

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menganalisis data yang ada, dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi logika *fuzzy* pada teori permainan dapat diterapkan dengan memasukkan input *crisp* berupa jawaban responden menggunakan skala likert dari setiap atributnya. Setelah itu, nilai tersebut mengalami tahap fuzzifikasi dengan menggunakan *triangular fuzzy number* dan defuzzifikasi dengan menggunakan rata-rata tertimbang. Nilai output (hasil defuzzifikasi) akan digunakan sebagai nilai permainan pada matriks *pay off*.
2. Strategi pemasaran yang optimal untuk Shopee dan Tokopedia yaitu banyaknya pilihan metode pembayaran, sedangkan strategi pemasaran yang optimal untuk Lazada yaitu dengan adanya potongan harga/diskon yang diberikan. Hasil tersebut didapat berdasarkan nilai *pay off* pada tiga permainan yang telah dibentuk, yaitu:
 - a. Permainan antara Shopee dengan Tokopedia memiliki *saddle point* sebesar 0,123 pada atribut metode pembayaran (x_9) untuk kedua *marketplace*,
 - b. permainan antara Shopee dengan Lazada memiliki *saddle point* sebesar 0,565 pada atribut metode pembayaran (x_9) untuk Shopee dan atribut potongan harga/diskon (x_4) untuk Lazada,
 - c. persaingan antara Tokopedia dengan Lazada memiliki *saddle point* sebesar 0,442 pada atribut metode pembayaran (x_9) untuk Tokopedia dan potongan harga/diskon (x_4) untuk Lazada.

Permainan antara Shopee dan Tokopedia memiliki nilai *saddle point* paling kecil yang menandakan persaingan paling ketat dibandingkan dengan permainan yang lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin kecil nilai *pay off / saddle point* yang didapat, semakin ketat juga persaingan antarpemain dalam suatu permainan.

5.2 Saran

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambahkan metode analisis dan menggunakan *n – person zero sum game*. Selain itu, peneliti dapat membuat aplikasi perhitungan menggunakan VBA (*Visual Basic for Application*).

