

## RINGKASAN

Meningkatnya aktivitas belanja *online*, penggunaan *bubble wrap* dan *styrofoam* memicu dampak negatif mencemari lingkungan. “BEST Balls” hadir sebagai inovasi alternatif penggunaan *styrofoam* dan *bubblewrap* yang ramah lingkungan (bersifat *biodegradable* dan *compostable*). Produsen “BEST Balls” dalam memenuhi permintaan pasar memerlukan analisis tentang apa kebutuhan konsumen untuk produk *packing foam*. Preferensi konsumen memiliki koherensi dengan atribut suatu produk menjadi kunci bagi pengusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis atribut produk yang dibutuhkan konsumen dan menentukan harga jual yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah 1) mengetahui kriteria kebutuhan konsumen ditinjau dari atribut produk terhadap “BEST Balls”; 2) Mengetahui atribut produk sebagai pertimbangan utama konsumen dalam membeli “BEST Balls”; 3) mengidentifikasi penentuan harga jual “BEST Balls”.

Penelitian dilaksanakan di Purwokerto Utara, Banyumas. Penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan alat analisis skala likert dan *rating scale* serta analisis perhitungan Harga Pokok Produksi metode *full costing* dan penentuan harga jual menggunakan *markup pricing method*. Total responden sebanyak 30 yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan rumus *linear time function* dengan kriteria responden adalah pengguna produk *packing*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa kriteria yang menjadi kebutuhan konsumen ditinjau dari atribut bentuk, ukuran (variasi), tekstur, harga, kemasan, dan aksesibilitas terhadap “BEST Balls” sebagai *packaging* ramah lingkungan alternatif *styrofoam*. Atribut produk yang menjadi pertimbangan utama bagi konsumen adalah aksesibilitas, kemasan, serta ukuran (variasi) dengan persentase >75% (sangat baik), masing-masing nilainya 78,3%, 77,7%, dan 75,5%. Harga jual produk “BEST Balls” dihitung menggunakan HPP *full costing* dan *mark up pricing method* adalah Rp8.745 (200g) dan Rp21.874 (500g) dengan keuntungan bersih sebesar 30%.

## SUMMARY

*With the increase in online shopping activities, the use of bubble wrap and styrofoam has triggered negative impacts on the environment. “BESt Balls” comes as an alternative innovation to the use of styrofoam and bubblewrap that is environmentally friendly (biodegradable and compostable). “BESt Balls” producers in meeting market demand require an analysis of what consumer needs are for packing foam products. Consumer preferences have coherence with the attributes of a product to be the key for entrepreneurs to meet consumer needs. Therefore, this research is intended to analyze the product attributes needed by consumers and determine the right selling price. The objectives of this study are 1) to determine the criteria for consumer needs in terms of product attributes for “BESt Balls”; 2) Knowing product attributes as the main consideration for consumers in buying “BESt Balls”; 3) identify the determination of the selling price of “BESt Balls”.*

*The research was conducted in North Purwokerto, Banyumas. The research used qualitative descriptive analysis with Likert scale and rating scale analysis tools and analysis of the calculation of the cost of goods produced using the full costing method and determining the selling price using the markup pricing method. A total of 30 respondents were selected using purposive sampling technique with linear time function formula with the criteria that respondents are users of packing products.*

*The results showed that there are several criteria that become consumer needs in terms of the attributes of shape, size (variety), texture, price, packaging, and accessibility of “BESt Balls” as an alternative Styrofoam environmentally friendly packaging. The product attributes that are the main considerations for consumers are accessibility, packaging, and size (variation) with a percentage of >75% (very good), each value is 78.3%, 77.7%, and 75.5%. The selling price of “BESt Balls” products calculated using full costing and mark up pricing method is IDR 8,745 (200g) and IDR 21,874 (500g) with a net profit of 30%.*