

ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN SHOPEE SEBAGAI SALURAN DISTRIBUSI DIGITAL OLI DAN BATERAI PT TRAKINDO UTAMA

MUHAMMAD SATRIO ADJI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemanfaatan Shopee sebagai Saluran Distribusi Digital Oli dan Baterai PT Trakindo Utama” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Satrio Adji
K1401221147

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MUHAMMAD SATRIO ADJI. Analisis Strategi Pemanfaatan Shopee Sebagai Saluran Distribusi Digital Oli dan Baterai PT Trakindo Utama. Dibimbing oleh ANNY RATNAWATI dan FITHRIYYAH SHALIHATI.

PT Trakindo Utama saat ini berfokus pada model bisnis *Business-to-Business* (B2B), sehingga sulit menjangkau segmen ritel dan menghadapi ancaman reseller tidak resmi di pasar digital yang berpotensi merusak citra merek. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemanfaatan platform Shopee sebagai saluran distribusi digital produk oli dan baterai. Metode penelitian menggunakan analisis matriks IFAS, EFAS, TOWS, dan *Business Model Canvas* (BMC). Hasil pemetaan menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran IV (diversifikasi). Temuan strategis merekomendasikan langkah diversifikasi melalui pendirian *Official Store* untuk merebut pasar dari reseller ilegal, didukung proposisi nilai oli premium *heavy-duty*. Implikasi manajerial dari temuan ini mewajibkan perombakan elemen operasional pada BMC usulan, yaitu pemisahan alur administrasi pesanan ritel dan pembentukan tim dedikasi *e-commerce*. Perubahan ini krusial untuk menjaga standar pelayanan platform, mengadaptasi penetapan harga dinamis, serta menciptakan arus pendapatan instan dari segmen ritel otomotif.

Kata kunci: BMC, *e-commerce*, oli, strategi diversifikasi, TOWS

ABSTRACT

MUHAMMAD SATRIO ADJI. Strategy Analysis of Utilizing Shopee as a Digital Distribution Channel for Oil and Batteries at PT Trakindo Utama. Supervised by ANNY RATNAWATI and FITHRIYYAH SHALIHATI.

PT Trakindo Utama currently focuses on a Business-to-Business (B2B) model, making it difficult to reach the retail segment and facing threats from unofficial resellers in the digital market that potentially damage brand image. This study aims to formulate a strategy for utilizing the Shopee platform as a digital distribution channel for oil and battery products. The research method uses matrix analysis of IFAS, EFAS, TOWS, and Business Model Canvas (BMC). The mapping results indicate the company's position in Quadrant IV (diversification). Strategic findings recommend diversification measures through the establishment of an Official Store to recapture the market from illegal resellers, supported by a premium heavy-duty lubricant value proposition. The managerial implications of these findings require the restructuring of operational elements in the proposed BMC, namely the separation of retail order administration workflows and the formation of a dedicated e-commerce team. This change is crucial to maintain platform service standards, adapt dynamic pricing, and create instant revenue streams from the automotive retail segment.

Keywords: BMC, *diversification strategy*, *e-commerce*, *lubricants*, TOWS



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS STRATEGI PEMANFAATAN SHOPEE SEBAGAI SALURAN DISTRIBUSI DIGITAL OLI DAN BATERAI PT TRAKINDO UTAMA

MUHAMMAD SATRIO ADJI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A.
- 2 Dr. Raden Trizaldi Prima Alamsyah, S.Agr., M.Agr.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemanfaatan Shopee sebagai Saluran Distribusi Digital Oli dan Baterai PT Trakindo Utama

Nama : Muhammad Satrio Adji

NIM : K1401221147

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Anny Ratnawati, M.S.



Pembimbing 2:

Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc
NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:
10 Juli 2026

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiahnya yang berjudul “Analisis Strategi Pemanfaatan Shopee sebagai Saluran Distribusi Digital Oli dan Baterai PT Trakindo Utama” sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana bisnis di Sekolah Bisnis IPB.

Selama proses penyusunan penelitian ini, penulis menghadapi berbagai macam tantangan dan hambatan. Namun, berkat dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, penulis sapat melalui seluruh hambatan tersebut dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Anny Ratnawati, M.S. dan Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang telah bersabar dan selalu mengarahkan saya selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak terhitung jumlah ilmu yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir proses ini.
2. Seluruh pihak PT Trakindo Utama yang terlibat dalam penulisan karya ilmiah ini. Terima kasih atas masukan dan kesempatannya untuk dapat menganalisis perusahaan secara mendalam.
3. Kedua orang tua penulis, Ewing Baskoro dan Mela Nialda, yang senantiasa menemani, memberikan doa, dan selalu memotivasi penulis dengan penuh kasih sayang.
4. Bapak Dr. Suhendi, S.P., M.M. selaku akademisi yang telah membagi ilmu dan masukan berharga dalam proses penyusunan strategi bisnis dalam penelitian ini.
5. Teman-teman dekat penulis Deni Kurniawan, Andre Kristian yang selalu hadir memberikan kebaikan serta dukungan dan selalu menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini
6. Lintang Maulidya Maharani yang telah menemani penulis sejak tahun 2019 dengan tanpa henti memberikan dukungan, doa, kasih sayang, dan mendorong penulis untuk selalu menjadi lebih baik.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Satrio Adji

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Business Model Canvas	7
2.2 Saluran Distribusi	8
2.3 Analisis Strategi	8
2.4 Analisis SWOT	9
2.5 Lingkungan Model Bisnis	10
2.6 Analisis Empat Kuadran SWOT (Matriks IFAS dan EFAS)	10
2.7 E-commerce	11
2.8 Penelitian Terdahulu	11
2.9 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	16
3.1 Waktu dan tempat	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Definisi Operasional	17
3.4 Teknik Penentuan Responden	19
3.5 Metode Analisis Data	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum PT Trakindo Utama	25
4.2 Bauran Pemasaran PT Trakindo Utama	25
4.3 Business Model Canvas PT Trakindo Utama	29
4.4 Lingkungan Model Bisnis PT Trakindo Utama	33
4.5 Analisis Internal S-W Terhadap Elemen BMC PT Trakindo Utama	36
4.6 Analisis Eksternal O-T Terhadap Lingkungan Model Bisnis	40
4.7 Penentuan Posisi Strategis Melalui Analisis Empat Kuadran SWOT	42
4.8 Analisis Matriks TOWS	46
4.9 <i>Business Model Canvas</i> Baru PT Trakindo Utama	50
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61
RIWAYAT HIDUP	65

DAFTAR TABEL

1	Definisi sembilan blok elemen BMC	7
2	Penelitian terdahulu	12
3	Metode pengumpulan data	16
4	Variabel dan indikator BMC	17
5	Variabel dan indikator lingkungan model bisnis	18
6	Teknik penentuan responden	19
7	Analisis SWOT pada elemen BMC	21
8	Analisis SWOT pada lingkungan model bisnis	21
9	Model analisis faktor strategis internal (IFAS)	22
10	Model analisis faktor strategis eksternal (EFAS)	23
11	Analisis lingkungan model bisnis PT Trakindo Utama	33
12	Analisis internal S-W pada BMC PT Trakindo Utama	37
13	Analisis eksternal O-T lingkungan model bisnis	40
14	Analisis IFAS <i>e-commerce</i> PT Trakindo Utama	43
15	Analisis EFAS <i>e-commerce</i> PT Trakindo Utama	44
16	Matriks TOWS PT Trakindo Utama	47

DAFTAR GAMBAR

1	Revolusi industri sampai saat ini	1
2	GDP per-kapita Indonesia 2020-2025	2
3	Penjual oli CAT tidak resmi di Shopee	3
4	Kunjungan 5 Marketplace populer di Indonesia Tahun 2023	4
5	Kerangka pemikiran	15
6	Matriks TOWS (Weihrich 1982)	23
7	Struktur organisasi cabang Trakindo	27
8	Diagram alur pembelian melalui web Trakindo	28
9	BMC eksisting PT Trakindo Utama	30
10	Matriks IFAS dan EFAS PT Trakindo Utama	45
11	<i>Business model canvas</i> baru PT Trakindo Utama	51



12
13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Internal	62
Lampiran 2 Wawancara Eksternal	63

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.