

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Strategi

Muhlasin (2019:63) mengemukakan pengertian manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Hal yang sama juga dikatakan oleh Bedjo Siswanto dalam Muhlis (2019:63) Manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian terhadap orang-orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hani Handoko dalam Muhlasi (2019:63) mengemukakan bahwa manajemen adalah bekerja dengan berbagai orang untuk menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyuluhan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*) dan pengawasan (*controlling*).

Manajemen adalah sebuah proses untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok-kelompok orang dengan menggunakan fungsi-fungsi perencanaan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan. Kartini Kartono dalam Mukhlisin (2019:63-64) mengemukakan bahwa manajemen dapat disebut pula sebagai pengendalian suatu usaha, yaitu merupakan proses pendelegasian/pelimpahan wewenang kepada beberapa penanggung jawab dengan tugas-tugas kepemimpinan, dan proses penggerakan serta bimbingan pengendalian semua sumber daya material dan sumber daya manusia dalam kegiatan mencapai sasaran organisasi. Sedangkan manajemen menurut Stoner (2021) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Fajriansyah (2019:3) Manajemen Strategi adalah proses perencanaan, implementasi, serta pengendalian satu strategi organisasi, dan juga menentukan misi dan tujuan organisasi tersebut. Manajemen Strategi terbagi menjadi 2 kata yaitu strategi dan manajemen, dimana manajemen strategi yaitu ilmu dalam membuat (*formulating*), menerapkan dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategi dan fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai tujuan

yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dimana organisasi itu berada. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson dalam Amirullah (2020:5) Manajemen Strategi dapat diartikan sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang dapat menghasilkan formulasi perumusan dan pelaksanaan implementasi rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan.

2.2.1. Manfaat Manajemen Strategi

Sujadi dalam Qori (2019:87) Manajemen strategi menjadikan sebuah organisasi lebih proaktif daripada reaktif dalam membentuk masa depan organisasi itu sendiri, manajemen strategi menjadikan organisasi mampu dalam memulai dan mempengaruhi aktivitas-aktivitasnya dan pada puncaknya diharapkan dapat menggunakannya untuk mengontrol jalan hidupnya. Berdasarkan kajian dari sejarah, ada manfaat yang paling utama dari manajemen strategi yaitu untuk membantu organisasi dalam merumuskan berbagai strategi yang lebih baik dan bijak melalui penggunaan pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional pada alternatif strategi. Semakin banyak perusahaan, organisasi dan lembaga yang mengaplikasikan manajemen strategi untuk membuat keputusan yang lebih efektif dan terarah. Tetapi, ada manajemen strategi yang tidak menjamin sebuah keberhasilan dan dapat mengganggu jika dilakukan secara serampangan dan tidak beraturan.

2.3.1. Tahapan Manajemen Strategi

David dalam Tardian (2019:195) menjelaskan bahwa proses atau tahapan manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Perumusan strategi (*Strategic Formulation*) Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, serta menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan tersebut.
2. Implementasi Strategi (*Strategic Implementation*) Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa dalam proses implementasi strategi mungkin meliputi

perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau sistem manajemen dari organisasi secara keseluruhan.

3. Evaluasi Strategi (Pengawasan) Pengertian dari evaluasi strategi adalah usaha-usaha untuk memonitor hasil-hasil dari perumusan (formulasi) dan penerapan (implementasi) strategi termasuk mengukur kinerja organisasi, serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.

2.4.1. Manajemen Strategi Sekolah

Dalam mengelola suatu perusahaan atau instansi sekolah, sangat diperlukan adanya manajemen strategi. Strategi diperlukan untuk menganalisa, menjalankan, dan memperbaiki sistem yang akan dan sedang berjalan. Strategi yang baik dalam pengelolaan suatu sekolah dapat mempengaruhi kualitas sekolah itu sendiri. Kepala sekolah yang dimana menjadi pengambil keputusan dalam merencanakan strategi sekolah harus memiliki kecakapan dalam menyusun strategi sekolah dan dapat memahami dengan baik kondisi atau situasi internal dan eksternal yang ada di sekolah. Semua staf dan guru serta tenaga kerja lainnya disana ikut serta dalam mendorong keberhasilan peningkatan mutu sekolah, berbicara mengenai tenaga kerja sumber daya manusia berkaitan erat dengan pengembangan pembangunan pendidikan.

Dimana ada 3 (tiga) strategi yang apabila dijalankan dengan baik maka akan tercipta ekosistem yang baik dalam peningkatan mutu sekolah.

1. Strategi pengembangan guru merupakan unsur utama yang harus dilakukan, bila guru hebat, maka sekolah, siswa dan lingkungan pun juga akan hebat, seorang guru dapat berperan penting dalam membuat suasana belajar di sekolah menjadi menyenangkan.
2. Pengembangan pendidikan atau meningkatkan mutu sekolah adalah memperkuat orang tua siswa.
3. Terakhir yaitu strategi yang melibatkan para siswa sebagai upaya menciptakan suasana yang menyenangkan dalam proses belajar mengajar.

Ada salah satu kunci yang harus dimiliki dalam meraih kesuksesan dan sekaligus untuk mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain adalah mengenai mutu/kualitas, siapapun yang memiliki kualitas maka peluang untuk mendapatkan kemenangan akan sangat terbuka lebar. Oleh karena itu pendidikan harus dikelola dengan melalui manajemen strategi agar dapat menentukan rencana strategi yang tepat

diantara sekian banyak manajemen yang lainnya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam konteks tersebut dapat kita simpulkan bahwa manajemen strategi merupakan faktor krusial dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan di sebuah lembaga. Dengan adanya manajemen strategi yang efektif, sebuah lembaga pendidikan dapat menentukan langkah-langkah strategis yang tepat untuk bersaing dan unggul di antara lembaga-lembaga pendidikan lainnya.

Kepala sekolah yang menjadi pemimpin dalam perencanaan sekolah harus mempertimbangkan langkah-langkah dalam pengelolaan peningkatan mutu sekolah. Hariadi dalam Yumnah, dkk (2023:93) melaksanakan strategi dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang pertama adalah sekolah harus mempunyai visi dan misi organisasi. Kedua mencapai tujuan dan sasaran seorang seperti kepala sekolah harus menganalisa kondisi dan situasi lingkungan sekitar baik internal maupun eksternal disebut Analisis SWOT. Analisa ini berguna untuk mengetahui kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). Ketiga, membuat strategi dilanjuti dengan mengimplementasi strategi yang telah dibuat kemudian, langkah selanjutnya yaitu mengevaluasi penetapan strategi pengelolaan tersebut untuk mengukur keberhasilan. Wahidah dalam Yumnah, dkk (2023:93) Arti dari pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Secara umum pengelolaan didefinisikan sebagai kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. George R. Terry dalam Yumnah, dkk (2023:93) Pengelolaan bukan hanya melaksanakan kegiatan, tetapi juga mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, actuating* dan *controlling* (POAC).

2.5.1. Mutu

Philip B. Crosby (2022:5) mengemukakan, *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Pandangan Crosby diasosiasikan dengan dua ide yang sangat menarik dan kuat dalam hal mutu. Pertama, bahwa mutu adalah gratis, namun kenyataannya terjadi pemborosan dalam sistem ketika mengupayakan mutu. Kedua, berupa ide bahwa kesalahan, kegagalan, pemborosan, penundaan waktu serta semua hal yang tidak bermutu bisa dihilangkan apabila ada keamanan. Pendekatan, Crosby dapat diterapkan sebagai rencana kegiatan yang sangat praktis, bahwa sebuah langkah sistematis untuk mewujudkan akan menghasilkan mutu

yang lebih baik. Pemikiran Crosby yang kontroversial tentang mutu adalah tanpa cacat dalam konteks bisnis akan meningkatkan keuntungan karena terjadi penghematan biaya. Istilah mutu banyak digunakan dalam dunia produksi barang, namun dalam produksi jasa seperti pendidikan, kaedah mutu memiliki beberapa istilah seperti yang diikuti oleh E. Sallis, yaitu kontrol mutu (quality control), jaminan mutu (quality assurance), dan mutu terpadu (total quality control) (Husen dalam Imas, 2023:16)

Menurut K. Ishikawa dalam Tardian (2019:197) mengemukakan bahwa mutu berarti kepuasan pelanggan. Dengan demikian setiap dari bagian proses dalam organisasi memiliki pelanggan. Kepuasan pelanggan internal akan menyebabkan kepuasan pelanggan organisasi. Dalam konsep mutu yang diutarakan oleh para ahli di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa mutu merupakan suatu ukuran yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk. W. Edwards Deming dalam (2019:196) mengemukakan bahwa mutu berarti pemecahan masalah untuk mencapai penyempurnaan terus-menerus, seperti penerapan Kaizen pada perusahaan Toyota dan gugus kendali mutu pada perusahaan Telkom. Pendekatan Deming merupakan proses bottom-up.

Umiarso & Imam Gojali dalam Tardian (2019:196) berpendapat bahwasanya pengembangan mutu dalam sektor pendidikan sesungguhnya mengadopsi dari berbagai konsep, walaupun yang paling dominan adalah konsep mutu dalam dunia industri. Akan tetapi, pengembangan mutu akhirnya digunakan di ranah pendidikan menjadi suatu konsep yang “paten” sehingga mutu pendidikan merupakan suatu hal yang menjelma menjadi kebutuhan primer bagi sekolah untuk bersaing dengan sekolah sekolah lainnya. Menurut Jerome dalam Tardian (2019:197) beberapa karakteristik sekolah bermutu ditandai oleh "lima pilar mutu". Secara terperinci prinsip-prinsip atau lima pilar mutu tersebut adalah sebagai berikut:

1. Fokus pada pelanggan
2. Keterlibatan total dalam pelaksanaan
3. Pengukuran yang akurat
4. Komitmen yang konsisten
5. Perbaikan berkelanjutan seperti evaluasi

2.6.1. Matriks Evaluasi IFE dan EFE

a. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

David dalam Putri, dkk (2022:227) Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan alat perumusan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan sebuah bisnis. Matriks IFE berkaitan dengan lingkungan internal bisnis atau lingkungan organisasi dengan menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh sebuah bisnis. Faktor-faktor tersebut sangat berhubungan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan atau organisasi yang dimana faktor tersebut meliputi manajemen pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan (Zulfa & Rachmawati, 2021). Matriks IFE bertujuan untuk menganalisis faktor internal agar sesuai dengan kenyataan sebuah bisnis sehingga diharapkan memperoleh sebuah gambaran yang lebih terukur dengan tujuan merumuskan strategi.

b. Matrix *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) merupakan alat perumusan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman sebuah bisnis. Matriks EFE dipengaruhi oleh lingkungan eksternal, yaitu faktor peluang dan ancaman. Analisis ini berfokus pada mengevaluasi kondisi dan tren di luar kendali perusahaan. Tujuan analisis eksternal adalah untuk mengembangkan daftar peluang yang dapat menguntungkan perusahaan serta mengidentifikasi ancaman yang harus dihindari perusahaan. Dengan menganalisis matriks EFE, sebuah bisnis diharapkan memperoleh gambaran mengenai keadaan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (Zulfa & Rachmawati, 2021).

2.7.1. Analisis SWOT

Fajriansyah (2019:54) berpendapat bahwasanya SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) dari lingkungan perusahaan atau organisasi. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Analisis SWOT adalah berbagai identifikasi juga berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), tetapi

secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*), Fajriansyah (2019:54)

Menurut Fredy Rangkuti dalam Fajriansyah (2019:58) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis tersebut didasarkan pada hubungan atau interaksi antar unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal, yaitu peluang dan ancaman.

1. Faktor Kekuatan (*Strengths*)

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, antara lain kompetensi khusus yang ada dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan atau kekuatan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan dan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Contoh bidang keunggulan antara lain kekuatan pada sumber-sumber keuangan, Citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas penggunaan produk, dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.

2. Faktor Kelemahan (*Weakness*)

Berbicara tentang kelemahan yang terdapat pada suatu bisnis yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam berbagai hal seperti sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktik, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki. Dalam kategori kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3. Faktor Peluang (*Opportunity*)

Definisi sederhana tentang peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Beberapa situasi tersebut, antara lain:

- a. Kecenderungan dalam kepentingan yang terjadi di kalangan pengguna produk.
- b. Identifikasi suatu segmen dalam pasar yang belum mendapat perhatian.
- c. Perubahan dalam sektor situasi persaingan.

- d. Perubahan dalam peraturan yang ada di perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- e. Memiliki hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- f. Memiliki hubungan dengan pemasok yang harmonis.

4. Faktor Ancaman (*Threat*)

Pengertian ancaman yaitu kebalikan pengertian peluang. Dapat dikatakan, bahwa ancaman adalah faktor-faktor yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Berbagai contohnya, antara lain:

- a. Masuknya pesaing yang baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis.
- b. Pertumbuhan pasar yang sangat lamban.
- c. Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan.
- d. Lambatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses menjadi produk tertentu.
- e. Perkembangan dan perubahan teknologi yang cepat dan belum dikuasai.

2.8.1. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Hany Setyorini dalam Qanita (2020:16) Matriks QSP atau *Quantitative Strategic Planning Matrix* merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang ada untuk mendapatkan strategi prioritas atau utama. Alternatif strategi yang dianalisis pada tahap ini adalah strategi yang sudah dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal dan eksternal. Dengan matriks QSP, manajemen dapat mengurutkan berbagai strategi yang ada untuk membentuk skala prioritas dalam penerapan strategi. Perhitungan matriks QSP yaitu memadukan atau mencampurkan berbagai faktor-faktor internal dan eksternal terhadap alternatif strategi yang sudah dirumuskan. Dalam proses ini kembali dilakukan pembobotan, penentuan nilai daya tarik atau *Attractiveness Scores* (AS), dan *Total Attractiveness Scores* (TAS). Bobot pada faktor internal dan eksternal disesuaikan dengan bobot yang sudah ada pada matriks IFAS dan EFAS sebelumnya. Nilai AS didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dari satu set alternatif.

2.2. Penelitian Terdahulu

Hasil dalam penelusuran dari kepustakaan, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan manajemen strategi peningkatan mutu pendidikan karena dalam kasus ini relatif banyak dilakukan. Namun demikian penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti objek, penggunaan variabel penelitian, lokasi penelitian, metode penelitian yang berbeda dan lain sebagainya. Guna mendukung dalam penelitian yang berjudul Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) YPC Cisarua, maka peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis peningkatan mutu, juga penelitian terdahulu sebagai penopang disajikan di bawah ini.

Peneliti Suliswiyadi (2019) meneliti tentang Strategi Pengembangan Sekolah Unggulan: Studi Kasus SD Islam AL Firdaus Kabupaten Magelang. Metode penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian disimpulkan bahwa posisi kuadran dari penghitungan IFE dan EFE adalah kuadran 1 atau SO (Strength Opportunity). Skor nilai dari penghitungan 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 I dengan koordinat (3,01;3,26) yang menunjukkan strategi SO, yaitu sekolah SD Al Firdaus harus menghindari melakukan strategi progresif, yaitu memanfaatkan kekuatan dan kapasitas yang dimilikinya untuk mengambil peluang yang dihadapinya. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan alat analisis SWOT yang dimana sebagai landasan dalam menganalisis keadaan internal dan eksternal pada perusahaan atau instansi, ada beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah terdapat objek dan subyek yang berbeda serta waktu pelaksanaan penelitiannya.

Imas (2023) melakukan penelitian tentang Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (SMKS) Wikrama Bogor. Alat analisis yang digunakan adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT dan QSPM. Hasil penelitian 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. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan alat analisis SWOT, IE dan QSPM yang dimana sebagai landasan dalam menganalisis keadaan internal dan eksternal pada perusahaan atau instansi, perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah terhadap subyek dan objek serta waktu pelaksanaannya.

Marjania Ayu (2022) melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Bisnis SMKS Bumi Sejahtera di Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor. Analisis menggunakan IFE dan EFE untuk mengetahui posisi bisnis SMKS Bumi Sejahtera, SWOT untuk mendapatkan alternatif strategi dan program-program sekolah, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk membantu pemilihan strategi prioritas yang dapat digunakan oleh SMKS Bumi Sejahtera. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa sekolah sudah dalam posisi bisnis yang baik, jadi intensi strategi direkomendasikan Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan alat analisis SWOT dan QSPM yang dimana sebagai landasan dalam menganalisis keadaan internal dan eksternal pada perusahaan atau instansi, perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah terhadap subyek dan objek serta waktu pelaksanaannya.

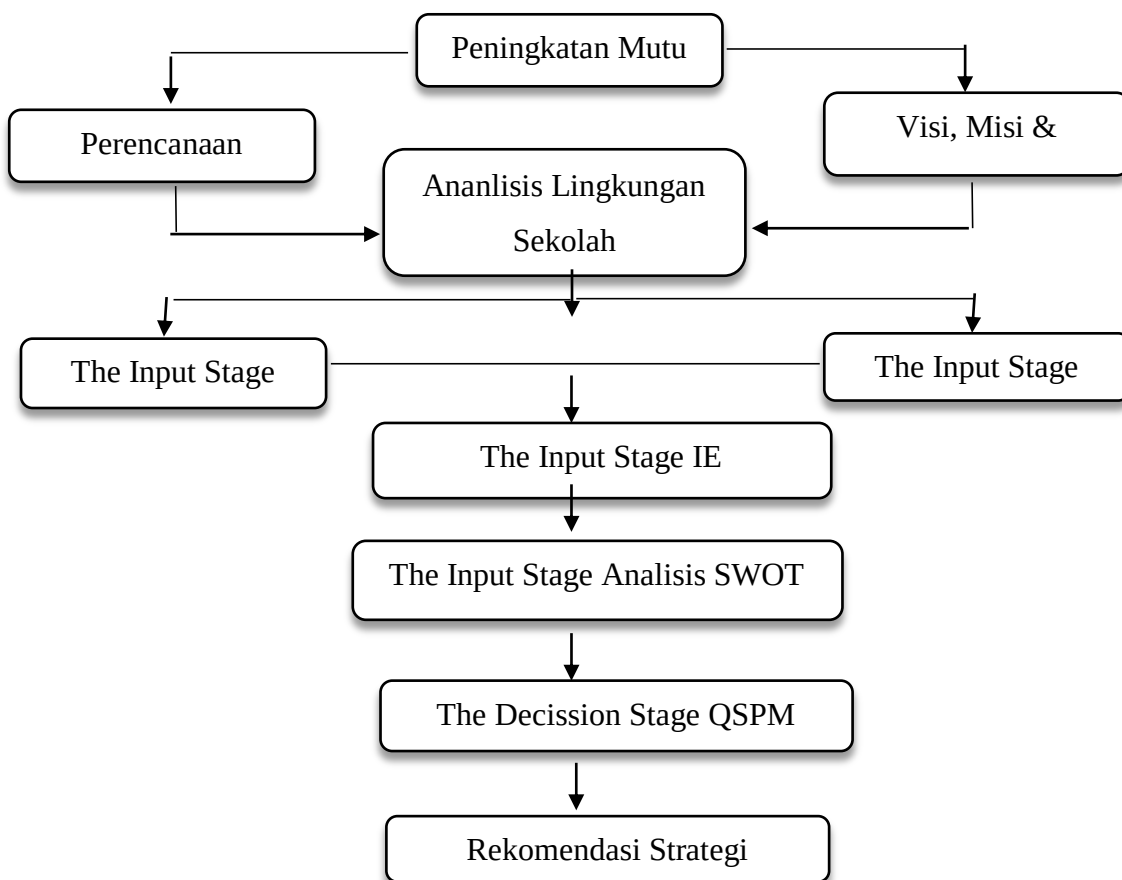
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NAMA PENELITIAN	OBJEK PENELITIAN	METODE	ALAT ANALISA	HASIL PENELITIAN
Suliyadi (2019)	SD Islam Al Firdaus	Penelitian Pengembangan	SWOT	Hasil penelitian posisi sekolah SD Islam Al Firdaus yaitu sekolah SD Al Firdaus harus menghindari melakukan strategi progresif, yaitu memanfaatkan kekuatan dan kapasitas yang dimilikinya untuk mengambil peluang yang dihadapinya.
Imas (2023)	SMKS Wikrama Bogor	Penelitian Pengembangan	SWOT, IFE, EFE dan QSPM	Hasil analisis di SMKS Wikrama Bogor, memperoleh prioritas alternatif strategi dengan perolehan TAS tertinggi sebesar 7,564 yaitu mengadakan beasiswa bagi siswa tidak mampu.
Marjania Ayu (2022)	SMKS Bumi Sejahtera di Ke. Cibungbulang Kab. Bogor	Penelitian Pengembangan	IFE, EFE, SWOT, dan QSPM	Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa sekolah sudah dalam posisi bisnis yang baik, jadi intensi strategi direkomendasikan.

Sumber: Peneliti Terdahulu

2.3. Kerangka Konseptual

Dalam konteks sekolah dalam pendidikan, dunia dalam kategori pendidikan memiliki peran yang amat sangat penting dalam memberikan pendidikan formal kepada individu. Sekolah bukan untuk tempat menyampaikan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sebagai lembaga yang membentuk karakter, moral, dan nilai-nilai bagi siswa. Melalui pendidikan di sekolah, siswa diajarkan untuk menjadi individu yang bertanggung jawab, mandiri, dan memiliki kemampuan untuk berkontribusi dalam masyarakat. Di sisi lain, bagi negara, peran dunia pendidikan sangat strategis dalam pembangunan. Selain itu, pendidikan juga berperan dalam pengentasan kemiskinan, penguatan identitas dan kebangsaan, peningkatan daya saing global, serta pendorong inovasi dan pembangunan teknologi. Oleh sebab itu, perlu bagi organisasi instansi sekolah untuk melakukan analisis mengenai kelemahan dan kekuatan internal organisasi, serta membaca peluang dan ancaman dari eksternal organisasi. Dari penelitian di atas, peneliti melakukan penelitian di Sekolah Menengah Pertama YPC Cisarua.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Peneliti (2024)