

## **ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL UNTUK BARANG *PRELOVED* (STUDI KASUS PADA BISNIS BARANG *PRELOVED* @Bekasberkualitaz)**

Made Diah Chandra Dewi, Anantawikrama Tungga Atmadja

Program Studi Akuntansi S1  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: [diah.chandra.dewi@undiksha.ac.id](mailto:diah.chandra.dewi@undiksha.ac.id),  
[anantawikrama\\_t\\_atmadja@undiksha.ac.id](mailto:anantawikrama_t_atmadja@undiksha.ac.id)

### **Abstrak**

Penentuan harga jual merupakan hal yang perlu diperhatikan mengingat penentuan harga jual akan mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Dapat disimpulkan bahwa harga jual dapat mempengaruhi besar pendapatan yang diterima. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dilakukan melalui melewati reduksi data, selanjutnya penyajian data dan terakhir penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif, permintaan dan penawaran, bangsa pasar dan *e-commerce* yang menimbulkan munculnya bisnis *preloved* ini, selain itu penentua harga jual yang dilakukan @bekasberkualitaz dengan metode *mark up pricing* mendapatkan keuntungan yang sedikit dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.

**Kata kunci:** Harga jual , *preloved*, *cost plus pricing*, *mark up pricing*

### **Abstract**

*Determination of the selling price is something that needs to be considered considering the selling price will affect the sustainability of the business. It is undeniable that the selling price can increase the amount received. This study uses qualitative methods, with observations, interviews, and observations. The analysis technique is done by skipping data reduction, then presenting data and drawing conclusions. The results of this study indicate that research on consumptive, demand and supply, market and e-commerce which attracts business debates that have been carried out before, in addition to determining the selling price carried out by @bekasberkualitaz with the price mark up method to obtain the method using the cost plus price method.*

**Keywords :** *Selling price, preloved, cost plus pricing, mark up pricing*

### **PENDAHULUAN**

Pada dunia bisnis harga atau nilai serta kegunaan merupakan hal-hal yang sangat berkaitan. Pentingnya sebuah barang atau jasa memiliki nilai harga atau nilai tukar karena barang yang dibeli oleh pembeli mempunyai manfaat tersendiri. Alat nilai tukar yang biasa digunakan antara pembeli dan penjual adalah uang. Jumlah satuan uang yang digunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan

nilai harga dari suatu barang. Terbentuk harga suatu barang ditentukan oleh penjual atau pelaku bisnis dan pembeli. Semakin besar tingkat daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi pelaku bisnis menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Maka pelaku bisnis mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal sesuai dengan

kondisi yang ada, melalui penetapan harga jual (Kotler, 2009).

Penetapan harga jual perlu adanya pertimbangan yang mendalam guna mendapatkan harga jual yang cocok dengan keinginan dan tujuan dari bisnis yang dilaksanakan. Penetapan harga jual merupakan keputusan yang sangat tidak mudah karena faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut memuat pertimbangan harga jual agar dapat diterima oleh konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut.

Melalui kondisi saat ini nilai sebuah barang khususnya pakaian menjadi semakin tinggi, akibatnya orang-orang dengan kemampuan menengah kebawah sangat lah sulit untuk memenuhi kebutuhan sandang, solusi dari permasalahan ini semua muncul berbagai bisnis barang *preloved* selain itu bisnis barang *preloved* berpeluang sangat besar dilihat dari peluang-peluang yang muncul seperti Sifat Konsumtif, Permintaan dan Penawaran, Adanya Pangsa Pasar, Pengaruh *E-commerce* terhadap perkembangan bisnis. Menurut penjelasan oleh Setiaji (1995) memaparkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu yang berperilaku berlebihan dalam membeli barang atau jasa atau membeli secara tidak direncanakan. Kemudian permintaan atau *demand* adalah jumlah barang yang diminta atau dicari oleh konsumen pada suatu pasar (Daniel, 2000). Pada bagian yang sama (Daniel, 2000) menjelaskan penawaran merupakan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah penawaran barang tersebut. makin tinggi harga barang, makin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual, dan sebaliknya makin rendah harga barang makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual, dengan anggapan faktor-faktor lain tidak ada perubahan. (John davis, 2007) menjelaskan pangsa pasar merupakan penjualan suatu perusahaan dalam bentuk unit atau rupiah sebagai suatu persentase tentang volume total penjualan dalam suatu industry pasar atau era produk tertentu. Selain itu

*E-commerce* juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis karena mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan servis dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *E-commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang (Irmawati, 2011).

Barang *preloved* merupakan sebuah kosa kata dari *Oxford Dictionaries* yang berarti barang yang sebelumnya pernah dimiliki dan akan berpindah tangan, atau penjelasan lainnya yaitu *secondhand*. (*Oxford Dictionaries*, 2005) Barang yang tergolong kedalam *preloved* yaitu: barang yang pernah dibeli dan pernah digunakan beberapa kali setelah dijual, barang yang pernah dibeli namun tidak pernah dipakai karena beberapa alasan, barang pemberian dari orang lain namun tidak pernah dipakai. Dengan melihat ketiga kategori barang *preloved* yang berbeda-beda. *Presepsi* yang beranggapan bahwa barang *preloved* barang-barang yang sudah dipakai atau bekas namun bermerek.

Penentuan harga jual suatu hal yang sangat perlu di pertimbangkan secara mendalam guna mendapatkan harga jual yang cocok dengan target yang ingin diraih. Di dunia bisnis terbentuknya suatu harga barang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin tinggi tingkat daya beli konsumen, semakin tinggi pula kemungkinan bagi pelaku bisnis menetapkan tingkat harga. Dengan kata lain pemilik bisnis mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal sesuai dengan kondisi yang terjadi.

Banyak cara dalam menentukan harga jual dengan menggunakan metode yang dianjurkan seperti metode penetapan harga jual berdasarkan biaya yang paling sederhana. Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya ada tiga (Mulyadi, 2001) yaitu: 1. *Cost Plus Pricing* yaitu harga jual yang ditentukan dengan penambahan biaya masa yang akan datang dengan suatu perentase *markup* atau dengan kata lain tambahan diatas jumlah biaya yang

dihitung dengan formula tertentu dengan rumus:

**Harga jual = Biaya + Keuntungan**

2. *Mark up pricing* menentukan harga jual dengan cara menambahkan *mark up* yang dibutuhkan dengan harga beli persatuan. Presentasi keuntungan berbeda untuk setiap barang. Dengan rumus:

**Harga jual = Harga beli + Mark Up**

3. *Break even point* metode penentuan harga yang berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total permintaan keseluruhan dengan rumus:

**BEP = Total biaya + Total penerimaan**

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana dalam penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Penelitian yang meneliti pada kondisi objek alamiah dimana penelitian menjadi instrumen kunci Sugiyono, (2005). penelitian kualitatif bertujuan menggambarkan, atau meringkas berbagai kondisi, berbagai fenomena yang tengah terjadi di dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas yang ada ke permukaan sebagai suatu karakter (Bungin, 2007).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berdasarkan hasil wawancara responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang merupakan data yang didapatkan langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdapat tiga metode yang digunakan yaitu Wawancara mendalam, Observasi, dan yang terakhir Dokumentasi. Metode dan teknik analisis data (Moleong, 2002) yang meliputi: Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data, Analisis data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

@Bekasberkualitaz merupakan online shop yang menjual barang-barang

*preloved*, berdiri sejak tahun 2017 barang yang dipasarkan berupa baju, celana, dan *aksesoris* tidak hanya itu usaha @Bekasberkualitaz juga memiliki tempat usaha *offline* dikawasan Badung, Bali lebih tepatnya di Jln Raya Lukluk Sempidi No. 22 awal mulanya bisnis yang didasari hobi ini hanya menjual sebanyak 8 baju dan menjualnya lewat media sosial yaitu *instagram* setelah satu tahun berjalan, barang *preloved* yang dijual lewat media sosial ini mendapat respon yang positif dari pelanggan yang membuat Pak Rian selaku pemilik usaha @Bekasberkualitaz memilih menekuni bisnis *preloved* hingga sekarang.

### Latar belakang memilih bisnis *preloved*

#### *Perilaku Konsumtif*

Kebutuhan masyarakat modern saat ini adalah *self healing* untuk memenuhi kebutuhan namun bagi sebagian orang terlihat trend dengan menggunakan barang bermerek disisi lain kegiatan ini memerlukan biaya yang cukup besar. Solusi yang tepat dalam menekan pengeluaran adalah dengan membeli barang *preloved*, sebab jika seseorang membeli barang *preloved* mendapatkan keuntungan dengan membeli barang *preloved* mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan membeli barang *branded* baru. Seperti pernyataan Rian selaku pemilik bisnis *preloved* @Bekasberkualitaz

“Alasanya sih karena hobi yang pertama, terus siapa sih yang nggak suka baju *branded*, pasti *kalok* udah pakek baju *branded* prestisennya naik nah biasanya kan baju atau barang kayak gitu tuh mahal iya untuk kalang menengah masih harus nabung buat beli barang, terus sekarang ada barang *branded* dengan harga lebih murah pasti pada mau, apalagi buat cewek *kalok* udah barang *branded* terus harganya setengah dari harga yang baru dengan kondisi masih bagus ya pasti dibeli, nah dari situ saya pikir ada peluang buat bisnis *preloved* ini gitu. Apalagi sekarang orang pada suka belanja barang-barang sudah kayak kebiasaan kita

lah suka belanja baju, celana buat menunjang penampilan.”

Pendapat dari pemilik usaha serupa dengan pelanggan dari @BEkasberkualitaz yaitu Andhika yang menyatakan sebagai berikut

“penampilan itu penting banget apalagi *kalok* kita menggunakan barang branded jadi *kalok* saya lebih suka pakek barang brande karena menurut saya barang branded membuat saya lebih percaya diri, karena itu saya sering beli barang *preloved* yang hitung-hitung lebih murah tapi tetep barang branded.”

Adanya perilaku konsumen dalam kehidupan manusia, salah satunya gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat pada umumnya yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri gaya hidup ini yang menimbulkan gejala konsumtifisme. Pola hidup individu tau sekelompok orang yang mempunyai keinginan untuk membeli barang atau menggunakan barang yang tidak dibutuhkan (Lestari,2006). Dapat disimpulkan bahwa dengan munculnya perilaku konsumtif ini yang menimbulkan peluang bisnis, salah satunya bisnis barang *preloved*.

#### **Permintaan dan Penawaran**

Pada umumnya pelanggan dari @Bekasberkualitaz dari kalangan mahasiswa atau kalang anak muda. Jika seorang membeli barang *preloved* memiliki beberapa keuntungan yaitu harga terjangkau, belanja barang *preloved* menyelamatkan sebagai isi kantong dompet rata-rata produk yang dijual hampir separuh harga. Keuntungan ini yang membuat permintaan akan barang *preloved* semakin tinggi yang membuat bisnis ini menjadi semakin berkembang. Sesuai dengan hasil wawancara pada pemilik bisnis serta salah satu pelanggan bahwa terdapat banyak permintaan yang

diajukan oleh pembeli ataupun pengikut @Bekasberkualitaz. Pembeli juga puas dengan kelengkapan barang dengan harga yang ditawarkan oleh @Bekasberkualitaz

“*Kalok* yang beli sih ya banyak kan dari kalangan menengah kayak, mahasiswa ada juga yang beli buat keperluan kuliah kan pakek baju branded, tapi kalangan atas juga ada yang beli misalnya barangnya tuh langka terus kebetulan saya punya barangnya iya dia beli, iya *kalok* bisa dibilang sih dari semua kalangan sih yang beli barang *preloved*.”

Ini sejalan dengan teori mengenai permintaan yang menjelaskan bahwa jumlah barang yang diminta atau dicari oleh konsumen pada suatu pasar menurut (Daniel, 2000). Permintaan merupakan jumlah suatu barang yang sanggup dibeli oleh pembeli pada suatu tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku pada waktu itu. Kemampuan beli seseorang tergantung pada dua unsur pokok yaitu pendapatan yang dibelanjakan oleh orang berubah makan jumlah barang yang diminta akan berubah dan sama halnya harga barang yang dikehendaki dapat berubah. Usaha *preloved* memiliki banyak peminaatnya, dan setiap tahunnya usaha *preloved* meningkat. Dikarena berbagai keuntungan, seperti murahnya harga barang branded yang di dapatkan, dengan kondisi barang yang bisa dibilang bagus. Ini yang menjadikan usaha *preloved* @Bekasberkualitaz setiap tahunnya mengalami peningkatan pendapatan dan mendapatkan pelanggan yang ingin mencari barang *preloved*. Solusi untuk menekan pengeluaran sekaligus memuaskan belanja adalah dengan membeli barang *preloved*. keuntungan yang didapat membuat permintaan akan barang *preloved* semakin tinggi yang

membuat bisnis ini menjadi semakin berkembang alasan ini membuat pemilik usaha meneruskan bisnis *preloved* berikut hasil wawancara dari pemilik usaha:

“*kalok* masalah permintaan lumayan banyak sih contohnya cariin dong saya barang merk ini atau baju ini saya punya budget segini, *kalok* untuk dapet barangnya saya caranya saya tanya temen saya yang sesama bisnis *preloved* atau nggak saya tanya di grup whatsapp jadi kami punya grup khusus temen-temen yang jual barang *preloved* dan di sana juga kita berbagi informasi soal barang merk iya seperti itu lahhh, selain itu juga saya kadang bongkar barang penjual baju second dirumah mereka *kalok* di istilahkan *thrifting*.”

### **Pangsa Pasar**

Bagi setiap bisnis menganalisa pasar sangatlah diperlukan dalam membangun dan mengembangkan bisnis ini menjadi sangat diperlukan dikarenakan setiap orang dalam membangun bisnis perlu didasarkan pada pondasi yang saling berkaitan penentuan target pasar diperlukan sebagai pelayan seluruh konsumen. Dengan begitu keberhasilan bisnis berpengaruh pada seberapa tepat analisa pasar yang dilakukan sama halnya yang dilakukan pemilik bisnis @Bekasberkualitaz dalam melihat peluang pasar barang *preloved* berawal dari melihat peluang besar yang pada akhirnya mendatangkan keuntungan. Berikut hasil wawancara pemilik bisnis:

“awalnya sih dari liat liat Market Place itu kayak sebuah website atau aplikasi dari handphone yang memfasilitasi para penjual buat memasarkan barangnya, iya kayak seperti wadah buat para pelaku bisnis buat jualan online gitu terus coba-coba buka facebook liat bisnis *preloved* ternyata banyak juga

peminatnya, nah dari sana awalnya saya keinginan buat buka bisnis yaaa, itung-itung menyalurkan hobi ke dalam bisnis sih, dari situ saya buat Instagram khusus buat bisnis dan sampai sekarang lumayan banyak yang suka.”

Dilihat dari hasil wawancara, pemilik usaha @Bekasberkualitaz sangat memikirkan *market place* dalam menentukan bisnis yang dijalani, dengan melihat pangsa pasar pemilik bisnis dapat menilai bahwa pemilihan bisnis sudah tepat sasaran. Ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Sofia,2000) yang menjelaskan bahwa menganalisa luasnya total dan besarnya bagian pasar yang dapat dikuasai oleh pemilik bisnis yang pada dasarnya dinyatakan dalam presentase yang disebut *market place*.

### **E-commerce**

*E-commerce* membawa dampak yang sangat besar terutama disektor usaha ini terbukti bahwa banyak pelaku bisnis memanfaatkan *E-commerce* sebagai cara pelaku bisnis memasarkan bisnis mereka seperti yang dilakukan pemilik bisnis @Bekasberkualitaz dimana pemilik bisnis memilih Instagram sebagai alat bantu memasarkan bisnis *preloved* mereka, selain itu memudahkan komunikasi antara pemilik usaha dengan pelanggan dan memperluas jangkauan calon konsumen dengan pasar yang begitu luas. Merangkum hasil wawancara pada pemilik bisnis @Bekasberkualitaz dan pembeli bahwa perdagangan elektronik yaitu *E-commerce* sebagai jaringan komunikasi dalam mempertemukan pembeli dengan penjual dalam melaksanakan proses bisnis. Khususnya Instagram yang kini menjadi media pasar memperjual belikan barang-barang dari @Bekasberkualitaz. Sebagai sosial media yang dimiliki hampir seluruh pengguna ponsel pintar tentu menjadi peluang besar untuk menawarkan dan memasarkan produk @Bekasberkualitaz. Pemilik bisnis dapat dengan dengan mudah memasarkan produknya serta berkomunikasi dengan pelanggan. Begitupula sebaliknya pembeli dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan tanpa harus pergi ke toko offline. Hal

tersebut mengarah kepada penjelasan dari Rofiq (2007) bahwa aktivitas e-commerce sesungguhnya mengandung makna adanya hubungan antara penjual dan pembeli, transaksi antara pelaku bisnis dan proses transaksi perusahaan. seperti yang dilakukan pemilik bisnis @Bekasberkualitaz dimana pemilik bisnis memilih memasarkan barang *preloved* di Instagram berikut pemaparan dari pemilik usaha @Bekasberkualitaz

“Jaman sekarang, jaman era digital orang lebih suka belanja lewat hp iya melihat peluangnya jadi saya lebih memilih memasarkan lewat media sosial, karena menurut saya lebih mudah juga buat kita memasarkan lewat media sosial dan lebih cepat juga kan memasarkannya lewat media sosial tinggal foto barangnya terus di upload terus kita kasih keterangan kondisi barang seperti apa selesai, dihari itu juga pembeli bisa lihat barangnya lewat hp mereka. *Kalok* media sosialnya sih saya lebih memilih Instagram karena untuk kalangan anak muda menurut saya lebih suka liat Instagram.”

Pendapat yang dipaparkan oleh pemilik bisnis yaitu Rian diperkuat dengan pendapat dari salah satu pembeli yaitu Andhika @Bekasberkualitaz sebagai berikut:

“Awalnya tau barang *preloved* dari Instagram jadi waktu itu lagi buka Instagram terus liat barang *branded* bagus terus tertarik buka akun instagramnya saya lupa namanya apa cuman waktu itu di bio nya tertulis barang *preloved* cari tahu lah nanya ke pemilik akunnya itu ternyata *preloved* itu barang-barang bekas awalnya ragu buat beli soalnya denger kata bekas terus sama yang punya meyakini aku bahwa barang ini tuh bekas tapi

kondisinya 99% masih bagus, soalnya baru dipakek sekali aja, terus dari sana akhirnya tahu barang *preloved*.”

Selain itu pendapat dari pelanggan Candra Dwipayana menjelaskan bahwa pertama kali membeli barang *preloved* lewat media sosial Instagram berikut adalah hasil wawancara dari Candra Dwipayana:

“Awal tau barang *preloved* sih dari temen, jadi temen ngasik tau *kalok* mau beli barang *branded* tapi murah mending beli barang *preloved* di Instagram. Terus aku cari ketemu lah Instagram @Bekasberkualitaz, awalnya ketemu barang yang emang pengen banget jadi tertarik udah *branded* murah pula.”

#### Metode Yang Digunakan Dalam Menentukan Harga Jual

@Bekasberkualitaz menggunakan metode penentuan harga yang masih sederhana dalam perhitungannya dengan menghitung harga beli ditambah dengan keuntungan sehingga di dapatkan harga jual yang disebut metode *mark up pricing*. Pemilik usaha @Bekasberkualitaz memilih menghitung harga jual dengan cara menghitung harga beli dan menambahkan presentase keuntungan yang diinginkan seperti pernyataan yang disampaikan pemilik usaha: Maka diperlukannya data yang menyangkut daftar harga beli, serta daftar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh barang *preloved*.

Pada penelitian ini, penulis mengambil beberapa sampel barang *preloved* yaitu: Kemeja Tommy Hilfiger, celana puma, Crewneck New Balance, Uniqlo jeans selvadge, Kaos guess, Hoodie Tommy Hilfiger, dan Waitsbag stone island. Berikut tabel untuk daftar harga beli atas barang *preloved* tersebut:

**Tabel 1. Daftar Harga Beli Barang *Preloved***

No	Nama Barang <i>Preloved</i>	Harga Beli
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 150.000
2.	Celana Puma	Rp. 150.000
3.	Crewneck New Balance	Rp. 250.000
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 300.000
5.	Kaos Guess	Rp. 250.000

6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 250.000
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 300.000

### Penggolongan Biaya

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi,2007). Biaya yang dikorbankan atau dikonsumsi untuk mencapai pendapatan dalam suatu situasi. Bisnis @Bekasberkualitaz tergolong kedalam perusahaan dagang karena bisnis ini mengutamakan membeli barang *preloved* dari pemilik sebelumnya dan menjualnya kembali ke pelanggan tanpa mengubah

wujud dari barang tersebut dalam proses ini pembelian barang *preloved* dari pemilik sebelumnya hingga sampai ke tangan pelanggan mengeluarkan pengorbanan berupa biaya. Biaya yang termasuk dalam bisnis *preloved* @Bekasberkualitaz meliputi biaya pengangkutan barang dari pemasok atau pemilik barang sebelumnya hingga samapi ke temat yang diinginkan, selanjutnya muncul biaya pemeliharaan barang, biaya yang termasuk dalam biaya pemeliharaan yaitu listrik, gaji pegawai, dan lain-lainnya. Maka dari itu dapat digolongkan sebagai tabel 2.

**Tabel 2. Penggolongan biaya**

No	Nama Barang Preloved	Biaya Pengiriman	Biaya Pemeliharaan	Biaya Penyimpanan
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
2.	Celana Puma	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
3.	Crewneck New Balance	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
5.	Kaos Guess	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 10.000	Rp. 5.000	Rp. 10.000

### Penggolongan laba yang diinginkan

Laba yang diharapkan pemilik usaha @Bekasberkualitaz sebagai keuntungan yang diinginkan laba ini akan mempengaruhi keberlangsungan bisnis *preloved*. margin adalah kenaikan bersih dari aset bersih sebagai akibat dari memegang aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan.

(Sofyan syafri harapan,2010) menjelaskan bahwa margin merupakan angka yang menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik karena dianggap kemampuan bisnis dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Berikut penggolongan laba yang diinginkan pemilik bisnis pada tabel 3.

**Tabel 3. Presentase laba yang diharapkan**

No	Nama Barang Preloved	Laba yang di inginkan	% Laba
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 100.000	66,66%
2.	Celana Puma	Rp. 110.000	73,33%
3.	Crewneck New Balance	Rp. 170.000	68%
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 100.000	33,33%
5.	Kaos Guess	Rp. 150.000	60%
6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 150.000	60%
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 200.000	66,66%

### Penentuan harga jual menurut pemilik usaha

Pemilik usaha @Bekasberkualitaz dalam menghitung harga jual dengan cara menghitung harga beli dan mendambahkan presentase keuntungan

yang diinginkan. Berikut hasil wawancara yang disampaikan:

“*Kalok* kita iya nggak ada hitungan yang pasti harus berapa-berapa gitu cuman biasanya kita hitung berapa kita beli misalkan baju guess

harganya 150 ribu gitu terus kita nyarik untungnya gak banyak, katakan lah 50 % gitu tinggal tambahkan aja dah tuh berapa udah gitu aja, ya sama juga kita liat kondisi barang gimana *kalok* masih bagus banget ya kita naikin keuntungannya sebaliknya juga *kalok* misalkan kan ada cacatnya iya namanya barang bekas kan pasti aja ada kurang dikit gitu iyaaa bisa dibbilang kondisi baju menentukan keuntungan yang pengen didapat.”

Dapat disimpulkan bahwa penentuan harga jual yang ditetapkan oleh pemilik usaha @Bekasberkualitaz sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga Beli} + \text{Presentase}$$

#### keuntungan yang diinginkan

Perhitungan yang diterapkan sama dengan perhitungan metode penentuan harga jual berdasarkan biaya yaitu metode *mark up pricing*. Dengan perhitungan sebagai tabel 4.

**Tabel 4. Metode *Mark up pricing***

No	Nama Barang Preloved	Harga Beli	Harga Jual dengan menggunakan <i>Mark Up Method</i>
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 150.000	Rp. 249.909
2.	Celana Puma	Rp. 150.000	Rp. 259.995
3.	Crewneck New Balance	Rp. 250.000	Rp. 420.000
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 300.000	Rp. 399.990
5.	Kaos Guess	Rp. 250.000	Rp. 400.000
6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 250.000	Rp. 400.000
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 300.000	Rp. 499.980

Namun *Mark Up Pricing Method* memiliki kekurangan yaitu laba yang didapat lebih sedikit hal itu dikarenakan dalam perhitungan laba tidak dicantumkan biaya perawatan, biaya pemeliharaan, biaya pengiriman dan biaya lain yang tidak terduga sehingga metode *mark up pricing* ini tidak mendapatkan keuntungan yang

maksimal. Sehingga penjual disarankan menggunakan *cost plus pricing method* hal ini dikarenakan *cost plus pricing method* memiliki keuntungan menghitung beban biaya diluar dari perhitungan laba. Berikut ini merupakan perhitungan penetapan harga dengan menggunakan *cost plus pricing* dapat dilihat pada tabel 5

**Tabel 5 Metode *Cost Plus Pricing***

No	Nama Barang Preloved	Harga Beli	Harga Jual dengan menggunakan <i>Cost Plus Pricing Method</i>
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 150.000	Rp. 219.655
2.	Celana Puma	Rp. 150.000	Rp. 303.327
3.	Crewneck New Balance	Rp. 250.000	Rp. 462.000
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 300.000	Rp. 433.322
5.	Kaos Guess	Rp. 250.000	Rp. 440.000
6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 250.000	Rp. 440.000
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 300.000	Rp. 520.000

Bersumber pada perbandingan metode penetapan harga jual dengan menggunakan *cost plus pricing method* dan *mark up method* dapat

diketahui bahwa kedua metode tersebut tetap menghasilkan laba penjualan namun persentase laba yang dihasilkan berbeda, apabila @Bekasberkualitaz menggunakan

metode *cost plus pricing* dalam penetapan harga jualnya maka laba yang maksimal akan diperoleh penjual, namun harga jualnya kan lebih tinggi. Apabila bila @Bekasberkualitaz menggunakan metode

*Mark Up* maka harga jual akan lebih rendah dan laba yang akan diperoleh tidak akan maksimal. Perbandingan harga jual terdapat pada tabel 6.

**Tabel 6 Perbandingan Harga Jual**

No	Nama Barang Preloved	Harga jual dengan menggunakan <i>Cost Plus Pricing</i>	Harga Jual dengan menggunakan <i>Mark Up Method</i>	Selisih Harga Jual
1.	Kemeja Tommy Hilfiger	Rp. 291.655	Rp. 249.909	Rp. 41.716
2.	Celana Puma	Rp. 303.327	Rp. 259.995	Rp. 43.332
3.	Crewneck New Balance	Rp. 462.000	Rp. 420.000	Rp. 42.000
4.	Uniqlo Jeans Selvadge	Rp. 433.322	Rp. 399.990	Rp. 33.332
5.	Kaos Guess	Rp. 440.000	Rp. 400.000	Rp. 40.000
6.	Hoodie Tommy Hilfiger	Rp. 440.000	Rp. 400.000	Rp. 40.000
7.	Waistbag Stone Island	Rp. 520.000	Rp. 499.980	RP. 20.020

Hasil perhitungan tersebut bisa kita lihat bahwa dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal ketimbang menggunakan metode *Mark Up Pricing* karena dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* membebaskan biaya kesetiap barang yang dijual dengan begitu keuntungan yang di dapat semakin besar. Penelitian ini juga di dukung dengan hasil penelitian dari Wina wiranata khosasih tahun 2018 yang menyimpulkan bahwa kedua metode tersebut menghasilkan keuntungan penjualan namun persentase laba yang dihasilkan berbeda, jika menggunakan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual akan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal jika dibandingkan dengan menggunakan metode *mark up pricing* yang mendapatkan keuntung yang lebih rendah.

Sektor *preloved* telah tumbuh menjadi faktor ekonomi penting dalam pemenuhan kebutuhan sandang bagi manusia. Ditambah lagi dengan fakta bahwa permintaan barang bekas menikmati tingkat penerimaan yang tinggi di banyak negara dan di antara semua strata sosial.

Kutipan di atas jelas menunjukkan bahwa konsumsi barang bekas telah lepas landas dan tidak dapat lagi dikategorikan sebagai bisnis alternatif. Literatur menunjukkan bahwa tren barang bekas di seluruh dunia telah berevolusi dan berubah dari waktu ke waktu dan perlu diselidiki secara penuh. Dalam penentuan harga *preloved* @Bekaskualitaz menggunakan metode *cost plus pricing* sehingga dapat disimpulkan bahwa penjualan dengan metode *cost plus pricing* sangat efektif digunakan. Hal ini didukung oleh penelitian Toar, karamoy, dan wokas (2017) yang menyatakan bahwa harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan metode *mark up pricing* tetap menghasilkan laba namun dengan jumlah yang berbeda degan menggunakan metode *cost plus pricing* maka hagra jual menjadi lebih tinggi namun menghasilkan laba yang tinggi pula. Dan menggunakan metode *mark up pricing* dalam menetapkan harga jual maka harga jual lebih rendah, namun laba yang dihasilkan lebih rendah dalam penelitian ini penulis merekomendasikan @Bekasberkualitaz menggunakan metode *cost plus pricing* mengingat kualitas barang dan kepercayaan konsumen terhadap @Bekasberkualitaz terjamin. Karena beban biaya penjualan, perawatan hingga pengiriman dapat terpenuhi tanpa

mengurangi laba penjualan, sehingga laba penjualan yang dihasilkan dapat lebih maksimal.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di @Bekasberkualitaz maka penelitian dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Adanya perkembangan di dunia fashion dan teknologi mendorong adanya perilaku konsumtif masyarakat akan kebutuhan pemenuhan trend, namun dalam perilaku ini tidak semua orang dapat menjangkau harganya. Salah satu alternative dalam menyikapi problema ini adalah dengan membeli barang di *preloved*. Bisnis *preloved* adalah bisnis yang menjanjikan karena dalam bidang ini permintaan akan barang *preloved* semakin meningkat.

Permintaan dari masyarakat inilah yang menyebabkan pelaku bisnis di bidang *preloved* memberikan penawaran yang sangat murah dengan kualitas barang yang terjamin. Selain itu mudahnya membuka peluang dengan cara memasarkannya lewat media sosial yang membuat barang *preloved* terkenal. Terlihat dari pangsa pasar yang luas yang meliputi anak-anak hingga dewasa dan seluruh ruang lingkup strata sosial maka penjual membuka toko di Jln Raya Lukluk Sempidi no. 22 Badung, Bali dan memiliki media sosial *Instagram* @Bekasberkualitaz membuat para pembeli mudah mencari barang yang di inginkan.

### DAFTAR PUSTAKA

Ainur Rofiq. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan Ecommerce Di Indonesia). Tesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.

metode penetapan harga jual @Bekasberkualitaz menggunakan *mark up pricing*, kelemahan dalam menggunakan metode *mark up pricing* adalah laba yang didapatkan belum maksimal mengingat tingginya permintaan dan biaya yang dikeluarkan. Sehingga penulis menyarankan menggunakan metode *cost plus pricing* kelebihan dalam menggunakan *cost plus pricing* yaitu memaksimalkan keuntungan yang didapatkan dengan membebaskan biaya untuk setiap barang *preloved* yang dijual. Namun dengan menggunakan metode *cost plus pricing* akan menambahkan harga jual dikarenakan akan menambahkan biaya disetiap barang yang dijual.

### Saran

Dari kesimpulan yang telah dijabarkan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. @Bekasberkualitaz hendaknya menambahkan media sosial selain yang saat ini digunakan yaitu *Instagram*, dengan menggunakan media sosial yang memiliki banyak penggunanya seperti *facebook*, *twitter* atau media sosial lainnya yang akan mempermudah pemilik dalam memperkenalkan dan memperluas bangsa pasar.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, menyarankan sebaiknya menggunakan *cost plus pricing* dalam penetapan harga jual *preloved* agar laba yang diharapkan tercapai, dengan menggunakan metode *cost plus pricing* akan memberikan keuntungan yang lebih besar bagi penjual.

Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Putra Grafika

Daniel, Moehar. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: PT. Buni Aksara

Harahap, Sofyan Syafri. 2010. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Cet

11. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Irmawati, D. 2011, Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, VI, 95-112.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 67.
- Lestari, S. 2006. Hubungan Antara Harga Diri dan Konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap Produk Fashion pada Remaja Putri. Skripsi (Tidak diterbitkan). Surakarta. :Fakultas Psikologi UMS.
- Moleong, Lexy. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, 2001. Sistem Akuntansi Edisi Tiga. Jakarta : Salembang Empat.
- Mulyadi, 2007. Akuntansi Biaya, Edisi ke 3. Yogyakarta: STIE YKPN
- Newstrom. John W., Davis, Keith (2007). Perilaku dalam organisasi. Edisi ke tujuh. Alih
- Oxford Advanced Learner's Dictionary.*(2005). Oxford: oxford University Press.
- Prima, Sofia dan Bayu Septian. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Penerbit: Inmedia
- Setiaji, B. 1995. Konsumerisme. *Akademika*. No. 1. Tahun XIII. Surakarta Muhammadiyah University Press. Halaman 15-25.
- Sugiono, 2005, Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta, Bandung