

BAB II OLAHRAGA DI SASAK GYM

II.1 Olahraga

Olahraga adalah aktivitas fisik yang dilakukan secara teratur dengan tujuan meningkatkan kesehatan fisik dan mental seseorang. Ini bisa berupa berbagai macam aktivitas, mulai dari jogging, berenang, bersepeda, hingga bermain olahraga tim seperti sepak bola atau bola basket. Olahraga tidak hanya bermanfaat untuk kesehatan fisik, tetapi juga dapat meningkatkan suasana hati, mengurangi stres, dan memperbaiki kualitas tidur. Selain itu, olahraga juga membantu dalam membentuk keterampilan sosial dan kerjasama tim. Salah satu jenis olahraga yang populer adalah olahraga angkat beban yang dilakukan di pusat kebugaran atau *gym*.

II.1.1 Olahraga di *Gym*

Menurut Gerung (2023) *Gym*, atau pusat kebugaran yang juga dikenal sebagai *Fitness Centre*, adalah tempat yang menyediakan peralatan olahraga untuk keperluan latihan fisik. Olahraga di pusat kebugaran atau *gym*, yang sering disebut sebagai aktivitas *gym*, melibatkan berbagai jenis kegiatan fisik yang dirancang untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran tubuh. Fasilitas dan peralatan khusus disediakan di pusat kebugaran untuk memungkinkan individu melakukan berbagai Latihan. Menurut Rohman (2020) Olahraga di pusat kebugaran digunakan sebagai sarana untuk menjaga kelangsungan dan mendisiplinkan tubuh. Biasanya dilakukan di pusat kebugaran atau *gym*, latihan angkat beban melibatkan penggunaan berbagai macam peralatan seperti *dumbbell*, *barbell*, mesin, atau peralatan khusus lainnya.

Menurut Gerung (2023) Beberapa contoh olahraga di *gym* melibatkan penggunaan peralatan standar khusus seperti:

- Angkat beban (*Weightlifting*): Latihan ini melibatkan penggunaan *barbel*, *dumbbell*, atau mesin angkat beban untuk meningkatkan kekuatan otot.
- Kardiovaskular (*Cardio*) *Exercise*: Termasuk berlari di *treadmill*, bersepeda di sepeda statis, atau menggunakan *eliptikal trainer* untuk meningkatkan kesehatan jantung dan pembakaran kalori.

- Mesin kardio lainnya: Contohnya adalah penggunaan *stepper*, *rower*, atau *treadmill crosstrainer*.
- Latihan kekuatan tubuh (*Strength Training*): Menggunakan mesin atau alat-alat kecil untuk melibatkan berbagai kelompok otot.
- Kelompok kelas (*Group Classes*): Seperti yoga, pilates, Zumba, atau kelas *spinning* yang dipandu instruktur.
- Latihan fungsional (*Functional Training*): Melibatkan gerakan yang mencerminkan aktivitas sehari-hari untuk meningkatkan kekuatan inti dan koordinasi.
- Pemanjatan dan peregangan (*Stretching*): Untuk meningkatkan fleksibilitas dan mengurangi risiko cedera.

Menurut Koloay, Sompie & Paturusi (2020) *Gym* adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, makanan, minuman, dan jasa penunjang lainnya bagi masyarakat umum, serta dikelola secara komersial.

II.1.2 Industri *Gym*

Industri kebugaran merujuk pada sektor yang menyediakan fasilitas kebugaran, layanan pelatihan, dan peralatan olahraga bagi mereka yang ingin mengadopsi gaya hidup sehat dan aktif. Industri ini melibatkan berbagai bisnis, dari pusat kebugaran yang besar hingga kebugaran yang lebih kecil, dengan tujuan menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan kebugaran dan kesehatan pelanggan. Menurut Giriwijoyo (2014) pusat kebugaran adalah tempat olahraga dalam ruangan yang menawarkan berbagai program latihan kebugaran dengan fasilitas dan peralatan yang mutakhir.

Bisnis ini berfokus pada sektor jasa, di mana para pelaku usaha bersaing untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Upaya ini melibatkan penyediaan layanan-layanan beragam, mulai dari fasilitas yang lengkap dan nyaman hingga layanan pelatih atau instruktur. Tindakan-tindakan yang telah dijelaskan sebelumnya, yang dilakukan oleh manajemen, merupakan

strategi utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan merangsang minat pelanggan untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan.

Dikutip dari Liputan6 (2019), menurut *Master Franchisee* dan *CEO Anytime Fitness Asia, Maurice Levine*, hanya kurang dari 1 persen dari populasi di Indonesia yang menjadi anggota *gym*, dengan persentase sebesar 0,18 persen, seperti yang diungkapkan dalam acara peluncuran *Anytime Fitness* di Jakarta pada Jumat (22/3/2019).

II.1.3 Manfaat Olahraga di *Gym*

Olahraga di *gym* adalah upaya kesehatan yang menggunakan aktivitas fisik untuk meningkatkan tingkat kesehatan. Keberadaan pusat *gym* secara tidak langsung berdampak signifikan terhadap kesehatan tubuh (Sepriadi 2019). Berikut adalah beberapa manfaat utama dari melibatkan diri dalam aktivitas olahraga di *gym*:

- Meningkatkan kesehatan jantung: Aktivitas kardiovaskular seperti berlari, bersepeda, atau menggunakan mesin kardio dapat memperkuat jantung dan sistem peredaran darah, serta meningkatkan kapasitas aerobik.
- Meningkatkan kekuatan dan massa otot: Latihan kekuatan seperti angkat beban dapat meningkatkan kekuatan otot dan massa otot. Hal ini tidak hanya bermanfaat untuk penampilan fisik, tetapi juga untuk mendukung fungsi tubuh sehari-hari.
- Pengelolaan berat badan: Olahraga di *gym* dapat membantu dalam pembakaran kalori dan pengelolaan berat badan. Kombinasi latihan kardiovaskular dan kekuatan membantu meningkatkan metabolisme tubuh.
- Peningkatan fleksibilitas dan keseimbangan: Latihan peregangan dan latihan fungsional di *gym* dapat meningkatkan fleksibilitas dan keseimbangan tubuh, membantu mengurangi risiko cedera dan meningkatkan kenyamanan gerakan sehari-hari.
- Meningkatkan kesehatan mental: Olahraga di *gym* telah terbukti memiliki dampak positif pada kesehatan mental. Ini dapat membantu mengurangi stres, meningkatkan mood, mengatasi depresi, dan meningkatkan tingkat energi.

- Meningkatkan kepadatan tulang: Latihan beban membantu meningkatkan kepadatan tulang, yang penting untuk pencegahan osteoporosis, terutama pada wanita setelah menopause.
- Peningkatan kualitas tidur: Olahraga teratur di *gym* dapat membantu meningkatkan kualitas tidur. Aktivitas fisik membantu mengurangi kegelisahan dan stres, yang dapat membantu seseorang tidur lebih nyenyak.
- Meningkatkan disiplin dan kemandirian: Berkomitmen untuk rutin berolahraga di *gym* membutuhkan disiplin dan kemandirian. Ini dapat membawa manfaat jangka panjang tidak hanya untuk kesehatan fisik, tetapi juga untuk perkembangan pribadi.
- Menurunkan risiko penyakit kronis: Olahraga teratur dapat membantu menurunkan risiko penyakit kronis seperti diabetes tipe 2, penyakit jantung, dan tekanan darah tinggi.
- Meningkatkan kesehatan jangka panjang: Olahraga di *gym* dapat membantu meningkatkan harapan hidup dan menjaga kualitas hidup pada masa tua.

Menurut Suharjana (2013) Salah satu tujuan berolahraga di *gym* adalah membentuk otot, menurunkan berat badan, dan memperbesar otot. Pada olahraga di *gym*, anggota *gym* juga dapat meminta konsultasi maupun saran kepada pelatih untuk mendapatkan tujuan dan manfaat yang selaras dengan yang diharapkan oleh para anggota.

II.1.4 Pemasaran

Pemasaran atau juga sering disebut sebagai *marketing* dalam bahasa Inggris, merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memahami, menciptakan, menyampaikan, dan mempertahankan nilai dari produk atau layanan kepada pelanggan target. Pemasaran melibatkan sejumlah strategi dan taktik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sambil mencapai tujuan bisnis. Menurut Sumarwan (2015), “pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.”

Pemasaran yang dibahas dalam penelitian ini merujuk pada penjelasan pemasaran jasa. Pemasaran jasa merujuk pada proses perencanaan, pelaksanaan, dan manajemen kegiatan pemasaran yang terkait dengan penawaran dan penyediaan layanan. Berbeda dengan pemasaran produk fisik, pemasaran jasa lebih terfokus pada elemen-elemen yang terkait dengan pengalaman dan interaksi pelanggan dalam konteks layanan yang diberikan oleh perusahaan atau penyedia jasa. Menurut Lupiyoadi (2006), “pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.”

II.2 Sasak Gym

Sasak Gym adalah sebuah tempat sarana olahraga berbasis angkat beban. Sasak Gym bertempat di Jl. Mangunsarkoro No.190-170, Sayang, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43214. Tempat *gym* ini mempunyai fasilitas-fasilitas olahraga angkat beban bermacam-macam. Dari mulai alat tradisional seperti barbel dan dumbbell, sampai dengan mesin-mesin angkat beban lainnya seperti mesin *lat pulldown* sampai *chest press*. Selain menyediakan fasilitas olahraga yang lengkap, Sasak Gym juga mempunyai sebuah program *kickboxing*. *Kickboxing* merupakan suatu bentuk seni bela diri yang menggabungkan teknik menendang dan meninju.

II.2.1 Profil Sasak Gym

Sasak Gym dipilih namanya karena dekat dengan Sungai, dengan tujuan mendukung pembinaan dan pengembangan atlet-atlet potensial dalam bidang kebugaran. Fasilitas yang ada termasuk peralatan kardiovaskular seperti *treadmill*, dan juga alat-alat angkat beban seperti mesin, barbel, dan dumbbell. Iwan, yang bertanggung jawab atas Sasak Gym, menekankan bahwa keunggulan fasilitas ini terletak pada budaya ramah internal yang diberikan kepada seluruh anggotanya. Sasak Gym menyediakan dua jenis keanggotaan, bulanan dan harian.



Gambar II. 1 Lantai Kedua Sasak Gym
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sasak Gym juga menyediakan fasilitas *Personal Trainer*. Dengan *personal trainer*, para member tidak perlu kebingungan dengan program apa yang akan dipakai. *Personal Trainer* akan mengarahkan apa saja yang perlu dilakukan. Sasak Gym mempunyai dua pelatih, yaitu Lukman dan Iwan.

Sasak Gym buka setiap hari. Untuk hari Senin sampai Sabtu, Sasak Gym buka dari pukul 07.00 sampai 22.00. Sementara itu, untuk hari Minggu, Sasak Gym buka dari jam 07.00 sampai 20.00. Untuk harga *Membership*, Sasak Gym membandrol harga Rp. 275.000 per bulan. Selain bulanan, Sasak Gym juga menyediakan akses per hari dengan harga Rp 55.000 per hari.

II.2.2 Fasilitas Sasak Gym

Sasak Gym menyediakan berbagai fasilitas untuk pengunjungnya. Seperti konter pendaftaran member, loker, dan kulkas berisi minuman. Selain itu, ada mesin *gym* untuk olahraga seluruh tubuh seperti alat untuk dada, punggung, dan lengan. Berikut fasilitas yang ada di Sasak Gym.



Gambar II. 2 Lantai Pertama Sasak Gym
Sumber: Dokumentasi pribadi

Di lantai pertama Sasak Gym, berisi banyak beban yang disebut *freeweight*. *Freeweight* adalah alat beban yang tidak tersambung pada mesin yang ditujukan untuk melatih otot. Alat-alat *freeweight* antara lain adalah *dumbbel*, *barbel* dan *kettlebell*. Pada lantai pertama ini, banyak jenis *freeweight* dari yang beban terkecil sampai paling besar.



Gambar II. 3 Lantai Kedua Sasak Gym
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada lantai kedua, pengunjung disajikan dengan sebuah tulisan besar yang memberi sebuah sapaan selamat datang. “Welcome to Sasak Gym” terpampang jelas di langit-langit gym. Lantai ini juga berisi sebuah konter untuk pendaftaran member, loker, dan kulkas berisi minuman yang dapat dibeli. Selain itu, lantai pertama juga berisi mesin-mesin gym yang berfokus pada olahraga *full-body* yang bervariasi dari alat mesin untuk dada, punggung, maupun lengan.



Gambar II. 4 Lantai Kedua Sasak Gym
Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar II.4 memperlihatkan salah satu mesin untuk olahraga yang bernama *Leg Press Machine*. Mesin ini adalah sebuah alat olahraga untuk menguji otot paha depan. Selain *Leg Press Machine*, pada gambar ini juga terlihat sebuah *Battle Rope* yang dipakai untuk melatih kekuatan seluruh tubuh dan pengkondisian.

II.2.3 Proses Daftar Sasak Gym

Proses pendaftaran sebagai member di Sasak Gym dimulai dengan kunjungan langsung ke Sasak Gym. Saat tiba disana, temui petugas penerimaan yang akan membantu melalui proses pendaftaran. Cukup menyampaikan untuk bergabung sebagai member. Setelah menyampaikan, petugas akan memberikan informasi mengenai paket keanggotaan yang tersedia serta biaya yang perlu dibayar. Lalu akan diminta untuk melakukan pembayaran sesuai dengan paket atau program yang dipilih.

Setelah pembayaran selesai, petugas akan menyelesaikan proses administratif yang diperlukan. Proses tersebut termasuk pengisian formulir pendaftaran dan pemberian kartu member yang merupakan tanda pengenal sebagai anggota Sasak Gym. Kartu member ini tidak hanya sebagai bukti keanggotaan tetapi juga memberikan akses kepada fasilitas-fasilitas di Sasak Gym sesuai dengan kebijakan dan jadwal yang berlaku. Dengan menjadi *member*, anggota dapat menikmati berbagai program latihan dan layanan yang ditawarkan *gym* untuk membantu anggota mencapai tujuan kesehatan dan kebugaran.

II.2.4 Promosi Sasak Gym

Sasak Gym telah melakukan beberapa metode promosi di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan X. Media platform yang sangat aktif digunakan dalam promosi Sasak Gym yaitu di Instagram. Promosi Sasak Gym berisi informasi seperti memberikan harga promosi atau diskon pada saat hari libur nasional, memberi harga special bundling produk, memberi tips atau solusi seputar olahraga di *gym*. Selain promosi harga, Sasak Gym juga aktif dalam memberikan konten informatif dan bermanfaat kepada pengikutnya di Instagram. Sasak Gym sering memberikan tips olahraga dan solusi seputar *gym*, membantu para pengikutnya untuk memahami dan merencanakan rutinitas kebugaran masing-masing individu dengan lebih baik.



Gambar II. 5 Media Sosial Sasak Gym
Sumber: Dokumentasi pribadi

II.2.5 Analisis *SWOT*

Analisis *SWOT* adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dari suatu organisasi, proyek, atau situasi. Pada analisis *SWOT* Sasak gym sebagai berikut

Tabel II.1 Analisis *SWOT*

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
1. Fasilitas lengkap untuk angkat beban dan <i>kickboxing</i> 2. Program Personal Trainer untuk membantu anggota. 3. Aktivitas promosi yang aktif di media sosial, terutama Instagram 4. Budaya ramah internal yang mendorong rasa kepemilikan	1. Tempat bangunan yang tidak terlihat seperti <i>gym</i> dari luar 2. Biaya keanggotaan bulanan yang mungkin terbilang tinggi 3. Keterbatasan dalam promosi di luar media sosial	1. Pertumbuhan industri kebugaran yang terus meningkat 2. Potensi untuk memperluas jangkauan promosi melalui platform media sosial 3. Menawarkan paket keanggotaan harian untuk menarik pengunjung yang tidak rutin	1. Persaingan dari <i>gym</i> lain di sekitar yang menawarkan harga lebih murah. 2. Perubahan tren dan preferensi kebugaran masyarakat

Berdasarkan analisis *SWOT* Sasak Gym, dapat disimpulkan bahwa *gym* ini memiliki kekuatan dalam menyediakan fasilitas lengkap untuk angkat beban dan

kickboxing, serta budaya ramah yang membangun rasa kepemilikan anggota. Program Personal Trainer juga menjadi nilai tambah yang signifikan. Namun, Sasak Gym perlu mempertimbangkan kelemahan seperti lokasi yang mungkin kurang strategis dan biaya keanggotaan bulanan yang relatif tinggi. Strategi promosi yang terpusat pada media sosial, khususnya Instagram, memberikan peluang untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. Ancaman yang harus dihadapi termasuk persaingan dari *gym* lain yang menawarkan harga lebih rendah dan perubahan tren kebugaran yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen.

II.2.6 Analisis *SWOT* Kompetitor (Gladiator *GYM* Cianjur)

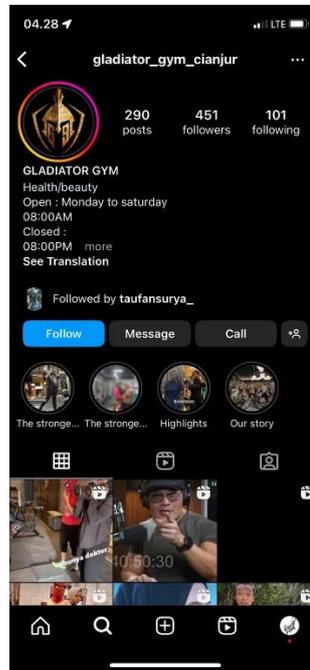
Analisis *SWOT* kompetitor adalah proses mengevaluasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dari pesaing dalam industri atau pasar tertentu.

Tabel II.2 Analisis *SWOT* Kompetitor

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
1. Program pembentukan tubuh (<i>Body Goals</i>) 2. <i>Coach trainer</i> yang berpengalaman 3. Harga yang terbilang terjangkau	1. Fasilitas yang kurang lengkap 2. Tempatnya yang kurang luas 3. Kurangnya konten tentang olahraga angkat beban di media sosialnya	1. Menawarkan paket keanggotaan harian yang mungkin lebih murah	1. Banyaknya <i>industri Gym</i> sekitar yang mempunyai fasilitas yang lengkap 2. Banyaknya <i>industri gym</i> yang aktif dalam promosi di media sosial

Gym ini memiliki kekuatan dalam program pembentukan tubuh dan *trainer* berpengalaman. Namun, Gladiator *Gym* memiliki kelemahan dalam fasilitas yang kurang lengkap dan ruang yang terbatas. Peluangnya terletak pada penawaran paket

keanggotaan harian yang lebih murah dan penggunaan yang lebih baik dari media sosial. Ancaman bagi Gladiator Gym adalah persaingan dari gym lain yang memiliki fasilitas lengkap dan aktif dalam promosi media sosial.



Gambar II. 6 Media Sosial *Gladiator GYM*
Sumber: Dokumentasi pribadi

II.2.7 Positioning Sasak Gym

Ditujukan kepada individu yang menginginkan pengalaman kebugaran yang komprehensif dan terintegrasi, Sasak Gym menawarkan fasilitas lengkap untuk angkat beban. Sasak Gym membedakan diri dengan menyediakan *personal trainer* berpengalaman untuk mendukung setiap anggota dalam mencapai tujuan kebugaran mereka secara efektif dan efisien.

II.3 Analisis Permasalahan

II.3.1 Wawancara

Melalui serangkaian wawancara yang terdiri dari 19 pertanyaan dengan penanggung jawab Sasak Gym, diperoleh simpulan yang signifikan. Nama "Sasak Gym" dipilih karena keberadaannya yang berdekatan dengan sungai. Sasak Gym bertujuan untuk membina dan mengembangkan calon atlet dengan potensi untuk meraih prestasi gemilang di bidang kebugaran. Fasilitas yang tersedia di Sasak Gym

mencakup perangkat kardiovaskular, seperti *treadmill*, serta fasilitas angkat beban, termasuk mesin, *barbel*, dan *dumbbell*.

Iwan, selaku penanggung jawab Sasak Gym, menyoroti bahwa keunggulan Sasak Gym dibandingkan dengan fasilitas olahraga lainnya terletak pada budaya internal yang ramah bagi seluruh anggotanya. Sasak Gym menawarkan dua opsi keanggotaan, yaitu keanggotaan bulanan dan harian.

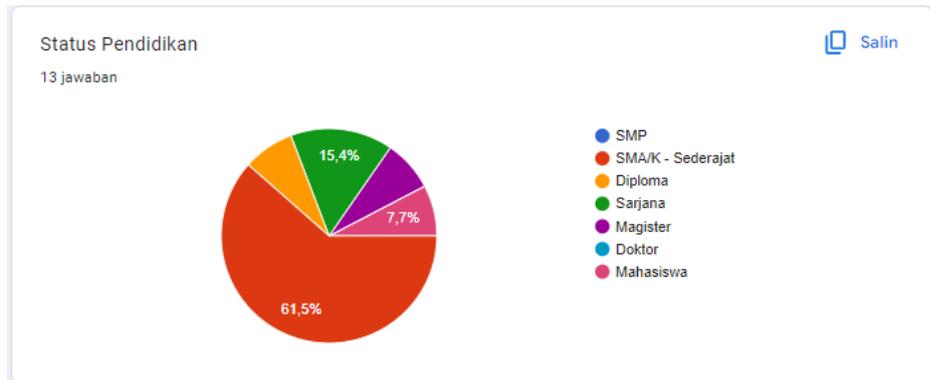
Sasak Gym menggunakan platform media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan informasi terkait pedoman berolahraga, detail keanggotaan, dan fasilitas yang disajikan dalam bentuk konten video dan gambar. Sasak Gym memiliki strategi pemasaran yang mengarah pada perekrutan anggota baru dari berbagai kelompok usia, mulai dari remaja SMA hingga orang tua.

Sasak Gym menghadapi tantangan ketidak konsistenan dari sebagian anggotanya. Menanggapi hal ini, Iwan mengidentifikasi empat kunci untuk menjaga konsistensi dalam berlatih, yaitu kesabaran, olahraga yang teratur, pola makan sehat, dan pola tidur yang baik. Dengan pemahaman mendalam dan penerapan prinsip-prinsip ini, Sasak Gym berkomitmen untuk mendukung anggotanya agar tetap termotivasi, mencapai hasil yang diinginkan, dan mempertahankan olahraga dalam perjalanan kebugaran mereka.

Dalam salah satu pertanyaan, diajukan keterangan apakah Sasak Gym memiliki rencana untuk mengembangkan situs *web* guna mendukung perekrutan keanggotaan baru. Iwan merespon bahwa saat ini Sasak Gym belum memiliki situs *web*, namun, mengindikasikan keinginan untuk memiliki satu di masa mendatang. Beliau juga mencatat bahwa setiap bulan terdapat anggota yang tidak melanjutkan keanggotaannya di Sasak Gym. Meskipun komunitas online Sasak Gym telah ada, Iwan mencatat bahwa sebagian besar anggota komunitas tersebut tidak aktif pada saat ini.

II.3.2 Kuesioner

Pada kuesioner yang telah dirancang secara khusus untuk mengukur tingkat pemahaman terkait dengan olahraga di pusat kebugaran Sasak Gym. Sebanyak 20 responden telah berpartisipasi dalam penyebaran kuesioner, dan berikut ini adalah data dari hasil penelitian tersebut:



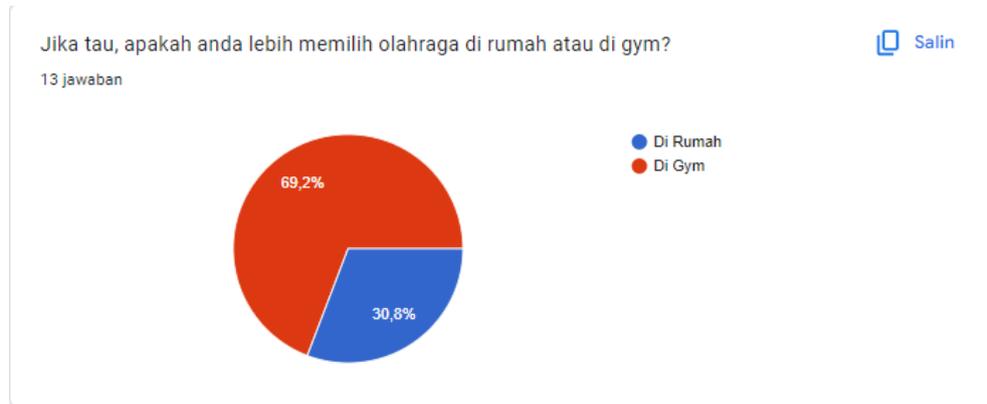
Gambar II. 7 Hasil Kuesioner 1
Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam konteks status pendidikan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan SMA, mencapai persentase sebanyak 61,5%. Selain itu, terdapat 15,4% responden yang telah menyelesaikan pendidikan sarjana, sementara 7,7% menjawab masih berstatus mahasiswa. Analisis ini mencerminkan variasi pendidikan di antara responden dalam kerangka penelitian, dengan dominasi mayoritas pada pendidikan SMA atau setara.



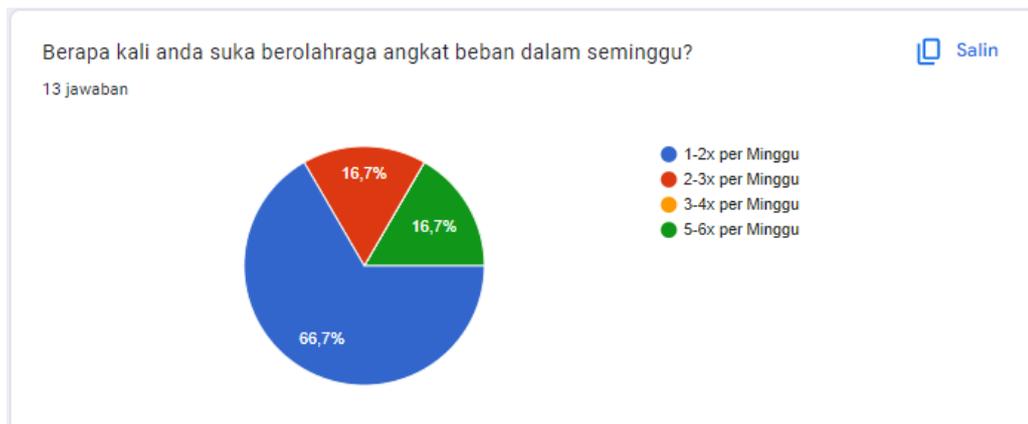
Gambar II. 8 Hasil Kuesioner 2
Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam tanggapan terhadap pertanyaan mengenai tingkat kefamiliaran responden dengan olahraga angkat beban, seluruh responden menyatakan bahwa mereka memiliki pemahaman atau pengetahuan terkait olahraga tersebut.



Gambar II. 9 Hasil Kuesioner 3
Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam merespons pertanyaan mengenai preferensi lokasi olahraga, sebanyak 69,2% dari responden menyatakan kecenderungan mereka untuk melakukan olahraga di *gym*. Sebaliknya, sebanyak 30,8% responden memilih untuk melakukan olahraga di rumah.



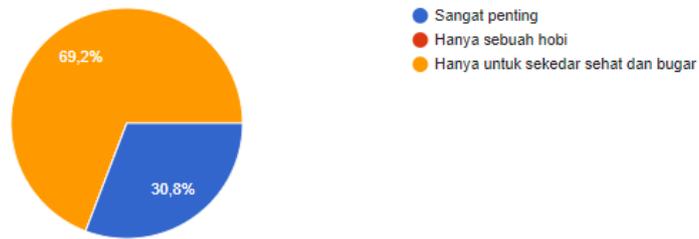
Gambar II. 10 Hasil Kuesioner 4
Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam merespons pertanyaan mengenai seberapa sering olahraga, yang bervariasi dari 1 minggu sampai 6 minggu, sebanyak 66,7% responden berolahraga sebanyak 1-2x per minggu. 16,7% orang berolahraga angkat beban 2-3x per minggu, dan 16,7% orang berolahraga angkat beban 5-6x per minggu.

Sepenting apa olahraga angkat beban dalam hidup anda?

13 jawaban

Salin



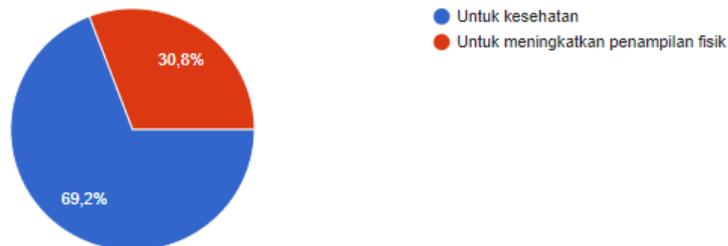
Gambar II. 11 Hasil Kuesioner 5
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebesar 69,2% responden menjawab dengan menyatakan bahwa olahraga angkat beban hanya untuk sekedar sehat dan buger. Sementara itu, 30,8% responden menjawab bahwa olahraga angkat beban itu merupakan sesuatu yang penting dalam hidup mereka.

Apakah anda olahraga angkat beban untuk sehat atau untuk penampilan?

13 jawaban

Salin



Gambar II. 12 Hasil Kuesioner 6
Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebanyak 69,2% responden menjawab bahwa mereka melakukan olahraga angkat beban di gym untuk kesehatan. Sementara itu, sebesar 30,8% responden menjawab bahwa mereka melakukan olahraga angkat beban untuk meningkatkan penampilan fisik.



Gambar II. 13 Hasil Kuesioner 7
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Ketika ditanya terkait berapa lama idealnya agar olahraga angkat beban membuahkan hasil, sebanyak 36,4% responden menjawab 6-12 bulan. 18,2% responden menjawab 5 tahun lebih, dan 9,1% responden menjawab 3-4 tahun.



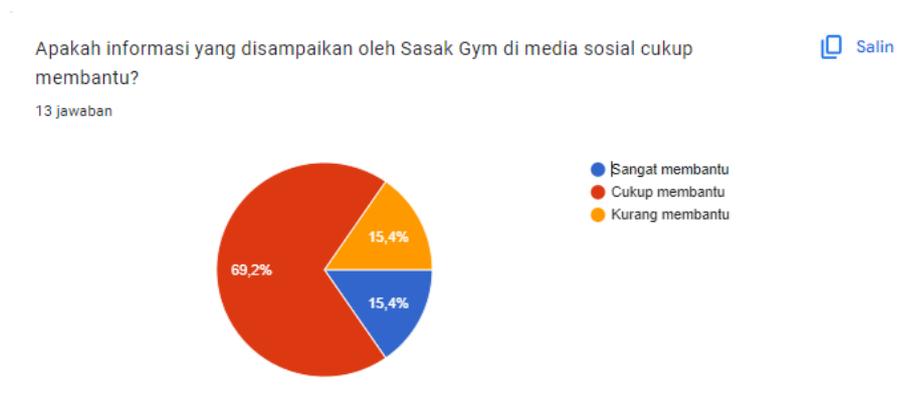
Gambar II. 14 Hasil Kuesioner 8
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Ketika ditanyakan pertanyaan “Apakah anda memilih untuk memakai pelatih pada saat olahraga angkat beban di *gym*?” sebesar 84,6% responden menjawab bahwa mereka tidak membutuhkan pelatih. Disisi lain, 15,4% responden menjawab bahwa mereka membutuhkan pelatih pada saat berolahraga di *gym*.



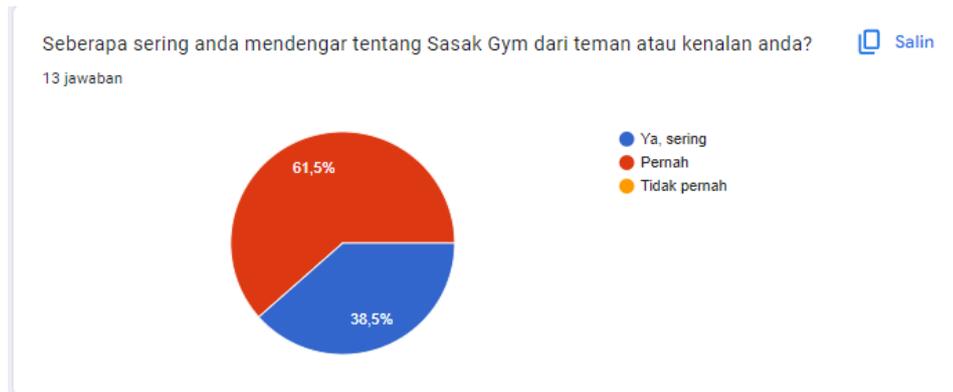
Gambar II. 15 Hasil Kuesioner 9
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebanyak 61,5% responden menjawab bahwa mereka mengetahui tentang Sasak Gym melalui teman mereka. Sementara itu, 30,8% responden menjawab mereka mengetahui Sasak Gym lewat media sosial. Sisa dari isi jawaban, sebesar 7,7% responden, menjawab bahwa mereka mengetahui Sasak Gym dari aplikasi *Maps*.



Gambar II. 16 Hasil Kuesioner 10
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Dengan pertanyaan “Apakah informasi yang disampaikan oleh Sasak Gym di media sosial cukup membantu?” sebanyak 72,7% responden merespon dengan jawaban cukup membantu. Sementara itu, 18,2% menjawab kurang membantu, dan sisanya 9,1% menjawab sangat membantu.



Gambar II. 17 Hasil Kuesioner 11
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Dari kesimpulan pertanyaan seberapa sering responden mendengar tentang Sasak Gym dari teman atau kenalan, sebanyak 63,6% responden menjawab pernah mendengar dari temannya. Sementara itu, 36,4% menjawab sering.



Gambar II. 18 Hasil Kuesioner 12
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Dari respon diatas, semua responden menjawab bahwa mempromosikan fasilitas dari sebuah tempat sarana olahraga adalah sesuatu yang sangat penting sehingga bisa mengetahui apa saja yang dapat diekspektasikan.

II.4 Resume

Olahraga adalah aktivitas fisik rutin yang meningkatkan kesehatan fisik dan mental, mencakup berbagai jenis aktivitas seperti jogging, berenang, dan angkat beban di *gym*. *Gym* menyediakan fasilitas dan peralatan khusus untuk berbagai jenis latihan, termasuk angkat beban, latihan kardiovaskular, dan latihan fungsional. Contoh

aktivitas *gym* meliputi angkat beban dengan barbel atau dumbbell, latihan kardiovaskular dengan *treadmill* atau sepeda statis, latihan kekuatan tubuh dengan mesin atau alat kecil, kelas kelompok seperti yoga atau zumba, latihan fungsional untuk kekuatan inti dan koordinasi, serta peregangan untuk fleksibilitas.

Industri kebugaran menyediakan fasilitas dan layanan pelatihan untuk gaya hidup sehat. Olahraga di *gym* meningkatkan kesehatan jantung, kekuatan otot, fleksibilitas, keseimbangan, kesehatan mental, dan menurunkan risiko penyakit kronis. Bisnis kebugaran berfokus pada sektor jasa, bersaing untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menyediakan layanan lengkap, fasilitas nyaman, dan pelatih profesional.

Salah satu tempat kebugaran yaitu Sasak Gym di Cianjur, Jawa Barat, menyediakan fasilitas angkat beban, program *kickboxing*, dan *personal trainer*. *Gym* ini buka setiap hari dengan harga *Membership* Rp. 275.000 per bulan. Fasilitasnya meliputi konter pendaftaran, loker, kulkas minuman, dan alat *gym* untuk latihan *full-body*. Sasak Gym memiliki fasilitas lengkap seperti konter pendaftaran, loker, kulkas berisi minuman, dan berbagai alat *gym* untuk latihan *full-body*. Lantai pertama berisi alat-alat *freeweight* seperti *dumbbell*, *barbel*, dan *kettlebell*, sedangkan lantai kedua memiliki mesin-mesin *gym*, konter pendaftaran, loker, dan kulkas minuman.

Sasak Gym bertujuan untuk membina calon atlet dengan menyediakan fasilitas kardiovaskular dan angkat beban yang lengkap. Untuk pemasaran, *gym* ini memanfaatkan media sosial Instagram guna menjangkau lebih banyak calon anggota dan meningkatkan brand awareness. Namun, Sasak Gym juga menghadapi tantangan ketidak konsistenan latihan dari anggotanya.

Sasak Gym menyarankan anggota untuk bersabar, berlatih secara teratur, menjaga pola makan sehat, dan mengatur pola tidur yang baik sebagai kunci untuk mencapai konsistensi dalam latihan. Oleh karena itu, dibutuhkan Kumpulan informasi-informasi yang diberikan, dengan adanya informasi informasi tersebut diharapkan dapat membantu anggota Sasak Gym dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

II.5 Solusi Perancangan

Sasak Gym dapat mengatasi ketidak konsistenan latihan yang berdampak pada berkurangnya keanggotaan Sasak Gym dan meningkatkan strategi pemasaran untuk menarik keanggotaan baru dalam menghadapi persaingan ketat dengan mengimplementasikan beberapa strategi, yaitu dengan membuat sebuah media *website* yang berisi ajakan serta hal-hal yang perlu diketahui oleh calon anggota baru maupun anggota yang sudah terdaftar di Sasak Gym sebagai member. Selain media *website*, perlu dirancang media pendukung yang bisa menyambungkan satu sama lain sehingga calon anggota baru maupun anggota tetap tumbuh rasa penasaran yang bisa memicu suatu rasa keinginan untuk mencari tahu atau mendaftar ke Sasak Gym.

Dalam Jurnal oleh Sugiyama & Andree (2021), AISAS adalah sebuah metode yang dikembangkan dari AIDMA (*attention, interest, desire, memory, action*). AISAS digunakan untuk menarik perhatian (*attention*) konsumen terhadap suatu produk, kemudian melalui layanan iklan, muncul ketertarikan (*interest*). Setelah melewati dua tahap tersebut, konsumen akan memiliki keinginan untuk mencari tahu lebih dalam (*search*) tentang produk tersebut. Informasi dalam tahap *search* dapat diperoleh melalui internet atau dari orang-orang yang sudah menggunakan produk tersebut. Setelah mencari informasi dan mengevaluasi produk, konsumen akan membuat keputusan (*action*) untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada tahap terakhir, konsumen akan berbagi pengalaman (*share*) yang mereka dapatkan dari produk tersebut kepada orang lain melalui internet atau dari mulut ke mulut.

Media *website* dan media pendukung berisi ajakan untuk berolahraga di Sasak Gym maupun informasi yang diperlukan sehingga dapat mendorong minat calon anggota baru seperti fasilitas yang tersedia, harga dan promosi yang ada, jam operasional, profil serta misi Sasak Gym, dan kontak yang dapat dihubungi. *Website* juga berisi ajakan untuk terus rajin berolahraga yang berselarasan kepada manfaat olahraga itu sendiri dan bagaimana fasilitas Sasak Gym dapat membantu perjalanan anggotanya, terutama yang sedang tidak konsisten. Pemilihan media *website* sebagai solusi

perancangan dipilih karena media *website* dapat diakses dengan mudah kapanpun dan dimanapun serta dapat diisi segala jenis persuasi maupun informasi yang dibutuhkan oleh Sasak Gym.

Selain itu, perancangan tersebut juga diharapkan mampu menarik minat calon anggota baru untuk bergabung dengan Sasak Gym. Dengan memahami tren dan preferensi pasar, Sasak Gym dapat mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti menawarkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang berkembang atau menyesuaikan harga dan promosi agar lebih menarik bagi calon anggota baru.