



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh Kargo Technologies. Evaluasi tersebut ditetapkan sebagai dasar untuk merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pada pengembangan dari masing - masing pemasaran produk bisnis yang dilihat dari kondisi internal dan eksternal Kargo Technologies. Urgensi penelitian ini menjadi tinggi karena kebutuhan Kargo Technologies untuk mendapatkan pasar yang tepat dan meraih pendapatan yang berkelanjutan. Dalam penelitian ini digunakan metode *business model canvas*, *customer development process* dan *porter's five forces*. Untuk menganalisis dan mengetahui faktor internal atau eksternal, data dikumpulkan melalui metode wawancara kepada *business owner* atau pelanggan dan pegawai Kargo Technologies. Diketahui terdapat beberapa pengembangan strategi yang dapat diterapkan melalui wawancara kepada masing-masing pelaku, dimana diantaranya adalah mendapatkan *problem solution fit* terhadap *value proposition* dan *customer profile* saat ini. Kedua adalah merekomendasikan *minimum viable product* sebagai dasar untuk mengetahui keinginan seorang pelanggan dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Terakhir adalah merekomendasikan *pirates of funnel* sebagai parameter untuk memvisualisasikan model bisnis yang tepat kepada masing-masing pelanggan di Kargo Technologies.

**Kata kunci:** *Business Model Canvas, Pirates of Funnel, Problem Solution Fit*



## ***ABSTRACT***

This study aims to evaluate the product marketing strategy implemented by Kargo Technologies. This evaluation is established as a basis for formulating and establishing alternative strategies for the development of each business product marketing in terms of Kargo Technologies's internal and external conditions. The urgency of this research is high because of Kargo Technologies's need to find the right market and achieve sustainable income. In this study, the business model canvas method, customer development process and Porter's five forces were used. To analyze and find out internal or external factors, data is collected through interviews with business owners or customers and employees of Kargo Technologies. Several development strategies that can be implemented through interviews with each party, which include obtaining problem solutions that are in accordance with the current value proposition and customer profile. The second is to recommend a minimum feasible product as a basis for knowing a customer's desire to use the product offered. The last is to recommend pirates of funnel as a parameter to visualize the right business model for each customer at Kargo Technologies.

***Keywords:*** *Business Model Canvas, Pirates of Funnel, Problem Solution Fit*