



## Analisis Harga Pokok Penjualan pada Model Bisnis *Thrift Shop* Celana Bekas Berbasis *Live Streaming* Facebook: Studi Kasus pada Platform *E-Commerce @sinsin*

**Renato Mewengkang**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar

**Feri F Moku**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar

**Vanda M Lihondatu**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar

Alamat: Jl.14 Februari Teling Atas Kec.Wanea Kota Manado

Korespondensi: [renatomewengkang1501@gmail.com](mailto:renatomewengkang1501@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.

## **LATAR BELAKANG**

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 mahalannya 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.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **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**

$$\text{Rp } 10.000.000 + \text{Rp } 5.000.000 + \text{Rp } 2.000.000 + \text{Rp } 3.000.000 = \\ \text{Rp } 20.000.000$$

**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**

$$\text{Rp } 10.000.000 + \text{Rp } 5.000.000 + \text{Rp } 2.000.000 = \text{Rp } 17.000.000$$

**HPP per unit**

$$\text{Rp } 17.000.000 \div 1.000 \text{ unit} = \text{Rp } 17.000$$

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

### **METODE 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.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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.

### **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 berikut 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, sehingga biayanya menjadi  $90\text{kg} \times \text{Rp}7.000 = \text{Rp. } 630.000$

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 harga @ Rp. 50.000,- per pak, berarti 1 plastik sebesar Rp.  $50.000/50 \times 90 \text{ kg} = \text{Rp. } 90.000,-$ .

2. Penjualan ;

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

Jumlah  $50 \times 45.000 = \text{Rp.}2.250.000,-$ ,

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 :  $\text{Rp. } 5.000.000 + \text{Rp.}630.000 + \text{Rp. } 90.000,- = \text{Rp. } 5.720.000,-$

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 :  $\text{Rp } 16.343 \times 50 = \text{Rp. } 817.150$

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 Pengepakan	<u>Rp. 90.000</u>
Pembelian bersih	<u>Rp. 5.720.000</u>
Barang tersedia dijual	Rp 6.046.860
Persediaan akhir (320xRp. 16.343)	<u>Rp 5.229.760-</u>
HPP	<u>Rp 817.100</u>

Berdasarkan HPP di atas maka dapat dihitung laba kotor sebagai berikut

:

Penjualan	Rp. 2.250.000
HPP	<u>Rp 817.100</u>
Laba Kotor	Rp. 1.432.900

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

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

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.

### **Saran**

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

## DAFTAR 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.
- Fahriani, D., Zubaidah, T. R., Wardani, A. T. K., Fitriana, R. N., Mubarak, M. S., & Adeliyah, N. D. (2024). Strategi penentuan harga pokok penjualan untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 2(1), 25-31.
- Fauziah, A., Sangadji, E. M., & Nurhayati, D. (2023). Pengaruh digital marketing dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada Thriftshop Merah Biru Supply Kota Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 39-50.
- 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.
- Imaroh, N., & Marlina, N. (2023). Pengaruh brand reputation dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thriftshop online Instagram. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 94-100.
- 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.
- Lubis, P. K. D., Pasaribu, M. O., Galy, Y. A., & Pratiwi, N. (2024). Analisis risiko operasional berbasis pendekatan enterprise risk management pada usaha thrift online Yodhsi Fashion Cirebon. *Anggaran: Jurnal Publikasi*, 12(3), 67-80.
- Margono, S. (2020). Metode penelitian pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2023). Akuntansi biaya (Edisi ke-5). Yogyakarta: UPP STIM KPN.
- Nasution, S. (2020). Metode penelitian ilmiah. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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 thrifting shop berbasis website. *Blend Sains*, 5(2), 45-56.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Utami, L. P., Bahri, S., & Nurhayati, I. D. (2023). Analisis harga pokok produksi menggunakan metode full costing dalam penetapan harga jual (Studi pada Sentra Industri Sandal "Toyosima" di Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang). *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(3), 1-15.