

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *value proposition* dan model bisnis Ayam Bakar Wong Solo guna merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saing usaha di tengah ketatnya industri kuliner nasional. Ayam Bakar Wong Solo merupakan salah satu brand kuliner ternama yang telah berkembang dari warung sederhana menjadi jaringan restoran berskala nasional dan internasional. Namun, perkembangan teknologi digital dan kemunculan kompetitor baru menuntut inovasi berkelanjutan dalam nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.

Dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini menggunakan kerangka *Value Proposition Canvas* dan *Business Model Canvas* untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam proposisi nilai dan model bisnis Wong Solo. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan mengapresiasi kelezatan dan harga terjangkau sebagai nilai utama, namun terdapat tantangan pada pelayanan dan adaptasi digital. Penelitian ini merekomendasikan strategi penguatan kualitas layanan, pengembangan menu inovatif, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis dalam pengembangan bisnis Ayam Bakar Wong Solo dan UMKM kuliner sejenis dalam menghadapi dinamika pasar modern.

Kata kunci: *value proposition, business model canvas, Ayam Bakar Wong Solo, strategi bisnis, daya saing, kuliner.*