

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Unggascare menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Dengan latar belakang pertumbuhan industri unggas di Bandung, perusahaan ini memainkan peran penting dalam memberikan solusi yang komprehensif dan inovatif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan kerangka teori BMC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi BMC Unggascare mencakup pendekatan yang solid dan terintegrasi, dengan fokus pada key resources seperti aplikasi inovatif, media komunitas komunikasi, dan kemitraan dengan UMKM lokal. Melalui kehadiran langsung pada event perlombaan unggas dan partisipasi aktif dalam komunitas unggas di media sosial, terutama di platform Facebook, perusahaan berhasil membangun hubungan personal dengan pelanggan di Bandung. Meskipun dihadapkan pada biaya pengembangan aplikasi dan ketergantungan pada platform media sosial, Unggascare memiliki potensi besar untuk mengatasi tantangan tersebut dengan memanfaatkan peluang pertumbuhan industri unggas di Bandung, diversifikasi layanan, dan pengembangan produk baru. Dengan strategi yang adaptif dan kreatif, Unggascare menunjukkan komitmen untuk menjadi pemain utama dalam mendukung peternak dan komunitas unggas di wilayah tersebut serta mengukuhkan posisinya sebagai startup yang berdaya saing di industri yang berkembang pesat.

Kata Kunci: Unggascare, strategi, Business Model Canvas (BMC), industri unggas, Bandung, start-up