

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan penuh dengan konflik dan kompetisi. Banyak contoh yang melibatkan lawan dalam konflik, diantaranya adalah "*parlor game*", pertempuran militer, kampanye politik, kampanye iklan dan pemasaran yang dilakukan perusahaan-perusahaan yang bersaing. Hal-hal mendasar yang ditemukan oleh dalam situasi di atas adalah hasil akhir sangat bergantung pada kombinasi strategi yang dipilih lawan.

Ada beberapa model dalam pemasaran suatu barang dan jasa, salah satunya adalah teori permainan. Teori permainan adalah suatu model matematika yang digunakan dalam suatu konflik atau persaingan antara berbagai kepentingan yang saling berhadapan sebagai pesaing. Teori dikembangkan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan dari situasi persaingan yang berbeda-beda yang melibatkan dua atau lebih pemain dalam permainan, peserta adalah pesaing. Keuntungan bagi mereka adalah kerugian bagi peserta lain. Model-model dapat dibedakan berdasarkan jumlah pemain. (Mulyono Sri, (2002))

Teori ini bertitik-tolak dari keadaan dimana seorang pengambil keputusan harus berhadapan dengan orang lain dengan kepentingan yang bertentangan. Masa depan yang dilandasi keputusan yang dia ambil dipengaruhi oleh keputusan yang diambil oleh orang lain. Ini mengandung arti, bahwa persoalan dari seorang adalah sama dengan kehilangan orang lain. Penyelesaian dari pertentangan umumnya disebut teori permainan. Jadi teori permainan mengandung dua pihak yang bertentangan, pihak I memilih strategi setelah menilai strategi yang dipilih pihak II. Demikian juga pihak II memilih strategi setelah memperkirakan strategi yang dipilih oleh pihak I. Teori matematika dalam permainan ini ditujukan untuk menjelaskan bagaimana tiap pemain memilih strategi mereka yang terbaik.

Beberapa contoh dari keadaan sesungguhnya dari dua pihak yang bertentangan, pertentangan antara dua perusahaan untuk merebut pasar,

pertentangan dua partai politik yang saling bersaing, perang antara dua kesatuan, pertentangan antara buruh dan majikan, pertandingan antara dua kesebelasan dan lain-lain.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model di atas yaitu teori permainan untuk mengetahui persaingan antar ketiga pemain (Jupiter *MX*, Honda Supra *X* dan Satria *FU*). Pada teori permainan ini penulis menggunakan pemrograman linier untuk mengetahui persaingan antara ketiga (Jupiter *MX*, Honda Supra *X* dan Satria *FU*).

Program linier adalah suatu program untuk menyelesaikan permasalahan yang batas-batasnya berbentuk pertidaksamaan linier. Secara umum program linier terdiri atas dua bagian, yaitu : fungsi kendala dan fungsi objektif. Fungsi kendala adalah batasan-batasan dipenuhi, sedangkan fungsi objektif adalah fungsi yang nilainya akan dioptimumkan (dimaksimumkan dan diminimumkan). Dalam program linier ini, batasan-batasan yang terdapat dalam masalah peneliti dibawa dalam perumusan matematika yang disebut model matematika. (Siagian P, (1986))

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan diteliti meliputi beberapa hal :

1. Bagaimana cara mengetahui solusi optimum pada pemasaran sepeda motor jenis Yamaha Jupiter *MX*, Honda Supra *X* dan Suzuki Satria *FU*?
2. Variabel apa saja yang menjadi strategi andalan dalam penjualan produk manufaktur sepeda motor berdasarkan program linier?

1.3 Batasan Masalah

Supaya pembahasan masalah dalam tulisan ini tidak menyimpang, maka perlu dilakukan batasan masalah yaitu:

1. Penelitian yang saya lakukan data pemasaran sepeda motor Yamaha Jupiter *MX*, Honda Supra *X* dan Suzuki Satria *FU* selama 1 tahun terakhir.
2. Penelitian ini hanya membahas teori permainan dengan menggunakan program linier.
3. Penelitian yang saya lakukan hanya pada dealer resmi sepeda motor Yamaha, Honda dan Suzuki yang terdapat di kota Medan.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui solusi optimum pada pemasaran sepeda motor jenis Yamaha Jupiter *MX*, Honda Supra *X* dan Suzuki Satria *FU*.
2. Untuk mengetahui variabel yang akan menjadi strategi andalan dalam penjualan produk manufaktur sepeda motor berdasarkan program linier.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1 Bagi perusahaan Yamaha, Honda dan Suzuki sebagai bahan pertimbangan untuk pemilihan strategi pemasaran yang optimum dengan menggunakan program linier.
- 2 Bagi mahasiswa sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan teori permainan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan bahan kajian tentang gambaran atau informasi tentang teori permainan dan strategi teori permainan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi perusahaan untuk menentukan strategi optimum dalam pemasaran produk barang dan jasa.