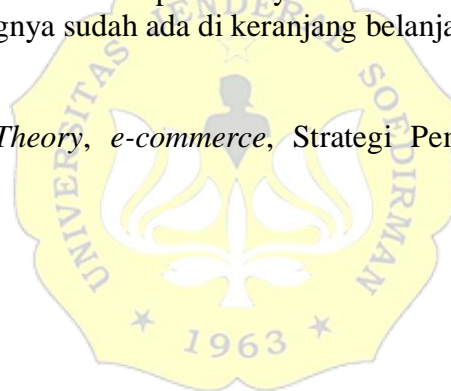


ABSTRAK

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan proses transaksi jual beli barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. selama masa pandemi kunjungan pada situs *e-commerce* mengalami peningkatan yang sangat berpengaruh pada sisi perekonomian seperti meningkatnya transaksi secara online, jasa ekspedisi, bahan pengemasan barang serta tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang optimal dari Shopee, Tokopedia dan Bukalapak yang ditentukan dengan menggunakan *game theory* dengan strategi pemasarannya yaitu tampilan, praktis, promosi, keamanan, metode pembayaran dan variasi kurir. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan bantuan *software POM-QM for Windows* diperoleh strategi pemasaran yang optimal dari Shopee adalah promosi agar menghasilkan keuntungan maksimum. Promosi yang digunakan Shopee yaitu iklan di media elektronik, *Brand Ambassador* dan promosi penjualan berupa *voucher*. Strategi pemasaran yang optimal dari Tokopedia adalah tampilan. Tampilan *website* Tokopedia sederhana namun menarik dan Alamat pengiriman berada dibawah *search engine* sehingga meminimalisir kesalahan alamat pengiriman oleh konsumen. Strategi pemasaran yang optimal dari Bukalapak adalah praktis. Bukalapak menyediakan fitur langsung bayar untuk setiap toko yang barangnya sudah ada di keranjang belanja.

Kata kunci: *Game Theory*, *e-commerce*, Strategi Pemasaran, *POM-QM for Windows*



ABSTRACT

E-commerce or electronic commerce is transaction process of buying and selling goods and services using electronic media. During the pandemic the visits of e-commerce site are experiencing an increase in terms of the economic side such as increase online transaction, expedition services, the packaging materials and the worker. This study aims to analyze the optimal marketing strategy of Shopee, Tokopedia and Bukalapak which is determined using game theory. The marketing strategies used are design, practical, promotion, safety, payment method and variety of expedition . Based on the results of the data analysis using software POM-QM for Windows, the optimal marketing strategy of Shopee is promotion in order to produce maximum profit. The promotion used is advertising in electronic media, Brand Ambassador, and the selling promotion such as voucher. The optimal marketing strategy of Tokopedia is design. The design of Tokopedia is simple but attractive and the order address is below search engine so that it can minimize the mistakes made by consumers. The optimal marketing strategy of Bukalapak is practical. Bukalapak has the direct payment feature for every shop that the goods are already in the shopping cart.

Keyword: *Game Theory, e-commerce, marketing strategy, POM-QM for Windows*

