

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan bisnis saat ini, menyebabkan masyarakat Indonesia saling berlomba mencari peluang usaha untuk bisa menyambung hidup, banyak masyarakat yang menjadikan bisnis sebagai mata pencarian. Menurut Hughes dan Kapoor (Sugiyono, 2003, p20) bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis yang baik tentunya memiliki produk yang berkualitas baik, untuk bisa bersaing dengan produk pesaingnya. Produk yang unggul tanpa memiliki strategi bisnis yang matang tidak akan bisa bertahan di dunia pasar. Dalam strategi bisnis yang baik harus mementingkan analisis yang meliputi *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Treatment* (SWOT).

Analisis SWOT adalah proses analisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Analisis ini didasarkan pada logika yang berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha untuk pengambilan keputusan strategi yang terbaik.

Pada era Globalisasi saat ini pertumbuhan masyarakat Indonesia berkembang pesat. Kesibukan masyarakat Indonesia sangatlah padat dan berdampak terhadap keinginan masyarakat Indonesia yang ingin serba cepat dan instant, salah satunya di bidang makanan, makanan sangat di butuhkan masyarakat Indonesia. Banyak industri makanan yang berkembang di Indonesia, demikian pula industri *Restaurant fast food* yang berkembang pesat di akhir-akhir ini.

Tanpa menghiraukan kesehatan makanan yang disajikan oleh *Restaurant fast food* saat ini masyarakat Indonesia hanya mementingkan kemudahan dan kecepatan untuk memperolehnya, sehingga tidak memikirkan dampak dari kesehatan yang akan di dapatkannya, dengan kebiasaan mengkonsumsi makanan yang instant dan pola makan yang kurang sehat dan sebagian besar masyarakat Indonesia mengalami kelebihan berat badan atau sering di sebut *Obesitas*. *Obesitas* adalah akumulasi kelebihan lemak yang ada dalam tubuh yang berakibat timbulnya berbagai macam penyakit degeneratif, hal tersebut dikarenakan dari pola makan yang salah dan kurangnya aktifitas olah raga. Melihat dari permasalahan tersebut banyak anak muda usia produktif saat ini mengalami kelebihan berat badan yang berakibat menghambat masa pertumbuhan dan rasa kepercayaan diri dari mereka.

Merespon permasalahan tersebut banyak bermunculan produk untuk pengelolaan berat badan. Produk yang saat ini dikenal masyarakat untuk program pengelolaan berat badan adalah *Herbalife Nutrition*. *Herbalife Nutrition* adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada industri kebugaran. Herbalife berdiri pada tahun

1980 di California, pendiri Herbalife adalah seorang anak muda yang bernama Mark Hughes, Produk Herbalife saat ini sudah dikonsumsi masyarakat di lebih dari 98 Negara dan salah satunya adalah Indonesia. Herbalife adalah salah satu produk pengganti makanan nomor satu di dunia.

Herbalife memiliki rencana pemasaran produk atau yang sering disebut dengan DMO (*Daily Method Operation*), DMO Herbalife yang telah dilakukan oleh distributor adalah pembagian brosur, pembagian sample produk, *survey* kebugaran dan *Nutrition Club*. Saat ini, metode pemasaran produk Herbalife yang berkembang di dunia bernama *Nutrition Club* atau di Indonesia biasa disebut dengan Club Sehat.

Di Indonesia banyak tersebar Club Sehat termasuk di Jawa Timur. Club Sehat yang saat ini sudah tersebar di pelosok kota di Jawa Timur dan salah satu kota yang memiliki perkembangan Club sehat yang pesat adalah di kota Madiun, salah satu Club Sehat di daerah Madiun bernama Enjoy Club. Enjoy Club berdiri pada tanggal 30 September 2015 dan Owner Enjoy Club bernama Pradana Budi Ginanjar yang beralamatkan di Ruko baru selatan Pasar Dolopo Kabupaten Madiun. Enjoy Club menjual paket produk Herbalife dengan menu sajian produk yaitu Shake, Aloe, NRG. Enjoy Club menggunakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menambah Profit pada Club, setiap hari Enjoy Club memiliki *customer* sebanyak 15-20 orang pagi dan sore yang tergolong Club Sehat yang memiliki *customer* banyak di daerah Madiun.

Tabel 1.1 Jumlah *Customer* di Enjoy Club Dolopo pada Bulan Agustus 2016 - Januari 2017

No.	Bulan	Minggu Ke-	Jumlah Customer	Customer Perbulan
1	Agu-16	1	70	323
		2	70	
		3	77	
		4	106	
2	Sep-16	1	110	426
		2	106	
		3	110	
		4	100	
3	Okt-16	1	87	402
		2	120	
		3	95	
		4	100	
4	Nov-16	1	110	435
		2	112	
		3	98	
		4	115	
5	Des-16	1	100	365
		2	70	
		3	85	
		4	110	
6	Jan-17	1	98	338
		2	100	
		3	70	
		4	70	
Total Customer				2289

Bisa dilihat pada tabel 1.1, jumlah *customer* club sehat pada bulan Januari 2017 mengalami penurunan sebanyak 27 *customer* hal ini bisa dikarenakan strategi yang digunakan pada Club Sehat kurang maksimal, bisa jadi banyaknya Club Sehat dan

produk sejenis yang banyak beredar di Madiun sehingga *customer* beralih pada Club Sehat lainnya.

Strategi Bisnis digunakan dengan menilai dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang ada pada Club Sehat, karena kedua faktor ini digunakan untuk mengambil alternatif strategi bisnis.

Melihat dari permasalahan di atas penulis ingin meneliti tentang strategi bisnis yang meliputi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang ada di Enjoy Club dengan judul **“ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA ENJOY CLUB HERBALIFE INDEPENDENT MEMBER DOLOPO”**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana alternatif Strategi “Enjoy Club” Herbalife Independent Member Dolopo berdasarkan pendekatan Analisis SWOT?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Menganalisis Faktor-faktor internal (berupa kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman) Enjoy Club Herbalife Independent Member Dolopo dengan menggunakan Analisis

SWOT sehingga dapat ditentukan alternatif-alternatif Strategi Bisnis yang tepat.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan dapat diambil nilai-nilai manfaatnya sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program sarjana S1.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan suatu masukan pemikiran dan *input* yang bermanfaat sehingga perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengelolaan berat badan di Indonesia khususnya pada Club Sehat “Enjoy Club” Herbalife Independent Member Dolopo dapat menerapkan strategi-strategi baru untuk menarik minat konsumen dalam pembelian nutrisi.

c. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan masalah ini.

d. Bagi Masyarakat

Sebagai informasi dan masukan tentang Club Sehat yang ada di
Dolopo terutama yang berhubungan tentang Strategi Bisnis.

