnya:

Komponen	Biaya Total
----------	-------------



Bahan Baku Langsung	Rp 10.000.000
Tenaga Kerja Langsung	Rp 5.000.000
Overhead Variabel	Rp 2.000.000
Overhead Tetap	Rp 3.000.000 (dihapus dari HPP)

### Langkah-langkah:

#### Total biaya variabel produksi

Rp 10.000.000 + Rp 5.000.000 + Rp 2.000.000 = **Rp 17.000.000**

#### HPP per unit

Rp 17.000.000 ÷ 1.000 unit = **Rp 17.000**

Overhead tetap Rp 3.000.000 dicatat sebagai biaya periode, bukan bagian dari HPP.

### Model Bisnis

Model bisnis adalah konsep yang menggambarkan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2017). Menurut Wheelen & Hunger, model bisnis merupakan metode yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan pendapatan melalui operasional bisnisnya sehingga perusahaan dapat tetap bertahan. Model bisnis menjelaskan cara perusahaan atau organisasi menciptakan, menyediakan, dan menangkap berbagai nilai, baik ekonomi, sosial, atau nilai lainnya. Istilah model bisnis digunakan dalam konteks formal maupun informal untuk menunjukkan aspek inti dari sebuah bisnis, seperti tujuan dan maksud bisnis, produk yang ditawarkan, strategi, infrastruktur, struktur organisasi, praktik bisnis, serta kebijakan dan proses operasional. Ada berbagai jenis model bisnis yang digunakan, salah satunya adalah model bisnis kanvas.

Model bisnis berperan penting dalam membantu pemangku kepentingan memahami konsep bisnis perusahaan dan mencapai berbagai tujuan penting, di antaranya:

1. Memahami keinginan pasar dan kebutuhan konsumen.
2. Menganalisis tujuan dari inisiatif baru.
3. Membuat rekomendasi dan mengambil keputusan strategis.
4. Merancang strategi untuk meningkatkan bisnis.
5. Mengembangkan fitur produk yang ditawarkan.
6. Memahami posisi perusahaan di antara pesaing pasar.
7. Menguji konsistensi antar komponen bisnis.
8. Menguji pasar dan asumsi yang digunakan dalam pengembangan usaha.

### Thrift Shop

Model bisnis thrift shop berfokus pada penjualan barang-barang bekas yang masih layak pakai, terutama pakaian, dengan harga yang lebih terjangkau. Thrift shop biasanya menarik konsumen yang ingin tampil modis namun dengan biaya yang lebih rendah, serta mereka yang peduli terhadap lingkungan melalui praktik daur ulang pakaian. Dalam model bisnis ini, toko thrift memperoleh barang dagangan dari donasi, pembelian langsung dari penjual, atau impor barang bekas, yang kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih murah daripada barang baru (Syaraahiyya & Rusadi, 2022). Keberhasilan model bisnis thrift shop bergantung pada beberapa faktor :

1. Keunikan produk  
Barang-barang yang dijual sering kali memiliki karakteristik yang unik dan langka, terutama pakaian dari merek-merek terkenal.
2. Harga yang terjangkau  
Thrift shop menawarkan produk dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan toko pakaian biasa.
3. Tren gaya hidup hemat  
Konsumen semakin sadar akan manfaat berbelanja barang bekas, baik dari segi penghematan biaya maupun dampak lingkungan.
4. Kepedulian terhadap lingkungan  
Konsep reuse atau daur ulang pakaian menjadi daya tarik utama bagi konsumen yang peduli pada pengurangan limbah mode.
5. Pemasaran melalui media sosial  
Thrift shop modern sering memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk memasarkan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan.

Model bisnis ini sedang berkembang pesat, terutama di kalangan anak muda yang mengikuti tren thrift shopping sebagai bagian dari gaya hidup modern dan ramah lingkungan

## 2. Metodologi Penelitian

Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial atau budaya secara mendalam dengan mengeksplorasi perspektif, pengalaman, dan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok. Penelitian kualitatif sering melibatkan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, atau dokumen untuk menangkap kompleksitas dan konteks suatu masalah. Menurut Sugiyono (2021), pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti objek alamiah di mana peneliti adalah instrumen kunci, dengan tujuan memahami secara holistik fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh dari subjek penelitian. Pendekatan ini ideal untuk mengungkap makna di balik data kuantitatif atau untuk memahami dinamika yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya oleh angka. Penelitian ini dilakukan pada thrift shop yang beroperasi di platform Facebook Live dengan nama akun @sinsin, sebuah toko thrift shop online yang fokus menjual celana bekas melalui live streaming. Penelitian ini dilakukan selama periode tiga bulan, dari Oktober 2024 hingga Desember 2024, untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat mengenai penentuan harga pokok penjualan.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

### 1. Data Primer

Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan pemilik thrift shop @sinsin dan observasi langsung saat proses live streaming berlangsung. Selain itu, dilakukan pencatatan langsung terkait harga pembelian, biaya operasional, dan harga jual produk.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen terkait penjualan produk thrift shop, literatur yang membahas tentang e-commerce, live streaming, serta laporan keuangan sederhana yang disediakan oleh pihak pemilik usaha. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai sumber referensi seperti buku, jurnal ilmiah, serta situs-situs resmi pemerintah dan platform e-commerce.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik thrift shop untuk mengetahui proses penentuan harga pokok penjualan dan bagaimana penjual menghitung biaya-biaya yang terlibat dalam mendapatkan produk celana bekas.

### 2. Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung pada sesi live streaming yang dilakukan oleh thrift shop @sinsin, dengan fokus pada interaksi antara penjual dan pembeli, serta proses penjualan produk melalui platform tersebut.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan terhadap catatan penjualan, laporan pembelian produk, serta biaya-biaya lain yang berkaitan dengan penjualan celana bekas melalui Facebook Live.

Langkah-langkah dalam analisis data meliputi:

### 1. Pengumpulan Data: Semua data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan.

### 2. Pengolahan Data: Data kuantitatif diolah dengan menggunakan teknik analisis biaya, untuk menghitung harga pokok penjualan dari setiap produk yang dijual melalui live streaming.

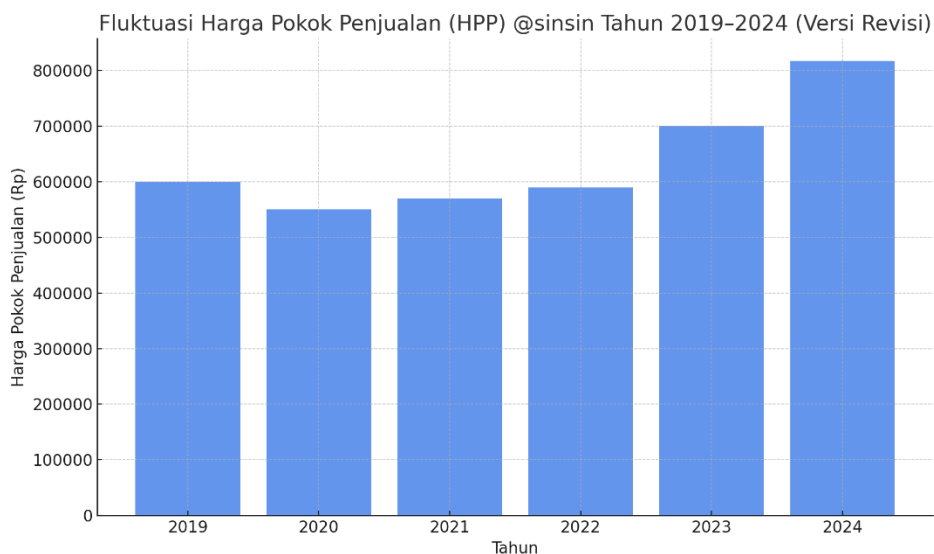
### 3. Interpretasi Data: Hasil pengolahan data akan diinterpretasikan dengan menghubungkannya pada teori-teori terkait penentuan harga pokok penjualan dan strategi bisnis thrift shop di era digital.

Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan data dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian lebih valid dan akurat (Moleong, 2021).

### 3. Hasil Penelitian

Berdasarkan Hasil penelitian ditemukan bahwa, akuntansi pada Bisnis Thrift Shop @sinsin hanya menggunakan pembukuan sederhana, dimana perhitungan laba hanya mengacu pada harga dikurangi harga beli. Hal ini menghasilkan laba yang tidak akurat. Selain itu tidak menghitung harga pokok penjualan karena sistem bisnis ini sedikit berbeda dengan usaha dagang pada umumnya. Pembelian barang dalam bisnis ini biasanya dalam bentuk bal atau karung, dimana produk didalam bisa berbeda-beda jenis dan kualitas, sehingga harga jual bisa berbeda antara 1 barang dengan barang yang lain, sedangkan harga pokok menggunakan harga beli dalam 1 karung. Hal ini menyebabkan terjadi kesulitan dalam menentukan harga pokok produk yang sudah terjual dalam hal ini disebut Harga pokok Penjualan. Untuk itu perlu dianalisis dengan tepat agar dapat menentukan harga pokok penjualan yang akurat sehingga menghasilkan laba yang akurat.

Berikut data awal yang diberikan dalam penelitian ini:



Berdasarkan diagram batang Harga Pokok Penjualan (HPP) bisnis thrift shop @sinsin untuk tahun 2019 hingga 2024, Nilai HPP pada tahun 2019 dimulai sebesar Rp600.000, kemudian turun menjadi Rp550.000 pada 2020 dan sedikit naik ke Rp570.000 di 2021. Pada 2022, HPP mulai meningkat kembali ke Rp590.000, dan mengalami lonjakan signifikan pada 2023 menjadi Rp700.000, hingga akhirnya mencapai Rp817.000 di tahun 2024. Tren ini mencerminkan adanya tekanan biaya yang meningkat, baik dari sisi logistik, laundry, maupun pengadaan bahan baku dalam operasional thrift shop berbasis live streaming.

### Pembahasan

#### Tata Cara Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) Bisnis Thrift Shop @sinsin

Perhitungan Harga Pokok Penjualan dalam bisnis thrift shop celana bekas berbasis live streaming Facebook sangat bergantung pada pengelolaan biaya variabel langsung agar harga jual yang ditetapkan realistis dan menguntungkan. Dengan menggunakan metode full costing dan mengalokasikan biaya operasional digital secara proporsional, pemilik bisnis dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai biaya yang dikeluarkan dan mengoptimalkan strategi penetapan harga. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan transparansi keuangan, tetapi juga membantu mempertahankan daya saing dalam pasar thrift shop yang kian berkembang.

#### Bentuk Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) Bisnis Thrift Shop @sinsin

Dalam menjalankan bisnis Thrift Shop @sinsin, penentuan produk dilakukan dengan membeli pakaian bekas impor dalam bentuk bal atau karung besar, yang isinya tidak dapat dipastikan sebelumnya. Produk dalam ball ini dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu kepala, badan, dan kaki, berdasarkan kualitas dan nilai jualnya. Bagian kepala umumnya berisi pakaian bermerek, model unik, dan bernilai tinggi yang dapat dijual dengan harga mulai dari 45 ribu hingga 100 ribu rupiah per potong. Sementara bagian badan dijual dengan harga menengah, sekitar 25 ribu atau 5 potong 100 ribu. Adapun bagian kaki berisi pakaian dengan kualitas rendah atau model pasaran yang biasanya

dijual murah, sekitar 10 ribu per potong. Karena isi bal tidak menentu, pemilahan produk menjadi kunci penting dalam menentukan harga jual dan strategi pemasaran.

Terkait target keuntungan, sebelumnya bisnis ini mampu menghasilkan margin yang besarmodal satu bal sekitar 5 juta rupiah bisa menghasilkan keuntungan setara atau bahkan lebih dari itu. Namun, seiring meningkatnya harga ball dan ketidakpastian isi, keuntungan yang diperoleh kini menjadi tidak stabil. Dalam kondisi sekarang, pelaku usaha hanya bisa berharap mendapat setengah dari modal sebagai laba, dan tak jarang pula mengalami kerugian jika isi bal tidak sesuai harapan. Oleh karena itu, pelaku bisnis Thrift Shop seperti @sinsin harus pintar dalam membaca peluang, memilah barang, dan menyusun strategi penjualan agar tetap bisa bertahan di tengah persaingan dan fluktuasi pasar.

Untuk menggambarkan perhitungan Harga pokok Penjualan bisnis Thrift Shop @sinsin dapat di jelaskan beriku ini :

1. Pembelian :

- a. Diasumsikan perusahaan membeli celana 1 bal/ karung dengan harga Rp5.000.000,.

Jurnal untuk mencatat transaksi tersebut

Persediaan barang dagang	Rp5.000.000	
Kas		Rp5.000.000

- b. Sebelum barang dijual, maka barang di laundry. Diasumsikan biaya laundry untuk barang 1 bal (90kg) dimana 1 kg Rp7.000, sehngga biayanya menjadi 90kg x Rp7.000 = Rp. 630.000

Jurnal untuk mencatat biaya laundry

Beban laundry	Rp630.000	
Kas		Rp630.000

- c. Pembelian Kantung Plastik

Untuk diberikan ke customer, barang dikemas dalam plastik, diasumsikan 1 kg barang membutuhkan 1 plastik, biaya plastik sebanyak 50 plastik dalam 1 pak dengan haga @ Rp. 50.000,- per pak, berarti 1 plastik sebesar Rp. 50.000/50 x 90 kg =Rp. 90.000,-.

2. Penjualan ;

Dijual 50 potong celana dengan harga @ Rp45.000,.

Jumlah 50 x 45.000 = Rp.2.250.000,.

Jurnal mencatat penjualan

Kas	Rp. 2.250.000	
Penjualan		Rp.2.250.000

Harga pokok barang yaitu harga beli ditambah biaya-biaya dikeluarkan sampai barang siap dijual, yaitu sebesar : Rp. 5.000.000 + Rp.630.000 + Rp. 90.000,- = Rp. 5.720.000,-

Untuk menghitung harga pokok, maka dihitung jumlah barang dari 1 bal, yaitu 350 rata-rata. Jadi harga pokok per celana dihitung sebagai berikut ;

$$\text{Rp.}5.720.000/350 = \text{Rp.}16.343$$

Jadi harga Pokok Penjualan untuk 50 celana : Rp 16.343 x 50 = Rp. 817.150

Jurnal Mencatat HPP

HPP	Rp817.000	
Persediaan barang dagangan		Rp. 817.150

Berdasarkan jurnal diatas dapat dihitung HPP sebagai berikut :

Persediaan awal Rp. 326.860 (asumsi 20 unit @ Rp. 16.343)

Pembelian Rp. 5.000.000

Biaya Laundry Rp. 630.000

Biaya Pengemasan Rp. 90.000

Pembelian bersih Rp. 5.720.000

Barang tersedia dijual Rp 6.046.860

Persediaan akhir (320xRp. 16.343) Rp 5.229.760-

HPP Rp 817.100

Berdasarkan HPP di atas maka dapat dihitung laba kotor sebagai berikut :

Penjualan Rp. 2.250.000

HPP Rp 817.100

Laba Kotor Rp. 1.432.900

Dengan menggunakan metode full costing laba yang diperoleh sebesar Rp. 1.432.900

## 4. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Penentuan HPP pada bisnis thrift shop celana bekas @sinsin menggunakan metode full costing yang menitikberatkan pada biaya variabel langsung seperti harga modal barang, biaya laundry, pengemasan, dan pengiriman. Pendekatan ini sangat efektif karena memungkinkan bisnis untuk menghitung biaya riil yang berubah sesuai dengan jumlah dan kondisi barang yang dijual, sehingga harga jual dapat disesuaikan secara dinamis sesuai fluktuasi biaya variabel. Metode ini juga meningkatkan transparansi pengelolaan biaya dan efisiensi operasional, sementara biaya tetap seperti perangkat digital dan iklan dialokasikan secara proporsional agar tidak mengganggu fokus pada biaya variabel utama produk. Penggunaan live streaming Facebook sebagai kanal utama penjualan memberikan keunggulan kompetitif berupa interaksi real-time dengan konsumen yang mempercepat keputusan pembelian dan meningkatkan kepercayaan pada produk. Strategi pemasaran yang menggabungkan live streaming dengan marketplace dan event thrift memperbesar jangkauan pasar dan volume penjualan, yang berkontribusi pada penurunan biaya operasional per unit dan menjaga margin keuntungan. Namun, tantangan seperti fluktuasi biaya modal, kendala teknis jaringan internet, dan persaingan ketat memerlukan manajemen biaya yang cermat dan inovasi pemasaran yang terus menerus agar bisnis tetap profitabel dan kompetitif.

### Saran

Berikut tiga poin saran untuk bisnis thrift shop celana bekas @sinsin dalam mengoptimalkan penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) berbasis live streaming Facebook:

1. Optimalkan Pengelolaan Biaya Variabel dengan Sistem Monitoring Real-Time
2. Perkuat Infrastruktur Teknologi untuk Mendukung Live Streaming yang Lancar
3. Diversifikasi Strategi Pemasaran Digital dan Kolaborasi Event

## Referensi

- Dewi, A. R., & Ragasari, D. (2024). Analisis menentukan harga pokok penjualan menggunakan metode average cost dan pengendalian persediaan barang dagang. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 9(2), 89-101.
- Fahmi, I. (2020). Analisis laporan keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, N., Azzahra, Y. K. F., & Mastura, N. (2024). Efisiensi persediaan thrift store di Tarakan dengan metode JIT, EOQ, dan safety stock. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 15-28.
- Irawati, Z. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, dan promosi terhadap minat beli produk second brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 7(1), 120-135.
- Jumingan. (2024). Analisis laporan keuangan (7th ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. (2022). Analisis laporan keuangan. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2015). Akuntansi biaya (Edisi ke-5). Yogyakarta: UPP STIM KPN.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Putri, I. D. (2024). Upaya mempertahankan eksistensi baju thrift sebagai budaya populer di Bengkulu. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 8(2), 45-60.
- Ramadhani, F., Rushainy, S. R., & Mufit, M. I. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media usaha thrift shop berbasis website. *Blend Sains*, 5(2), 45-56.
- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(2), 438-453.
- Serenade, V., Ulfa, M., Lailiyah, N. I., & Mardiani, N. (2023). Analisis penentuan harga pokok penjualan sepatu thrift Singapura by Lix. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 139-144.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, E. Y. (2022). Pengaruh globalisasi terhadap minat beli baju thrift: Fenomena thrift shopping di kalangan masyarakat akibat perubahan gaya hidup modern (Studi globalisasi di wilayah Jawa Timur). *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.