

HEALTHY GYM FAMILY (Perencanaan Pendirian Usaha Jasa Fitness Center)

Harbet Makmur¹, Herry Widagdo²
Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang
e-mail: *harbet.makmur@gmail.com, herry@stie-mdp.ac.id,

Abstrak

Healthy Gym Family merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa fitness center berlokasi di Jl. Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang. Healthy Gym Family menyediakan fasilitas alat fitness kepada masyarakat, selain itu fitness center ini menawarkan 3 paket pilihan yaitu paket A, paket B, dan Paket C. Alasan memilih usaha ini dikarenakan perkembangan fitness center di kota Palembang sangat meningkat serta masih banyak minat masyarakat terhadap fitness center yang belum terlayani. Healthy Gym Family menggunakan strategi pemasaran promosi dengan menggunakan media online dan membagikan brosur. Dengan melihat analisis dari aspek kelayakan usaha yang dilakukan, Healthy Gym Family dinyatakan layak untuk dijalankan dan berprospek menguntungkan di masa mendatang.

Kata kunci :Healthy Gym Family, fitness center

Abstract

Healthy Gym Family is a gym business that provide gym center this business is located in Jl. Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang .Healthy Gym Family provide fitness tools to citizen. This business offer with 3 packet which is pakcet A, packet B, packet C. The reason choose this business because growth fitness center in palembang city is increase enough and still many citizen who is interested in fitness ceter still not underserved. Healthy Gym Family will do a marketing promotion by using media online and brochures. By looking on an analysis of the feasibility aspect, Healthy Gym Family is declared as an eligible business and prospected profitable in the future.

Keyword :Healthy Gym Family, fitness center

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Berdirinya Usaha

Industri *fitness* di Indonesia diawali sejak tahun 1950-an, dimana kegiatan itu merupakan ajang olahraga pertama setelah perang kemerdekaan Indonesia. Kegiatan olahraga ini diadakan di skala nasional saat itu dan diresmikan langsung oleh Presiden Indonesia pertama Soekarno, ajang olahraga kompetisi tersebut adalah "SEA Games dan Pekan Olahraga Nasional (PON)" yang digelar pada tahun 1952 dan diadakan di kawasan olahraga kebanggaan bangsa Indonesia, yaitu di "Gelora Bung Karno" Jakarta. Hingga pada akhirnya muncul tradisi baru olahraga dengan sarana ultra modern mulai tumbuh ditandai oleh bermunculannya berbagai tempat kebugaran dan *fitness* yang saat ini dapat kita temukan di berbagai lokasi, baik yang berada di pusat perbelanjaan hingga gedung perkantoran (Indoprofitness, 2016).

Fitness pada dasarnya adalah suatu aktivitas olahraga yang dilakukan oleh seseorang untuk meningkatkan kebugaran fisiknya dan memaksimalkan kekuatan pada otot tubuhnya dengan cara melakukan aktivitas latihan beban, asupan makanan dan kalori yang cukup, suplementasi, serta pengaturan pola istirahat yang baik demi mencapai kebugaran tubuh yang sehat (Semakar, 2016). Memperoleh bentuk tubuh ideal serta otot tubuh yang di inginkan diperlukan usaha dalam melakukannya, usaha yang dilakukan tersebut tidaklah mudah, diperlukan kedisiplinan waktu serta asupan makanan yang dikonsumsi.

Perkembangan fenomena *fitness* sudah mulai bergeser yang dulunya hanya diminati oleh kalangan ekonomi menengah keatas yang bisa melakukan aktifitas ini, kini hal tersebut sudah mulai berubah. Jika dahulu hanya hotel-

hotel berbintang yang menyediakan fasilitas *fitness*, kini pusat perbelanjaan juga sudah mulai menyediakan fasilitas *fitness*. Segmentasi pasarnya sudah mulai berubah dari yang dahulu untuk kalangan menengah keatas, kini berubah menjadi kaum menengah kebawah pun sudah banyak yang beraktifitas di *fitness* (Sehateasy, 2014).

Gaya hidup manusia yang ingin memiliki tubuh yang sehat membuat mereka harus memiliki tekad yang kuat dalam mewujudkannya. Berolahraga secara rutin dan menjaga pola makan yang baik mampu membantu mereka memiliki tubuh yang sehat. *Healthy Gym Family* adalah tempat kebugaran yang membantu masyarakat dalam pembentukan otot-otot tubuh maupun berolahraga untuk menjaga kesehatan tubuh, beberapa fasilitas yang sudah disediakan di *Healthy Gym Family*, konsumen dapat memilih olahraga apa yang akan dilakukan dalam setiap kali pertemuan sesuai dengan kebutuhan konsumen. *Fitness center* telah dikenal dari masa ke masa, sehingga usaha ini dapat dikembangkan menjadi salah satu usaha olahraga *fitness* alternatif.

Penulis mendirikan tempat kebugaran yaitu *Healthy Gym Family* yang bergerak dibidang jasa, yang berlokasi di Jalan Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang. Alasan dari pendirian usaha *Healthy Gym Family* adalah, tempat kebugaran adalah salah satu tempat yang baik bagi berbagai perkumpulan orang, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua. Mempunyai tujuan yang sama yaitu berolahraga untuk menjaga kesehatan tubuh maupun pembentukan tubuh yang ideal. Dari hasil kuisisioner yang disebarkan oleh penulis, didapatkan bahwa yang berminat terhadap *fitness center* sebesar 83%. Hal inilah yang membuat penulis mendirikan usaha *fitness center* ini karena melihat peluang

yang ada. Selain itu, penulis memilih untuk memulai usaha ini dikarenakan adanya keluarga penulis yang sudah bekerja di bidang jasa *fitness center* ini. Hal ini akan berguna untuk penulis supaya dapat lebih mudah untuk mendalami bidang usaha ini. *Healthy Gym Family* menyediakan fasilitas *fitness* mulai dari alat berat hingga olahraga ringan, sehingga memudahkan penggunaannya dalam melakukan aktifitas *fitness*.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan

Visi :

Menjadikan *Healthy Gym Family* sebagai pusat kesehatan dan kebugaran yang terpercaya di kota Palembang.

Misi :

1. Memperkenalkan *Healthy Gym Family* sebagai jasa *fitness center* di Palembang.
2. Memberikan pelayanan yang baik serta menyediakan alat-alat *fitness* yang berkualitas bermerek *Body Tech*.
3. Mengutamakan kenyamanan dan kepentingan konsumen.

Tujuan

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebugaran tubuh.
2. Menciptakan loyalitas terhadap konsumen yang telah memilih jasa *Healthy Gym Family* sebagai tempat kebugaran tubuh yang terpercaya.
3. Membantu konsumen yang berolahraga dalam pembentukan tubuh maupun berolahraga untuk menjaga kebugaran..

2. Gambaran Usaha

Healthy Gym Family merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa

yakni memberikan layanan *fitness center* kepada masyarakat yang berolahraga untuk menjaga kebugaran tubuh dan pembentukan tubuh yang ideal. Konsep usaha dari *Healthy Gym Family* sendiri sudah termasuk konsep yang modern, *Healthy Gym Family* memberikan layanan *fitness* kepada masyarakat dengan memberikan 3 paket pilihan kepada masyarakat yaitu paket A, paket B, dan paket C. Selain itu *Healthy Gym Family* menyediakan fasilitas tambahan yaitu *aerobic* dan yoga. Lokasi *Healthy Gym Family* bertempat di Jln. Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang yang dirikan dalam sebuah ruko. Membuka tempat olahraga yang nyaman dan bersih, memiliki fasilitas yang memudahkan konsumen yang berkunjung, mengutamakan kenyamanan yang baik bagi konsumen sehingga konsumen betah ketika sedang berada di pusat kebugaran *Healthy Gym Family*. Pelayanan yang diberikan *Healthy Gym Family* kepada konsumen ialah memberikan kesan yang baik bagi para konsumen, melayani dengan baik dan ramah, memberikan arahan dan prosedur yang sudah ditetapkan *Healthy Gym Family*.

Dalam proses pembayaran sendiri *Healthy Gym Family* memberikan dua pilihan dimana pelanggan dapat melakukan pembayaran 1 bulan sekali, atau dengan cicilan yang telah ditentukan sebanyak 2 kali dalam 1 bulan. Nama *Healthy Gym Family* mempunyai arti yaitu sehat, dan keluarga yang berarti kehidupan yang sehat dimulai dari berolahraga secara teratur, dan pola makan yang sehat. Sedangkan arti dari keluarga, *Healthy Gym Family* ingin

konsumennya menjalin pertemanan yang baik satu sama lain, menjadikan satu keluarga yang kompak dalam berolahraga sehingga bisa membantu satu sama lain dalam beraktifitas olahraga.

Keunikan dari *Healthy Gym Family* adalah, memberikan layanan *fitness* terhadap konsumen. *Healthy Gym Family* juga dilengkapi dengan fasilitas lain seperti *aerobic* dan yoga. *Healthy Gym Family* memberikan fasilitas tambahan kepada konsumen *fitness center* yaitu berupa *free aerobic* dan yoga masing-masing 1 kali pertemuan, jika konsumen melakukan pembayaran 3 atau 6 bulan tanpa dicicil. Selain memberikan fasilitas tambahan, *Healthy Gym Family* memberikan *free snack* dan air minum yang telah disediakan *Healthy Gym Family* kepada konsumen. *Snack* tersebut sudah termasuk dalam paket yang telah disediakan, sehingga konsumen bisa menikmati *snack* disaat beristirahat. Selain itu *Healthy Gym Family* mengadakan latihan dan pertandingan Panco 1 Bulan sekali, konsumen yang menang dalam pertandingan panco akan mendapatkan *free* 1 Bulan *fitness* paket A.

Keunggulan dari *Healthy Gym Family* adalah, *Healthy Gym Family* memberikan keringanan bagi konsumen berupa pembayaran yang dapat dicicil sebanyak 2 kali, jika konsumen ingin *fitness* selama 6 bulan atau lebih maka pembayaran bisa dilakukan secara tunai atau dicicil dengan menggunakan kartu kredit BCA dan Mandiri. Instruktur *fitness* yang dipilih *Healthy Gym Family* adalah instruktur yang berkualitas dari segi bidangnya, dan menguasai cara

pemakaian alat-alat *fitness* serta kegunaannya. Instruktur *fitness* akan ada setiap hari, hal ini memudahkan para konsumen sebagai pemula bisa dilatih atau diarahkan oleh instruktur dalam menggunakan peralatan *fitness* dan cara penggunaannya.

3. Aspek Pemasaran

3.1 Segmentasi Pasar, Target Pasar dan Positioning

3.1.1 Segmentasi Pasar

1. Geografis

Segmentasi geografis adalah pembagian pasar ke dalam unit-unit geografi yang berbeda seperti negeri, negara bagian, provinsi, wilayah, daerah, kota, desa (Sunyoto, 2014, h. 58). Segmentasi geografis dari usaha *Healthy Gym Family* adalah masyarakat Kenten maupun masyarakat di seluruh Kota Palembang.

2. Demografis

Segmentasi demografis yaitu pasar yang dibagi menjadi kelompok berdasarkan usia, pendapatan, tipe dan ukuran keluarga, *gender*, kelas sosial dan lain-lain (Manap, 2016, h. 74). Segmentasi demografis *Healthy Gym Family* berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, remaja sampai orang tua dari usia 15-55 tahun yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan perusahaan maupun direktur perusahaan yang berpendapatan menengah (Rp 2.000.000-Rp 5.000.000) dan menengah ke atas (> Rp 5.000.000).

3. Psikografi

Segmentasi psikografis merupakan segmentasi yang berdasarkan gaya hidup, nilai, karakteristik dan kepribadian (Manap, 2016, h.75). Segmentasi psikografis *Healthy Gym Family* yaitu masyarakat yang suka akan hidup sehat, selain itu banyak masyarakat yang menginginkan bentuk tubuh yang ideal.

3.1.2 Target Pasar

Target pasar *Healthy Gym Family* adalah remaja hingga dewasa mulai dari usia 15-40 tahun, karena di usia 15 tahun anak-anak remaja sudah mengenal dan menyukai olahraga, serta mengenal gaya hidup yang modern. Usia 17-22 tahun termasuk dalam golongan karyawan maupun sales yang berpenghasilan menengah (Rp 2.000.000-Rp 5.000.000) hingga di usia 22-40 yang berpenghasilan menengah ke atas (> Rp5.000.000) yang berprofesi sebagai supervisor, manajer maupun wirausaha. Adapun orang tua yang berolahraga untuk mengisi waktu luang dikala tidak ada kesibukan dalam keseharian.

3.1.3 Positioning

Positioning dari *Healthy Gym Family* adalah usaha jasa *fitness center* yang siap membantu masyarakat menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh dengan menyediakan alat-alat *fitness* yang modern bermerek *Body Tech*. Memberikan pelayanan yang baik serta cara pembayaran yang bisa dicicil. Selain itu *Healthy Gym Family* memberikan fasilitas pendukung seperti *aerobic* dan yoga.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Permintaan

Untuk mengetahui minat konsumen terhadap *fitness center*, maka penulis membagikan sebanyak 30 kuisioner kepada masyarakat disekitar Kenten. Dari 30 kuisioner, didapat hasil orang yang menyukai *fitness center* sebanyak 25 orang. Jadi dari data tersebut diasumsikan masyarakat yang menyukai *fitness center* adalah sebesar 83% dari calon pengunjung di sekitar Kenten yaitu berjumlah 9.608 orang. Jumlah permintaan paket A sebesar 3.171 orang, paket B 2.594, dan paket C sebesar 3.843.

Dibawah ini merupakan data permintaan pertahun dengan asumsi kenaikan sebesar 1.41% yang berbanding dengan pertumbuhan penduduk berdasarkan usia 15-40 tahun di Kota Palembang menurut BPS Kota Palembang (BPS, 2015)

Tabel 1 Perkiraan Permintaan *Healthy Gym Family* Paket A, B, dan C Selama 3 Tahun

Paket A	
Tahun	Perkiraan Permintaan
2018	3.171
2019	3.216
2020	3.261
Paket B	
Tahun	Perkiraan Permintaan
2018	2.594

2019	2.630
2020	2.667
Paket C	
Tahun	Perkiraan Permintaan
2018	3.843
2019	3.897
2020	3.952

3.2.2 Penawaran

Tabel 2 Perkiraan Penawaran Pesaing Selama 3 Tahun

Tahun	Penawaran Pesaing (unit)
2018	3.432
2019	3.480
2020	3.529

3.3 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.3.1 Produk (*Product*)

Alat *fitness* yang di pilih harus dipastikan menggunakan bahan baku yang berkualitas, contohnya adalah ukuran dan ketebalan besi yang digunakan. *Healthy Gym Family* menggunakan alat *fitness* yang bermerek *Body Tech*, dimana ketahanan serta ketebal besi sudah terjamin.

Healthy Gym Family menawarkan 3 paket pilihan kepada konsumen yaitu Paket A hanya untuk *fitness* saja, konsumen dapat melakukan *fitness* sebanyak 12 kali pertemuan, akan tetapi konsumen bebas memilih kapan saja akan melakukan kegiatan *fitness*, Paket B *aerobic* dan yoga dengan jadwal masing-masing 2 kali pertemuan dalam 1 minggu, dan Paket C *fitness*, *aerobic* dan yoga dengan jadwal yang telah ditentukan. Dari ketiga paket tersebut sudah

termasuk *free snack* yang diberikan oleh *Healthy Gym Family*.



Gambar 1 Alat Fitness *Healthy Gym Family*

Logo adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Dalam pemasarannya *Healthy Gym Family* membuat suatu logo yang berguna untuk menunjukkan sebuah ciri khas dari *Healthy Gym Family* sendiri.



Gambar 2 Logo *Healthy Gym Family*

3.3.2 Harga (*Price*)

Healthy Gym Family akan menawarkan 3 paket yaitu paket A, Paket B dan Paket C dalam penawarannya. Paket A Rp 175.000 yang menyediakan layanan *fitness* sedangkan untuk paket B Rp 300.000 menyediakan layanan *aerobic* dan yoga dan Paket C Rp 500.000 *fitness*, *aerobic*, dan yoga. Dari ketiga paket tersebut konsumen telah mendapatkan *free snack*.

3.3.3 Promosi (*Promotion*)

a. Periklanan (*Advertising*)

Healthy Gym Family menggunakan brosur dan kartu

nama sebagai media periklanan yang akan dibagikan kepada masyarakat yang berguna untuk memperkenalkan jasa ini. Brosur ini akan disebar ke instansi-instansi pemerintah maupun swasta seperti Perkantoran dan Universitas yang ada di Palembang. Selain itu *Healthy Gym Family* akan menambahkan spanduk sebagai media periklanan yang akan di pasang di tempat usaha didirikan.

b. *Personal Selling*

Healthy Gym Family akan mempromosi dan memperkenalkan jasa *fitness center* secara langsung kepada konsumen. Saat pembagian brosur *Healthy Gym Family* akan menjelaskan berbagai kelebihan serta manfaat yang akan diterima jika memilih jasa *Healthy Gym Family*.

c. *Jejaring Sosial*

Healthy Gym Family memanfaatkan jejaring sosial untuk memperkenalkan jasa yang akan ditawarkan. Jejaring sosial yang akan digunakan *Healthy Gym Family* adalah *Instagram*, *BBM*, dan *Line*. Jejaring sosial *Instagram* akan berisikan foto-foto *Healthy Gym Family*, baik berupa foto-foto alat *fitness*, konsumen yang menjadi member dan foto konsumen yang sedang berolahraga. Selain itu *BBM* berguna untuk membroadcast pesan singkat yang berisikan berita atau promo-promo yang akan ditawarkan oleh *Healthy Gym Family*.

3.3.4 Tempat (*Placement*)

Lokasi *Healthy Gym Family* terletak di Jalan Residen H.

Najamuddin No. 120 Palembang, lokasi ini dipilih karena daerah Kerten yang membuka usaha *fitness center* masih minim. Masyarakat Kerten sudah sangat mendukung dalam sisi ekonomi maupun kependudukannya, hal ini bisa dilihat banyaknya kompleks-komplek perumahan di daerah Kerten. Tempat usaha yang mudah di jangkau karena terletak di pinggir jalan, serta lingkungan sekitar yang aman.

3.3.5 Orang (*People*)

Kualitas Instruktur dan karyawan *Healthy Gym Family* akan selalu dijaga, antara instruktur dan karyawan akan diberikan pakaian atau seragam masing-masing. Pakaian yang berbeda antara instruktur dan karyawan agar konsumen tidak bingung dan mudah dalam berkomunikasi. Instruktur akan selalu melayani konsumen dengan baik dan ramah, membimbing atau mengarahkan konsumen dalam pemakaian alat-alat *fitness* serta cara penggunaannya. Sedangkan karyawan *Healthy Gym Family* akan menyambut dan melayani konsumen dengan baik dan ramah, membantu konsumen dalam pemilihan paket sesuai dengan kebutuhan konsumen yang ingin memilih jasa *Healthy Gym Family* sebagai tempat berolahraga.

3.3.6 Proses (*Process*)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya tersiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen (Lupiyoadi 2013, h. 98).

3.3.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik dari *Healthy Gym Family* adalah sebuah ruko, ruko ini adalah tempat usaha yang akan dijalankan. Ruko ini akan menjadi tempat pusat kebugaran tubuh yang menyediakan alat-alat *fitness* serta pelayan yang baik kepada konsumen.



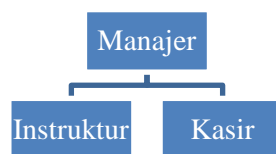
Gambar 3 Tempat Usaha *Healthy Gym Family*

4. Aspek Organisasi dan Manajemen

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

1. Nama Usaha : *Healthy Gym Family*
2. Jenis Usaha : Jasa *Fitness Center*
3. Alamat Usaha : Jln. Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang
4. Nama Pemilik : Harbet Makmur
5. Status Pemilik di Usaha : Pemilik

Struktur di Organisasi :



Gambar 4 Struktur Organisasi *Healthy Gym Family*

4.2 Perijinan

Dalam membuka suatu usaha perlu memiliki kelengkapan surat

perijinan agar usaha berjalan lancar di kemudian hari tanpa ada gangguan apapun. Sebagai legalitas *Healthy Gym Family* akan mengikuti peraturan yang berlaku. Selain itu *Healthy Gym Family* akan meminta ijin gangguan kepada RT setempat agar usaha dapat berjalan dengan lancar.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Healthy Gym Family akan melakukan penyusunan jadwal pelaksanaan praoperasi selama 2 bulan yang meliputi meliputi survei pasar, survei pesaing, menyusun rencana usaha, persiapan tempat usaha, perijinan, penyediaan peralatan dan perlengkapan, perekrutan karyawan, pelatihan karyawan, dan promosi.

4.4 Inventaris dan Supply Kantor

4.4.1 Inventaris Kantor

Inventaris adalah daftar yang memuat semua barang perusahaan dan sebagainya yang dipakai dalam melaksanakan tugas.

Tabel 3 Inventaris Kantor *Healthy Gym Family*

Uraian	Jumlah
Komputer	1
Vacum Cleaner	1
Dispenser	2
Timbangan	1
Etalase Kaca	1
Galon	2
Speaker	2
Kursi Panjang	2
Matras	10
Loker	2 Set

Gelas	10 Lusin
Karpet Lantai	690 Lembar
Cermin	10 Keping

4.4.2 Supply Kantor

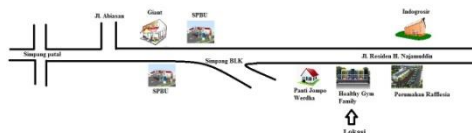
Supply kantor *Healthy Gym Family* merupakan alat-alat yang akan digunakan dalam kantor *Healthy Gym Family*.

**Tabel 4 Supply Kantor
*Healthy Gym Family***

Uraian	Jumlah
Penggaris	2
Buku Akuntansi	1
Stempel	2
Pena	5/Bulan
Kartu Anggota	200 pcs/Bulan
Nota Kwitansi	1 Pack/6 Bulan

5. Aspek Produksi

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha



**Gambar 4 Lokasi Usaha
*Healthy Gym Family***

Lokasi ini dipilih karena letaknya yang sudah strategis, mudah dijangkau, dan keamanan yang sudah terjaga. Selain itu, lokasi ini dipilih guna mengurangi pengeluaran dana yang cukup besar, karena ruko yang akan di sewa masih milik keluarga dari pemilik usaha.

5.2 Rencana Tata Letak (Layout)



**Gambar 5 Rencana Tata Letak
Lantai 1 *Healthy Gym Family***

Keterangan Lantai 1 :

1. Bagian A merupakan tempat pintu masuk.
2. Bagian B merupakan letak etalase kaca yang dimana kasir atau karyawan melayani konsumen yang datang.
3. Bagian C dan D merupakan tata letak peralatan *fitness*.
4. Bagian E adalah loker untuk meletakkan atau menyimpan barang-barang konsumen.
5. Bagian F merupakan tempat ruang ganti konsumen



**Gambar 6 Rencana Tata
Letak Lantai 2 *Healthy Gym
Family***

Keterangan Lantai 2 :

1. Bagian A merupakan tempat ruang ganti konsumen.
2. Bagian B merupakan tempat konsumen melakukan kegiatan *aerobic* (B1) dan yoga (B2)
3. Bagian C adalah loker untuk meletakkan atau menyimpan barang-barang konsumen.
4. Bagian D merupakan tempat peralatan *aerobic* dan yoga.

5.3 Proses Produksi/ Gambaran Teknologinya

Healthy Gym Family adalah bisnis yang bergerak dibidang jasa *fitness center* yang memberikan fasilitas *fitness* kepada konsumen serta memberikan 3 paket pilihan kepada konsumen. Berikut adalah proses bisnis *Healthy Gym Family* :

1. Konsumen datang ke lokasi *Healthy Gym Family*
2. Memilih paket yang disediakan
3. Melakukan transaksi pembayaran
4. Menentukan hari atau jadwal
5. Konsumen melakukan kegiatan *fitness*
6. Instruktur membantu konsumen

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Tabel 5 Bahan Baku dan Bahan Pembantu *Healthy Gym Family*

Bahan Baku	Bahan Pembantu
Barbell 1kg	Handuk
Barbell 2kg	Karpet Lantai
Barbell 3kg	Matras
Barbell 5kg	Cermin
Barbell 8kg	Loker
Barbell 10kg	Timbangan Badan
Barbell 15kg	Kursi Panjang

Benpres	
Plate Dumbbell	
Pec Fly	
Leg Extension	
Treadmill	
Ez Curl Bar	
Bench Press	
Abdominal Bench	
Pull Down	
Shoulder Press	
Platinum Bike	
Freestyle Airwalker	
Gilder	

5.5 Tenaga Produksi

Puthree Ayu Cake memerlukan karyawan yang bertanggung jawab dan giat dalam bekerja. Jika karyawan dibagian produksi maka mereka harus memproduksi produk dengan baik agar produk yang dihasilkan tidak rusak atau cacat. Apabila dibagian penjualan maka mereka harus mampu memberikan pelayanan yang ramah dan sopan serta harus merespon dengan cepat setiap pesan dari konsumen.

5.6 Mesin dan Peralatan

Puthree Ayu Cake memerlukan mesin dan peralatan yang akan digunakan untuk proses produksi dan distribusi yang cepat dan tepat. Berikut rincian kebutuhan perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan *Puthree Ayu Cake* besertadengan fungsinya :

Tabel 6 Mesin dan Peralatan *Healthy Gym Family*

No.	Mesin dan Peralatan
1.	Barbell 1kg
2.	Barbell 2kg
3.	Barbell 3kg
4.	Barbell 5kg
5.	Barbell 8kg
6.	Barbell 10kg

7.	Barbell 15kg
8.	Benpres
9.	Plate Dumbbell
10.	Pec Fly
11.	Leg Extension
12.	Treadmill
13.	Ez Curl Bar
14.	Bench Press
15.	Abdominal Bench
16.	Lat Pull Down
17.	Shoulder Press
18.	Platinum Bike
19.	Freestyle Airwalker Gilder

5.7 Tanah dan Gedung

Tempat usaha *Healthy Gym Family* adalah di ruko Jalan Residen H. Najamuddin No. 120 Palembang. Ruko ini dijadikan tempat usaha dikarenakan masih milik keluarga dari pemilik usaha sehingga biaya yang dikeluarkan tidak begitu besar. Selain itu tempat ini dipilih dikarenakan memiliki lapangan parkir yang cukup luas dan keamanan yang sudah terjaga, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan kendaraannya jika sedang berolahraga.

6. Aspek Keuangan

6.1 Sumber Pendanaan

Sumber permodalan usaha *Healthy Gym Family* yaitu berasal dari modal sendiri sebesar Rp 20.000.000 dan modal yang berasal dari orang tua yaitu sebesar Rp 381.948.000. Modal tersebut akan digunakan untuk membeli bahan baku, kebutuhan perlengkapan, kebutuhan operasional dan kebutuhan lainnya. Berikut tabel sumber pendanaan dari *Healthy Gym Family*.

**Tabel 7 Sumber Pendanaan
*Healthy Gym Family***

Uraian	Persentase	Jumlah (Rp)
Modal Sendiri	5%	20.000.000
Bantuan Orang Tua	95%	381.948.000
Total	100%	401.948.000

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/ Modal Investasi

Modal investasi digunakan untuk membeli aktiva tetap seperti tanah bangunan, mesin-mesin, peralatan serta inventaris lainnya. (Purwana, Hidayat 2016, h. 124). Berikut adalah beberapa biaya *Healthy Gym Family* :

1. Biaya Legalitas Usaha :
Rp 2.000.000
2. Biaya Investasi
Rp 193.078.000
3. Perlengkapan Kantor
Rp 838.000
4. Depresiasi Peralatan
Rp 36.354.466

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan selama perusahaan beroperasi. Jangka waktu penggunaan modal kerja relatif pendek yaitu untuk satu atau beberapa siklus operasi perusahaan. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan dan biaya pemeliharaan serta biaya – biaya lainnya (Purwana, Hidayat 2016, h. 124). Berikut adalah beberapa biaya *Healthy Gym Family* :

1. Kebutuhan Modal Kerja
Rp 26.554.000
2. Biaya Operasional
Rp 181.478.000

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Perhitungan perkiraan pendapatan rencana penjualan usaha *Healthy Gym Family* pada tahun 2018 dengan rencana penjualan sebanyak 1.923 orang yaitu Rp 633.975.000. Pada tahun 2019 dengan rencana penjualan sebanyak 2.221 orang yaitu sebesar Rp 744.092.250 dan pada tahun 2020 rencana penjualan sebanyak 2.527 dengan pendapatan sebesar Rp 859.025.786.

6.4.1 Payback Period

Payback Period (PP) *Healthy Gym Family* berkisar selama 1 tahun 4 bulan 2 hari lebih kecil dari umur investasi yaitu 5 tahun.

6.4.2 Net Present Value (NPV)

Hasil perhitungan NPV *Healthy Gym Family* adalah Rp 189.963.224 dan bernilai positif, sehingga investasi usaha *Healthy Gym Family* layak atau dapat diterima.

6.4.3 Profitabilities Index (PI)

Hasil perhitungan PI *Healthy Gym Family* yaitu $1,472 > 1$, sehingga investasi usaha *Healthy Gym Family* layak atau dapat diterima.

6.4.3 Internal Rate Of Return (IRR)

Hasil perhitungan IRR dari *Healthy Gym Family* yaitu 78,60% atau 79% dan menggunakan BI rate sebesar 4,75% sebagai perhitungan bunga pinjaman, maka investasi *Healthy Gym Family* melalui perhitungan IRR dapat diterima.

6.4.5 Accounting Rate of Return (ARR)

Dari perhitungan ARR diatas, didapat ARR *Healthy Gym Family* sebesar 243,9%. Semakin besar nilai ARR suatu usaha,

maka usaha tersebut layak untuk diterima.

6.5 Analisa Keuntungan

Untuk mencapai BEP tahun 2018 *Healthy Gym Family* harus menjual sebanyak 215 unit atau sama dengan penjualan mencapai Rp 193.474.681

Untuk mencapai BEP tahun 2019 *Healthy Gym Family* harus menjual sebanyak 209 unit atau sama dengan penjualan mencapai Rp 193.238.212

Untuk mencapai BEP tahun 2020 *Healthy Gym Family* harus menjual sebanyak 205 unit atau sama dengan penjualan mencapai Rp 190.927.755.

6.6 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang berisi kondisi keuangan suatu perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan, laba rugi, serta laporan lainnya. Berikut laporan laba rugi *Healthy Gym Family* :

Tabel 8 Laporan Perubahan Laba Rugi *Healthy Gym Family*

Keterangan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Total Penjualan	633.975.000	744.092.250	859.025.786
Biaya Pengurusan Legalitas	2.000.000	-	-
Biaya Tetap :			
1. Biaya Sewa	15.000.000	15.150.000	15.301.500
2. Biaya Gaji Pemilik	18.000.000	18.180.000	18.361.800
3. Biaya Gaji Karyawan	102.000.000	103.020.000	104.050.200
4. Biaya Perlengkapan	838.000	838.000	838.000

n			
5. Depresiasi	36.354.466	36.354.466	36.354.466
Biaya Variabel :			
1. Biaya Bahan Baku	26.554.000	26.819.540	27.087.735
2. Biaya Operasional	43.200.000	43.632.000	44.068.320
3. Biaya Pemasaran	3.278.000	3.310.780	3.343.888
Total Biaya	247.224.466	247.304.786	249.405.909
EBT	386.750.534	496.787.464	609.619.877
Pajak 1%	6.339.750	7.440.922	8.590.257
EAT	380.410.784	489.346.542	601.029.620

Tabel 9 Laporan Perubahan Modal

Keterangan	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
Modal Kerja	401.948.000	782.358.784	1.271.705.326
EAT	380.410.784	489.346.542	601.029.620
Modal Akhir	782.358.784	1.271.705.326	1.872.734.946

6.7 Neraca

Neraca merupakan laporan keuangan yang menunjukkan posisi harta, utang dan modal perusahaan pada saat tertentu. Artinya, neraca dibuat untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan dalam waktu tertentu setiap saat dibutuhkan. Neraca menggambarkan jumlah harta di posisi aktiva dan jumlah utang serta modal di posisi pasiva (Hidayat dan Purwana 2016, h.152).

Hasil neraca *Healthy Gym Family* sama besar (*balance*) antara hasil total aktiva dengan total passiva. Pada tahun 2018 total aktiva dan total passiva *Healthy Gym Family* sebesar Rp 782.358.784, sedangkan tahun 2019 total aktiva dan total passiva sebesar Rp 1.271.705.326, dan tahun 2020 total aktiva dan total passiva sebesar Rp 1.872.734.946. Hasil ini menyatakan bahwa modal yang diterima seimbang dengan aktiva yang dibelanjakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2013, *Bank Indonesia*, Diakses pada 10 Mei 2017, dari www.bi.go.id
- Anonim 2013, *Pengertian Penawaran dan Permintaan*, Diakses pada 2 Februari 2017, dari www.pengertianahli.com
- Anonim 2014, *Cara Menggunakan Alat Fitness*, Diakses pada 21 April 2017, dari www.sentralfitness.com
- Anonim 2014, *Bagaimana Perkembangan Kemajuan Fitness Center di Indonesia*, Diakses pada 5 Juni 2017, dari www.sehateasy.com
- Anonim 2015, *Pertama Kali Fitness atau Gym*, Diakses pada 15 April 2017, dari www.ggvn.wordpress.com
- Anonim 2015, *Tips Memulai Membuka Usaha Fitness Center*, Diakses pada 25 April 2017, dari www.tokodinov.com
- Anonim 2016, *Cara Fitness yang Baik dan Benar*, Diakses pada 20 April 2017, dari www.halosehat.com
- Anonim 2016, *Tips Membuka Usaha Fitness*, Diakses pada 22 April 2017, dari www.investasibisnis.sampingan.blogspot.co.id
- Anonim 2016, *Sejarah Fitness Indonesia*, Diakses pada 1 Juni 2017, dari www.indoprofitfitness.blogspot.co.id
- Anonim 2016, *Pengertian dan Manfaat Fitness*, Diakses pada 20 April 2017, dari www.semakar-fitness.blogspot.co.id
- Anonim 2017, *Laju Pertumbuhan Penduduk menurut Provinsi*, Diakses 21 Februari 2017, dari www.bps.go.id
- Fabregas 2013, *Proposal Usaha Fitness Gym*, Diakses pada 1 Februari 2017, dari www.advancefabregas1.blogspot.co.id
- Fitriyati 2016, *Perusahaan Fitness Center*, Diakses pada 15 April 2017, dari www.naturalgymfitnesscentre.blogspot.co.id
- Kanika 2012, *Arti Dari Setiap Warna*, Diakses pada 22 Februari 2017, dari www.kaikanika.blogspot.co.id
- Manap, A 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Pracayo, K dan Antyo 2013, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT. Grasindo, Jakarta
- Purwana, D dan Nurdian H 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sunyoto, D 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Center of Academic Publishing Service, Yogyakarta

Suselo 2011, *Proposal Pendirian Usaha Fitness Center*, Diakses pada 28 April 2017, dari www.spaandfitnesscenter.blogspot.co.id