

## **Penerapan Teori Permainan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Optimum Pada Produk Kecantikan**

Debora Exaudi Sirait  
Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar  
Email : [dexasi84@gmail.com](mailto:dexasi84@gmail.com)

---

### **Abstrak**

Akibat dampak Covid-19 banyak penduduk Indonesia yang terkena dampak PHK, sehingga mengambil ahli untuk mengikuti MLM produk Oriflame dan Jafra dimana produk kecantikan hal yang paling laris dimasa ini. Teori permainan (*Game Theory*) merupakan teori yang menggunakan pendekatan matematis dalam merumuskan situasi persaingan dan konflik antara berbagai kepentingan. Teori ini dikembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan yaitu strategi optimum dari situasi-situasi persaingan yang berbeda-beda dan melibatkan dua atau lebih kepentingan. Adapun batasan masalahnya dipilih menjadi 5 batasan masalah, yaitu: Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Pelayanan. Dari hasil uji reliabilitas kuisioner pendahuluan dengan menggunakan software SPSS 19.0 didapatkan nilai  $\alpha = 0.820$ . Dengan strategi murni diperoleh titik pelana (saddle point) karena nilai maksimin sama dengan nilai minimaks sehingga strategi murni merupakan strategi optimalnya. Oleh karena itu, dengan strategi murni telah didapatkan strategi optimal dari pemain Jafra dan Oriflame. Dimana strategi optimal sebesar 10 pada  $(X_1, Y_2)$ , Jafra menggunakan strategi produk dan Oriflame menggunakan strategi Harga.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Nilai Optimum , Teori Permainan

### **Abstract**

*Due to the impact of Covid-19, many Indonesians have been affected by layoffs, so they take experts to join the MLM for Oriflame and Jafra products, where beauty products are the most in demand at this time. Game theory (Game Theory) is a theory that uses a mathematical approach in formulating situations of competition and conflict between various interests. This theory was developed to analyze the decision-making process, namely the optimum strategy from different competitive situations and involving two or more interests. The problem boundaries were selected into 5 problem boundaries, namely: Product, Price, Location, Promotion, Service. From the results of the preliminary questionnaire reliability test using SPSS 19.0 software obtained the value of  $\alpha = 0.820$ . With a pure strategy, a saddle point is obtained because the maximum value is the same as the minimum value, so that the pure strategy is the optimal strategy. Therefore, with a pure strategy, the optimal strategy has been obtained from Jafra and Oriflame players. Where the optimal strategy is 10 in  $(X_1, Y_2)$ , Jafra uses the product strategy and Oriflame uses the Price strategy.*

Keywords : Marketing Strategy , Optimum Value , Game Theory

---

## **Pendahuluan**

Penyakit Coronavirus 2019 (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernafasan akut parah coronavirus2 (SARS-CoV-2). Ini pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, Hubei, Cina, dan telah mengakibatkan pandemi yang sedang berlangsung. Per 12 September 2020, lebih dari 28,5 juta kasus telah dilaporkan di 188 negara dan wilayah dengan lebih

dari 916.000 kematian lebih dari 19.2 juta orang telah pulih. Gejala umum termasuk demam, batuk, kelelahan, sesak napas atau kesulitan bernapas, dan hilangnya penciuman dan rasa. Sementara kebanyakan orang memiliki gejala ringan, beberapa orang mengembangkan sindrom gangguan pernapasan akut (ARDS) yang mungkin dipicu oleh badai sitokin, kegagalan multiorgan, syok septik dan pembekuan darah. Masa inkubasi dapat berkisar dari dua hingga empat belas hari. Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Akibat dampak Covid-19 banyak penduduk Indonesia yang terkena dampak PHK, sehingga mengambil ahli untuk mengikuti MLM produk Oriflame dan Jafra dimana produk kecantikan hal yang paling laris dimasa ini. Teori permainan (*Game Theory*) merupakan teori yang menggunakan pendekatan matematis dalam merumuskan situasi persaingan dan konflik antara berbagai kepentingan. Teori ini dikembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan yaitu strategi optimum dari situasi-situasi persaingan yang berbeda-beda dan melibatkan dua atau lebih kepentingan.

Adapun batasan masalahnya dipilih menjadi 5 batasan masalah, yaitu : Produk , Harga, Lokasi , Promosi, Pelayanan

## **Tinjauan Pustaka**

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan, dalam dunia persaingan yang sedemikian ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan dan berkembang. Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut akan menyebabkan masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawar, dan menukar produk yang memiliki nilai komoditas yang diinginkan.

## **Game Theory**

Game theory adalah sebuah alat analitis yang dirancang untuk membantu kita memahami fenomena yang kita amati ketika pengambil keputusan berinteraksi. (A. Rubinstein, 1994). Teori permainan meningkatkan pengambilan keputusan strategis dengan memberikan wawasan berharga ke dalam interaksi berbagai pihak yang memiliki kepentingan pribadi dan karenanya game theory semakin banyak digunakan dalam bisnis dan ekonomi. (Erhun, 2003) . Tujuan dari game theory menurut Shubik (1972) adalah untuk: “Menyajikan bahasa formal untuk menggambarkan proses pengambilan keputusan dengan sadar dan berorientasi pada tujuan yang melibatkan satu atau lebih pemain.”

## **Oriflame**

Oriflame didirikan pertama kali di Swedia pada tahun 1967 oleh kakak beradik Robert af Johnnick dan Jonas Af Johnnick, ketika mereka berusia kurang lebih 30 tahun. Oriflame saat ini terdaftar di bursa saham Stockholm dan salah satu pendiri World Childhood Foundation. Oriflame adalah perusahaan Swedia yang menawarkan produk kosmetik dan perawatan kulit alami berkualitas tinggi melalui jaringan penjualan mandiri (*independent sales force*) dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*), yang berbeda dengan sistem retail pada umumnya. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk memperoleh nasehat dan inspirasi dari orang yang mereka kenal dan mereka percayai. Sebagai perusahaan penjualan langsung kosmetik dengan perkembangan tercepat di dunia, Oriflame memiliki kantor penjualan di lebih dari 60 negara dan merupakan pemimpin pasar di lebih dari 30 negara. Jaringan penjualan yang terdiri dari lebih 3,3 juta konsultan mandiri yang memasarkan rangkaian lengkap perawatan kulit, wewangian dan kosmetik berkualitas tinggi.

## **Jafra**

Jafra yang menjadi objek penelitian ini adalah salah satu perusahaan kosmetik terbaik didunia, Jafra sangat menghargai semangat unik dalam diri setiap wanita. Jafra menghargai hal-hal kecil, hal indah yang membuat diri anda sempurna dan menjadi individu yang cantik. Jafra juga menghargai siapa diri anda, semua yang telah anda lakukan, dan semua kemampuan anda. Itu sebabnya Jafra mencitakan produk kecantikan dan peluang bisnis yang dapat memenuhi semua kebutuhan anda. Jafra lahir pada bulan Agustus 1956 di Malibu, Californi, sebuah lingkungan tepi laut yang indah disepanjang pantai Pasifik. Sejak saat itu Jafra mulai mengubah lingkungan penjualan produk kecantikan. Pasangan suami istri, Jan dan Frank Day, mempelajari rahasia kecantikan Mesir kuno. Hasil temuan mereka menjadi inspirasi terciptanya produk perawatan kulit yang unit *Royal Jelly*. Dengan produk unit yang mereka ciptakan Jan dan Frank memutuskan untuk mulai mendirikan sebuah perusahaan kosmetik. Hingga kini tercipta serangkaian produk *Royal Jelly Ritual* yang menjadi fokus keunikan pemasaran Jafra.

## Metode

### Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dari brosur-brosur dan internet terdapat beberapa atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih produk kecantikan Jafra dan Oriflame yaitu :

**Tabel 1 Atribut yang dipentingkan oleh konsumen**

No	Atribut	Penjelasan
1	Produk	Kombinasi barang yang ditawarkan perusahaan kecantikan kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan pelanggan
2	Harga	Berupa nilai tukar produk yang sebanding dengan kualitas produk kecantikan dalam pembayaran produk
3	Lokasi	Berupa wadah yang strategis dalam menyalurkan produk-produk perusahaan kecantikan dalam penyediaan produk
4	Promosi	Informasi mengenai produk kecantikan kepada konsumen berupa brosur dan lainnya.
5	Pelayanan	Meliputi sistem dan prosedur termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh perusahaan terhadap produk perusahaan kecantikan

### Uji Validitas Data

Uji validitas data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 17. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka pertanyaan/indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali Imam, 2001). Dalam penelitian ini uji validitas data kuisisioner pendahuluan dengan  $n = 40$ , derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2 = 38$ , tingkat signifikan = 10% dan  $r_{tabel} = 0,2638$ . Uji validitas dilakukan pada semua atribut-atribut atau strategi-strategi yang sudah ditentukan yaitu harga produk, harga, lokasi, promosi dan pelayanan .

**Tabel 2 . Data Uji Validitas**

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Produk	0.671	0,2638	Valid
2	Harga	0.604	0,2638	Valid
3	Lokasi	0.619	0,2638	Valid
4	Promosi	0.749	0,2638	Valid
5	Pelayanan	0.717	0,2638	Valid

### Uji Reliabilitas Data

Dari hasil uji reliabilitas kuisioner pendahuluan dengan menggunakan software SPSS 19.0 didapatkan nilai  $\alpha = 0.820$ . Dalam hal ini setiap item atau strategi-strategi yaitu produk, harga, lokasi, pelayanan dinyatakan reliabel karena diperoleh nilai  $\alpha = 0.820 > 0.60$ .

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Data Kuisioner Pendahuluan**

No	Atribut	$\alpha$	Keterangan
1	Produk	0.808	Reliabel
2	Harga	0.787	Reliabel
3	Lokasi	0.787	Reliabel
4	Promosi	0.797	Reliabel
5	Pelayanan	0.795	Reliabel

### Pengolahan Data Teori Permainan

Langkah awal dalam pengolahan data dengan teori permainan adalah membentuk matriks pembayaran. Dalam penelitian ini jenis permainan yang digunakan adalah permainan dua pemain berjumlah nol. Untuk mendapatkan solusi optimal pada jenis permainan ini terdapat dua macam strategi yang dapat digunakan, yaitu strategi murni dan strategi campuran. Dalam penelitian ini telah menyebarkan kuisioner perbandingan kepada 40 responden dengan membandingkan produk kecantikan Jafra dan Oriflame. Variabel yang digunakan oleh setiap pemain adalah X dan Y di mana X adalah variabel untuk Jafra dan Y adalah variabel untuk Oriflame, yaitu: (1)  $X_1, Y_1 = \text{Produk}$  ; (2)  $X_2, Y_2 = \text{Harga}$ , (3)  $X_3, Y_3 = \text{Lokasi}$ , (4)  $X_4, Y_4 = \text{Promosi}$  , (5)  $X_5, Y_5 = \text{Pelayanan}$

**Tabel 4. Pola Permainan Japra Vs Orilame**

P2  P1		ORIFLAME				
		Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>
J A F R A	X <sub>1</sub>	27 13	25 15	33 7	29 11	26 14
	X <sub>2</sub>	20 20	13 27	26 14	25 15	22 18
	X <sub>3</sub>	22 18	17 23	23 17	28 12	20 20
	X <sub>4</sub>	16 24	24 16	25 15	18 22	30 10
	X <sub>5</sub>	11 29	7 33	32 8	27 13	28 12

Selanjutnya dari nilai pembayaran permainan di atas, akan dicari nilai maksimin dari pemain baris (Jafra) dan minimaks dari pemain kolom (Oriflame) yang merujuk pada rumus kriteria maksimin dan rumus kriteria minimaks ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 5 Nilai Maksimin dan Minimaks Permainan Jafra dan Oriflame**

P2		ORIFLAME					Minimaks
		Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	
J A F R A	X <sub>1</sub>	14	<b>10</b>	25	18	12	<b>10</b>
	X <sub>2</sub>	0	-14	12	10	4	-14
	X <sub>3</sub>	4	-6	6	16	0	-6
	X <sub>4</sub>	-8	8	10	-4	20	-8
	X <sub>5</sub>	-8	-26	24	14	16	-26
<b>Maksimun</b>		14	<b>10</b>	25	18	20	

Untuk pemain baris, pilih nilai yang paling kecil untuk setiap baris (baris pertama nilai terkecilnya 10, baris kedua nilai terkecilnya -14, baris ketiga nilai terkecilnya -6, baris keempat nilai terkecilnya -8,

baris kelima nilai terkecilnya -26. Selanjutnya pilih nilai yang paling baik atau besar dari baris tersebut, yakni nilai 10.

Untuk pemain kolom, pilih nilai yang paling besar untuk setiap kolom (kolom pertama nilai terbesarnya 14, kolom kedua nilai terbesarnya 10, kolom ketiga nilai terbesarnya 25, kolom keempat nilai terbesarnya 18, kolom kelima nilai terbesarnya 20. Selanjutnya pilih nilai yang paling baik atau kecil dari kolom tersebut, yakni nilai 10 (rugi yang paling kecil).

### **Kesimpulan**

Dari tabel di atas terlihat bahwa pilihan pemain baris Jafra dan pemain kolom Oriflame adalah sama, karena nilai maksimin sama dengan nilai minimaks maka diperoleh nilai permainan sebesar 10, dengan demikian maka permainan ini dapat dikatakan sudah optimal karena sudah ditemukan nilai permainan (*saddle point*) yang sama sehingga tidak perlu melakukan strategi campuran. Oleh karena itu, dengan strategi murni telah didapatkan strategi optimal dari pemain Jafra dan Oriflame. Dimana strategi optimal adalah  $(X_1, Y_2)$ , Jafra menggunakan strategi produk dan Oriflame menggunakan strategi harga. Untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan dengan atribut-atribut yang lebih mendalam agar dapat memahami persaingan suatu produk dengan baik dan dilakukan secara berkala, karena perubahan strategi bersaing seiring waktu dan penilaian konsumen.

### **Daftar Pustaka**

- Ghozali, Imam. 2001. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan , Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media
- Kountur, Ronny. 2008. *Menguasai Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Mitra Kerjaya Indonesia, Jilid Ke-1, Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy.J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Singgih. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2013. *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Siagian, P. 2006. *Penelitian Operasional: Teori dan Praktek*. Jakarta. Universitas Indonesia (UI-Press).