

Nomor Daftar: 007/S/KWU/R/8/III/2023

**ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE*
KONVEKSI BERKAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Bagian Dari Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar S.Bns.



WANDA PUSPA DEWI ASTUTI R

NIM 1901106

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

KAMPUS TASIKMALAYA

2023

ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL* *ENTERPRISE* KONVEKSI BERKAH

Oleh
Wanda Puspa Dewi Astuti R

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Jurusan Kewirausahaan Kampus UPI Tasikmalaya

© Wanda Puspa Dewi Astuti R 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Maret 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wanda Puspa Dewi Astuti R.
NIM : 1901106
Program Studi : Kewirausahaan
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI BISNIS SOCIAL
ENTERPRISE KONVEKSI BERKAH**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Strategi Bisnis Social Enterprise Konveksi Berkah" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 06 Februari 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPUULUH RIBU RUPIAH', '10.000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'CB92AJX761480747'.

Wanda Puspa Dewi Astuti R.

NIM 1901106

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE* KONVEKSI

BERKAH

Disusun Oleh:

Wanda Puspa Dewi Astuti R.

NIM 1901106

Tasikmalaya, 09 Februari 2023

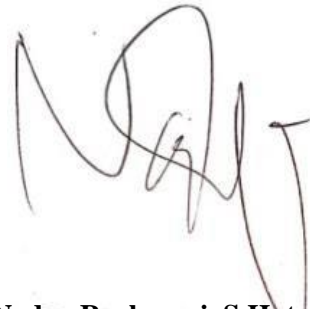
Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I,



Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M
NIP 920190219920513201

Pembimbing II,



Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M.
NIP 920200419920802201

Diketahui,
Ketua Program Studi Kewirausahaan,



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.
NIP 920171219910820201

ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE* KONVEKSI BERKAH

Wanda Puspa Dewi Astuti R
1901106

ABSTRAK

Ketatnya persaingan antar penjual mengharuskan Konveksi Berkah mampu bertahan ditengah kemunculan banyaknya kompetitor. Penerapan strategi bisnis merupakan salah satu cara untuk bertahan dipasaran. Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu: 1) Untuk mengetahui gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan saat ini pada *social enterprise* Konveksi Berkah, 2) Untuk mengetahui gambaran identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan pada *social enterprise* Konveksi Berkah, 3) Untuk mengetahui gambaran formulasi strategi bisnis terbaru *social enterprise* Konveksi Berkah menggunakan analisis SWOT. Objek penelitian ini dilakukan pada *social enterprise* berbentuk UMKM bernama Konveksi Berkah. Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT dalam menganalisis gambaran formulasi strategi bisnis Konveksi Berkah untuk diterapkan kedepannya. Maka metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengambilan data secara observasi, wawancara, dan kuesioner. Partisipan penelitian ini merupakan *owner social enterprise* Konveksi Berkah. Hasil dari penelitian ini menghasilkan 11 faktor kekuatan, 4 faktor kelemahan, 3 faktor peluang, dan 3 faktor ancaman. Setelah itu, faktor tersebut dianalisis menggunakan matriks *IFAS – EFAS*, matriks SWOT, dan diagram SWOT untuk diketahui pada posisi kuadran mana Konveksi Berkah ini. Hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa Konveksi Berkah berada dalam posisi kuadran 1 sehingga disarankan untuk menerapkan strategi agresif atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*).

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, Strategi Agresif, *Social Enterprise*, dan Strategi SO.

ANALYSIS OF SOCIAL ENTERPRISE BUSINESS STRATEGY KONVEKSI BERKAH

Wanda Puspa Dewi Astuti R
1901106

ABSTRACT

The intense competition between sellers requires that Konveksi Berkah be able to survive amidst the emergence of many competitors. Implementing a business strategy is one way to survive in the market. The research objectives to be achieved in this study are: 1) To find out the general description of the business strategy currently implemented in the Konveksi Berkah social enterprise, 2) To find out the description of the identification of the company's strengths, weaknesses, opportunities and threats in social enterprise Konveksi Berkah, 3) To find out the description of the latest business strategy formulation social enterprise Konveksi Berkah using SWOT analysis. The object of this research was carried out on social enterprise in the form of SMEs called Konveksi Berkah. This study uses the SWOT analysis tool to analyze the description of the Konveksi Berkah business strategy formulation to be implemented in the future. Then the research method used is a qualitative method with data collection techniques by observation, interviews, and questionnaires. The participants of this research is owner social enterprise Konveksi Berkah. The results of this study resulted in 11 strength factors, 4 weakness factors, 3 opportunity factors, and 3 threat factors. After that, these factors were analyzed using the IFAS – EFAS matrix, the SWOT matrix, and the SWOT diagram to find out which quadrant position this Konveksi Berkah is in. The final results of the study show that Konveksi Berkah is in quadrant 1 position so it is advisable to apply an aggressive strategy or SO (Strengths-Opportunities) strategy.

Keywords: *Business Strategy, SWOT Analysis, Aggressive Strategy, Social Enterprise, and SO Strategy.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis bersyukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya dalam penyusunan proposal penelitian ini yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis *Social Enterprise* Konveksi Berkah” ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis telah menempuh perjalanan panjang untuk menyelesaikan proposal penelitian ini. Banyak sekali kendala yang dialami selama penyusunan, namun berkat kehendak-Nya penulis telah berhasil menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu.

Akhir kata, penulis mengharapkan proposal ini dapat memberikan manfaat dan semoga Allah SWT memberikan perlindungan bagi kita semua.

Tasikmalaya, 09 Februari 2023

Wanda Puspa Dewi Astuti R.

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tanpa hambatan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A.
2. Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya, Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya, Ibu Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.
4. Pembimbing I, Ibu Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M. yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar kepada saya.
5. Pembimbing II, Ibu Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M. yang selalu memberikan arahan dan mengingatkan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Orangtua saya, yang selalu memberikan dorongan semangat dan selalu memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa demi kelancaran segala urusan anak-anaknya.
7. Adik saya tercinta, yang selalu mendukung saya dalam keadaan apapun.
8. Bapak dan Ibu dosen di Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Bapak dan ibu staf di Universitas Pendidikan Indonesia.
10. Teman-teman kampus, organisasi, maupun saat kepanitiaan yang telah menjadi teman seperjuangan.
11. *Owner* Konveksi Berkah yang telah membantu saya demi kelancaran penelitian tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam penyelesaian studi.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Manajemen Strategis.....	6
2.1.1.1 Definisi Manajemen Strategis.....	6
2.1.1.2 Model Manajemen Strategis.....	6
2.1.1.3 Dimensi Manajemen Strategis.....	7
2.1.2 Strategi Bisnis.....	8
2.1.2.1 Konsep Strategi Bisnis.....	8
2.1.2.2 Definisi Strategi Bisnis.....	8
2.1.2.3 Indikator Strategi Bisnis.....	9
2.1.2.4 Jenis – Jenis Strategi Bisnis.....	10
2.1.3 Analisis SWOT.....	10
2.1.3.1 Definisi Analisis SWOT.....	10
2.1.3.2 Manfaat Analisis SWOT.....	11
2.1.3.3 Tahapan Analisis SWOT.....	11
2.1.3.4 Matriks SWOT.....	12

2.1.3.5 Diagram SWOT.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	22
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	23
3.2.1 Metode Penelitian.....	23
3.2.2 Desain Penelitian.....	24
3.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Sumber Data Penelitian.....	29
3.3.2 Alat Pengumpulan Data Penelitian.....	29
3.4 Partisipan Penelitian.....	30
3.5 Waktu dan Jadwal Penelitian.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Uji Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.2 Arti Logo Konveksi Berkah.....	35
4.1.3 Struktur Organisasi Konveksi Berkah.....	35
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Gambaran Umum Strategi Bisnis yang Diterapkan	36
4.2.2 Identifikasi Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Pada <i>Social Enterprise</i> Konveksi Berkah.....	37
4.2.3 Gambaran Formulasi Strategi Bisnis Terbaru Pada <i>Social Enterprise</i> Konveksi Berkah.....	43
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Implikasi.....	55
5.3 Rekomendasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	61

RIWAYAT HIDUP..... 82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks <i>EFAS</i>	11
Tabel 2.2 Matriks <i>IFAS</i>	11
Tabel 2.3 Pedoman Pemberian Angka <i>Rating</i>	12
Tabel 2.4 Matriks SWOT.....	12
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Matriks <i>EFAS</i>	25
Tabel 3.2 Matriks <i>IFAS</i>	25
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	26
Tabel 4.1 Pedoman Pemberian Angka <i>Rating</i>	44
Tabel 4.2 Analisis Matriks <i>IFAS</i>	44
Tabel 4.3 Analisis Matriks <i>EFAS</i>	45
Tabel 4.4 Hasil Skor Analisis Matriks <i>IFAS</i>	46
Tabel 4.5 Hasil Skor Analisis Matriks <i>EFAS</i>	47
Tabel 4.6 Analisis Matriks SWOT.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Konveksi Berkah.....	1
Gambar 2.1 Diagram SWOT.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	27
Gambar 3.2 Diagram Alur Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Logo Konveksi Berkah.....	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Konveksi Berkah.....	36
Gambar 4.3 Hasil Identifikasi Faktor SWOT Konveksi Berkah.....	38
Gambar 4.4 Hasil Analisis Diagram SWOT Konveksi Berkah.....	52

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, A., Balafif, N., Murtadho, M. A., & Shofiana, D. E. (2020). Model Sistem Informasi Akuntansi Jasa Maklon Di Surya Kencana Food. *MISI (Jurnal Manajemen informatika & Sistem Informasi)*, 3, (1), 35–42.
- Aistiawan, M. R. S., & Andesta, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat. *Jurnal Serambi Engineering*, 7, (1), 2683–2692.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Astutik, E. D., Silalahi, C. F., Azizah, A. I., Anjani, E. N., Gista, S. Al, & Alfarizi, R. (2021). Strategi Bisnis “Cejedw Frozen Food” Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5, (1), 14–29.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 2, (2), 56–64.
- Bogdan, Robert C., & Taylors K.B. (1992). *Qualitative Research for Education and Introduction to Theory and Methods*. Boston: *Allyn and Bacon, Inc.*
- Candra, D. T., & Yuliansyah, F. A. (2022). "Membuat Brand Kosmetik Dengan Cara Maklon Kosmetik". *Seminar Nasional & Call Paper HUBSINTEK 2022* (hlm. 612–615).
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing Umkm Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi Dan Kreativitas). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20, (2), 142–149.
- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12, (3), 447–454.
- Farizal, A., & Fitralisma, G. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2, (1), 10–18.
- Friadi, J., Agestira, D., Rumayar, M. A., & Dewiwin, N. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4, (1), 71–77.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode

- S.W.O.T. *JIFOTECH (JOURNAL OF INFORMATION TECHNOLOGY)*, 2, (1), 6–10.
- Handayani, S., Hanila, S., & Nengsih, M. K. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 6, (2), 156–167.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Herlina, N. (2011). Pengaruh Manajemen Komputer Dan Kinerja Mengajar Guru Terhadap Mutu Layanan Pembelajaran. *Jurnal UPI*, hlm. 139–147.
- Heryana, A. (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul*, 25, 15.
- Hulgard, L. (2010). Discourses Of Social Entrepreneurship – Variations Of The Same Theme? *EMES European Research Network*, 10, (1), 1–21.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2004). *Strategic Management and Bussiness Policy*. Boston: *Pearson*.
- Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Dan pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (PPKM) Terhadap Dampak Ekonomi di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 6, (3), 190–198.
- Indriastuti, H. (2020). *Manajemen strategi 4.0*.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: *CV SAH Media*.
- Khairotunnissa, A. (2022). Analisis Strategi Bisnis Menggunakan Perancangan Model Bisnis Berbasis Sosial Pada Hanisa Fashion Design. (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Tasikmalaya.
- Liani, D. (2019). Analisis TOWS dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4, (2), 200–210.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5, (1), 48-60.
- Maulana, A. S. (2020). Kewirausahaan (Entrepreneurship) Dalam Pandangan

- Islam (Historis-Politik Dan Ekonomi. Jawa Tengah. Pekalongan: *PT Nasya Expanding Management*, (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: *Cakra Books*.
- Nugraheni, R., & Kirana, G. R. (2021). Analisis SWOT Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Umum Lirboyo Kota Kediri Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan*, 9, (2), 115–122.
- Pohan, H. A. (2022). Strategi Pemasaran Kelompok Penjahit Pakaian Dalam Memenuhi Kesejahteraan Keluarga. *Yonetim*, 5, (1), 91–104.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, S., & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3, (1), 102–108.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2011). *Social Entrepreneurship: Theory and practice*. In *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Amerika: *Cambridge University Press*.
- Prihatsanti, U., Suryanto, & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26, (2), 126–136.
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. . (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2, (1), 1–9.
- Rahmawati, S., & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri SWOT. *Jurnal At-Tamwil*, 1, (2), 90–117.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17, (33), 81–95.
- Rokhaenisza, P. A., & Madiawati, P. N. (2018). Penggunaan Analisis SWOT dalam menentukan Strategi. *e-Proceeding Management*, 5, (1), 1160–1168.
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopian Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22,

(1), 61–74.

- Setyaningsih, E. D. (2018). Analisis SWOT Implementasi Financial Technology Syariah pada PT Telkom Indonesia. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 2, (2), 73.
- Sulistiani, D. (2014). Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El-Qudwah*, 4, (1), 1–23.
- Suriyanti, L. H., & Binangkit, I. D. (2019). Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Memoderasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru). *Akuntansi & Ekonomika*, 9, (1), 119–128.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6, (1), 43-56.
- Taufiqurokhman. (2016). Manajemen Strategik. Jakarta: *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama*.
- Wardoyo, P. (2011). Enam Alat Analisis Manajemen. Semarang: *Semarang University Press*.
- Yasar, F. (2010). Competitive Strategies and Firm Performance: Case Study on Gaziantep Carpeting Sector. *Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute*, 310-311.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). The Type Of Descriptive Research In Communication Study. *Jurnal Diakom*, 1, (2), 83–90.