



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing Titik Sendja
Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Syerley Novany

2016320081

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing Titik Sendja

Bandung

Skripsi

Oleh

Syerley Novany

2016320081

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Syerley Novany
Nomor Pokok : 2016320081
Judul : Analisis Strategi Bersaing Titik Sendja Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 24 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

Sekretaris

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 
_____ 29 Juli 2020

Anggota

Sanerya Hendrawan, Drs., MA., Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syerley Novany

NPM : 2016320081

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Titik Sendja Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Juli 2020



Syerley Novany

ABSTRAK

Nama : Syerley Novany
NPM : 2016320081
Judul : Analisis Strategi Bersaing Titik Sendja Bandung

Perkembangan *Coffee Shop* di kota-kota besar di Indonesia membuat persaingan di dalamnya semakin ketat. Karena itu, setiap pengusaha *Coffee Shop* dituntut untuk selalu berinovasi guna memenangkan persaingan yang ada. Salah satu *Coffee Shop* yang berusaha untuk bertahan dalam persaingan tersebut adalah Titik Sendja yang berada di Jl. Pasundan No. 39, Kota Bandung. Titik Sendja merupakan *Coffee Shop* yang memiliki tujuan untuk menyediakan kopi yang terjangkau dengan kualitas baik untuk kalangan mahasiswa, pelajar dan pekerja kantor. Lokasi Titik Sendja berada di dekat rumah kost, sekolah, universitas dan perkantoran. Strategi bersaing yang selama ini dilakukan adalah strategi fokus. Namun dalam menjalankan bisnisnya, Titik Sendja masih memiliki beberapa kekurangan. Hal tersebut terlihat dari rendahnya minat calon konsumen untuk datang ke Titik Sendja. Maka dari itu, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang kurang dilakukan oleh Titik Sendja.

Penelitian ini menggunakan jenis analisis deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terstruktur, observasi, dan survey. Data dianalisis menggunakan analisis internal berupa kekuatan serta kelemahan dari 4 fungsi bisnis dan analisis eksternal berupa peluang serta ancaman menggunakan *Porter's Five Forces*. Selanjutnya hasil analisis internal dan eksternal tersebut, diolah menggunakan matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, Titik Sendja telah menggunakan strategi fokus untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Merujuk pada hasil analisis menggunakan matriks SWOT, perusahaan disarankan untuk menyempurnakan strategi fokus yang telah dilakukan sehingga perusahaan dapat bersaing di industri *Coffee Shop* Kota Bandung. Usulan strategi yang disarankan untuk dilakukan oleh Titik Sendja adalah melaksanakan strategi integrasi horizontal dengan cara menjalin kerjasama dengan café ternama dengan reputasi baik untuk menggunakan sistem manajemennya.

Kata kunci: *Coffee Shop*, Strategi Bersaing, Analisis Internal, Analisis Eksternal, Matriks SWOT

ABSTRACT

Nama : Syerley Novany
NPM : 2016320081
Judul : *Analysis of Competitive Strategy Titik Sendja Bandung*

The development of Coffee Shop within big cities in Indonesia has made the competition in it even tighter. Hence, each entrepreneur is required to always innovate to win the competition. One of the coffee shops that strives to survive in the competition is Titik Sendja that located on Jl. Pasundan No. 39, Bandung. Titik Sendja is a Coffee Shop that aims to provide affordable coffee with the best quality for students and office workers. The location of Titik Sendja itself is quite strategic because it's near boarding houses, schools, universities, and offices. The competitive strategy that has been carried out by Titik Sendja is to use a focus strategy. But in running its business, Titik Sendja still has some shortcomings. That can be seen from the low interest of potential customers to come. Therefore, this research aims to analyze the strategies that Titik Sendja lacked.

This research is descriptive-analytical research with case study method. Data collection is done through structured interviews, observation, and survey methods. Data were analyzed using internal analysis (strengths and weaknesses) of 4 business functions. The external analysis (opportunities and threats) uses Porter's Five Forces. Furthermore, the results of the internal and external analysis are processed using the SWOT matrix.

Based on the results of the research, Titik Sendja has used a focus strategy to be able to create a competitive advantage. Referring to the results of the analysis using the SWOT matrix, the company advised perfecting the focus strategy that has done so that the company can compete in the Coffee Shop industry in Bandung. The proposed strategy suggested by Titik Sendja is to be able to implement a horizontal integration strategy; by establishing a partnership with a well-known café that has a good reputation for using its management system.

Keyword: *Coffee Shop, Competitive Strategy, Internal Analysis, External Analysis, SWOT Matrix.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang oleh karena kasih dan karunia-Nya dapat memberikan rahmat kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bersaing pada Titik Sendja Bandung dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini, disusun dalam rangka untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, doa, dan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Maka dari itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih banyak ya Tuhan, karena Engkau selalu menyertai dan melindungi setiap langkah yang saya jalani dan memberi kelancaran sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tuaku yang terkasih. Ayah Penulis, Ferry Tanudjaja dan Ibu Penulis, Tjong Siu Lan. Terima kasih untuk segala dukungan moril dan doa yang tak hentinya menyertai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Glenn Ivanov selaku adikku, terima kasih untuk dukungan, semangat, perhatian dan doa yang telah diberikan.

4. Tjong Tjiap Sen selaku paman terkasih, terima kasih untuk segala dukungan, doa, perhatian serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu nya dalam membimbing peneliti dan memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga peneliti dapat mendalami topik yang diteliti.
6. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu memberikan arahan bagi penulis.
7. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku Dosen Wali penulis selama kuliah.
8. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberi wawasan, pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Seluruh staf tata usaha dan staf Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan atas bantuan yang senantiasa diberikan.
10. Bapak Ferry selaku Pemilik dari Titik Sendja, Ka Ricky dan Ka Glen selaku staf dari Titik Sendja yang telah memberi izin peneliti untuk menggunakan Titik Sendja sebagai objek penelitian dan dan Ibu Peiny selaku salah satu pemasok dari Titik Sendja, yang telah memberi ketersediaannya untuk membantu memberikan informasi yang dibutuhkan disetiap proses penelitian ini.

11. Seluruh teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2016 dan FISIP 2016 yang memberi kenangan selama masa perkuliahan.
12. Teman – teman seperjuangan bimbingan yaitu Ricky Kurnia, Jerremy Billian, Jeremy Krisna, Leonardo Kurniawan, Stefano Dwiki, Darren Syamputra. Terima kasih atas bantuan mencari sumber data untuk penelitian serta dukungan yang selalu diberikan agar penelitian dapat diselesaikannya skripsi ini.
13. Ricky Kurnia sebagai kekasih penulis tempat berkeluh kesah, selalu menghibur, membantu, dan memberi semangat kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
14. Jerremy Billian sebagai teman seperjuangan satu bimbingan yang selalu membantu penulis saat mengalami kesusahan, teman bertukar pikiran, dan selalu membantu penulis.
15. Sahabat penulis semasa SMP hingga kuliah yaitu Lorina Florensya, Erlin Tarigan dan Angela Devina. Terima kasih telah menjadi teman yang setia menemani, terima kasih atas doa dan dukungannya sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.
16. Sahabat dekat penulis semasa SMA hingga kuliah yaitu Febbyana Abigail, Angel Christina, Janice Suherman. Terima kasih untuk selalu menghibur penulis dikala penat, memberi semangat untuk selalu berjuang, dan senantiasa memberi doa kepada penulis sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.

17. Sahabat penulis semasa kuliah yaitu Angelica Fiona, Vivian Susanto, Violentisca Hermanto, Nadya Alyssa, Felicia Ebelin, Sesilia Kenny, Verra Tania, Brigitta Natalie, Jesslyn Kalonica, Nadya Purnama, Albert Septhian, Ricky Kurnia, Melvin Jeremia, Michael Sandy Lim, Ignatius Henry, Jerremy Billian, Valerio Fanama dan Darren Syamputra. Terima kasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan, untuk dukungan yang diberikan sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.

18. Untuk diriku sendiri. Terima kasih telah berjuang sampai akhir, telah berusaha yang terbaik dari semester 1 hingga semester 7 walaupun banyak suka dan duka yang dihadapi namun selalu semangat menjalani hari, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini hingga akhir.

Penulis menyadari, bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan serta kelemahan oleh karena keterbatasan ilmu, kemampuan dan sarana. Oleh karena itu, untuk memperbaiki kekurangan tersebut, penulis membutuhkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi pihak-pihak yang terkait.

Bandung, 16 Juli 2020

Penulis,

Syerley Novany

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran	5
BAB II KERANGKA TEORI	7
2.1 Pengertian Strategi.....	7
2.2 Strategi Bersaing	7
2.2.1 Tiga Strategi Bersaing	8
2.3 Manajemen Strategi.....	9
2.3.1 Tahap-tahap Manajemen Strategi	10
2.3.2 Aspek Eksternal <i>Porter's Five Forces</i>	11
2.3.3 Aspek Internal	18
2.4 Analisis dan Matriks SWOT	23
2.4.1 Analisis SWOT	23
2.4.2 Matriks SWOT	25
2.5 Pengertian Strategi Intensif	26
2.6 Pengertian Strategi <i>Contract Management</i>	26
2.7 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30

3.2	Metodologi Penelitian	30
3.3	Protokol Studi.....	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Sumber Data	36
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.7	Model Penelitian.....	38
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....		39
4.1	Sejarah Perusahaan.....	39
4.2	Profil Titik Sendja	40
4.2.1	Logo Perusahaan	41
4.2.2	Tujuan Perusahaan	41
4.2.3	Jam Operasional	41
4.2.4	Lokasi Titik Sendja	41
4.3	Aktivitas Perusahaan	42
4.3.1	Produk dan Harga Titik Sendja	42
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		45
5.1	Strategi yang Dilakukan Saat Ini dan Penerapannya.....	45
5.2	Aspek Eksternal Titik Sendja	48
5.3	Aspek Internal Titik Sendja.....	67
5.4	Analisis SWOT.....	71
5.4.1	Matriks SWOT	79
5.5	Evaluasi Strategi.....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
6.1	Kesimpulan.....	90
6.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan, Restoran, Café dan Bar di Kota Bandung.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Protokol Studi	31
Tabel 4.1 Menu Makanan dan Minuman Titik Sendja	42
Tabel 5.1 <i>Number of suppliers relative to buyers</i>	49
Tabel 5.2 <i>Number of suppliers relative to buyers</i>	50
Tabel 5.3 <i>Dependence of a supplier's sale on a Particular buyer</i>	51
Tabel 5.4 <i>Switching Cost</i>	52
Tabel 5.5 <i>Number of buyers relative to suppliers</i>	55
Tabel 5.6 <i>Dependence of a supplier's sale on a particular buyer</i>	56
Tabel 5.7 <i>Substitute have superior pricing</i>	58
Tabel 5.8 <i>Product Quality</i>	59
Tabel 5.9 <i>Product Availability</i>	60
Tabel 5.10 <i>Barriers to Entry (Capital Investment)</i>	62
Tabel 5.11 <i>Government regulations</i>	63
Tabel 5.12 <i>Access to Distribution Channel</i>	64
Tabel 5.13 <i>Barriers to Exit</i>	65
Tabel 5.14 <i>Multiple equal competitors</i>	66
Tabel 5.15 <i>Number of competitors</i>	66
Tabel 5.16 Analisis SWOT	71
Tabel 5.17 <i>Strength and Weakness</i>	72
Tabel 5.18 <i>Opportunity and Threat</i>	76

Tabel 5.19 Tabel Matriks SWOT	79
Tabel 5.20 Tabel Evaluasi Strategi	86
Tabel 5.21 Tabel Perbandingan Strategi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian	38
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	41

BAB I

PENDAHULUAN

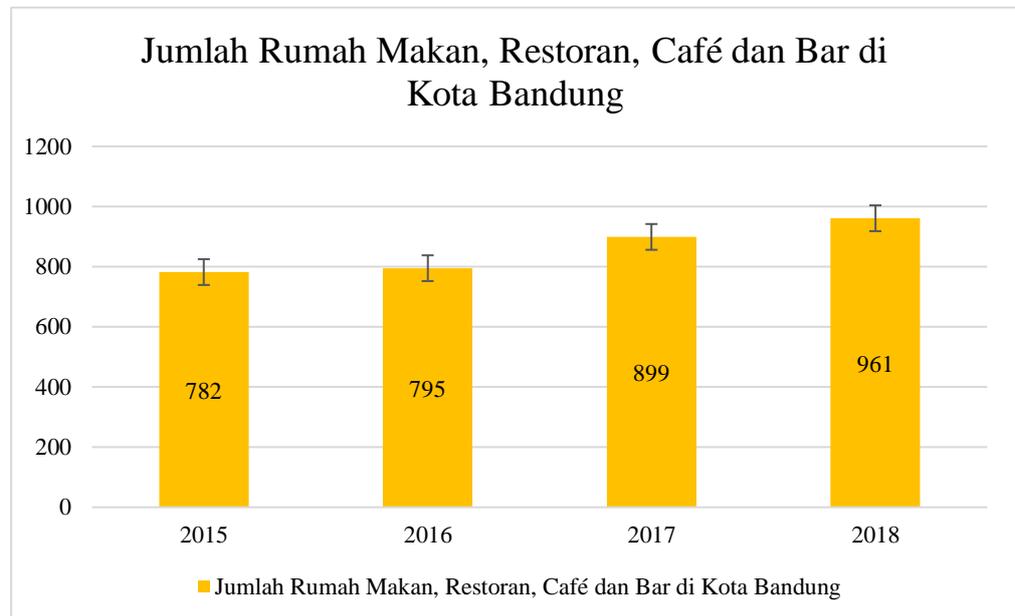
1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia setiap tahun, menyebabkan kebutuhan akan sektor makanan dan minuman mengalami peningkatan pula guna memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari. Kondisi ini secara tidak langsung memengaruhi siklus bisnis di Indonesia yang ditandai dengan muncul banyaknya usaha baru dari sektor makanan dan minuman yang kini sudah menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat. Hal ini didukung dengan data menurut Menteri Perindustrian dalam Pikiran Rakyat, yaitu industri makanan dan minuman di Indonesia mampu menarik nilai investasi sebesar Rp 8,9 triliun dan US\$ 383 hingga triwulan I tahun 2019 (Rihanto, 2019). Dalam dua tahun terakhir pada tahun 2018 menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, sudah mencatat adanya 961 rumah makan, restoran, café dan bar yang tersebar di Kota Bandung. (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2020)

Salah satu industri makanan dan minuman yang sedang mengalami pertumbuhan di kota-kota besar di Indonesia adalah *Coffee Shop*. Didukung dengan gaya hidup masyarakat Indonesia yang menyukai nongkrong sembari menikmati secangkir kopi, mendukung kemunculan *Coffee Shop* yang kini semakin mudah kita temui disekeliling dari berbagai jenis konsep, membuat persaingannya semakin ketat sehingga menuntut untuk selalu

berinovasi guna memenangkan persaingan yang ada dan membuat pelanggan menjadi tertarik.

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan, Restoran, Café dan Bar di Kota Bandung



Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, pertumbuhan rumah makan, café, restoran dan bar yang ada di Kota Bandung cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan cukup ketat karena mendapati banyak kompetitor beragam dari yang sejenis mau pun tidak serta menggambarkan bahwa daya konsumsi masyarakat mengalami peningkatan, sehingga bagi pebisnis yang memiliki modal cukup dapat memasuki industri ini.

Persaingan bisnis menjadi suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari berjalannya sebuah jalur bisnis. Persaingan bisnis dibutuhkan untuk

mengetahui sejauh mana bisnis tersebut dapat bertahan dari sekian banyak ancaman yang berusaha membuat bisnis tersebut goyah ataupun terhenti.

Untuk memahami letak kekuatan bisnis yang dimiliki, terdapat lima faktor yang dapat dijadikan alat ukur untuk persaingan tersebut: hambatan untuk pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti, dan tingkat persaingan dengan kompetitor.

Titik Sendja merupakan sebuah bisnis pada industri makanan dan minuman yang berbentuk *Coffee Shop*, terletak di Kota Bandung yang didirikan pada tahun 2020. Menjadi sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman, membuat Titik Sendja berada di posisi tingginya persaingan. Titik Sendja saat ini belum memiliki strategi bersaing khusus, namun hal yang dapat dilakukan saat ini adalah tetap menjaga kualitas makanan dan minuman sebaik mungkin, salah satunya dengan melakukan *quality control* bahan baku yang baik.

Tujuan dari didirikannya Titik Sendja adalah untuk menyediakan kopi berkualitas agar setiap orang dapat merasakan kopi nikmat yang berasal dari biji kopi pilihan yang dibuat langsung menggunakan mesin *espresso*. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menjaga konsistensi biji kopi yang dipilih berdasarkan kualitas, guna menjaga loyalitas konsumen Titik Sendja. Selain itu Titik Sendja juga konsisten untuk menghadirkan harga menu yang terjangkau sehingga dapat menjangkau lapisan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan bisnis di industri makanan dan minuman yang semakin ketat, membuat Titik Sendja harus memiliki strategi bisnis yang tepat guna memenangkan persaingan bisnis yang ada. Hal ini dikarenakan, dari segi harga Titik Sendja cenderung memiliki kesamaan harga dengan kompetitor, varian menu yang hampir sama, jumlah pesaing yang memiliki konsep serupa mudah ditemui dan pemasaran yang belum menarik calon konsumen untuk datang ke Titik Sendja. Oleh karena itu, penulis hendak meneliti Titik Sendja untuk dapat mengetahui strategi apa yang cocok dilakukan Titik Sendja menjawab kondisi tersebut. Berikut dikemukakan pokok permasalahan dari fenomena bisnis tersebut:

1. Strategi apa yang ditetapkan Titik Sendja saat ini?
2. Apa saja komponen internal yang dimiliki Titik Sendja serta komponen eksternal yang dihadapi Titik Sendja?
3. Apa saja usulan strategi yang dapat dilakukan oleh Titik Sendja?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan adanya pokok permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui, mengkaji dan membahas strategi apa yang ditetapkan Titik Sendja dalam menjalankan bisnisnya.
2. Mengetahui dan membahas komponen internal yang dimiliki Titik Sendja serta komponen eksternal yang dihadapi Titik Sendja.
3. Mengetahui usulan strategi yang dapat dilakukan oleh Titik Sendja.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

- Bagi Perusahaan

Menambah pemikiran serta pertimbangan bagi perusahaan guna mencapai keunggulan bersaing, serta sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

- Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pemahaman penulis atas aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam membangun sebuah bisnis.

- Bagi Pembaca

Menambah wawasan pembaca atas aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam membangun sebuah bisnis yang baru.

- Bagi Penulis Berikutnya

Memberi acuan bagi penulis selanjutnya yang ingin melakukan penulisan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pada proses analisis strategi yang dilakukan pada Titik Sendja, penulis melakukan analisis pada aspek internal serta eksternal yang bertujuan untuk mendukung proses perusahaan dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya pada industri *Coffee Shop*, mengingat Titik Sendja ini baru berdiri pada bulan Januari 2020. Aspek internal yang dianalisis adalah kelemahan dan kekuatan yang dimiliki, serta aspek eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi.

Aspek internal yang dianalisis, terdiri dari kelemahan serta kekuatan yang dilihat berdasarkan empat fungsi bisnis berupa operasional, sumber daya manusia, pemasaran, akuntansi dan keuangan, serta penelitian dan pengembangan. Pada aspek eksternal yang dianalisis, terdiri dari peluang dan ancaman yang dilihat berdasarkan *Porter's Five Forces* yaitu kekuatan daya tawar pemasok, kekuatan daya tawar konsumen, ancaman dari produk substitusi, ancaman adanya pendatang baru dan persaingan dengan para pesaing yang ada. *Porter's Five Forces* digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa kuat pengaruh dari *Porter's Five Forces* tersebut pada kelangsungan bisnis Titik Sendja.

Setelah di dapatkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh Titik Sendja, selanjutnya data tersebut penulis olah pada matriks SWOT yang terdiri dari *Strength-Opportunity* (SO), *Weakness-Opportunity* (WO), *Strength-Threat* (ST), *Weakness-Threat* (WT) yang kemudian penulis mencari strategi yang cocok dilakukan sesuai dengan strategi. Selanjutnya penulis mencoba untuk memberi usulan strategi dan melakukan konfirmasi strategi tersebut kepada pemilik untuk diketahui strategi yang dimungkinkan dapat dilakukan oleh Titik Sendja.