

Strategi Pemasaran Optimal Penyedia Jasa Pengiriman Barang Menggunakan Teori Permainan Berbasis Logik Fuzzy

Jandre Andriangga Simbolon

NIM: 4191230014

ABSTRAK

Banyaknya pilihan layanan yang ditawarkan oleh J&T Express dan JNE menyebabkan persaingan ketat pada pemasaran perusahaan penyedia jasa pengiriman barang. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus tepat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih perusahaan penyedia jasa pengiriman barang dan menentukan strategi pemasaran yang optimal pada perusahaan penyedia jasa pengiriman barang. Metode pada penelitian ini adalah teori permainan berbasis logika *fuzzy*. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Medan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menyatakan faktor yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih perusahaan penyedia jasa pengiriman barang adalah sistem keamanan dengan nilai 9,1 dan strategi pemasaran yang optimal bagi kedua perusahaan penyedia jasa pengiriman barang adalah strategi sistem keamanan dengan titik pelana (*saddle point*) sebesar -3,64. J&T Express menggunakan atribut sistem keamanan dalam memaksimalkan keuntungan dan JNE menggunakan atribut sistem keamanan dalam meminimalkan kerugian.

Kata kunci: Logika *Fuzzy*, Strategi pemasaran, Teori Permainan

Optimal Marketing Strategy for Freight Forwarding Service Providers Using Fuzzy Logic Based Game Theory

Jandre Andriangga Simbolon

NIM. 4191230014

ABSTRACT

The many choices of services offered by J&T Express and JNE cause intense competition in the marketing of goods delivery service providers. Therefore, each company must be precise in determining marketing strategies in order to compete with other competitors. This study aims to identify factors that strongly influence consumers in choosing a freight forwarder and determine the optimal marketing strategy for freight forwarders. The method in this research is *fuzzy* logic-based game theory. The sample in this study were students of the Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Medan State University using purposive sampling technique. The results of this study state that the factor that strongly influences consumers in choosing a freight forwarding company is the security system with a value of 9.1 and the optimal marketing strategy for the two freight forwarding companies is the security system strategy with a saddle point of -3.64. J&T Express uses security system attributes to maximise profits and JNE uses security system attributes to minimise losses.

Keyword: *Fuzzy* Logic, Marketing Strategy, Game Theory