

## ABSTRAK

Optimalisasi biaya transportasi dianggap sebagai salah satu masalah terberat dan paling kompleks di sektor transportasi, ekspedisi, dan logistik. Perusahaan transportasi setuju bahwa setengah dari pengeluaran yang dikeluarkan terkait dengan aktivitas perusahaan saat ini adalah biaya bahan bakar. PT. Pertamina Retail merupakan perusahaan besar dalam bisnis ritel SPBU di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan bisnis *fleet card* RFID di Pertamina Retail. Pendekatan yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and threats). Metode penelitian yang digunakan adalah data primer yang didapat melalui wawancara ke beberapa narasumber.

Hasil studi ini menunjukkan elemen BMC berupa: *key partnership*, *customer segment*, *value proposition* dan *revenue stream* merupakan blok yang paling dominan. Sementara yang terendah adalah *channel*. Faktor internal *fleet card* Pertamina Retail dipengaruhi oleh aspek jaringan, keamanan, efisiensi, dan financial aspect. Hasil yang diperoleh SWOT analysis (strengths, weakness, opportunities, & threats) terhadap sembilan blok BMC menunjukkan bahwa unsur yang memiliki kekuatan tertinggi adalah brand pertamina dan jaringan SPBU, sedangkan cara pembayaran top up menempati urutan terendah. Dari arah lain, peluang tertinggi adalah *key partnership* dan ancaman tertinggi adalah *customer segment* sedangkan ancaman terendah adalah *key partners*.

**Kata kunci:** *Fleet Card*, *RFID*, *Business Model Canvas*, *SWOT*