



KEUNTUNGAN SHOWROOM SUMBER BAHAGIA MOBILINDO DHARMASRAYA DALAM PENJUALAN MOBIL BEKAS PADA TAHUN 2019-2021

Oleh Reivandy Saputra.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri

Mahmud Yunus Batusangkar

Email: reivandy21@gmail.com

Abstract

The aim of the study was to find out the profit earned from each used car sale at the Sumber Bahagia Mobilindo showroom. The research method that the author uses in this study is a qualitative research method. The results of the research that the researchers have done have concluded that car sales are a minimum of one sale per month. In 2019 the highest sales were obtained in November with a capital of Rp. 604,000,000.- with a profit of Rp. 28,000,000.- Then in 2020 the highest sales in March were 4 times sales achieving a profit of Rp. 20,000,000.- with a capital of Rp. 483,000,000.- while in 2021 the sales peak will be in December as many as 6 units of cars earn a profit of Rp. 49,000,000.- with a capital of Rp. 997,000,000.- It can be concluded that the greater the capital, the higher the selling price of used cars at the Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) showroom, if the selling price is higher, the higher the profit obtained. From 2019-2021 it can be seen that the biggest profit from selling cars will be in 2021 with a capital of Rp. 997,000,000.- thus obtaining a profit of Rp. 49,000,000.

Keywords: Profit, Sales, Used Car.

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh dari setiap penjualan mobil bekas di showroom Sumber Bahagia Mobilindo. Metode penelitian yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan memperoleh kesimpulan bahwa penjualan mobil minimal perbulannya ada satu kali penjualan. Pada tahun 2019 diperoleh penjualan tertinggi pada bulan November dengan modal sebesar Rp. 604.000.000.- dengan keuntungan yang di peroleh Rp. 28.000.000.- Kemudian pada tahun 2020 penjualan tertinggi pada bulan Maret sebanyak 4 kali penjualan mencapai keuntungan sebesar Rp. 20.000.000.- dengan modal Rp. 483.000.000.- sedangkan pada tahun 2021 puncak penjualan pada bulan Desember sebanyak 6 unit mobil memperoleh keuntungan Rp. 49.000.000.- dengan modal Rp. 997.000.000.- Dapat disimpulkan bahwa semakin besar modal maka semakin tinggi harga penjualan mobil bekas di showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM), jika harga penjualan semakin tinggi maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh. Dari tahun 2019-2021 dapat diketahui bahwa keuntungan terbesar hasil penjualan mobil terdapat pada tahun 2021 dengan modal Rp. 997.000.000.- sehingga memperoleh keuntungan sebesar Rp. 49.000.000.

Kata Kunci: Keuntungan, Penjualan, Mobil Bekas.

Pendahuluan

Mobil bekas adalah mobil yang pernah dikemudikan oleh orang lain dan bukan lagi barang baru. Dalam skenario ini, mobil bekas memiliki tempat penjualan unik yang sering disebut sebagai ruang pameran. Salah satu showroom dealer mobil bekas di kawasan Darmasraya adalah showroom sumber carrindo ceria. Di Darmasraya, showroom ini menjual berbagai merek mobil, antara lain Toyota, Daihatsu, Honda, dan Mitsubishi. Konsumen sering memilih mobil bekas daripada yang baru karena sejumlah alasan, termasuk meningkatnya harga mobil baru, jumlah pembayaran bulanan, harga mobil bekas, yang seringkali lebih murah dengan tetap mempertahankan kualitas yang sama dengan mobil baru, dan tutupnya. hubungan antara harga mobil bekas dan harga penjualan.

Tetapi memilih mobil bekas lebih sulit daripada memilih mobil baru; Beberapa faktor yang harus diperhatikan antara lain tahun, keabsahan hak milik, dan kondisi kendaraan itu sendiri. Konsumen berjuang untuk memilih dan mengidentifikasi mobil bekas yang layak karena ada begitu banyak jenis kendaraan bekas yang tersedia, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan yang berbeda. Dengan banyaknya pilihan mobil bekas, pembeli harus mengambil keputusan berdasarkan sejumlah faktor penting, antara lain harga, girboks, tahun, warna, dan lain-lain.

Harga jual barang bekas, khususnya mobil bekas, harus memperhatikan berbagai unsur. Harga produk baru, harga produk bekas, kondisi produk, dan harga produk bekas sejenis dengan merek lain yang ada di pasaran semuanya harus menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual barang bekas. barang. Sejumlah faktor terintegrasi harus diperhitungkan saat menentukan harga jual kendaraan. mulai dari biaya pemeliharaan, biaya operasional, margin keuntungan yang diinginkan penjual, daya beli konsumen, harga jual pesaing, dan sebagainya. Oleh karena itu, penentuan harga jual mobil bekas harus menjadi kebijakan yang dipikirkan matang-matang dan terintegrasi. Terlepas dari kenyataan bahwa mempertimbangkan berbagai faktor (Kusuma and Darmawan 2022).

Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) merupakan bisnis showroom bekas atau distributor mobil yang melayani penjualan dan pembelian mobil bekas (*second*) baik tunai maupun kredit yang beralamat di Jalan Lintas Sumatera Km.03, Jorong Labuih Luruhi, Nagari Sungai Kambut, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat.

Data Unit Penjualan Mobil Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) Tahun 2019 s/d 2021

No	Tahun	Banyak	Persentase
----	-------	--------	------------

		Penjualan	Penjualan
1	2019	37 Unit Mobil	32%
2	2020	27 Unit Mobil	44%
3	2021	33 Unit Mobil	36%

Sumber: Laporan Unit Penjualan Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) Dharmasraya

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 terdapat 37 unit mobil yang terjual. Selanjutnya tahun 2020 terjadi penurunan penjualan dimana hanya 27 unit mobil. Sedangkan di tahun 2021 terjadi kenaikan penjualan dengan total penjualan 33 unit mobil. Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui Bagaimana Keuntungan Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) Dharmasraya dalam Penjualan Mobil Bekas Selama Tahun 2019-2021. (2) Untuk mengetahui Bagaimana Sistem Penjualan Mobil Bekas pada Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) Dharmasraya.

Kajian Teori

Showroom sering dipercaya tempat memajang barang, maka masyarakat umum hanya menyebut showroom sebagai tempat memajang mobil. Di mana showroom atau ruang pameran mobil untuk merek terkenal dengan banyak cabang di satu kota dan hanya satu pusat di satu negara, serta ruang pameran mobil bekas, juga dikenal sebagai Mobkas, yang memiliki berbagai merek mobil tetapi tidak menawarkan fasilitas lengkap tapi masih disebut showroom mobil bekas. Kata "showroom" juga mengacu pada lokasi di mana mobil ditampilkan. Terlepas dari apa yang tersirat dari, showroom adalah lokasi yang menawarkan layanan pembelian kendaraan. (Wijayanto, Suparno, and Yuliarso 2017).

Setiap aktivitas penjualan melibatkan transaksi pembelian dan penjualan, dan ini adalah salah satu cara bisnis memberikan layanan kepada pelanggan. Perbedaan antara penjualan dan pemasaran masih kurang dipahami oleh sebagian besar penduduk. Kedua nama tersebut memiliki konsep yang berbeda, meskipun banyak orang percaya bahwa keduanya dapat dipertukarkan. Penjualan hanyalah salah satu aspek dari definisi pemasaran. Proses pemasaran tidak dimulai setelah produksi selesai, tidak diakhiri dengan penjualan, dan dimulai sebelum barang diproduksi. Penjualan mengacu pada kebutuhan untuk menjual suatu produk, sedangkan pemasaran mengacu pada kebutuhan untuk memuaskan kebutuhan yang dapat diukur di pasar. Pembeneran berikut mendasari konsep penjualan:

- 1) Pelanggan sering menolak untuk membeli barang berukuran besar atau produk yang tidak penting.

- 2) Berbagai metode promosi penjualan dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian yang lebih besar. (Angipora, 2002:40).

Penjualan adalah mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih barang atau jasa yang akan mereka bayar atau mengungkapkan keinginan mereka untuk menerima dengan uang adalah proses penjualan. (Maryo Teguh, 2002:7).

Untuk mengoperasikan sistem penjualan dan menghasilkan data yang dapat digunakan untuk manajemen dalam pengambilan keputusan, Mulyadi (2001: 452) mengklaim bahwa sistem membutuhkan sumber daya dari dalam suatu organisasi, prosedur, data, dan fasilitas pendukung.

Secara garis besar, Penjualan Tunai dan Kredit adalah dua proses penjualan yang paling kita kenal. Namun, ada satu jenis penjualan kredit, yaitu leasing. Setiap definisi sistem penjualan dirinci di bawah ini:

1) Penjualan tunai

Korporasi melakukan penjualan tunai dengan memaksa pembeli membayar harga pembelian sebelum perusahaan mengirimkan barang kepada pembeli. Barang dikirim ke pelanggan setelah bisnis menerima pembayaran, dan transaksi penjualan kemudian didokumentasikan oleh bisnis. Penjualan tunai memiliki manfaat dan kelemahan untuk bisnis ini. Keunggulan penjualan tunai bagi perusahaan antara lain:

- a) Harga per unit, atau perbedaan antara harga jual dan harga beli, secara langsung membantu atau menguntungkan perusahaan.
- b) Uang Baru, yang merujuk pada perusahaan yang menerima uang tunai dari pembeli secara langsung.
- c) Tidak ada risiko knalpot yang hilang.

Kelemahan perusahaan dalam penjualan tunai meliputi:

- a) Volume penjualan yang relatif rendah.
- b) Pendapatan bisnis yang lebih rendah.

2) Penjualan Kredit

Korporasi melakukan penjualan kredit dengan memasok barang-barang yang diminta oleh pelanggan dan menagih pelanggan untuk barang-barang untuk jumlah waktu yang telah ditentukan. Dengan menambahkan bunga kredit, biaya-biaya ini dibayarkan dalam serangkaian angsuran yang semakin besar. *Installment Sales* adalah transaksi jual beli yang dilakukan berdasarkan cicilan, biasanya disertai dengan ketentuan untuk membayar sejumlah uang muka tertentu atau DP (Down Payment). DP bertujuan untuk melindungi kepentingan serta hak-hak si penjual barang.

Faktor-faktor yang layak kredit meliputi:

- a) Kriteria kredit atau kaliber pelanggan yang harus dilaporkan untuk mendapatkan kredit.
- b) Periode kredit, jumlah waktu pembeli yang menggunakan kredit harus mengikuti pembayaran.
- c) Langganan diberi port (diskon).

Jika perusahaan menurunkan standar kreditnya, maka volume penjualan akan meningkat yang akan mendatangkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan.

Untuk menilai penjualan secara kredit, perusahaan harus mengumpulkan berbagai informasi. Informasi ini mungkin atau mungkin tidak bersifat keuangan. Informasi ini kemudian dianalisis untuk menentukan apakah pembeli memenuhi syarat untuk penjualan kredit. (Suad Husnan: 2000).

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

Pendapatan memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan perusahaan secara keseluruhan; semakin banyak uang yang diperoleh perusahaan, semakin baik kemampuannya untuk membiayai semua operasinya saat ini dan di masa depan. Juga, pendapatan berdampak pada laba rugi bisnis, yang ditunjukkan dalam laporan laba rugi. Konsekuensinya, pendapatan merupakan sumber kehidupan perusahaan.

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan oleh subjek ekonomi berdasarkan prestasi yang dilaporkan, yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dijalankan sendiri atau dari perusahaan kecil, serta pendapatan dari kekayaan. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang menentukan berapa banyak uang yang mereka hasilkan. (Sadono Sukirno:2006).

Untuk menghitung jumlah pendapatan maka digunakan rumus sebagai berikut (Harahap, 2006):

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

Π = Total Pendapatan/Keuntungan

TR = Total Revenue/Penerimaan

TC = Total Cost/Biaya yang dikeluarkan

Untuk menghitung hasil pendapatan dan laba, kurangi total pendapatan dari total biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan total pendapatan dan laba.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif berupa penjelasan mendalam tentang tempat, keadaan, peristiwa, atau hal yang diperhatikan saat melakukan penelitian. Penelitian ini mengkaji keuntungan Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) dari penjualan mobil bekas dari tahun 2019 hingga 2021. Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) yang berlokasi langsung di JL. Lintas Sumatera Km. 03 Labuih Luruhih, Nagari Sungai Kambut, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat, akan menjadi tempat investigasi penulis untuk penelitian ini.

Subjek dalam penelitian ini adalah Pimpinan sekaligus pemilik Showroom atau yang langsung berhubungan dengan Showroom Sumber Bahagia Mobilindo Dharmasraya. Dalam penelitian ini peneliti langsung berperan sebagai instrumen utama dengan melakukan wawancara sambil melakukan kerja lapangan, dan untuk instrumen pendukung peneliti menggunakan sumber daya seperti alat tulis, handphone, dan daftar pertanyaan wawancara. Penulis menggunakan sumber data berikut ini: sumber data primer dan sumber data sekunder teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yang berhubungan dengan Analisis Keuntungan Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) Kabupaten Dharmasraya dalam penjualan Mobil Bekas pada tahun 2019-2021. Pendekatan triangulasi digunakan peneliti untuk memastikan akurasi data. Wiersma (1968) menyatakan bahwa triangulasi adalah proses verifikasi informasi dari banyak sumber dan pada berbagai titik waktu untuk menilai kepercayaan. Triangulasi sumber, trigulasi sumber, trigulasi metode pengumpulan data, dan trigulasi waktu begitu terlibat. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitati Kualitatif dan R&D, 2009, P. 273).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penjualan yang dilakukan oleh *showroom* Sumber Bahagia Mobilindo dapat diketahui bahwa mobil yang diminati masyarakat adalah Avanza, hal ini karena harga terjangkau, biaya servis terjangkau dan suku cadang mudah di dapatkan dan bengkel terdapat dimana-mana, selain itu mobil ini juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa rata-rata keuntungan dari penjualan mobil bekas di Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) ada berbagai macam keuntungan mulai dari 3%, 5%, 8% bahkan bisa lebih tergantung besarnya modal awal. Jika modal Rp. 290.000.000.- maka dapat dijual dengan harga Rp. 315.000.000.- memperoleh keuntungan sebesar Rp. 25.000.000.- dengan persentase

keuntungan adalah 7,9365 (8%) sedangkan penjualan mobil terendah dengan harga Rp. 30.000.000.- dan dijual dengan harga Rp. 35.000.000.- sehingga memperoleh keuntungan Rp. 5.000.000.- dengan persentase keuntungan 14,2857 (14%).

Pada tahun 2019 diperoleh penjualan tertinggi pada bulan November dengan modal sebesar Rp. 604.000.000.- dengan keuntungan yang di peroleh Rp. 28.000.000.- dengan persentase keuntungan sebesar 5 % Kemudian pada tahun 2020 penjualan tertinggi pada bulan maret sebanyak 4 kali penjualan mencapai keuntungan sebesar Rp. 20.000.000.- dengan modal Rp. 483.000.000.- dengan persentase keuntungan sebesar 4 % sedangkan pada tahun 2021 puncak penjualan pada bulan Desember sebanyak 6 unit mobil memperoleh keuntungan Rp. 49.000.000.- dengan modal Rp. 997.000.000.- dengan persentase keuntungan sebesar 5 % jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar modal maka semakin tinggi harga penjualan mobil bekas di showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM), jika harga penjualan semakin tinggi maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh. Dari tahun 2019-2021 dapat diketahui bahwa keuntungan terbesar hasil penjualan mobil terdapat pada tahun 2021 dengan modal Rp. 997.000.000.- sehingga memperoleh keuntungan sebesar Rp. 49.000.000.- dengan persentase keuntungan sebesar 5 %.

Menurut perhitungan penjualan mobil bekas Showroom 2019, sebanyak 38 unit mobil bekas terjual dengan harga beragam, mulai dari harga beli murah Rp. 67.000.000 yang dijual seharga Rp. 72.000.000 dan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 5.000.000 dengan harga beli tinggi Rp. 370.000.000 yang menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 15.000.000. Jadi keuntungan yang diperoleh dalam penjualan mobil bekas pada showroom sumber bahagia mobilindo pada tahun ini sebesar Rp. 227.800.000.

**Persentase keuntungan penjualan mobil bekas
di Showroom Sumber Bahagia Mobilindo**

Tahun	Modal	Besar Keuntungan	Persentase
2019	Rp. 4.737.000.000	Rp. 227. 800. 000	4,8%
2020	Rp. 3.136.200.000	Rp. 145. 300. 000	4,6%
2021	Rp. 4.260.250.000	Rp. 228. 250. 000	5%

Sumber Data Primer yang Telah di Olah

Tabel di atas menunjukkan bahwa Showroom Sumber Bahagia Mobilindo Dharmasraya menghasilkan keuntungan hingga 5% per

tahun dari penjualan mobil tua. Sedangkan penjualan tahun 2019 dan 2021 memperoleh keuntungan yang kurang lebih sama di tahun 2019 sebesar Rp. 227.800.000,- dan pada tahun 2021 dengan keuntungan sebesar Rp. 4.260.250.000,-, selisih keduanya adalah Rp. 400.000. Diketahui penurunan penjualan terjadi pada tahun 2020 dengan keuntungan sebesar Rp. 145.300.000,-. Harga beli dan biaya operasional menjadi modal penerbitan showroom Sumber Bahagia Mobilindo. Harga operasional sama dengan 4% dari harga pembelian. Misalnya, pada Februari 2019, biaya pembelian mobil Toyota Fortuner sebesar Rp. 253.440.000.

Kesimpulan dan Kontribusi Penelitian

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat dibuat sehubungan dengan hasil diskusi dari bab sebelumnya:

- 1) Hasil perhitungan keuntungan penjualan mobil bekas Showroom Sumber Bahagia Mobilindo (SBM) relatif tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan selisih harga jual dan harga beli yakni keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan mobil bekas ini sangat beragam, dilihat dari tahun pemakaian mobil serta bagaimana kondisi mobil yang dibeli oleh Showroom, jika merk mobil kurang diminati dan tahun keluaran mobil sudah cukup lama seperti 8 tahun, maka keuntungan yang diperoleh hanya terhitung 4%, seperti mobil Kijang LGX 2.0 keluaran tahun 2000 dan dijual pada tahun 2019 lama pemakaian lebih kurang 18 tahun dengan harga pembelian Rp. 55.000.000.- dan dijual dengan harga Rp. 57.000.000.- sehingga memperoleh keuntungan Rp. 2.000.000.- dengan persentase keuntungan adalah 3,6363 menjadi 4%.
- 2) Harga jual rata-rata mobil biasanya 16% lebih tinggi dari biaya perolehan. Hasilnya, mobil Fortuner meraup untung Rp4.662.349.040, mobil Yaris Rp1.405.247.000, mobil Avanza Rp2.527.351.008, dan mobil KIA Rp2.112.940.000. Berdasarkan hasil perhitungan keuntungan di atas, penjualan kendaraan bekas di Showroom SBM mencapai puncaknya dengan total penjualan sebesar Rp. 39.198.868.268 untuk semua 58 jenis mobil dan keuntungan sebesar Rp. 10.707.887.048.

Mengenai rekomendasi yang dapat dibuat sehubungan dengan temuan studi ini, diusulkan agar pemilik Showroom menggunakan biaya secara efektif untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan mobil bekas.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Harahap, Sofyan Syafri. 2006. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusuma, I B D, and N A S Darmawan. 2022. "Penentuan Harga Jual Kendaraan Bekas Jenis Vespa Classic Di Wilayah Buleleng." *Jurnal Ilmiah Akuntansi ...* 12 (1): 54–62.
- Maryo Teguh. 2002. *Strategi Pemasaran*, Hotel Gramedia, Jakarta.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sadono Sukirno. 2006. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Buku 1. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanto, Riyan Pandu, Suparno Suparno, and Hari Yuliarso. 2017. "Showroom Mobil Dengan Pendekatan Arsitektur Hightech Di Surakarta."