ABSTRAK

UMKM Lurik Senthir adalah produsen produk fashion dari kain lurik yang memperluas produknya dengan tote bag. Sasaran produk Tote Bag adalah generasi Z. Penelitian pendahuluan menyimpulkan bahwa minat generasi Z untuk menggunakan Tote Bag cukup besar. Penelitian ini bertujuan menentukan harga berdasarkan analisis willingness to pay (WTP), serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi WTP konsumen terhadap produk Tote Bag dari UMKM Lurik Senthir. Metodologi penelitian meliputi tiga pendekatan, pertama metode full costing untuk menghitung harga pokok produksi tote bag. Kedua, Price Sensitivity Meter (PSM) digunakan mengukur tingkat WTP konsumen terhadap harga. Ketiga, analisis regresi berganda digunakan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi WTP. Hasil penelitian menunjukkan range harga yang dapat diterima oleh konsumen untuk Tote Bag Lurik Senthir adalah antara Rp 106.000 hingga Rp 126.000 di Jawa Tengah, dan Rp 109.000 hingga Rp 130.000 di Sumatera. Harga optimal yang direkomendasikan berdasarkan analisis PSM adalah Rp 120.000 untuk kedua wilayah, yang memberikan keuntungan 62,49%. Di Jawa Tengah, attitudes towards green products berpengaruh positif signifikan terhadap WTP, sedangkan influence consumer behavior berpengaruh negatif signifikan. Di Sumatera, value orientation berpengaruh negatif signifikan terhadap WTP, sementara knowledge berpengaruh positif. Kesimpulannya, penelitian ini memberikan wawasan bagi UMKM Lurik Senthir dalam strategi harga Tote Bag dengan memahami preferensi pasar dan faktor-faktor yang mempengaruhi willingness to pay generasi Z.

Kata Kunci: *willingness to pay: generasi Z; tote bag; kain lurik.*