

## ABSTRAK

Akhir-akhir ini semakin banyak toko buku rohani yang bermunculan terutama di kota Surabaya untuk memenuhi kebutuhan rohani umat Kristiani yang semakin berkembang. Oleh karena itu, setiap toko buku rohani perlu untuk memperhatikan keadaan perusahaannya ditinjau dari faktor-faktor yang menjadi *competitive criteria* toko buku rohani. *Competitive criteria* akan menunjukkan kriteria-kriteria penting dan perlu dipenuhi oleh setiap toko buku rohani dalam menjalankan usahanya agar dapat menjadi toko buku rohani yang berkualitas, dan dapat bertahan dalam persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan *competitive criteria* dari toko buku rohani beserta bobot dari masing-masing kriteria yang ditemukan, dan juga usulan untuk perbaikan perusahaan. Toko buku rohani yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah toko buku rohani Metanoia, Betlehem, dan toko buku Maranatha yang berada di lokasi Surabaya. Metode yang dipakai dalam menemukan hasil dari tujuan penelitian tersebut adalah dengan menerapkan metode *Analytic Network process* (ANP).

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi masing-masing *value chain* toko buku rohani sebagai dasar acuan untuk menemukan kriteria-kriteria penting dalam suatu toko buku rohani. Setelah itu, akan disebarakan kuesioner kepada responden yang pernah berkunjung ke toko buku tersebut lalu diuji validitas dan reliabilitasnya. Dari data *value chain*, kuesioner maupun data-data dari perusahaan, disusunlah model untuk mempermudah penyelesaian masalah dan mencapai tujuan penelitian. Kuesioner pembobotan untuk perbandingan berpasangan disebarakan kepada pihak-pihak yang bersangkutan, seperti pihak toko, konsumen, dan para pakar yang menguasai bidang ilmu kriteria-kriteria. Setelah itu, nilai-nilai pembobotan dari masing-masing pihak akan disatukan dengan cara menyatukan nilai *geometric mean*-nya. Untuk mengolah hasil kuesioner tersebut, digunakan *Software Super Decision* versi 1.6 yang akan mengolah nilai hasil akhir *geometric mean* dan didapatkan bobot dari masing-masing aktivitas pendukung, utama, beserta kriteria-kriterianya.

Dari hasil pengolahan tersebut, diketahui urutan tingkat kepentingan kriteria-kriteria, yaitu kriteria pelayanan karyawan (0.023311), luas pangsa pasar (0.023047), harga persaingan (0.021824), kejelasan informasi (0.015837), fasilitas yang tersedia (0.014902), pengadaan stok (0.006761), kualitas produk (0.006408), hubungan dengan *supplier* (0.00632), kelengkapan produk (0.006196), kecepatan dan ketepatan pengiriman pesanan dan transportasi (0.005256), kecepatan dan ketepatan pengolahan pesanan (0.004576), dan kriteria penyesuaian barang (0.004452). Hasil yang didapatkan dari pengolahan bobot tersebut adalah toko buku Maranatha menempati posisi teratas dengan bobot priorities tertinggi, kemudian Metanoia, dan Betlehem.

Toko buku Maranatha memiliki keunggulan dalam kriteria fasilitas yang tersedia, luas pangsa pasar, harga persaingan, pengadaan stok, kualitas produk, hubungan dengan *supplier*, kelengkapan produk, kecepatan dan ketepatan pengolahan pesanan, dan kecepatan dan ketepatan pengiriman pesanan dan transportasi. Sedangkan keunggulan toko buku Metanoia dibandingkan dengan yang lain adalah pada kriteria pelayanan karyawan, kejelasan informasi, dan penyesuaian barang. Toko buku Betlehem memiliki keunggulan dari Metanoia dalam hal harga persaingan.

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing kriteria dalam perubahan ranking secara keseluruhan, maka dilakukan juga analisis sensitivitas dari kriteria-kriteria yang ada. Kriteria-kriteria yang memiliki bobot besar ternyata memiliki sensitivitas yang tinggi sehingga jika bobot kriteria bergeser dengan cepat, maka dapat mengubah urutan secara keseluruhan.

Dari keseluruhan hasil pengolahan data dan analisis hasil yang telah dilakukan, diusulkan juga saran perancangan perbaikan untuk masing-masing toko, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaannya dalam persaingan.