

ABSTRAK

KIRI adalah salah satu *startup* yang mengikuti program WRAP *Entrepreneurship* yang bergerak di bidang transportasi umum dan memiliki tujuan memudahkan pengguna angkutan umum dalam mencari dan menggunakan angkutan umum serta memudahkan supir dalam mengelola angkutan umumnya dan mencari penumpang dengan menggunakan aplikasi berbasis Android/iOS.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi model bisnis KIRI saat ini dengan menggunakan analisis SWOT yang diharapkan akan mendapatkan alternatif model bisnis dan strategi pemasaran agar dapat menjadi rekomendasi untuk KIRI dalam mengembangkan bisnisnya agar kinerja dan kualitas yang dimiliki dapat menjadi lebih baik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan tujuan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang ditujukan kepada lima narasumber dari pihak internal KIRI sebagai informan, serta data sekunder.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *startup* KIRI berada pada daerah kuadran 1 yang berarti *startup* KIRI perlu melakukan strategi agresif antara lain strategi pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, belakang, horizontal dan diversifikasi. Selain itu didapatkan rekomendasi 11 blok *digital marketing canvas* untuk *startup* KIRI.

Dengan demikian, saran bagi *startup* KIRI adalah *Startup* KIRI dapat menjalin kerjasama bersama pemerintah untuk dapat meraih hasil yang optimal dalam pengimplementasian aplikasi atau *startup*. *Startup* KIRI dapat mengganti target kota, dengan kota yang mempunyai masyarakat masih memilih menggunakan angkot sebagai transportasi umumnya. Selain itu, dengan banyaknya hambatan yang dialami dalam proses pengembangannya. *Startup* KIRI dapat melakukan perubahan arah bisnis demi keberlangsungan *startup*.

Kata Kunci: *Startup, Digital Marketing Canvas, Analisis SWOT*