



**ANALISIS STRATEGI KOMPETISI ANTARA JASA TRANSPORTASI  
ONLINE GOJEK DAN GRAB DENGAN MENGGUNAKAN GAME THEORY  
(STUDI KASUS: MAHASISWA DI PULAU JAWA)**

**Yusuf Budiana<sup>1)</sup>, Fajar Nur Khasanah<sup>2)</sup>  
Universitas Telkom**

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 05 Januari 2020  
Revisi pertama : 07 Januari 2020  
Diterima : 15 Januari 2020  
Tersedia online : 31 Januari 2020

Kata Kunci : Strategi Kompetisi,  
Transportasi Online Gojek dan Grab,  
Teori Permainan

Email : [yusufbns6369@gmail.com](mailto:yusufbns6369@gmail.com)<sup>1)</sup>,  
[fajarnk28@gmail.com](mailto:fajarnk28@gmail.com)<sup>2)</sup>

Gojek dan Grab merupakan alat transportasi online yang cukup populer dan mendominasi di kalangan masyarakat di Indonesia. Gojek dan Grab merupakan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Sehingga tidak heran apabila keduanya mengalami persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu untuk menciptakan strategi yang optimal diantara keduanya maka persepsi dan preferensi konsumen sangat penting.

Dalam menganalisis persaingan tersebut penulis menggunakan teori permainan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa pengguna jasa transportasi online Gojek dan Grab di Pulau Jawa. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data permainan antara Go-Ride dan Grab Bike memperoleh nilai permainan optimal sebesar 6. Permainan diselesaikan dengan strategi murni pada Go-Ride yakni strategi promosi dengan probabilitas sebesar 6. Sedangkan, untuk Grab Bike menggunakan strategi promosi juga dengan probabilitas sebesar 6. Maka strategi terbaik yang optimal diambil oleh kedua jasa transportasi online Go-Ride pada Gojek dan Grab Bike pada Grab adalah dengan meningkatkan strategi promosi pada masing-masing jasa transportasi.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami transformasi dalam hal transportasi akibat perkembangan teknologi yang semakin modern. Hal ini dilihat dari kemunculannya model transportasi berbasis online pada kota-kota besar di Indonesia, seperti Gojek dan Grab yang berbasis aplikasi baik dalam pemesanan maupun pembayarannya. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin maju membuat para pelaku usaha memulai persaingan dalam bisnis transportasi online. Oleh karena itu sudah menjadi keharusan para pengusaha untuk memikirkan strategi kompetisi yang tepat untuk bisnisnya sehingga dapat memenuhi sasaran yang efektif.

Analisis strategi pasar persaingan adalah langkah pertama dalam merancang strategi baru atau mengkaji strategi yang sudah ada (Cravens, 2000). Analisis strategi ini dilakukan setelah strategi diimplikasikan untuk menentukan perubahan strategi yang diperlukan.

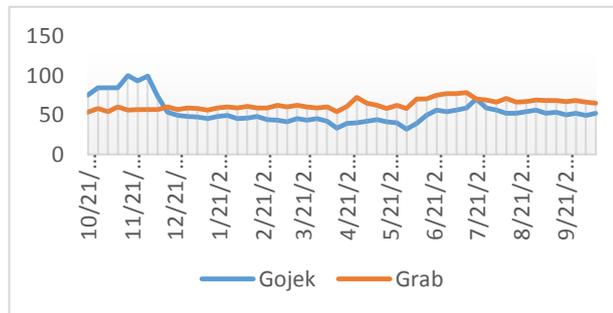
Dalam penelitian Murgoitio, Jesus (2017:2) membahas tentang transportasi masa kini yang salah satunya menggunakan kemampuan teknologi dalam pemesanannya sehingga layanan beroperasi akan lebih mudah dan efisien yaitu salah satu caranya dengan menggunakan transportasi berbasis online yang akan terus berkembang. Terdapat dua jenis transportasi online yang sangat berkembang di Indonesia untuk saat ini yaitu GOJEK dan Grab. Menurut data yang diperoleh dari sumber Katadata, berikut adalah data persaingan GOJEK dan Grab pada tahun 2018 :

**Tabel 1. Data Persaingan Gojek dan Grab**

	<b>Jumlah Unduh Aplikasi</b>	<b>Ride-hailing (Motor dan Mobil)</b>	<b>Layanan Pembayaran</b>	<b>Cakupan</b>
Gojek	142 juta	2 juta mitra di Indonesia	Go-pay bermitra dengan 28 insitusi keuangan dan ratusan ribu mitra di 370 kota	204 kota di empat negara
Grab	144 juta	9 juta ( <i>plus</i> agen) di Asia Tenggara	Grab menggandeng OVO di Indonesia	336 kota di delapan negara

Sumber: katadata.co.id, Data Diolah

Dari data diatas dapat dilihat bahwa GOJEK dan Grab keduanya saling berkompetisi dengan cukup ketat sehingga untuk mampu bersaing dalam memuaskan konsumen tentunya GOJEK dan Grab akan berusaha mendapatkan hasil yang optimal dengan menggunakan strategi-strategi yang sudah ditentukan.

**Gambar 1. Tingkat Minat Pencarian Masyarakat**

Sumber: Google Trends (2019)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tingkat pencarian masyarakat mengenai Gojek dan Grab dimulai dari tanggal 21 Oktober 2018 hingga 21 September 2019, terus mengalami kenaikan dan penurunan pada masing-masing transportasi online baik Gojek maupun Grab. Pada tahun 2018 tingkat pencarian masyarakat mengenai Gojek sangat tinggi dibandingkan dengan Grab namun pada 2019 tingkat pencarian Gojek mengalami penurunan dan diikuti dengan kenaikan tingkat pencarian Grab. Akan tetapi dapat dilihat pada gambar tersebut pada tahun 2019 tingkat pencarian Gojek dan Grab sempat berada pada titik yang hampir sama atau setara.

Namun bila dilihat dari sisi konsumen, seorang konsumen tidak akan menggunakan suatu jasa dengan sembarangan. Keunggulan maupun kekurangan dari setiap jasa transportasi online akan menjadi sebuah pertimbangan, baik itu dari segi keamanan, keselamatan, service yang memuaskan, ketersediaan layanan dan lain sebagainya. Dan setelah menggunakan jasa transportasi online, maka konsumen dapat menilai apakah jasa transportasi online tersebut seperti yang konsumen harapkan atau tidak. Dengan adanya persepsi dan preferensi tersebut maka salah satu cara untuk menganalisisnya dapat menggunakan teori permainan (*game theory*).

Berdasarkan penjelasan diatas, untuk itu penulis akan meneliti tentang transportasi online yang sedang berkembang pesat saat ini dan saling bersaing. Untuk mampu bersaing, maka masing-masing perusahaan jasa transportasi online baik GOJEK maupun Grab harus menggunakan strategi optimal untuk bisa memenangkan persaingan dari para kompetitornya. Paling tidak para pelaku usaha dapat memperkirakan strategi dan langkah-langkah pemasaran pihak pesaingnya.

Dalam hal ini sangat diperlukan antisipasi kemungkinan-kemungkinan strategi yang akan diterapkan oleh pemasar pesaing. Untuk menganalisis strategi pemasaran adalah dengan menggunakan teori permainan.

Teori permainan merupakan teori yang menggunakan pendekatan matematis dari konflik dan kerjasama di antara pengambilan keputusan yang rasional. Teori permainan menyediakan teknik matematik yang umum untuk menganalisis situasi dimana dua atau lebih pemain membuat keputusan yang dapat mempengaruhi kesejahteraan pemain (Myerson, 2002:5) dalam Situmorang (2015:162).

Sehingga dari latar belakang tersebut, penulis membuat penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Kompetisi Antara Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab dengan Menggunakan *Game Theory*”.

### **Rumusan Masalah**

Permasalahan yang dibahas dalam tugas akhir ini adalah untuk mencari dan mengetahui seberapa besar nilai permainan untuk menghasilkan strategi terbaik yang optimal antara transportasi online Gojek dan Grab.

Sesuai dengan hasil *literature review* yang telah dilakukan, maka pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan atribut-atribut yang dipentingkan pelanggan, strategi kompetisi yang optimal bagaimanakah yang dapat diterapkan oleh jasa transportasi online Gojek maupun Grab.
2. Seberapa besar tingkat permainan yang terjadi antara Gojek dan Grab yang dianalisis dengan menggunakan teori permainan.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dari permasalahan yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan strategi optimal yang dapat digunakan oleh Gojek dan Grab yang diteliti dengan menggunakan teori permainan.
2. Mengetahui seberapa besar permainan persaingan antara Gojek dan Grab dengan menggunakan teori permainan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Konsep Strategi**

Strategi merupakan rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah untuk mencari “kemenangan” (Sedarmayanti, 2014:2).

Menurut Glueck dan Jauch dalam Sedarmayanti (2014:2) strategi adalah suatu rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan antara keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, digunakan untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan sehingga dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

### **Definisi Strategi**

Menurut Sedarmayanti (2014:2), pengertian strategi dibagi menjadi dua yaitu: Pengertian strategi secara umum :

- Strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang dari suatu organisasi, disertai dengan penyusunan bagaimana cara atau upaya sehingga tujuan dapat dicapai.
- Strategi adalah proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap top manajer yang terarah pada tujuan jangka panjang perusahaan, disertai penyusunan upaya bagaimana supaya tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Pengertian strategi secara khusus:

- Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, terus-menerus, dilakukan berdasarkan pada sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan.
- Strategi adalah suatu tindakan yang bersifat terus-menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen.

### **Pengertian Manajemen Strategi**

Manajemen Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan untuk jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi / perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian (J.David Hunger & Thomas Weelen) dalam Sedarmayanti (2014:3).

Manajemen Strategi adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan / akuntansi, produksi / operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk mencapai keberhasilan organisasi (David, 2009) dalam Sedarmayanti (2014:3)

### **Definisi Persaingan**

Berdasarkan analisis kompetitif Porter (2007) menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki banyak kekuatan dan kelemahan dalam berhadapan dengan para pesaing. Beberapa strategi bersaing yang dapat dikembangkan adalah keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Strategi bersaing adalah suatu pencarian posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu perusahaan, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing adalah kombinasi antara akir dan tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana.

Menurut Faulkner & Bowman (1997:9) perusahaan bersaing untuk memenangkan konsumen, dan strategi kompetitif pada dasarnya adalah strategi tentang bagaimana cara memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif dibanding dengan kemampuan para pesaing.

### **Teori Permainan**

*Game theory* adalah rasional dari situasi konflik dan kerja sama. Menurut Situmorang (2015:65) secara lebih spesifik, permainan didefinisikan dalam situasi apapun sebagai berikut:

1. Harus terdapat minimal dua orang pemain. Seorang pemain dapat berupa individu, tetapi juga bias berupa perusahaan, bangsa ataupun bahkan spesies bilologi.
2. Setiap pemain memiliki sejumlah strategi yang memungkinkan, sekumpulan tindakan yang dia dapat pilih untuk mengikuti.
3. Strategi yang dipilih oleh setiap pemain menentukan hasil (*outcome*) dari permainan.

4. Berhubungan dengan setiap hasil permainan yang mungkin adalah sebuah kumpulan hasil (payoff) *numerical* (angka).

*Game theory* adalah studi tentang bagaimana pemain seharusnya secara rasional memainkan *game*. Setiap pemain menginginkan permainan berakhir dengan hasil yang menguntungkan. Dia memiliki sedikit control terhadap hasil yang dipengaruhi strategi yang dipilihnya. Namun, hasil tidak ditentukan oleh pilihan strateginya saja tetapi juga tergantung kepada pilihan strategi pemain lainnya, dan disinilah konflik dan kerjasama terjadi. Terjadi konflik karena pemain berbeda pada umumnya akan mendapat nilai hasil yang berbeda. Terjadi peluang untuk bekerjasama karena beberapa pemain secara bersama dapat melakukan koordinasi strategi mereka untuk mendapatkan sebuah hasil dengan *payoff* yang lebih baik bagi mereka (Straffin, 1993:1) dalam Situmorang (2015:65)

Teori permainan dapat juga didefinisikan sebagai suatu teknik yang digunakan untuk menganalisis situasi dimana dua atau lebih individu atau lembaga hasil dari suatu tindakan salah satu daru mereka tidak hanya tergantung pada tindakan yang diambil oleh individu atau lembaga lain. Dalam keadaan ini rencana strategi individu yang bersangkutan akan tergantung pada harapan tentang apa yang individu lain lakukan (Charmichael, 2005) dalam Saifuddin, Tastrawati, Sari (2017:173).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Berdasarkan tujuan pada penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Menurut Indrawati (2015:115) penelitian deskriptif dilakukan saat peneliti sudah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur suatu objek atau bidang tetapi belum mengetahui hubungan antar faktor atau variabel tersebut. Didukung oleh Sudaryono (2017:88) penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populaasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur.

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Nanang Martono (2015:215) dalam Sudaryono (2017:98) metode penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala social secara kuantitatif atau menganalisis bagaimana fenomena atau gejala social yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain. Didukung oleh Indrawan dan Yaniawati (2014:51) penelitian kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang berada di Pulau Jawa yang menggunakan jasa transportasi online Gojek dan Grab sebagai responden. Kuisisioner akan dibandingkan dengan dua tahap yaitu kuisisioner pendahuluan dan kuisisioner perbandingan. Kuisisioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui preferensi dan presepsi konsumen tentang tingkat kepentingan dari setiap atribut yang ada.

Untuk mengetahui preferensi dan persepsi konsumen tentang tingkat kepentingan atribut yang ada, dalam kuesioner pendahuluan penulis menggunakan skala *Likert* yang disusun 1 sampai 5. Arti skala *Likert* 1 sampai 5 adalah:

1. Tidak Penting
2. Kurang Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

Untuk mengetahui persaingan dari atribut-atribut yang telah didapatkan dari konsumen maka terdapat kuesioner perbandingan dimana penulis menggunakan skala *likert Summated Rating*, dengan memberikan skor 1 bagi yang menjawab setuju dan skor 0 bagi yang menjawab tidak setuju. Berikutnya menjumlahkan skor, apabila menjawab setuju, maka sebagai skor tertinggi sedangkan apabila menjawab tidak setuju, artinya sebagai skor terendah (Sedarmayanti dan Hidayat, 2011:57).

### Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder dengan penjelasan masing-masing sumber sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:130), adalah mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner secara online dengan menggunakan *google form* yang kemudian diolah.

#### 2. Data sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:130) data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Pada penelitian ini menggunakan sumber sekunder seperti jurnal, buku, artikel, skripsi acuan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data primer. Kuesioner disebar secara online melalui *google form* pada mahasiswa se-pulau Jawa. Kuesioner dianggap valid ketika seluruh pernyataan dijawab oleh responden yang sesuai karakteristik.

**Tabel 2. Tanggapan Responden Pada Pertanyaan Kuesioner Terkait Atribut Jasa Transportasi Online**

No	Pertanyaan mengenai atribut-atribut yang dipentingkan konsumen.	Jumlah Responden					Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
1.	Apakah "status kepemilikan perusahaan" adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	14	20	26	25	15	307	500	61.4%

**Lanjutan Tabel 2. Tanggapan Responden Pada Pertanyaan Kuesioner  
Terkait Atribut Jasa Transportasi Online**

2.	Apakah “model pembayaran” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	2	5	23	41	29	402	500	80.4%
3.	Apakah “tarif” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?			4	65	31	427	500	85.4%
4.	Apakah “keamanan” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?			4	10	86	427	500	85.4%
5.	Apakah “praktis” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?		1	10	36	53	441	500	88.2%
6.	Apakah “promosi” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	1	1	17	44	37	415	500	83%
7.	Apakah “pengemudi yang banyak” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	1	7	36	27	29	475	500	95%
8.	Apakah “non tunai” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	1	12	39	35	13	347	500	69.4%
9.	Apakah “perbedaan harga disetiap situasi” adalah hal penting dalam menggunakan transportasi online?	7	9	20	27	37	378	500	75.6%
Jumlah									733.81%

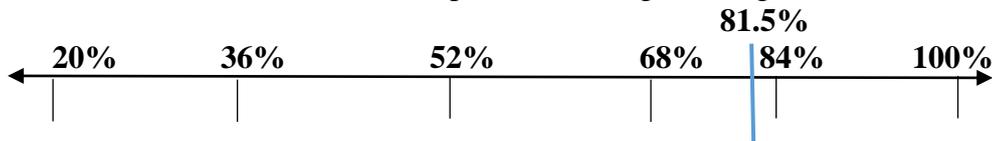
Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan hasil responden terkait atribut-atribut yang dipentingkan konsumen dalam penggunaan jasa transportasi online Gojek dan Grab diperoleh perhitungan jumlah skor kriterium (bila setiap butir mendapatkan skor tertinggi) sebagai berikut:

$$\frac{733.81\%}{9} = 81.5\%$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas didapatkan dari (Jumlah presentase pada seluruh pertanyaan : jumlah pertanyaan pada kuesioner).

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



**Tidak Penting Kurang penting Cukup penting Penting Sangat penting**

Nilai 81.5% termasuk dalam kategori interval “penting. Sehingga untuk perhitungan atribut pada kuesioner diatas dari 81.5% adalah atribut -atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam pemilihan jasa transportasi online Gojek dan Grab.

**Tabel 3. Atribut – Atribut Yang Dipentingkan Konsumen Berdasarkan Perhitungan Skala Likert**

No	Atribut	Skor
1.	Tarif	85.4%
2.	Keamanan	95.4%
3.	Praktis	88.2%
4.	Promosi	83%
5.	Pengemudi yang banyak	95%

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

**Perhitungan Dengan Menggunakan Metode Teori Permainan (*Games Theory*)**

Dalam penelitian ini pengisian kuesioner dilakukan dengan membandingkan tiap-tiap atribut yang ada. variabel yang digunakan oleh setiap pemain adalah sama, yaitu: X adalah variabel untuk Go-Ride dan Y adalah untuk Grab Bike, atribut-atribut pada permainan akan digunakan sebagai variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. Variabel yang Dipakai Pada Atribut-Atribut Permainan**

Atribut pada permainan	Variabel yang dipakai	
	Go-Ride	Grab Bike
Tarif	X <sub>1</sub>	Y <sub>1</sub>
Keamanan	X <sub>2</sub>	Y <sub>2</sub>
Praktis	X <sub>3</sub>	Y <sub>3</sub>
Promosi	X <sub>4</sub>	Y <sub>4</sub>
Pengemudi yang banyak	X <sub>5</sub>	Y <sub>5</sub>

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Dengan atribut-atribut pada permainan sehingga mendasari terbentuknya nilai persaingan antar transportasi online yang dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 5. Matriks *Pay off* Go-Ride dan Grab Bike**

Grab Bike Go-Ride	Tarif	Keamanan	Praktis	Promosi	Pengemudi yang banyak
Tarif	(46,54)	(45,55)	(44,56)	(25,75)	(50,50)
Keamanan	(59,41)	(53,47)	(60,40)	(41,59)	(63,37)
Praktis	(49,51)	(54,46)	(53,47)	(37,63)	(57,43)

**Lanjutan Tabel 5. Matriks Pay off Go-Ride dan Grab Bike**

Grab Bike Go-Ride	Tarif	Keamanan	Praktis	Promosi	Pengemudi yang banyak
Promosi	(71,29)	(62,38)	(70,30)	(53,47)	(62,38)
Pengemudi yang banyak	(53,47)	(52,48)	(52,48)	(33,67)	(54,46)

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Nilai persaingan yang didapat dibentuk nilai perolehan dimana nilai perolehan adalah jumlah pemain baris dikurangi dengan jumlah perolehan kolom. Nilai perolehan permainan Go-Ride dan Grab Bike adalah jumlah perolehan Go-Ride dikurangi dengan jumlah perolehan Grab Bike pada tabel berikut:

**Tabel 6. Matriks Nilai Perolehan Go-Ride dan Grab Bike**

PI \ PII	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>
X <sub>1</sub>	-8	-10	-12	-50	0
X <sub>2</sub>	18	6	20	-18	26
X <sub>3</sub>	-2	8	6	-26	14
X <sub>4</sub>	42	24	40	6	24
X <sub>5</sub>	6	4	4	-34	8

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Dengan nilai perolehan dimulai dicoba langkah pertama dengan menggunakan strategi murni. Bagi pemain baris akan menggunakan aturan maximin dan pemain kolom akan menggunakan aturan minimax.

**Tabel 7. Hasil Nilai Teori Permainan Strategi Murni**

PI \ PII	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	Maximin
X <sub>1</sub>	-8	-10	-12	-50	0	-50
X <sub>2</sub>	18	6	20	-18	26	-18
X <sub>3</sub>	-2	8	6	-26	14	-26
X <sub>4</sub>	42	24	40	6	24	6 (maksimin)
X <sub>5</sub>	6	4	4	-34	8	-34
Minimax	42	24	40	6 (minimaks)	26	

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Dari matriks permainan transportasi online Go-Ride dan Grab Bike pada tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai maksimin sama dengan nilai minimaks yang artinya titik pelana atau *saddle point* dicapai pada nilai 6 dan merupakan strategi optimum, maka permainan dapat diselesaikan dengan menggunakan strategi murni. Dimana nilai minimaksnya adalah 6 dan nilai maksimin adalah 6.

**Tabel 8. Matriks Dominasi Go-Ride**

<b>PI \ PII</b>	<b>Y<sub>1</sub></b>	<b>Y<sub>2</sub></b>	<b>Y<sub>3</sub></b>	<b>Y<sub>4</sub></b>	<b>Y<sub>5</sub></b>
<b>X<sub>1</sub></b>	-8	-10	-12	-50	0
<b>X<sub>2</sub></b>	18	6	20	-18	26
<b>X<sub>3</sub></b>	-2	8	6	-26	14
<b>X<sub>4</sub></b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
<b>X<sub>5</sub></b>	6	4	4	-34	8

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai strategi X4 merupakan nilai dominasi dibandingkan dengan nilai strategi lainnya, yaitu strategi X1, X2, X3, X5, oleh karena itu secara matematik tidak ada keinginan untuk Go-Ride untuk mengganti strategi yang lainnya.

**Tabel 9. Matriks Dominasi Grab Bike**

<b>PI \ PII</b>	<b>Y<sub>1</sub></b>	<b>Y<sub>2</sub></b>	<b>Y<sub>3</sub></b>	<b>Y<sub>4</sub></b>	<b>Y<sub>5</sub></b>
<b>X<sub>1</sub></b>	8	10	12	<b>50</b>	0
<b>X<sub>2</sub></b>	-18	-6	-20	<b>18</b>	-26
<b>X<sub>3</sub></b>	2	-8	-6	<b>26</b>	-14
<b>X<sub>4</sub></b>	-42	-24	-40	<b>-6</b>	-24
<b>X<sub>5</sub></b>	-6	-4	-4	<b>34</b>	-8

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai strategi Y4 merupakan nilai dominasi jika dibandingkan dengan nilai strategi lainnya, yaitu strategi X1, X2, X3, X5, oleh karena itu secara matematik tidak mungkin ada keinginan untuk Grab Bike untuk mengganti strategi lainnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada hasil perhitungan kuesioner yang disebarkan sebanyak 100 responden kepada mahasiswa di Pulau Jawa, memperoleh hasil sebesar 53% mahasiswa menggunakan Go-Ride pada Gojek, sedangkan sebesar 47% mahasiswa menggunakan Grab Bike pada Grab.
2. Berdasarkan pada atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen yaitu, tarif, keamanan, praktis, promosi, pengemudi/armada yang banyak, yang telah dianalisis dengan menggunakan teori permainan/*game theory*, strategi kompetisi yang optimal bagi masing-masing jasa transportasi online Go-Ride dan Grab Bike adalah strategi promosi. Dengan mengencarkan strategi promosi yang optimal berdasarkan pada persepsi konsumen merupakan langkah yang tepat untuk meningkatkan pemasaran pada masing-masing jasa transportasi online.

3. Berdasarkan pada nilai maksimin sama dengan nilai minimaks pada strategi murni besar permainan pada persaingan antara Go-Ride dan Grab Bike pada titik pelana atau *saddle point* dicapai pada nilai 6 dimana nilai 6 merupakan *nash equilibrium*.

### Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya perlu dilakukan dengan atribut-atribut yang lebih mendalam.
2. Dikarenakan penelitian ini hanya berdasarkan pada persepsi konsumen yang menggunakan jasa transportasi online Gojek dan Grab maka mungkin tidak merepresentasikan secara keseluruhan, oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya perlu adanya informasi lain selain berdasarkan persepsi pengguna.

### DAFTAR PUSTAKA

- Dzakzyf. 2016. *PT Gojek: Visi Misi, Struktur Organisasi, dan SOP*. [online]. <https://gelegakzaki.wordpress.com/2016/10/17/pt-go-jek-visi-misi-struktur-organisasi-dan-sop/> [14 September].
- Faulkner D, Bowman C. 1997. *Strategi Kompetitif*. Prapti ES. Yogyakarta: ANDI.
- Indrawan, Rully dan Yuniawati, R Poppy. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Mahardy, Denny. 2016. *Usung Nama Baru Grab Punya Misi Baru*. [online]. <https://www.techno.id/startup/usung-nama-baru-grab-punya-misi-penting-1602033.html>. [3 Februari 2016].
- Murgoitio, J Durban, R Perez, J.M., Garcia, A., Morena, J.A. and Lattarulo, R.A. (2016). *Spanish Initiative for the Automation in Urban Transport: AutoMost*, Journal of Transportation Technologies, 7, 1-10.
- P, William. 2016. *Applied Game Theory to Improve Strategic and Tactical Military Decisions; journal of Defense Management*
- Porter, Michael, E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategi)*, Tangerang: Karisma Publisng Group.
- Saifuddin, Ahmad, Tastrawati, N.K.T, Sari, Kartika. 2018. *Penerapan Konsep Teori Permainan (Game Theory) dalam Pemilihan Strategi Kampanye Politik*
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang R. James. 2015. *Penggunaan Game Theory dalam Ilmu Sosial*. Bandung. Diterbitkan.
- Strategi Pemenangan Pemilukada DKI Jakarta Tahun 20017; Jurnal Matematika
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.