

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi profil konsumen dan merumuskan strategi pengembangan aplikasi startup Unggascare berdasarkan analisis wawancara dengan tiga informan dari segmen pembeli produk unggas di Pasar Sukahaji. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen menginginkan produk unggas berkualitas dengan harga terjangkau, serta pelayanan yang meningkat dalam hal kemudahan mencari produk, responsivitas penjual, pengiriman tepat waktu, dan ongkos kirim yang terjangkau. Mayoritas informan menggunakan smartphone dan internet untuk mencari informasi produk, termasuk melalui platform marketplace dan media sosial seperti Facebook. Implikasi temuan ini adalah adanya peluang bagi Unggascare untuk merancang aplikasi yang memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencari dan membeli produk unggas dengan lebih mudah, serta memperkuat loyalitas konsumen melalui pengalaman yang memuaskan. Kesimpulan ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi pengembangan aplikasi Unggascare yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci : Peta Empati, Profil Konsumen, Pengembangan Bisnis