

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen Strategi**

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur, mengurus, atau mengelola. Secara substantif hal tersebut memiliki makna manajemen mengandung unsur-unsur kegiatan yang bersifat pengelolaan. Selanjutnya akan muncul pertanyaan apa yang akan dikelola, bagaimana mengelolanya, untuk apa dikelola, dan siapa yang bertindak sebagai pengelola.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan harapan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, strategi hampir selalu dimulai dari kemungkinan dari pada realitas. Kompetensi inti diperlukan untuk cepat mengembangkan pasar baru dan mengubah perilaku konsumen. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Asep Suherman, 2022:3).

Pengertian Manajemen Strategi Secara umum adalah suatu tindakan yang dilakukan terus-menerus sesuai dengan sudut pandang tertentu dalam rangka mencapai sebuah tujuan. Strategi biasanya dilakukan dengan tahapan-tahapan pertumbuhan yang telah ditargetkan. Asep Suherman (2022:1) menyatakan bahwa manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar binaan manajemen tertinggi yang diaplikasikan oleh semua anggota suatu organisasi demi terwujudnya tujuan organisasi

Sementara itu, menurut Wahyudi dalam Omar Hendro & Sri Rahayu (2021:2) Manajemen Strategik adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) tentang keputusan strategis antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Hakikat manajemen strategis adalah mengetahui tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada dapat digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan strategis. Berbicara tentang konsep manajemen strategi berarti membahas bagaimana perusahaan berhubungan dengan lingkungannya, baik itu lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

Para pakar manajemen memiliki definisi manajemen strategis masing-masing. Dari buku Strategi Management karya Nicholas S. Majluk dan Arnoldo C. Hax dalam Asep Suherman (2022:2), manajemen strategis bisa dimaknai sebagai cara memandu perusahaan untuk mencapai sejumlah sasaran. Mulai dari nilai & tanggung jawab korporasi, kapabilitas manajerial, hingga sistem administrasi yang berkaitan dengan pengambilan keputusan strategis dan operasional di berbagai tingkat hierarki.

### **2.1.2 Manajemen Strategi Sekolah**

Manajemen strategi sekolah merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi langkah-langkah yang diambil oleh sekolah untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Hal ini melibatkan pengembangan visi, misi, dan tujuan sekolah, serta identifikasi langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Manajemen strategi yang efektif membantu sekolah untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan, meningkatkan kualitas pendidikan, dan mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Strategi dalam mengelolah sekolah sangat 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. Strategi dalam bidang akademik dalam pemikiran modern tentang strategi bisnis yaitu, strategi dalam bidang perusahaan strategi memiliki kantor pusat yang dipimpin oleh kepala eksekutif kemudian merumuskan strategi, serta tim manajemen di setiap divisi menerapkan strategi tersebut dan menekankan pada pengembalian dana. Hal ini dalam bidang akademik bahwa sebuah sekolah juga merupakan suatu lingkungan yang besar dipimpin oleh seorang pimpinan dan memiliki gedung serta tim pengelola dan juga adanya pengembalian dana dalam hal ini berupa keberhasilan siswa dalam mendapatkan pekerjaan atau bentuk kerjasama antara lembaga pendidikan dan perusahaan.

Strategi dalam dunia pendidikan menurut Wina Sanjaya dalam Chanan (2022:12) diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal* yang artinya strategi sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang akan didesain untuk mencapai tujuan pendidikan. Dapat disimpulkan bahwa strategi sekolah yang dimaksud adalah sarana yang digunakan untuk memperoleh kesuksesan dalam tujuan yang telah ditentukan.

Tapi tidak hanya rencana saja strategi juga merupakan desain pengembangan institusi Pendidikan sebagai pedoman dalam pelaksanaan tujuan tertentu.

### **2.1.3 Manfaat Manajemen Strategi**

Manajemen strategi tentu akan memberikan manfaat bagi setiap organisasi jika manajemen strategi tersebut diterapkan. Dalam buku manajemen strategi oleh Budiman dkk (2023:21) manfaat manajemen strategi bagi organisasi adalah :

1. Menciptakan Keunggulan Bersaing : Manajemen membantu organisasi mengidentifikasi cara-cara untuk menciptakan keunggulan bersaing yang membedakan mereka dari pesaing. Hal Ini dapat berupa keunggulan biaya, diferensiasi produk, atau fokus pada segmen tertentu
2. Mengarahkan Fokus Organisasi : Manajemen strategi memberikan arah jangka panjang yang jelas bagi organisasi. Hal Ini membantu dalam penyelarasan seluruh organisasi terhadap tujuan yang sama dan menghindari perpecahan
3. Peningkatan Pengambilan Keputusan : Proses perencanaan strategi melibatkan analisis mendalam tentang lingkungan bisnis, sumber daya internal, dan peluang serta ancaman. Hal ini meningkatkan kualitas keputusan di semua tingkat organisasi
4. Peningkatan Penyelarasan Departemen : Manajemen strategi membantu dalam menyelaraskan departemen dan fungsi-fungsi yang berbeda dalam organisasi. Hal ini membantu menghindari silo dan mempromosikan kerjasama lintas - fungsional
5. Pengalokasian Sumber Daya yang Efisien : organisasi dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dengan merencanakan dan memprioritaskan proyek yang sesuai dengan strategi. Hal ini membantu pemborosan sumber daya.
6. Pemantauan Kinerja : Manajemen kinerja memungkinkan organisasi untuk memantau pelaksanaan strategi dan mengukur pencapaian tujuan. Hal ini memberikan dasar untuk pengambilan keputusan dan pengembalian yang lebih baik
7. Fleksibilitas dan Adaptasi : Manajemen strategi memungkinkan organisasi untuk merespon perubahan dalam lingkungan bisnis yang lebih cepat dan efektif. Organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan pasar.
8. Peningkatan Fokus pada Pelanggan : manajemen strategi yang efektif membantu organisasi memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik. Hal

ini dapat meningkatkan keputusan pelanggan dan membangun loyalitas.

#### 2.1.4 Mutu

Mutu berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*quality*” artinya kualitas. Mutu biasanya didefinisikan sebagai proses konsisten untuk menghasilkan produk yang lebih baik. Secara umum, mutu berarti tingkat keunggulan suatu produk atau hasil pekerjaan, baik berupa barang maupun barang dan jasa. Definisi kualitas memiliki konotasi yang bervariasi tergantung pada orang yang menggunakannya. West Burnham dalam Hidayat dan Pohan (2021:13) mengatakan mutu adalah ukuran relatif suatu produk atau jasa sesuai dengan standar mutu desain. Mutu desain meliputi rincian produk dan mutu penyesuaian, yaitu seberapa jauh suatu produk telah memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan.

Mutu merupakan gambaran keseluruhan dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan. Mutu yang absolut adalah kualitas yang idealismenya tinggi dan harus dipenuhi, berstandar tinggi, Dengan sifat produk yang *high-prestisius*, biasanya harganya mahal, sangat mewah, dan jarang dimiliki orang. Misalnya, memiliki mobil mewah, rumah bertingkat, perhiasan banyak, dan ruang presiden interior di hotel bintang lima.

Dalam dunia pendidikan pengertian mutu mencakup input, proses, dan output pendidikan Ramadina dkk (2023:6) adapun penjelasannya yaitu :

1. Input pendidikan : Segala sesuatu yang harus ada karena diperlukan agar proses berlangsung, meliputi: unsur pimpinan, tenaga kependidikan dan peserta didik
2. Proses pendidikan : mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lain. Proses yang dimaksud adalah pengambilan keputusan, proses belajar mengajar, proses monitoring dan evaluasi, dengan catatan bahwa proses belajar mengajar memiliki tingkat tertinggi dibandingkan dengan proses lainnya.
3. Output pendidikan : mewakili kinerja lembaga pendidikan. Kinerja lembaga pendidikan adalah pencapaian lembaga pendidikan yang dihasilkan dari proses atau perilaku lembaga pendidikan. Kinerja lembaga pendidikan dapat diukur dengan kualitas, efektivitas, efisiensi, kualitas kehidupan kerja dan moral kerjanya

Jadi, dari ketiga kriteria tersebut, yaitu input, proses, dan output yang harus lebih dominan dan harus diperhatikan adalah proses, yaitu proses belajar mengajar, karena untuk menghasilkan output yang baik tergantung pada proses belajar mengajar. Bagi setiap institusi, mutu merupakan agenda utama dan peningkatan mutu adalah tugas yang paling penting. Mutu berkaitan dengan penilaian tentang bagaimana produk memenuhi kriteria, standar, dan referensi tertentu. Dalam pendidikan, standar ini menurut departemen pendidikan nasional, hal itu dapat dirumuskan melalui capaian pembelajaran skolastik yang dapat diukur dengan pengamatan kuantitatif, dan kualitatif, terutama untuk bidang pendidikan sosial.

Mutu pendidikan bersifat multidimensi meliputi aspek input, proses dan *output* dan *outcome*. Oleh karena itu, indikator dan standar mutu pendidikan dikembangkan secara holistik mulai dari input, proses dan output. Dengan demikian Mutu lembaga pendidikan adalah kualitas berbagai layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada siswa dan kepada staf pengajar untuk terjadinya proses pembelajaran yang diredam (Warisno dalam Ramdan dkk, 2023:6).

### 2.1.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) Internal (IFE)

#### a. 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. Matriks IFE berhubungan dengan lingkungan internal bisnis dengan menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh bisnis. Faktor-faktor tersebut berhubungan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan meliputi manajemen pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, serta budaya perusahaan (Zulfa & Rahmawati dalam Putri dan Dirgantara, 2023:227). 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.

**Tabel 2.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFE)**

Faktor-Faktor segi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			

Kelemahan			
-----------	--	--	--

Sumber : David (2016:112)

#### b. Matriks EFE

Matriks *External 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. Perusahaan memanfaatkan peluang saat ini dan mengurangi efek negatif dari ancaman eksternal. Matriks EFE dihasilkan oleh lingkungan eksternal, yaitu faktor peluang dan faktor ancaman. Analisis ini berpusat pada mengevaluasi kondisi dan tren di luar aturan perusahaan. Tujuan analisis eksternal adalah untuk melebarkan daftar peluang yang dapat menguntungkan perusahaan serta mengidentifikasi ancaman yang harus dihindari oleh perusahaan. Dengan menganalisis matriks EFE, sebuah bisnis diharapkan memperoleh gambaran mengenai keadaan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (Zulfa & Rachmawati dalam Putri dan Dirgantara, 2023:227)

**Tabel 2.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE)**

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

Sumber : David (2016 : 66)

#### 2.1.6 Matriks IE

Matriks IE (Internal External) merupakan hasil kombinasi antara matriks IFE dan matriks EFE. Matriks IE memiliki tujuan untuk menentukan posisi perusahaan agar dapat diketahui strategi yang harus dilakukan. Matriks IE terdiri dari sembilan kuadran serta memiliki dua dimensi, yaitu besaran nilai matriks IFE ditempatkan pada sumbu X dan besaran nilai matriks EFE ditempatkan pada sumbu Y (David & David, 2017). Hasil matriks IE dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu sebagai berikut:

1. Grow and Build (tumbuh dan membangun) ada di dalam sel I, II, atau IV. Strategi yang bisa diterapkan adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan

pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal)

2. Hold and Maintain (menjaga dan mempertahankan) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dapat diterapkan adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.
3. Harvest and Divest (panen atau divestasi) berada dalam sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang bisa diterapkan adalah divestasi strategi penciutan dan divestasi. Berikut Matriks IE pada Gambar :

		Total nilai IFE yang diberi Bobot		
		Tinggi 3.00-400	Sedang 2.00-299	Rendah 1.00-199
Total nilai EFE yang diberi bobot	Tinggi 3.00-400	4.0 <b>I</b> <b>GROW AND BUILD</b>	<b>II</b> <b>GROW AND BUILD</b>	<b>III</b> <b>HOLD AND MAINTAIN</b>
	Sedang 2.00-299	<b>IV</b> <b>GROW AND BUILD</b>	<b>V</b> <b>HOLD AND MAINTAIN</b>	<b>VI</b> <b>HARVEST AND DEVEST</b>
	Rendah 1.00-199	<b>VII</b> <b>HOLD AND MAINTAIN</b>	<b>VIII</b> <b>HARVEST AND DEVEST</b>	<b>IX</b> <b>HARVEST AND DEVEST</b>
	1.0			

**Gambar 2.1 Matriks IE (Internal Eksternal)**  
Sumber : Penulis (2024)

### 2.1.7 Analisis SWOT

SWOT ialah singkatan dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Analisa SWOT dilaksanakan dengan cara menganalisis segala kemungkinan yang mempengaruhi keempat faktor tersebut. Tujuan dari analisa SWOT adalah menyatakan untuk menentukan strategi yang tepat berdasar pasar (Leonardo dalam Purnamasari, 2022:6). Analisis SWOT dapat digunakan untuk meningkatkan analisis saat memilih strategi, tetapi biasanya menggunakan kerangka kerja untuk membahas alternatif penting untuk pertimbangan perusahaan. Menurut Fajar dalam Purnamasari (2022:6) setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, maka dari itu analisis SWOT dapat membantu organisasi dalam memperkecil kelemahan atau kerugian yang ada.

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 berikut :

<b>SWOT</b>	<b>STRENGTH (S)</b>	<b>WEAKNESS (T)</b>
	Kekuatan yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan	Kelemahan yang ditentukan sebanyak faktor yang didapatkan
<b>OPPORTUNITIES (S)</b>	<b>STRATEGI S-O</b>	<b>STRATEGI W-O</b>
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
<b>THREAT (T)</b>	<b>STRATEGI S-T</b>	<b>STRATEGI W-T</b>
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.

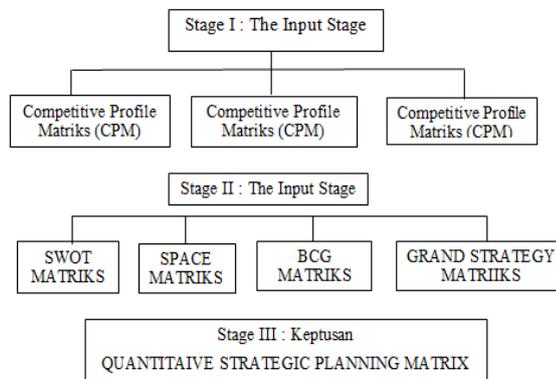
d. Strategi W-T

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

### 2.1.8 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

QSPM adalah satu-satunya teknik analitis dalam literatur yang didesain untuk menentukan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak, selain membuat peringkat strategi untuk memperoleh daftar prioritas. David (2016:184) QSPM adalah alat yang menguatkan penyusun strategi untuk mengevaluasi faktor kunci internal. Teknik ini secara faktual menandakan strategi alternatif yang terbaik.

QSPM menggunakan input dari analisis tahap 1 dan mencocokkan hasil dari analisis tahap 2 untuk memutuskan secara faktual diantara berbagai strategi alternatif. Matriks EFE, Matriks IFE, yang membentuk tahap 1, bersama dengan Matriks SWOT yang membentuk tahap 2, memberikan informasi yang dibutuhkan untuk QSPM (tahap 3)



**Gambar 2.3 Kerangka Kerja Analitis Formulasi Strategi**

Sumber : David (2016:169)

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan strategi peningkatan mutu pendidikan telah banyak dilakukan. Namun demikian, penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda seperti objek penelitian dan metode penelitiannya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan strategi peningkatan mutu pendidikan dibawah ini:

Suriyana, N (2019). Melakukan penelitian dengan judul “strategi pengembangan sman 1 sitiung”. Alat analisis yang digunakan Matriks IFE, EFE, CPM, TOWS, IE, SPACE, Grand Strategy dan QSPM. Hasil dari Matriks IFE sebesar 3,13 dan Matriks EFE sebesar 2,68. Hasil analisis Matriks TOWS, SPACE, IE, Grand Strategy menunjukkan alternatif yang dapat diterapkan sekolah adalah strategi peningkatan mutu lulusan dan jumlah melanjutkan ke perguruan tinggi, sedangkan berdasarkan analisis Internal dan Eksternal matrik diperoleh alternatif strategi peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan mutu pendidik dan tenaga kependidikan, dan strategi kerja sama dengan pemerintah, dan perguruan tinggi.

Ro'isatul, A., Sulistyorini dan Chotimah, C. (2023). Melakukan penelitian Strategik Berbasis Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. Hasil penelitian yang dapat disimpulkan: adalah (1) hasil analisis SWOT MTsN 3 Tulungagung menunjukkan bahwa pengaruh kekuatan dan peluang memiliki peran yang besar, sehingga ditemukan hasil strategi berada pada posisi kuadran (1) Strengths Opportunities (SO) dengan mendukung pada strategi agresif untuk meningkatkan mutu pendidikan, posisi tersebut sangat membawa keuntungan, lembaga memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. (2) kemudian, dari hasil analisis strategi yang dilakukan di lembaga pendidikan MTsN 3 Tulungagung, menemukan hasil bahwa salah satu strategi yang dipakai adalah strategi intensif.

Imas (2023) melakukan penelitian dengan Judul “Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (SMKS) Wikrama Bogor”. Penelitian ini melibatkan 5 orang responden dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang didapat dari interview, observasi. 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.

**Tabel 2.3 Penelitian terdahulu**

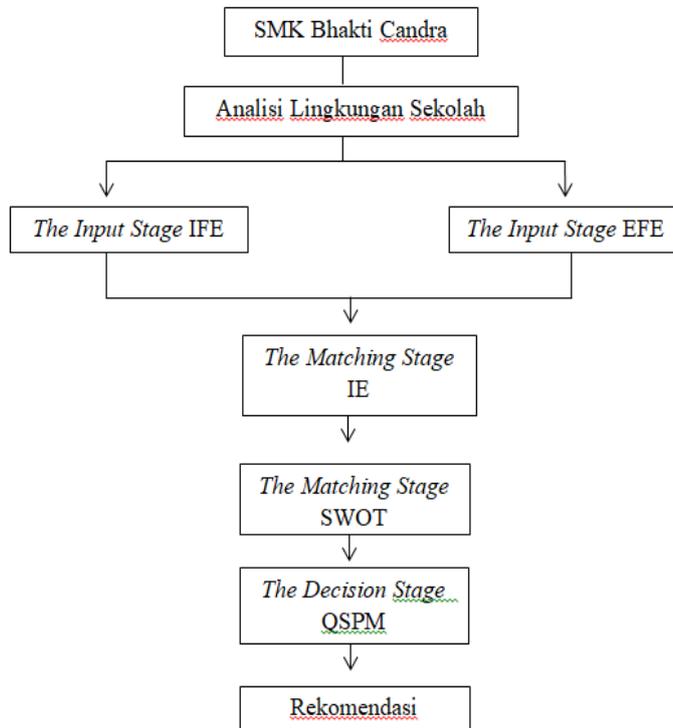
Nama Penelitian	Objek Penelitian	Metode	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Nofsri Suriyana (2019)	SMAN 1 Sitiung	Penelitian pengembangan	IFE, EFE, CPM, TOWS, IE, SPACE, Grand Strategy dan QSPM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil dari Matriks IFE sebesar 3,13 dan Matriks EFE sebesar 2,68</li> <li>2. Alternatif yang dapat diterapkan sekolah adalah strategi peningkatan mutu lulusan dan jumlah melanjutkan ke perguruan tinggi,</li> <li>3. Berdasarkan analisis Internal dan Eksternal matrik diperoleh alternatif strategi peningkatan sarana dan prasarana, peningkatan mutu guru dan karyawan, dan strategi kerja sama dengan pemerintah, dan perguruan tinggi</li> </ol>
Andia Ro'isatul Vitri, Sulistyorini dan Chusnul Chotimah, (2023)	MTsN 3 Tulungagung	Penelitian pengembangan	SWOT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil dari Analisis SWOT ditemukan hasil strategi berada pada posisi kuadran (1) Strengths Opportunities (SO) dengan mendukung pada strategi agresif untuk meningkatkan mutu pendidikan, posisi tersebut sangat membawa keuntungan, lembaga memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.</li> <li>2. Hasil analisis strategi yang dilakukan di MTsN 3 Tulungagung, ditemukan hasil bahwa strategi yang dipakai adalah strategi intensif.</li> </ol>
Imas (2023)	SMKS Wikrama Bogor	Penelitian pengembangan	SWOT, IFE, EFE dan QSPM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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.</li> </ol>

				<p>2. Hasil formulasi matriks SWOT diperoleh 8 macam alternatif strategi yang dapat diterapkan di SMKS Wikrama Bogor.</p> <p>3. Hasil analisis QSPM diperoleh prioritas alternatif strategi dengan perolehan TAS tertinggi sebesar 7,564 yaitu mengadakan beasiswa bagi siswa tidak mampu.</p>
--	--	--	--	--

Sumber : Penelitian terkait (2023)

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konsep tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebelumnya. Kerangka konseptual bertujuan untuk mengemukakan objek penelitian secara umum dalam bentuk kerangka yang akan diteliti. Berikut ini kerangka konseptual SMK Bhakti Candra.



**Gambar 2.4 Kerangka Penelitian**

Sumber : Peneliti (2024)