

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isna Club Ratu Yuye merupakan usaha yang baik tentunya mempunyai produk yang berkualitas baik, buat bisa bersaing dengan produk pesaingnya (Amrinanto, 2016). Produk yang unggul tanpa memiliki seni manajemen usaha yang matang tidak akan mampu bertahan di dunia pasar (Antoni, 2019). Dalam seni manajemen usaha yang baik harus mementingkan analisis yg meliputi Strength, Weakness, Opportunity, Treatment (SWOT) (Esabella, 2019). Analisis SWOT merupakan proses analisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam syarat saat ini (Fathoni, 2016). Analisis ini didasarkan pada logika yang berkaitan menggunakan pengembangan misi, tujuan, seni manajemen serta kebijakan perjuangan untuk pengambilan keputusan seni manajemen yg terbaik (Harsiti,2016).

Tanpa menghiraukan kesehatan kuliner yang disajikan sang Restaurant fast food saat ini masyarakat Indonesia hanya mementingkan kemudahan serta kecepatan untuk memperolehnya, sehingga tidak memikirkan dampak dari kesehatan yang akan di dapatkannya, dengan kebiasaan mengkonsumsi makanan yang instant serta pola makan yang kurang sehat serta sebagian besar masyarakat Indonesia mengalami kelebihan berat badan atau seringkali dianggap Obesitas (MyHerbalife, 2017). Obesitas merupakan akumulasi kelebihan lemak yang terdapat dalam tubuh yang mengakibatkan timbulnya berbagai macam penyakit degeneratif, hal tersebut dikarenakan berasal pola makan yang keliru serta kurangnya aktifitas olah raga (Yurindra, 2017). Melihat dari permasalahan tersebut banyak anak muda usia produktif saat ini mengalami kelebihan berat badan yang mengakibatkan merusak masa pertumbuhan serta rasa kepercayaan diri dari mereka (Harsiti,2016), (Fathoni, 2016). Strategi usaha yang digunakan Lupiyoadi tahun 2001 dengan menilai 2 faktor yaitu faktor internal serta faktor eksternal, faktor internal yaitu kekuatan serta kelemahan, sedangkan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang terdapat di Club Sehat, sebab ke 2 faktor ini dipergunakan untuk mengambil cara lain strategi usaha.

Berangkat dari latar belakang tersebut, tempat usaha *Isna Club Ratu Yuye* menginginkan desain promosi untuk mengembangkan usaha dalam rangka mengurangi kelebihan berat badan pada masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar promosi di bidang usaha semakin meningkat. Sehingga, desain yang ditawarkan cocok untuk tempat usaha *Isna Club Ratu Yuye*. Dampaknya, pengaruh dari desain promosi ini memberikan hasil sesuai dengan harapan dari bidang usaha kesehatan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi "*Isna Club Ratu Yuye*" sesuai pendekatan Analisis SWOT?
2. Bagaimanakah perancangan media promosi desain komunikasi visual "*Isna Club Ratu Yuye*" ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Menganalisis Faktor-faktor internal (berupa kekuatan serta kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (berupa peluang serta ancaman) *Isna Club Ratu Yuye* menggunakan Analisis SWOT sehingga bisa dipengaruhi alternatif-alternatif strategi usaha yang sempurna.

1.3.2 Manfaat

Penelitian ini diharapkan bisa berguna serta bisa diambil nilai-nilai manfaatnya sebagai berikut:

1.3.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dipergunakan buat memenuhi salah satu persyaratan akademik pada menyelesaikan program Diploma 3

1.3.2.2 Bagi Perusahaan

Diperlukan penelitian ini akan membuat suatu masukan pemikiran serta input yang berguna sehingga perusahaan yang bergerak pada bidang industri pengelolaan berat badan di Indonesia khususnya di Club Sehat "*Isna Club Ratu Yuye*" bisa menerapkan strategi-strategi baru buat menarik minat konsumen pada pembelian nutrisi.

1.3.2.3 Bagi Universitas

Menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan persoalan ini.

1.3.2.4 Bagi Masyarakat

Menjadi informasi serta masukan tentang Club Sehat yang terdapat di Bali terutama yang bekerjasama tentang strategi bisnis.

1.4 Sasaran

Target perusahaan ini lebih diperuntukan buat rakyat Bali, info yang diperoleh dari hasil penelitian ini bisa dipergunakan oleh pihak perusahaan yang terkait, yaitu *Herbalife* Nutrition Shake Mix menjadi bahan masukan atau rekomendasi pada taktik pemasaran guna menaikkan kualitas layanan sesuai prediksi kemauan konsumen.

