BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Strategi

Melayu S.P. Hasibuan (2019:1) mengartikan manajemen sebagai "to manage," yang berarti mengatur. Ini menimbulkan pertanyaan tentang apa yang diatur, alasan pengaturan, pihak yang mengatur, cara pengaturan, dan lokasi pengaturan. Pertanyaan ini menguraikan objek pengelolaan manajemen. Proses manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan menggunakan sumber daya organisasi.

Menurut Chandler dalam Isniati Rizki (2019:3), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang, termasuk program-program terkait dan prioritas alokasi sumber daya. Porter menambahkan bahwa strategi adalah kunci untuk mencapai keunggulan bersaing. Husein Umar (2018) mendefinisikan strategi sebagai proses penyusunan rencana oleh pemimpin puncak yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan bagaimana mencapainya.

Agustinus Sri Wahyudi (2018) mendefinisikan strategi sebagai kebijakan dan keputusan penting dalam manajemen yang mempengaruhi kinerja keuangan secara signifikan, sering melibatkan sumber daya kritis yang sulit diganti (Siregar, 2018). Freddy Rangkuti (2018) menyatakan bahwa strategi mencakup penetapan misi dan sasaran organisasi dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan eksternal, serta perumusan dan pelaksanaan kebijakan untuk mencapai sasaran tersebut.

Strategi dapat disimpulkan sebagai pendekatan menyeluruh untuk melaksanakan ide, merencanakan, dan melaksanakan aktivitas guna mencapai tujuan sesuai peluang yang ada. Selain itu, strategi juga merupakan rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan dengan menghubungkan sasaran dan sumber daya organisasi secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Asep Suherman (2022:1) mendefinisikan manajemen strategis sebagai serangkaian keputusan dan tindakan penting dari manajemen puncak yang diterapkan oleh seluruh anggota organisasi untuk mencapai tujuan. Inti dari manajemen strategi adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, serta mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Konsep manajemen

strategi mencakup hubungan antara organisasi dan lingkungan internal serta eksternal.

Manajemen strategik adalah proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang bertujuan mengembangkan strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Ini melibatkan pengembangan posisi strategis, penentuan langkah yang tepat, dan memastikan keberlanjutan serta profitabilitas perusahaan. Manajemen strategik juga mengintegrasikan kemampuan manajerial, tanggung jawab, dan motivasi, serta menyelaraskan orientasi strategis dan operasional. Proses ini menyediakan kerangka kerja untuk alokasi sumber daya dan merupakan arsitektur pengambilan keputusan yang mengarah pada strategi perusahaan dan kompetitif.

2.1.2 Manfaat Manajemen Strategi

Beberapa keunggulan dapat diwujudkan dengan penerapan manajemen strategik seperti memperkuat usaha dengan mewujudkannya secara efektif dan efisien. Manfaat lainnya yang dapat diperoleh adalah, bahwa manajemen strategi dapat mengurangi ketidakpastian dan kekompleksan khususnya dalam menyusun perencanaan sebagai fungsi manajemen, dan dalam proses pelaksanaan pekerjaan dengan menggunakan semua sumber daya yang secara nyata dimiliki. Karenanya dengan melalui proses yang terintegrasi dengan fungsi manajemen yang lainnya akan dapat dinilai hasilnya berdasarkan tujuan organisasi. Secara terperinci dapat dikemukakan manfaat dari manajemen strategik yaitu:

1) Kerja menjadi dinamis.
2) Sebagai pengendali dalam mempergunakan semua sumber daya yang dimiliki.
3) Sebagai pendekatan yang logis, rasional dan sistematik.
4) Sebagai sarana dalam mengkomunikasikan gagasan, kreativitas, prakarsa, inovasi, dan informasi baru serta cara merespon perubahan.
5) Menjadi paradigma baru di lingkungan organisasi.
6) Semua yang terkait dapat berpartisipasi.
7) Proses dari manajemen bisa menghasilkan sebuah keputusan yang paling baik.
8) Aktivitas dari formulasi strategi bisa mempertinggi kemampuan dari perusahaan.
9) Keterlibatan karyawan dalam formulasi strategi bisa memperbaiki kinerja organisasi.
10) Organisasi atau perusahaan menjadi lebih peka terhadap ancaman eksternal.
11) Dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi masalah.

12) Kinerja organisasi atau perusahaan bisa lebih produktif, efektif dan efisien.
13) Organisasi atau perusahaan mudah untuk beradaptasi pada perubahan yang terjadi.
14) Organisasi atau perusahaan lebih *profitable*.

2.1.3 Tahapan Manajemen Strategi

Menurut Asep Suherman (2022:7) pada prinsipnya manajemen strategik merupakan proses yang terdiri atas tiga kegiatan berikut:

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi. Termasuk juga pembahasan terkait bisnis baru yang akan dijalani atau bisnis yang dihentikan.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk kedalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan. Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Proses manajemen strategis menghasilkan keputusan yang dapat mempunyai konsekuensi yang signifikan dan jangka panjang. Evaluasi strategi merupakan proses yang rumit dan sensitif. Terlalu banyak mengevaluasi strategi dapat menghabiskan biaya yang sangat mahal dan bisa jadi kontra produktif. Evaluasi strategi penting untuk memastikan tujuan strategi yang dapat ditetapkan dapat tercapai.

2.1.4 Manajemen Strategi Sekolah

Dalam manajemen suatu sekolah, sangat diperlukan manajemen strategi untuk menganalisa, menjalankan, dan memperbaiki sistem yang sedang berjalan. Strategi yang efektif dalam mengelola suatu sekolah dapat mempengaruhi mutu sekolah itu sendiri. Kepala sekolah sebagai perencana kerja sekolah. Dimana pemegang keputusan atas strategi yang akan dipakai oleh sekolah. Kepala sekolah perlu mempunyai kemampuan dalam menyusun strategi dan mampu memahami situasi

internal dan eksternal sekolah yang dipimpinnya. Di bawah ini merupakan langkah-langkah yang ditempuh dalam proses manajemen strategi, antara lain:

a. Analisis lingkungan, yaitu melakukan analisis lingkungan internal yang berhubungan dengan visi, misi, tujuan dan program perusahaan, kinerja semua anggota perusahaan, manajemen dan sistem kepemimpinan, sarana dan prasarana, serta perencanaan dan hasil pelajaran. Analisis lingkungan eksternal yang berhubungan dengan lembaga lain, seperti pemerintah, permendiknas, maupun peraturan lain yang terkait dengan pendidikan.

b. Melakukan analisis secara total.

c. Penetapan arah organisasi.

d. Perumusan strategi.

e. Implementasi strategi.

Adapun beberapa jenis strategi yang patut diperhitungkan sebagai salah satu strategi pilihan yang dapat dipakai oleh pengambil keputusan, antara lain:

a. Strategi bertahan yaitu strategi yang dilakukan oleh suatu lembaga yang sedang menghadapi masa krisis, baik krisis yang muncul akibat banyaknya kelemahan organisasi maupun krisis yang dating dari luar lembaga
b. Strategi bertahan total yaitu strategi yang difokuskan pada upaya untuk memperbaiki semua komponen yang lemah, sementara komponen yang kuat untuk diabaikan. Tahap ini diambil mengingat pihak manajemen tidak memiliki kemampuan yang memadai untuk memperbaiki semua komponen
c. Strategi penyelamatan yaitu strategi yang dilakukan untuk menyelamatkan lembaga pendidikan yang sudah terancam bangkrut
d. Strategi mempertahankan kehidupan lembaga, tahap ini dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan yang dianggap mampu menutupi kelemahan sekaligus meningkatkan komponen yang dianggap kuat
e. Strategi penyesuaian yaitu strategi yang diarahkan untuk melakukan penyesuaian terhadap tuntutan perubahan baik perubahan global, nasional, maupun regional
f. Strategi yang berorientasi pada persaingan yaitu strategi yang dilakukan dengan cara melakukan persaingan secara terbuka
g. Strategi bersain total yaitu strategi persaingan yang dilakukan dengan cara melakukan penekanan terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing

h. *There area power system* yaitu strategi yang menggunakan tiga wilayah kekuatan untuk melakukan pola ini para pengambil keputusan strategis harus mampu menempatkan pesaing di tengah-tengah wilayah kerja usaha sendiri sehingga dapat menguasai wilayah persaingan
i. Strategi sektor kunci yaitu suatu strategi yang menggunakan kunci untuk dijadikan sebagai salah satu alat bersaing
j. *Door to door system* yaitu sistem penguasaan pangsa pasar yang dilakukan daripintu ke pintu

2.1.5 Mutu

Mutu merupakan suatu yang dijadikan pertimbangan untuk menunjukan suatu kualitas. Biasanya penentuan mutu suatu barang bila barang tersebut telah melalui standar- standar yang telah ditetapkan. Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Umiarso dan Gojali dalam Rohmah dan Zaenal (2018:205) yang menyebutkan bahwa secara sederhana sebuah produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan yang meliputi bahan baku, proses produksi, dan produk jadi.

Dengan bermutunya suatu barang yang ditawarkan, maka akan berpengaruh terhadap penilaian konsumen. Jika mutu itu terus dipertahankan, maka konsumen pun akan membeli barang itu secara berkelanjutan karena rasa kepercayaan terhadap kualitas yang diberikan. Begitu juga dengan mutu pada organisasi non profit (jasa) misalnya pada dunia pendidikan, di mana pada dunia pendidikan memiliki beberapa standar untuk tercapainya pendidikan yang bermutu. Semakin baik mutu pendidikan yang dimiliki sekolah, maka akan semakin banyak kepercayaan masyarakat yang diberikan pada sekolah tersebut.

2.1.6 Daya Saing Bisnis

Michael E. Porter, menurutnya daya saing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu organisasi untuk memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan organisasi lain pada wilayah yang sama. Daya saing adalah tentang bagaimana sebuah perusahaan benar-benar menempatkan strategi-strategi generik ke dalam praktik menurut Riyanto *et.al* (2021:97).

Menurut Popa *et.al* (2011) dalam Riyanto *et.al.* (2021:98) strategi organisasi harus difokuskan pada penciptaan keunggulan baru yang akan meningkatkan kepuasan dan asimetri pelanggan dibandingkan dengan pesaing. Dengan demikian,

keunggulan yang dimiliki dapat meluas, sekaligus mengurangi atau menghilangkan keunggulan pesaing. Keunggulan tersebut pada gilirannya dapat dicapai dengan berbagai kombinasi. Oleh karena itu, ukuran daya saing perusahaan adalah selisih antara nilai ekonomis yang dibuat perusahaan dan para pesaingnya. Ada tiga jenis utama daya saing, diantaranya:

1. Daya saing biaya, berkaitan dengan biaya produksi atau operasional yang dikeluarkan perusahaan. Persaingan dalam harga akan ditentukan oleh biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menghasilkan produk/jasa, dan perusahaan yang mampu menciptakan atau menghasilkan harga rendah memiliki peluang untuk memenangkan persaingan.
2. Daya saing nilai merupakan manfaat dari produk atau jasa diperoleh atau dirasakan penggunanya. Perusahaan yang mampu memberikan nilai berbeda dari pesaingnya, makan akan memiliki daya saing yang baik dalam jangka panjang.
3. Daya saing fokus, perusahaan harus memiliki dan menentukan secara jelas siapa sasaran utama dari pengguna produk/jasanya.

2.1.7 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan Internal (IFE)

1. Matriks IFE

Menurut David dan David (2016:111) Matriks Evaluasi Faktor Internal adalah perangkat formulasi strategi yang meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam fungsi-fungsi perusahaan. Penilaian intuitif dibutuhkan dalam mengembangkan matriks IFE, sehingga penggunaan pendekatan ilmiah sebaiknya tidak diinterpretasikan bahwa teknik ini adalah teknik yang serba bisa. Pemahaman mendalam dari faktor-faktor yang ada didalamnya lebih penting dibandingkan angka aktual.

Tabel 2. 1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFE)

Faktor-Faktor segi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			

Sumber: David (2016:112)

2. Matriks EFE

Matriks *Eksternal Factor Evaluation* menurut David dan David (2016:65) strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. Strategi perusahaan secara efektif memanfaatkan kesempatan yang ada dan meminimalisir potensi dampak yang merusak dari ancaman eksternal.

Tabel 2. 2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE)

Faktor-Faktor segi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Ancaman			

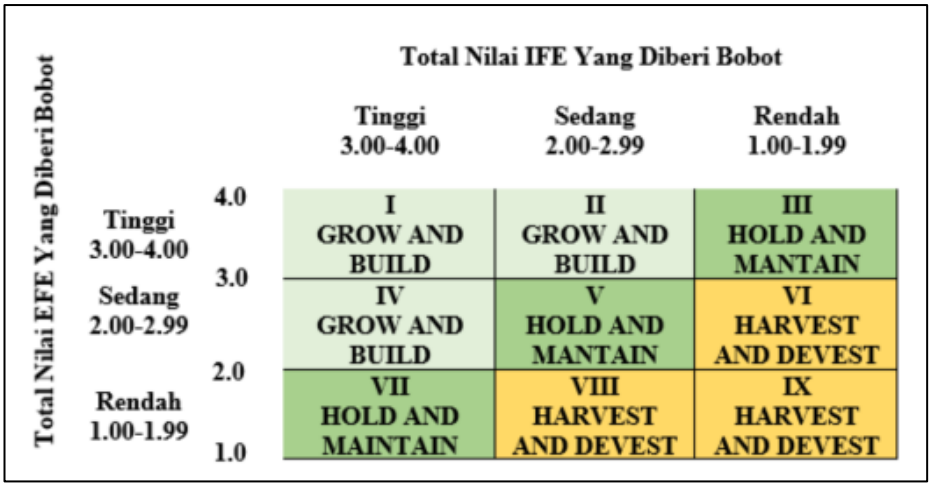
Sumber: David (2016:66)

2.1.8 Matriks Internal-Eksternal (IE)

Hindarti dan Lia (2022:169) Matriks IE (internal-eksternal) bermanfaat untuk memposisikan organisasi, kelompok maupun perusahaan ke dalam matriks yang terdiri dari sembilan sel atau model strategi korporat. Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor matriks IFE sumbu X dan matriks EFE pada sumbu Y. Matriks IE dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu :

1. *Grown and Build* (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II, atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal)
2. *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.
3. *Harvest and Divest* (Panen dan Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Penggunaan strategi yang dipakai adalah divestasi yaitu strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuiditas dalam organisasi, kelompok maupun perusahaan.

Berikut matriks IE seperti gambar berikut:



Gambar 2. 1 Matriks IE
Sumber: Peneliti (2024)

2.1.9 Analisis SWOT

Menurut David (2016:171) untuk memahami sebuah situasi dan kondisi perusahaan diperlukan pendekatan analisis SWOT Analisis SWOT adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*Strength, Weakness, Opportunities*, and *Threats*). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar dan strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya. Setelah diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dapat menentukan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengambil keuntungan dari peluang - peluang yang ada, sekaligus memperkecil atau mengatasi kelemahan yang dimilikinya untuk menghindari ancaman yang ada.

Menurut Rangkuti (2018:19) Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength),* dan kelemahan (*Weakness*). Sementara analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threat).*

1. Kekuatan (*Strengths*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang diharapkan perusahaan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

2. Kelemahan (*Weaknesses)* adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya.
3. Peluang (*Opportunities*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
4. Ancaman (*Threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan.

Faktor internal yang biasanya dipertimbangkan adalah:

1. Sumber keuangan, seperti sumber pendapatan
2. Sumber daya fisik, seperti lokasi, fasilitas, dan peralatan
3. Sumber daya manusia, seperti karyawan, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikanAkses ke sumber daya alam, merk dagang, dan hak cipta
4. Proses saat ini, seperti program karyawan, program sekolah, dan hierarki departemen

Sedangkan faktor eksternal seperti:

1. Tren pasar, seperti produk dan pergeseran kebutuhan konsumen
2. Tren ekonomi, seperti tren keuangan lokal, nasional dan internasional
3. Pendanaan, seperti SPP dan sumber lain
4. Demografi
5. Hubungan dengan pemasok dan mitra
6. Peraturan politik, lingkungan, dan ekonomi

Menurut David (2016:171-172) Matriks SWOT memiliki empat kemungkinan strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T seperti tersaji pada Gambar 2.2 berikut:

SWOT	*STRENGTH* (S)	*WEAKNESS* (T)
	Kekuatan yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan	Kelemahan yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan
OPPORTUNITIES (S)	*STRATEGI* S-O	*STRATEGI* W-O

Peluang yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan	Strategi yang digunakan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREAT (T)	*STRATEGI* S-T	*STRATEGI* W-T
Ancaman yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan	Strategi yang digunakan untuk menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. 2 Matriks SWOT
Sumber: David (2016:171)

a. Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi S-T

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman dan dampaknya. Karena hakikatnya semua perusahaan/ organisasi selalu menemui ancaman dalam perjalanannya.

c. Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Terkadang, kesempatan eksternal hadir, namun perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya untuk mendapatkan kesempatan kesempatan itu, maka strategi ini dibuat guna meminimalisir terjadinya hal tersebut.

d. Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.1.10 Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*)

Matriks QSP merupakan pengevaluasian strategi secara objektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal dan eksternal yang telah diidentifikasi. Matriks QSP secara objektif mengindikasikan alternatif strategi mana yang terbaik. Matriks QSP memiliki tiga tahap kerangka kerja analitis formulasi strategi, yaitu tahap

pertama yaitu tahap input data faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE, kemudian tahap pencocokan menggunakan matriks IE dan SWOT, kemudian dari hasil alternatif strategi yang didapat dari tahap pencocokan maka tahap terakhir yaitu menggunakan Matriks QSP, dimana tujuan Matriks QSP ini adalah untuk menetapkan *Total Attractiveness Score* dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan (Fachrurazi, 2023:2016).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan peningkatan mutu pendidikan relatif banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti penggunaan variabel penelitian, lokasi penelitian, metode penelitian yang berbeda dan lain sebagainya. Guna untuk mendukung mengenai penelitian yang berjudul Manajemen Strategi Pengembangan Mutu Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Firdaus, maka peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai penopang yang dapat disajikan di bawah ini.

Imas (2023) melakukan penelitian tentang Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (SMKS) Wikrama Bogor. Alat analisis menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini diperoleh dari skor terbobot matriks IFE dan Matriks EFE. Berdasarkan hasil matriks IFE dengan skor 2,488 dan matriks EFE sebesar 2,949. Berdasarkan hasil formulasi matriks SWOT maka diperoleh 8 macam alternatif strategi yang dapat diterapkan di SMKS Wikrama Bogor. Hasil analisis QSPM diperoleh prioritas alternatif strategi dengan perolehan TAS tertinggi sebesar 7,564 yaitu mengadakan beasiswa bagi siswa tidak mampu.

Novida Siti Nursaidah (2023) melakukan penelitian tentang Analisis Strategi Bersaing Bisnis Lembaga Bimbingan Belajar (Studi Kasus Yayasan Al-Gibran Generasi Quran). Berdasarkan hasil identifikasi didapatkan 10 faktor internal dan 9 faktor eksternal yang dapat digunakan untuk menilai kondisi Al-Gibran. Dari hasil pengolahan data penelitian metode observasi dan wawancara serta kuesioner yang diambil dari 9 orang, total skor bobot tertimbang pada matriks IFE yaitu 3,068 dan total skor bobot tertimbang matriks EFE yaitu 3.745. total skor bobot matriks IFE dan EFE dimasukkan ke dalam matriks internal-eksternal (IE), sehingga diketahui bahwa posisi Al-Gibran Sekolah Al-Quran berada pada sel 1 yaitu tumbuh dan

membangun dan didapat strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Selanjutnya dirancang alternatif strategi menggunakan matriks SWOT. Kemudian alternatif strategi yang diperoleh dari matriks IE dan matriks SWOT diberikan skor daya tarik terhadap faktor-faktor utama memperoleh prioritas strategi yang akan dijalankan oleh Al-Gibran dengan metode QSPM. Berdasarkan hasil pada tahap keputusan diperoleh strategi yang dimiliki prioritas tertinggi yaitu strategi "Pengembangan produk untuk mengembangkan kualitas program yang ada" dengan TAS sebesar 7,731.

Hadian Apandi (2021) melakukan penelitian tentang Perumusan Rencana Strategi Sekolah Untuk Meningkatkan Mutu Di SDIT Al-Fatih Di Kabupaten Bandung Barat. Alat analisis menggunakan Matriks IFAS/EFAS dan SWOT. Hasil penelitian ini ditemukan adanya kesenjangan dalam pemenuhan 8 Standar Nasional Pendidikan dan diharapkan strategi yang ditemukan dapat mengatasi kesenjangan. Strategi tersebut adalah melalui sebuah program guna dicapai secara bertahap dengan memiliki target hasil perancangan berupa Rumusan Rencana Strategi tahun 2021-2025, dengan target pencapaian program meningkatkan mutu pendidikan berdasarkan 8 standar Nasional Pendidikan dalam jangka waktu 5 tahun bisa mencapai 100 %.

Suliswiyadi (2019) melakukan penelitian tentang Analisis SWOT Strategi Pengembangan Sekolah Unggul: Studi Kasus SD Islam Al Firdaus Kabupaten Magelang. Analisis data dilakukan dengan identifikasi isu-isu internal dan eksternal yang berpengaruh dalam penyusunan strategi perancangan manajemen mutu sekolah unggul. Hasil penelitian disimpulkan bahwa posisi kuadran dari perhitungan IFE dan EFE adalah kuadran 1 atau SO. Skor nilai dari perhitungan IFE yaitu (3,01) berada di titik garis sumbu axis pada kuadran SWOT. Sedangkan skor nilai penghitungan EFE yaitu (3,26) yang berada di titik garis sumbu ordinat pada kuadran SWOT. Sehingga kedudukan dari posisi sekolah SD Islam Al Firdaus terletak pada kuadran 1 dengan koordinat (3,01;3,26) yang menunjukkan strategi SO, yaitu sekolah SD Islam Al Firdaus harus menghindari melakukan strategi progresif, yaitu memanfaatkan kekuatan dan kapasitas yang dimilikinya untuk mengambil peluang yang dihadapinya.

Ririn Tius Eka Margenta (2017) melakukan penelitian tentang Strategi perencanaan pembiayaan sekolah dalam peningkatan mutu di SMP Negeri. Strategi pembiayaan yang tepat bagi SMP N 1 Salatiga yaitu menerapkan strategi WO atau

mendukung strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Dengan kata lain sekolah menggunakan jumlah SDM dan biaya teratas secara maksimal dengan menggunakan dana yang dimiliki serta memanfaatkan peran komite, orang tua, dan alumni. Misalnya sekolah dapat membuat skala prioritas bersama dengan komite dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan, dan mengajukan proposal kepada alumni untuk mengikuti lomba, mengadakan sarana dan prasarana sekolah, atau gaji guru/ tenaga honorer.

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu

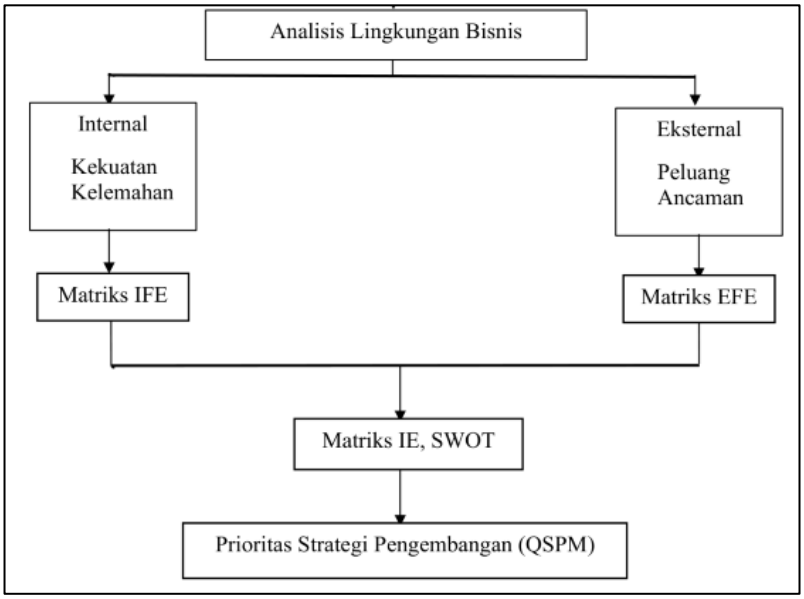
NAMA PENELITI	OBJEK PENELITIAN	ALAT ANALISIS	HASIL PENELITIAN
Imas (2023)	Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (SMKS) Wikrama Bogor	Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, dan QSPM	SMKS Wikrama Bogor direkomendasikan mengadakan beasiswa bagi siswa tidak mampu.
Novida Siti Nursaidah (2023)		Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, dan QSPM	Pengembangan produk untuk mengembangkan kualitas program yang ada
Hadian Apandi (2021)	SDIT Al-Fatih Di Kabupaten Bandung Barat	IFAS/EFAS dan SWOT	SDIT Al-Fatih ditemukan adanya kesenjangan dalam pemenuhan 8 Standar Nasional Pendidikan dan diharapkan strategi yang ditemukan dapat mengatasi kesenjangan dalam jangka waktu 5 tahun bisa tercapai 100 %.
Suliswiyadi (2019)	SD Islam Al Firdaus	SWOT, IFE, EFE	Sekolah SD Islam Al Firdaus harus menghindari melakukan strategi progresif, yaitu memanfaatkan kekuatan dan kapasitas yang dimilikinya untuk mengambil peluang yang dihadapi

Ririn Tius Eka Margareta (2017)	SMP N 1 Salatiga	IFE, EFE dan SWOT	Strategi WO dengan memaksimalkan SDM dan dana yang ada, serta melibatkan komite, orang tua, dan alumni untuk meningkatkan mutu pendidikan melalui prioritas bersama dan proposal untuk mendukung kegiatan sekolah

Sumber: Kampus terkait

2.3 Kerangka Konseptual

Dunia pendidikan adalah ujung tombak dalam mencapai keberhasilan dan kesejahteraan setiap negara. Oleh karena itu, penyelenggara satuan pendidikan dituntut untuk memiliki kualitas pendidikan yang sesuai dengan standar nasional pendidikan.



Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian
Sumber: Peneliti (2024)