

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas tentang kesimpulan dari hasil skripsi dan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### 6.1 Kesimpulan

Dari pengujian yang telah dilakukan di Bab 5, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, antara lain sebagai berikut.

1. Terdapat 10 kriteria yang digunakan menilai *competitive advantage*, yaitu :
  - Efisiensi pencarian
  - Praktis saat membayar
  - Kemudahan pemakaian aplikasi
  - Keamanan transaksi
  - Layanan *customer service*
  - *User experience*
  - Kelengkapan produk
  - Promo yang ditawarkan
2. Fuzzy TOPSIS merupakan teknik MCDM yang digunakan untuk menyelesaikan pengambilan keputusan yang memiliki berbagai macam kriteria dengan bobot tertentu, dengan nilai yang dipakai untuk bobot berbentuk bilangan fuzzy segitiga.
3. Toko *online* dengan faktor *competitive advantage* yang telah dianalisis dapat dinilai dengan Fuzzy TOPSIS. Dengan diketahui bobot setiap faktor dan juga nilai yang dimiliki oleh setiap toko *online*, metode Fuzzy TOPSIS dapat dijalankan untuk menilai peringkat toko *online*.
4. Perangkat lunak yang dibangun akan menerima masukan berupa data penilaian *competitive advantage* yang dimiliki oleh setiap toko *online* dan akan melakukan metode Fuzzy TOPSIS untuk mengeluarkan keluaran berupa peringkat toko *online*.
5. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Fuzzy TOPSIS, urutan toko *online* yang dinilai dari yang tertinggi sampai terendah adalah :
  - Tokopedia
  - Shopee
  - Bukalapak
  - Lazada
  - Blibli

- Zalora
  - Ali Express
  - OLX Indonesia
  - Matahari Mall
  - Elevenia
6. Tokopedia merupakan toko *online* dengan urutan pertama untuk nilai tertinggi dari setiap kriteria yang dimilikinya, oleh karena itu Tokopedia memiliki nilai *closeness coefficient* tertinggi.
  7. Seluruh kriteria merupakan *benefit criteria* karena berkorelasi positif terhadap *closeness coefficient*.
  8. Untuk setiap kriteria mulai dari efisiensi pencarian sampai dengan promo yang ditawarkan, dapat dilihat semuanya berbanding lurus terhadap *closeness coefficient*.

## 6.2 Saran

Berikut adalah saran yang bisa diberikan untuk skripsi ini.

1. Faktor *competitive advantage* yang dijadikan kriteria untuk penilaian bisa ditambah, karena makin berkembangnya toko *online* menyebabkan semakin banyak juga *competitive advantage* yang bertambah.
2. Karena seluruh faktor kriteria disini berkorelasi positif terhadap *closeness coefficient*, maka perlu adanya faktor kriteria yang bersifat *cost benefit*. Skripsi ini dapat dilanjutkan dengan melakukan analisis tentang faktor apa saja yang menjadi *cost benefit*.
3. Untuk mendapatkan nilai seluruh kriteria toko *online* yang lebih akurat, penilai seharusnya mencoba seluruh toko *online* yang akan dinilai.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Porter, M. E. (1985) *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York.
- [2] Zimmermann, H.-J. (1996) *Fuzzy Set Theory and Its Applications (3rd Ed.)*. Kluwer Academic Publishers, Norwell, MA, USA.
- [3] Bojadziev, G. dan Bojadziev, M. (2007) *Fuzzy Logic for Business, Finance, and Management*, 2nd edition. World Scientific Publishing Co., Inc., River Edge, NJ, USA.
- [4] Hwang, C. L. dan Yoon, K. (1985) *Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications*. Springer-Verlag, Berlin.
- [5] Chen, C.-T. (2000) Extensions of the topsis for group decision-making under fuzzy environment. *Fuzzy Sets and Systems*, **114**, 1–9.
- [6] Sun, C. C. dan T. R. Lin, G. (2009) Using fuzzy topsis method for evaluating the competitive advantages of shopping websites. *Expert Systems with Applications*, **36**, 11764–11771.