FITNESS CENTER BUSINESS DI KABUPATEN WONOSOBO TAHUN 2015

SKRIPSI

diajukan dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1
untuk memperolah gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang

OLEH

AGUS SUSANTO
6101411034

PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015

ABSTRAK

Agus Susanto. 2015**.** ***Fitness Center Business*** **Di Kabupaten Wonosobo Tahun 2015.** Skripsi Jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang**.** Dra. Endang Sri Hanani, M.kes.

Meningkatnya kebutuhan dan kesadaran masyarakat akan olahraga kebugaran yang didukung dengan peningkatan kesejahteraan secara ekonomi menciptakan peluang untuk mendirikan bisnis dan industri olahraga yang bergerak dalam bisnis jasa *fitness center* bagi orang-orang yang jeli melihat peluang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi *fitness center business* di Kabupaten Wonosobo. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan mengkaji aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan manajemen, serta ekonomi dan keuangan di setiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian mencakup 4 tempat, yaitu Gordon *Gym*, Happy *Fitness*, Jibril *Fitness*, dan *Fitness* Mandala Putra dengan sasaran penelitian 17 orang. Metode mengumpulkan data yang penulis gunakan, yaitu gabungan metode observasi partisipasif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan metode perpanjangan pengamatan, sedangkan dalam proses analisis data penulis menggunakan metode *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/ verification.*

Dari hasil penelitian dapat digambarkan bahwa kondisi bisnis *fitness center* di Kabupaten Wonosobo yaitu Happy *Fitness* menempati peringkat pertama dengan 6 kategori baik dan 1 kategori cukup. Gordon *Gym* pada peringkat kedua dengan 2 kategori baik, 4 kategori cukup, dan 1 kategori kurang. Jibril *Fitness* menempati peringkat ketiga dengan 2 kategori baik, 2 kategori cukup, dan 2 kategori kurang, sedangkan pada posisi terakhir adalah *Fitness* Mandala Putra dengan 1 kategori baik, 2 kategori cukup, dan 4 kategori kurang.

Simpulan dari hasil penelitian ini adalah kondisi aspek pasar dan pemasaran dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi baik. Kondisi aspek teknis dan teknologi dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi cukup baik. Kondisi aspek organisasi dan manajemen dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi kurang baik. Kondisi aspek ekonomi dan keuangan dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi cukup baik. Saran yang dapat peneliti diberikan kepada semua pengelola dan pemilik *fitness center* adalah memperhatikan kualitas layanan dengan cara menambah dan meningkatkan sumberdaya manusia yang berkompeten dalam bidang *fitness.* Bagi instruktur diharapkan meningkatkan ilmu pengetahuannya tentang dunia *fitness,* bagi *member* dan pihak terkait ikut mendukung berkembangnya *fitness center* di Kabupaten Wonosobo.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	:	Agus Susanto
NIM	:	6101411034
Jurusan/ Prodi	:	Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi
Fakultas	:	Ilmu Keolahragaan
Judul Skripsi	:	*Fitness Center Business* di Kabupaten Wonosobo Tahun 2015

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini hasil karya saya sendiri dan tidak menjiplak (plagiat) karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian. Bagian tulisan dalam skripsi ini merupakan kutipan dari karya ahli atau orang lain, telah diberi penjelasan sumbernya sesuai dengan tata cara pengutipan.

Apabila pernyataan saya ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Negeri Semarang dan saknsi hukum yang sesuai ketntuan yang berlaku di wilayah negara Republik Indonesia.

Semarang, 29 Juli 2015

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
8A85CADF391545093
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Agus Susanto
NIM 6101411034

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto :

✓ Whenever you knock me down, i will not stay on the ground (Never say never-Justin Bieber)

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Hadi Sutiyo dan Ibu Pawit yang telah mendidik dan membesarkan saya dengan cinta dan kasih sayang.
2. Adikku tercinta Aditiya Arlang Susanto.
3. Teman-teman PJKR angkatan 2011 dan almamater FIK UNNES tercinta.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT , karena limpahan rahmat, taufik , dan hidayah-Nya, skripsi yang berjudul *Fitness Center Business* Di Kabupaten Wonosobo Tahun 2015 dapat diselesaikan dengan baik. Dengan demikian penulis juga dapat menyelesaikan pendidikan program Sarjana pada jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahrgaan, Universitas Negeri Semarang.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, tidak lupa penulis ucapkan terimakasih yang sebasar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjadi mahasiswa UNNES.
2. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan kesempatan dan ijin untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ketua jurusan Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dorongan, semangat, dan ijin penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Endang Sri Hanani, M.kes. dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, dorongan, dan motivasi serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ani pengelola Happy *Fitness* yang telah memberikan ijin penelitian.
6. Bapak Sutardi pengelola Gordon *Gym* yang telah memberikan ijin penelitian.
7. Bapak Ahmad Mujab pengelola Jibril *Fitness* yang telah memberikan ijin penelitian.

8. Ibu Hj. Sudarto pengelola *Fitness* Mandala Putra yang telah memberikan ijin penelitian.
9. Instruktur, dan member Happy *Fitness*, Gordon *Gym,* Jibril *Fitness,* dan *Fitness* Mandala Putra yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian
10. Dewi ngasmanah yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya.
11. Teman-teman PPL SMK N 8 Semarang tahun 2011 atas persahabatan yang selama ini kita jalin.
12. Teman-teman kos yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi.
13. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan PJKR, FIK, UNNES yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
14. Bapak, Ibu, dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 9 Agustus 2015

Penulis

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
ABSTRAK ii
PERNYATAAN iii
PENGESAHAN iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Masalah 12
1.3 Pertanyaan Penelitian 12
1.4 Tujuan Penelitian 12
1.5 Manfaat Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1 Pengertian Bisnis 14
2.1.1 Tujuan Bisnis 19
2.1.2 Bentuk Bentuk Usaha Bisnis 21
2.1.3 Bisnis Dan Industri Olahraga (*Sport Business*) 24
2.1.4 Studi Kelayakan Bisnis 25
2.1.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran 26
2.1.4.2 Aspek Teknis dan Teknologi 29
2.1.4.3 Aspek Organisasi dan Manajemen 31
2.1.4.4 Aspek Ekonomi dan Keuangan 34
2.2 Pengertian *Fitness* 35
2.3 *Fitness Center* 37
2.3.1 Sarana dan Prasarana *Fitness Center* 38
2.3.2 Program-Program *Fitness Center* 42
2.4 *Fitness Center Business* 44
2.5 Kerangka Konseptual 46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Pendekatan Penelitian 48
3.2 Lokasi Dan Sasaran Penelitian 50
3.3 Instrumen Penelitian Dan Metode Pengumpulan Data 51
3.3.1 Instrumen Penelitian 51
3.3.2 Metode Pengumpulan Data 60
3.4 Uji Keabsahan Data 66
3.5 Teknik Analisis Data 68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 74

4.1.1 Gambaran Kabupaten Wonosobo dan Bisnis *fitness center* di Kabupaten Wonosobo..... 74
4.1.2 Happy *Fitness*..... 75
4.1.3 Gordon *Gym* 70
4.1.4 Jibril *Fitness*..... 84
4.1.5 *Fitness* Mandala Putra 87
4.2 Pembahasan..... 91
4.2.1 Happy *Fitness*..... 91
4.2.2 Gordon *Gym* 93
4.2.3 Jibril *Fitness*..... 96
4.2.4 *Fitness* Mandala Putra 98
4.2.5 Analisis Studi Kelayakan Bisnis 100

BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan..... 106
5.2 Saran 107

DAFTAR PUSTAKA..... 108

LAMPIRAN 110

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Penduduk Wonosobo tahun 2012 7
2. Tabel 1.2 Daftar *fitness center* di Kabupaten wonosobo 8
3. Tabel 1.3 Data instruktur 9
4. Tabel 1.4 Data sarana prasarana 10
5. Tabel 1.5 Data member dan harga sewa 10
6. Tabel 2.1 Alokasi tempat *health fitness* (dalam % dari total luas) 39
7. Tabel 3.1 Kisi-kisi pedoman wawancara untuk pemilik/pengelola *fitness center* 53
8. Tabel 3.2 Kisi-kisi pedoman wawancara untuk instruktur *fitness center* 56
9. Tabel 3.3 Kisi-kisi pedoman wawancara untuk *member fitness center* 58
10. Tabel 3.4 Klasifikasi berdasarkan jumlah *member* aktif yang dimiliki 70
11. Tabel 3.5 Klasifikasi berdasarkan kelengkapan alat *fintess center*..... 70
12. Tabel 3.6 Klasifikasi berdasarkan fasilitas yang dimiliki 71
13. Tabel 3.7 Klasifikasi berdasarkan pengecekan kelayakan fasilitas secara berkala 72
14. Tabel 3.8 Klasifikasi Berdasarkan Sumber Pendanaan 72
15. Tabel 3.9 Klasifikasi Berdasarkan Kelengkapan Struktur Organisasi ... 73
16. Tabel 3.10 Klasifikasi berdasarkan pengalaman instruktur dilihat dari lamanya bekerja 73
17. Tabel 4.1 Hasil klasifikasi Happy *Fitness* 79
18. Tabel 4.2 Hasil klasifikasi Gordon *Gym* 83
19. Tabel 4.3 Hasil klasifikasi Jibril *Fitness* 86
20. Tabel 4.4 Hasil klasifikasi *Fitness* Mandala Putra 90
21. Tabel 4.5 Kelebihan dan kekurangan Happy *Fitness* 93
22. Tabel 4.6 Kelebihan dan kekurangan Gordon *Gym* 95
23. Tabel 4.7 Kelebihan dan kekurangan Jibril *Fitness* 97
24. Tabel 4.8 Kelebihan dan kekurangan *Fitness* Mandala Putra 100

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Contoh *layout* ruangan *Fitness Center* 38
2. Gambar 2.2 *Weigh stack bench press* dan *leg pres* 40
3. Gambar 2.3 *Hydraulic cest press* 41
4. Gambar 2.4 *Pneumatic cest press* 41
5. Gambar 2.5 *ROD pack deck butterfly* dan *cable cross over* 42
6. Gambar 2.5 Kerangka konseptual studi kelayakan bisnis 46
7. Gambar 4.1 Peta *fitness center* di Kabupaten Wonosobo 74
8. Gambar 4.2 Ruang latihan Happy *Fitness* 77
9. Gambar 4.3 Ruang latihan Gordon *Gym* 81
10. Gambar 4.4 Ruang latihan Jibril *Fitness* 85
11. Gambar 4.5 Ruang latihan *Fitness* Mandala Putra 89
12. Gambar 4.6 Grafik klasifikasi *Fitness Center* 104
13. Gambar 4.7 Grafik kondisi peringkat *Fitness Center Business* di Kabupaten Wonosobo 105

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

1. Usulan Topik Skripsi 110
2. SK Penetapan Dosen Pembimbing 111
3. Surat Ijin Penelitian 112
4. Surat Keterangan Penelitian 116
5. SITU 120
6. Serftifikat Instruktur 121
7. Matrik Pengumpulan Data 122
8. Matrik Hasil Data Happy *Fitness* 126
9. Matrik Hasil Data Gordon *Gym* 136
10. Matrik Hasil Data Jibril *Fitness* 142
11. Matrik Hasil Data *Fitness* Mandala Putra 145
12. Daftar Pertanyaan Wawancara 151
13. Transkrip Wawancara 155
14. Hasil Wawancara *Fitness* Mandala Putra 156
15. Hasil Wawancara Gordon *Gym* 165
16. Hasil Wawancara Jibril *Fitness* 177
17. Hasil Wawancara Happy *Fitness* 188
18. Dokumentasi 199

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rentang sejarah manusia sampai saat ini, aktivitas olahraga dan bermain selalu berhubungan secara integral dengan aspek sosial, politik, dan ekonomi. Berawal dari sekedar kegiatan fisik yang menyehatkan badan, mengisi waktu luang, dan media eksistensi diri, akhirnya bergeser menjadi kegiatan multi kompleks yang telah mempengaruhi dan dipengaruhi oleh fenomena-fenomena lain. Bahkan dalam perkembangannya sampai sekarang, di negara-negara maju (khususnya Amerika) olahraga telah menjadi sebuah kegiatan kombinasi antara bisnis, hiburan, pendidikan, latihan moral, transfer teknologi, keperkasaan dan deklarasi politik. Namun demikian, olahraga juga menjadi kontes dimana orang mencari tantangan dan mencari variasi hidup. Segala seesuatu telah menjadikan olahraga sebagai sebuah fenomena sosial dimasa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang (Husdharta,2010:93).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Menurut undang-undang Sistem Keolahragaan Nasional pasal 17, ruang lingkup olahraga meliputi olahraga pendidikan, olahraga prestasi, dan olahraga rekreasi. Olahraga pendidikan diselenggarakan sebagai bagian proses pendidikan yang dilakasanakan baik pada jalur pendidikan formal maupun nonformal melalui kegiatan ekstrakurikuler dan intrakurikuler. Olahraga prestasi dimaksudkan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi olahragawan dalam rangka meningkatkan harkat dan mertabat bangsa.

Sedangkan olahraga rekreasi dilakukan sebagai bagian proses pemulihan kesehatan dan kebugaran. Kaitannya dengan rekreasi, olahraga tidak bisa dipisahkan dengan unsur komersial karena dalam olahraga rekreasi terdapat unsur layanan, penyedia jasa dan konsumen yang akan menggunakan atau menikmati. Konsumen tentunya harus mengeluarkan biaya sebagai syarat untuk mendapatkan layanan dan jasa khususnya dalam bidang olahraga contohnya senam di sanggar-sanggar serta berolahraga di *fitness center*. Walaupun olahraga rekreasi bisa dilakukan di luar ruangan misalnya jogging, bersepeda, hikking dan sebaginya.

Olahraga merupakan hak dan kebutuhan dasar setiap manusia sebagai upaya meraih kehidupan yang lebih baik, seperti yang tercantum dalam pasal 6 undang undang nomer 3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional yang berbunyi “setiap warga negara mempunyai hak yang sama untuk: a) Melakukan kegiatan olahraga; b) Memperolah pelayanan dalam kegiatan olahraga; c) Memilih dan mengikuti jenis atau cabang olahraga yang sesuai dengan bakat dan minatnya; d) Memperolah pengarahan, dukungan, bimbingan, pembinaan dan pengembangan dalam keolahragaan; e) Menjadi pelaku olahraga; dan f) Mengembangkan industri olahraga; Olahraga memang bukan satu-satunya cara untuk memperbaiki kualitas kehidupan dan masih banyak cara untuk mewujudkannya. Misalnya dengan pendidikan yang tinggi seseorang akan semakin mempunyai banyak kesempatan untuk memperoleh kesuksesan, kemudian dengan kemapanan ekonomi seseorang akan memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun semua itu menjadi tidak berarti ketika tidak diimbangi dengan kesehatan jasmani dan rohani yang merupakan

salah satu dimensi pokok dari olahraga sehingga olahraga menjadi prasyarat dasar bagi pilihan-pilihan kebutuhan lainnya.

Olahraga sebagai sebuah hak telah dinyatakan dalam artikel 1 *the charter of physical education and sport* dan diadopsi oleh UNESCO tahun 1978: "*the practice of physical eduacation and sport is a fundamental human right for all*" (Mutohir,2004:2). Artinya adalah olahraga dan pendidikan jasmani merupakan hak dasar setiap orang.

Manfaat olahraga sebenarnya sudah semakin disadari oleh masyarakat yang dibuktikan dengan semakin banyaknya masyarakat yang melakukan kegiatan olahraga baik sendiri maupun berkelompok. Meningkatnya kebutuhan dan kesadaran masyarakat akan olahraga kebugaran yang didukung dengan peningkatan kesejahteraan secara ekonomi menciptakan peluang untuk mendirikan bisnis dan industri olehrag yang bergerak dalam bisnis jasa *fitness center* bagi orang-orang yang jeli melihat peluang untuk mendirikan usaha. Irianto (2004:9) mengatakan bahwa berolahraga adalah salah satu cara paling efektif dan aman untuk memperoleh kebugaran sebab olahraga memiliki multi manfaat antara lain manfaat fisik (meningkatkan komponen kebugaran), manfaat psikis (lebih tahan terhadap stres, lebih mampu berkonsentrasi), dan manfaat sosial (menambah percaya diri dan sarana berinteraksi).

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menimbulkan pergeseran pola hidup manusia disemua aspek, pesatnya laju perkembangan teknologi yang menciptakan alat serba otomatis yang mampu mengganti hampir semua aktifitas kerja manusia menimbulkan efek negatif yang mulanya manusia harus beraktifitas fisik untuk melakukan pekerjaan, perannya tergantikan oleh

teknologi tersebut, hal ini menyebabkan orang cenderung kurang memiliki aktifitas fisik dan bermalas-malasan (*sedentary*).

Dengan begitu banyaknya persoalan yang membatasi aktifitas gerak olahraga, masyarakat mencari berbagai alternatif olahraga berbasis masyarakat yang mudah, murah, menarik, bermanfaat, dan massal. Menurut Husdharta (2010:79), secara umum ciri olahraga kesehatan adalah:

1) Massal, artinya olahraga kesehatan dapar diikuti sejumlah besar orang secara serentak.
2) Mudah, artinya gerakan olahraga kesehatan mudah diikuti dan dapat dilakukan dengan baik oleh anak-anak, dewasa maupun manula.
3) Murah, artinya tidak memerlukan peralatan maupun ruangan khusus untuk pelaksanaannya.
4) Meriah, artinya dapat membangkitkan suasana santai dan gembira, bebas stres dan memungkinkan silaturahmi yang lebih baik.
5) Manfaat dan aman, artinya manfaatnya dapat dirasakan baik lahir maupun batin serta kecil kemungkinan terjadinya cedera.

Bagi orang-orang sibuk, berolahraga menjadi bagian penting dalam rutinitas harian. Masyarakat memandang aktivitas ini dapat mengendurkan otot dan relaksasi pikiran dan mengolah tubuh agar tetap sehat. Di kota-kota besar, aktivitas olahraga tak lagi dipandang sebagai kebutuhan untuk tetap sehat namun sudah menjadi gaya hidup. Bisa dilihat dengan beragam kegiatan olahraga yang ada di ruang terbuka kota. Bagi yang berkantong tebal, mereka

memilih menjaga kesehatan tubuh di pusat kebugaran (*fitness center*) yang banyak tersebar di berbagai sudut kota ataupun membeli sendiri peralatan kebugaran yang harganya pasti mahal.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional mengisyaratkan perlunya pengelolaan sentra olahraga rekreasi sebagai pusat pembinaan dan peningkatan olahraga sentra olahraga rekreasi berdasarkan Peraturan Menteri Negara Pemuda dan Olahraga Nomor 193 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementrian Pemuda dan Olahraga merupakan salah satu tugas dan fungsi Asisten Deputi Sentra Keolahragaan, Deputi Bidang Pemberdayaan Olahraga. Pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi dilaksanakan sebagi upaya menumbuhkembangkan sanggar-sanggar dan mengaktifkan perkumpulan olahraga dalam masyarakat yang diarahkan untuk meningkatkan kesehatan, kebugaran, kegembiraan, dan hubungan sosial (Kemenpora, 2011:1).

Industri olahraga merupakan bagian integral dari industri nasional dalam membuka lapangan pekerjaan serta peluang usaha. Rintisan dan pengembangan industri olahraga di Indonesia bukanlah sesuatu yang baru, namun keberadaan industri olahraga tersebut baru sebatas industri musiman yang berkembang secara alamiah dan kurang tertangani secara serius. Industri olahraga merupakan upaya kolektif dari berbagai pihak untuk untuk mengembangkan perilaku ekonomi antara produsen dan konsumen dengan dijembatani oleh bentuk-bentuk produksi barang atau jasa olahraga.

Industri olahraga umumnya masih bermain di segmen usaha mikro. Kemajuan industri olahraga memiliki nilai strategis karena terkait dengan upaya

pemberdayaan ekonomi rakyat kecil dan merupakan bagian dari upaya pengentasa kemiskinan. Seperti yang dikutip Kristiyanto (2013:30) dari Mukadimah UU-UKM (2008) Amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) perlu diberdayakan sebagai bagian intergral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi untuk diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat luas serta dapat berupa jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional. Olahraga kini bukan hanya semata sebagai sebuah aktivitas, namun juga sudah menjadi gaya hidup khususnya olahraga kebugaran. Menjamurnya berbagai sarana olahraga masyarakat khususnya pusat-pusat kebugaran tidak lagi hanya ada di kota-kota besar melainkan sudah memasuki kota kecil yang memiliki potensi, termasuk Kabapaten Wonosobo.

Kabupaten Wonosobo merupakan salah satu dari 35 kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang terletak pada 7^0.43’.13” dan 7^0.04’.40” garis Lintang Selatan (LS) serta 109^0.43’.19” dan 110^0.04’.40” garis Bujur Timur (BT), dengan luas 98.468 ha (984,68 km^2) atau 3,03 % luas Jawa Tengah. Kabupaten Wonosobo berjarak 120 km dari ibukota Jawa Tengah (Semarang) dan 520 km dari Ibu Kota Negara (Jakarta), berada pada rentang 250 dpl – 2.250 dpl dengan dominasi pada rentang 500 dpl – 1.000 dpl sebesar 50% (persen) dari seluruh areal, menjadikan ciri dataran tinggi sebagai wilayah Kabupaten Wonosobo

dengan posisi spasial berada di tengah-tengah pulau Jawa dan berada diantara jalur pantai utara dan jalur pantai selatan. Secara administratif Wonosobo berbatasan langsung dengan enam kabupaten, yaitu:

1) Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Kendal dan Kabupaten Batang
2) Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Magelang
3) Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Purworejo dan Kabupaten Kebumen
4) Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Kebumen.

Ditinjau dari segi sosial ekonomi, kondisi kesejahteraan masyarakat semakin meningkat, terindikasi dengan menurunnya jumlah keluarga yang masuk kategori pra sejahtera dan sejahtera I. Dari 238.400 keluarga di Kabupaten Wonosobo, sebanyak 24,65 persen masuk kategori keluarga pra sejahtera dan 18,59 persen keluarga sejahtera I. Hal ini bisa disimpulkan bahwa sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Wonosobo secara umum masih dalam kondisi menengah kebawah. Penduduk Wonosobo tersebar di 15 kecamatan dengan rincian jumlah penduduk seperti tabel berikut:

Tabel 1.1 Penduduk Wonosobo tahun 2012

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Wadaslintang	26.474	27.096	53.570
2	Kepil	28.942	28.975	57.917
3	Sapuran	28.046	27.411	55.457
4	Kalibawang	11.473	11.328	22.801
5	Kaliwiro	22.654	22.659	45.313
6	Leksono	20.398	19.833	40.231
7	Sukoharjo	16 .327	15.448	31.775

8	Selomerto	23.371	22 .603	45.974
9	Kalikajar	29.614	29.028	58.642
10	Kertek	39.710	38.172	77.882
11	Wonosobo	43.354	42.722	86.076
12	Watumalang	25.030	24.016	49.046
13	Mojotengah	30.326	28.198	58.524
14	Garung	24.834	23.517	48.351
15	Kejajar	21.329	20.355	41.684
	Total	**391.882**	**381.361**	**773.243**

Sumber : *website BPS Kabupaten Wonosobo*

Perkembangan bisnis *fitness center* di Kabupaten Wonosobo sendiri mulai muncul pada tahun 2004, yaitu dengan dibukanya Happy *Fitness* yang terletak di jalan Resimen No. 18 Wonosobo dan tetap beroperasi sampai sekarang. Kebutuhan akan pusat kebugaran atau *fitness center* penduduk Kabupaten Wonosobo sendiri terlayani oleh empat pusat kebugaran atau *fitness center* yang tersebar di Kabupaten Wonosobo.

Tabel 1.2 Daftar *fitness center* di Kabupaten Wonosobo

No	Nama	Alamat	Tanggal berdiri
1	Happy *Fitness*	Jln. Resimen No. 18 Wonosobo	16 Februari 2004
2	*Fitness* Mandala Putra	jln. Bambang Sugeng No.05 Wonosobo	13 Agustus 2006
3	Gordon *Gym*	Jln. Banyumas desa Campursari RT 01 RW 01Selomerto Wonosobo	1 Maret 2014
4	Jibril *Fitness*	Perumahan Manggisan Lama RT 03 RW 05 Mojotengah, Wonosobo	14 Desember 2014

Sumber : *observasi*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa peluang bisnis *fitness center* di Kabupaten Wonosobo masih sangat terbuka karena masih sangat sedikit jumlah *fitness center* yang ada di Kabupaten Wonosobo.

Sebagai bisnis yang menjual jasa, *fitness center* harus mempunyai sumber daya manusia yang mempunyai kemampauan khususnya dibidang kebugaran. Bagi instruktur di pusat-pusat kebugaran seharusnya sudah mempunyai sertifikat yang terkait dengan kebugaran atau paling tidak telah melalui pelatihan. Sertifikat sangat penting bagi instruktur karena sertifikat bisa menjadi bukti bahwa dirinya merupakan seorang yang profesional dan berkompeten dalam bidang kebugaran atau *fitness* sehingga dapat memberikan layanan terbaik kepada setiap *member*. Pelatihan merupakan program yang ditujukan bagi SDM perusahaan berupa pemberian informasi pengetahuan dasar mengenai strategi kerja, sikap, kemampuan berkomunikasi dan pemasaran jasa, serta memahami konsumen.

Berikut data sumber daya intruktur di empat *fitness center* yang ada di Kabupaten Wonosobo:

Tabel 1.3 Data instruktur

No	Nama	Jumlah Instruktur	Mengikuti Pelatihan	Memiliki Sertifikat
1	Happy *Fitness*	1	1	1
2	*Fitness* Mandala Putra	0	0	0
3	Gordon *Gym*	1	1	0
4	Jibril *Fitness*	1	0	0

Sumber : *observasi*

Dari tabel diatas, bisa dilihat bahwa keadaan sumber daya instruktur *fitness center* di Kabupaten Wonosobo belum semuanya mengikuti pelatihan, dan baru satu instruktur yang mendapat sertifikat, sehingga dapat disimpulkan bahwa sumber daya instruktur *fitness* center di Kabupaten Wonosobo masih dapat dikatakan kurang.

Kondisi serta jumlah sarana dan prasarana dalam bisnis *fitness center* bisa menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Jika lingkungan, tempat dan peralatan yang lengkap serta dalam kondisi yang baik akan menjadikan *member* nyaman dalam melakukan aktivitas latihan.

Tabel 1.4 Data sarana prasarana

No	Nama	Luas (meter persegi)	Jumlah peralatan
1	Happy *Fitness*	225	26
2	*Fitness* Mandala Putra	50	15
3	Gordon *Gym*	100	14
4	Jibril *Fitness*	36	16

Sumber : *observasi*

Selain kondisi sarana prasarana, harga juga sangat berpengaruh bagi perkembangan bisnis *fitness center* di Wonosobo. Masyarakat Wonosobo yang akan menjadi konsumen dari adanya bisnis *fintess center* ini sebagian besar masih dalam kondisi ekonomi menengah kebawah, ini sesuai dengan data BPS kabupaten Wonosobo Tahun 2012 yaitu dari 238.400 keluarga di Kabupaten Wonosobo, sebanyak 24,65 persen masuk kategori keluarga pra sejahtera dan 18,59 persen keluarga sejahtera I. Berikut harga sewa dan jumlah *member fitness center* di kabupaten Wonosobo :

Tabel 1.5 Data *member* dan harga sewa

No	Nama	*Member*	Harga
1	Happy *Fitness*	150 orang	*Member* khusus Rp. 100.000,-/bulan *Member* umum Rp. 75.000,-/bulan Umum Rp. 25.000.-/latihan Pelajar Rp. 15.000,-/latihan
2	*Fitness* Mandala Putra	50 orang	*Member* Rp. 50.000,-/bulan Umum Rp. 7.500,-/latihan Pelajar Rp. 5.000,-/latihan

3	Gordon *Gym*	40 orang	*Member* Rp. 65.000,-/bulan Umum Rp. 5.000,-/latihan
4	Jibril *Fitness*	30 orang	*Member* Rp.30.000,-/bulan Umum Rp. 3.000,-/latihan

Sumber : *observasi*

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa harga sewa disetiap tempat beda-beda. Jika dilihat dari jumlah *member* tetap dan harga sewa *member* perbulan maka Happy *Fitness* mempunyai pendapatan Rp. 15.000.000,- perbulan, *Fitness* Mandala Putra Rp. 2.500.000,- perbulan, Gordon *Gym* Rp. 2.600.000,- perbulan, dan Jibril *Fitness* Rp. 900.000,- perbulan. Semua itu masih diluar dari pendapatan yang masuk dari konsumen yang bukan *member* yang datang latihan sewaktu-waktu.

Dari observasi awal dari segi sumber daya manusia, sarana dan prasarana, layanan, kegiatan, pengelolaan dapat disimpulkan bahwa kondisi bisnis *fitness center* di Wonosobo masih sangat sederhana karena pengelolaannya belum dilakukan secara profesional. Sebagai mahasiswa pendidikan jasmani, kesehatan dan rekreasi yang disiapkan untuk menjadi guru harus memiliki wawasan yang luas termasuk tentang bisnis dan industri olahraga sehingga apabila setelah lulus tidak memiliki kesempatan untuk menjadi seorang guru, setidaknya memiliki bekal pengetahuan untuk menjalankan suatu usaha yang tidak jauh dari olahraga, khususnya usaha *fitness center*. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengambil judul "***Fintess Center Business* di Kabupaten Wonosobo Tahun 2015**"

1.2 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada judul diatas yaitu tentang *fitness center business* di Kabupaten Wonosobo, maka fokus permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah survey *fitness center business* di Kabupaten Wonosobo tahun 2015.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Menurut Yacob Ibrahim (2009:92) dalam menyusun sebuah studi kelayakan bisnis, harus meliputi sekurang-kurangnya aspek-aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan manajemen, serta ekonomi dan keuangan. Jadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1) Bagaimana kondisi aspek pasar dan pemasaran disetiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo 2015?
2) Bagaimana kondisi aspek teknis dan teknologi disetiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo 2015?
3) Bagaimana kondisi aspek organisasi dan manajemen disetiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo 2015?
4) Bagaimana kondisi aspek ekonomi dan keuangan disetiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo 2015?

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1) Untuk mendiskripsikan dan mengkaji aspek pasar dan pemasaran di setiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo

2) Untuk mendiskripsikan dan mengkaji aspek teknis dan teknologi di setiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo

3) Untuk mendiskripsikan dan mengkaji aspek organisasi dan manajemen di setiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo

4) Untuk mendiskripsikan dan mengkaji aspek ekonomi dan keuangan di setiap *fitness center* di Kabupaten Wonosobo

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan bisnis *fintess center*, khususnya perkembangan bisnis *fitness center* di Kabupaten Wonosobo. Adapun manfaat yang dapat diperolah dari penelitian ini antara lain:

1) Pengembangan ilmu pengetahuan tentang pentingnya bisnis dan industri olahraga bagi perkembangan ekonomi kreatif.

2) Bagi lembaga pendidikan (Jurusan PJKR FIK UNNES) untuk menambah kepustakaan sebagai salah satu sumber penulisan karya ilmiah lebih lanjut.

3) Memperluas wawasan dalam khasanah pengembangan dimensi mahasiswa khususnya yang berkaitan dengan bisnis dan industri olahraga.

4) Hasil penelitian dapat dijadikan masukan bagi manajer, pengelola, dan karyawan untuk meningkatkan bisnis *fitness center* yang dikelolanya.

5) Menambah wawasan serta aplikasi teori yang telah penulis dapat selama perkuliahan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1.6 Pengertian Bisnis

Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and services.* Skinner (1992) menambahkan dalam Anoraga (2007:6), bahwa bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis adalah bidang usaha; usaha yang bersifat mencari keuntungan; usaha komersial/dagang.

Berikut pengertian bisnis menurut para ahli:

1) Huat, T Chwee (1990)

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat *(bussinessis then simply a system that produces goods and service to satisfy the needs of our society)*

2) Steinford (1979)

Business is an institution which produces goods and services demanded by people. Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan

meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

3) Griffin dan ebert (1996)

"*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people*". Dalam pengertian ini bisnis sebagai aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memilki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memilki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) serta usaha informal lainnya.

4) Hughes dan Kapoor

"*Business is an organization that provides goods or services in order toearn provit*". Sejalan dengan definisi tersebut, aktifitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode (*Total Revenues*) lebih besar dari total biaya (*Total Costs*) pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan kegiatan bisnis, sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar.

5) Allan Afuah (2004)

"*Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a provit, the goods and services that satisfy societies needs. The*

general term business refer to all such efforts within a society or within an industry. Maksudnya Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*.

6) Glos, Steade dan Lowry (1996)

Bisnis merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sember daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

7) Musselman dan Jackson (1992)

Bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.

8) Mahmud Machfoed

Bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

9) Brown dan Petrello (1976)

"*Business is an institution which produces goods and service demanded by people*." Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang

menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

10) Steinford (1979)

"*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people*." Dalam pengertian ini bisnis sebagai aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) serta usaha informal lainnya.

11) Griffin dan Ebert (1996)

"*Business is an organization that provides goods or services in order to earn provit.*" Sejarah dengan defenisi tersebut, aktifitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan prifit atau (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode (*Total Revenues*) lebih besar dari total biaya (*Total Costs*) pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan kegiatan bisnis, sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar.

12) Hughes dan Kapoor

"*Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the good and services that satisfy societies needs. The general term business refer to all such efforts within an industry*". Maksudnya Bisnis ialah suatu suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*.

13) Allan Affuah (2004)

Bisnis merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentranformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

14) Glos, Steade dan Lowry (1996)

Bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.

15) Musselman dan Jackson (1992)

Suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.

2.1.1 Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian organisasi perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Secara umum tujuan dari bisnis adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan. Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, diantaranya:

1. *Market standing*, yaitu penguasan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.
2. *Innovation* yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tamabah pada suatu produk.
3. *Physical and financial resources*, perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
4. *Manager performance and development*, manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan

profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program *training and development* yang berkelanjutan.

5. *Worker Performance and Attitude*, untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.
6. *Public Responsibility*, bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi dan menciptakan lapangan kerja, dll.

Skinner (1992) dalam Anoraga (2007:12) menambahkan ada beberapa tujuan bisnis diantaranya adalah: 1) Mencari keuntungan/profit, 2) Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, 3) Pertumbuhan perusahaan, 4) Tanggung jawab sosial.

Keuntungan merupakan peranan penting dalam membangun sebuah bisnis. Keuntungan yang tinggi bisa dicapai apababola pelaku bisnis berani mengambil resiko memasuki pasar baru dan bersaing dengan perusahaan lain. Semakin tinggi keuntungan yang diharapkan maka semak besar pula resiko yang akan dihadapi perusahaan. Pandji Anoraga (2007:12) menyatakan bahwa keuntungan dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dengan pengeluaran (biaya-biaya), yaitu selisih harga jual dengan semua biaya produksi dan harga jual produk termasuk pajak. Keuntungan ekonomis adalah sisa hasil usaha setelah pengeluaran nyata dan biaya oportunitas diperhitungkan dari hasil pendapatan yang diterima. Yang dimaksud

biaya oportunitas adalah biaya dari pemilihan alternatif terbaik penggunaan sumber-sumber dayang yang ada untuk mencapai tujuan dengan mengorbankan alternatif terbaik lainya bagi pengguna sumber daya tersebut.

Keuntungan bisnis dan ekonomis bisa dicapai apabila bisnis tetap bertahan atau terus beroprasi. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berhubungan dengan peningkatan karena bisnis tidak bisa seperti semula. Peningkatan *market share*, pengembangan pribadi dan individu, dan peningkatan produktivitas merupakan tujuan pertumbuhan perusahaan.

Selain itu tanggung jawab sosial juga merupakan tujuan bisnis karena perusahaan bertanggng jawab dengan lingkungan sosial seperti pengendalian polusi/pencemaran lingkungan, penghapusan praktik-praktik diskriminasi, dan pengembangan energi.

2.1.2 Bentuk-Bentuk Usaha Bisnis

Pemilihan bentuk perusahaan merupakan langkah awal dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Sebab berhasil tidaknya usaha yang akan dijalankan juga tergantung dari keputusan tersebut. Pandji anoraga (2007:99) menyebutkan beberapa bentuk perusahaan antara lain:

1) Perusahaan perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan salah satu bentuk perusahaan yang banyak dipergunakan di Indonesia. Perusahan perorangan dimiliki oleh perorangan yang menjalankan usahanya untuk mendapatkan keuntungan daripadanya. Bagaimana menjalankan perusahaan itu dan bagaimana cara mendapat keuntungan serta upaya

perusahaan bisa maju berkembang, tergantung kepada semangat dan tindakan orang yang bersangkutan.

2) Firma

Bentuk perusahaan firma merupakan suatu persekutuan untuk menajalankan untuk menjalankan usaha antara dua orang atau lebih dengan nama bersama. Tanggung jawab masing-masing anggota firma tidak terbatas, sedangkan keuntungan dan /kerugian dibagi bersama-sama.

3) Persekutuan Komanditer (CV)

Menurut pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Perksekutuan Komanditer (*Commanditaire vennootschaap/CV)* adalah suatu penjanjian kerja sama untuk berusaha bersama antara orang-orang yang bersedia memimpin, mengatur perusahaan, dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya, dengan orang-orang yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia mempimpin perusahaan dan bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut.

4) Perseroan Tebatas (PT)

Perseroan Terbatas (PT) yang juda disebut *Naamloze Vennooschap* (NV) merupakan bentuk perusahaan yang terdiri atas pemegang saham yang memilki tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang disetor.

5) Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

BUMN merupakan badan usaha yang dimiliki dan dikelola oleh negara.

6) Sindikat

Sindikat merupakana suatu kerjasama antara beberapa orang lembaga untuk melaksanakan proyek khusus di bawah suatu perjanjian.

7) Kartel

Kartel merupakan bentuk persekutuan antara beberapa perushaan sejenis di bawah suatu pernjanjian khusus.

8) Merger

Merger merupakan penggabungan dua perusaan atau lebih menjadi satu perusahaan.

9) Perusahaan Daerah

Perusahaan daerah adalah perusahaan yang modal /sahamnya dimiliki oleh pemenrintah daerah, di mana kekayaan perusahaan dipisahkan dari kekayaan daerah yang bersangkutan.

10) Koperasi

Koperasi menurut UU. Koperasi No. 25/1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.

11) Yayasan

Yayasan merupakan organisasi yang tidak mencari keuntungan tetapi untuk usaha-usaha yang bersifat sosial.

12) Kongsi

Kongsi adalah suatu perserikatan yang terdiri dari dau orang atau lebih untuk mengadakan usaha bersama untuk mencari keuntungan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

13) Perserikatan perdata

Perserikatan perdata merupakan persetujuan yang terdiri dari dua orang atau lebih yang bersepakat untuk saling mengikatkan diri untuk memasukan seseuatu kedalam persekutuan yang dimaksud untuk mendapat keuntungan yang terjadi karena persetujuan tersebut (Ny. Sri Rejeki, 1998)

2.1.3 Bisnis Dan Industri Olahraga (*Sport Business)*

Dae-Hwan Ok(2001) mengemukakan industri olahraga sebagai "sebuah industri yang menciptakan nilai tambah dengan memproduksi dan dan menyediakan olahraga yang berkaitan dengan peralatan dan layanan". Peralatan dan pelayanan adalah peralatan/perlangkapan olahraga yang dibutuhkan dalam aktivitas olahraga, kompetisi olahraga, pelatihan, pesta olahraga, dan sebagianya, baik produk yang nyata maupun yang tidak nyata (Rusli Lutan dkk, 2004:138).

Bisnis dan industri olahraga diatur dalam Undang-Undang Sistem Keolahragaan Nasional No. 3 Tahun 2005 pasal 78 yang berbunyi " setiap pelaksanaan industri olahraga yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat wajib memperhatikan tujuan keolahragaan nasional serta prinsip keolahragaan penyelenggaraan keolahragaan.

Industri olahraga dapat berbentuk prasarana dan sarana yang diproduksi untuk diperjualbelikan, dan/atau disewakan untuk masyarakat luas serta dapat berupa jasa penjualan kegiatan cabang olahraga sebagai produk utama yang dikemas secara profesional yang meliputi : a) kejuaraan nasional dan

internasional; b) pekan olahraga daerah, wilayah nasional dan internasional; c)promosi, eksibisi, dan festival oalhraga; atau d) keagenan, layanan informasi dan konsultasi keolahragaan.

Masyarakat yang menjalakan usaha industri olahraga dapat bermintra dengan pemerintah, pemerintah daerah, organisasi olahraga dan/atau organisasi lain baik dalam negeri maupun luar negeri sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga. Pembinaan dan pengembangan industri olahraga dilaksanakan melalui kemitraan yang saling menguntungkan agar terwujud kegiatan olahraga yang mandiri dan profesional. Pemerintah yang terkait dengan industri dan bisnis olahraga harus memberikan kemudahan bagi setiap masyarakat yang akan membentuk atau mendirikan sentra-sentra pengembangan dan industri olahraga dengancara memfasilitasi perwujudan kemitraan pelaku industri olahraga dengan media massa dan media lainya.

2.1.4 Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis menurut Yacob Ibrahim (2009:1) adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh selama melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek. Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dalam menyusun studi kelayakan bisnis menurut Toni Saputro, diantarnya yaitu:

1) Pihak Investor

Sebelum menanamkan modalnya di perusahaan yang akan dijalankan investor akan mempelajari laporan studi kelayakan bisnis yang telah dibuat,

karena investor memiliki kepentingan langsung tentang keuntungan yang akan diperoleh dan jaminan modal yang akan ditanamkan.

2) Pihak Kreditor

Sebelum memberikan kredit pihak bank perlu mengkaji studi kelayakan bisnis dan mempertimbangkan bonafiditas dan tersedianya agunan yang dimilliki.

3) Pihak Manajemen Perusahaan

Sebagai leader manajemen perusahaan juga memerlukan studi kelayakan bisnis untuk mengetahui dana yang dibutuhkan, berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana pendanaan dari investor dan kreditor.

4) Pihak Pemerintah dan Masyarakat

Perusahaan yang akan berdiri harus memperhatikan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah agar dapat diprioritaskan untuk dibantu oleh pemerintah.

5) Bagi Tujuan Pembangunan Ekonomi

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu dianalisis manfaat yang akan didapat dan biaya yang ditimbulkan proyek terhadap perekonomian nasional, karena sedapat mungkin proyek dibuat demi tercapainya tujuan-tujuan nasional.

Dalam menyusun sebuah studi kelayakan bisnis, harus meliputi sekurang-kurangnya aspek-aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan manajemen, serta ekonomi dan keuangan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.1.4.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar menurut Andi Khairil Hasrat dalam kumpulantugasmakalahekonomi.blogspot.co.id, pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan

permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Stanton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya (Husein Umar, 2003:35). Jadi dapat disimpulkan bahwa secara umum ciri-ciri pasar yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya transaksi, dan ada barang atau jasa yang diperjualbelikan.

Grantham et al. (1997:99) mengatakan bahwa "*marketing is a process identifying what the public needs and determining whether you can provide it at a price that will produce profit".* Artinya pemasaran yaitu proses mengidentifikasi apa yang masyarakat luas butuhkan dan menentukan apa yang bisa produsen sediakan dengan harga yang akan menghasilkan keuntungan.

American Marketing Assosiasion (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuasakan antara individu-individu dan organisasional. Philip Kotler (1999) dalam Pandji Anoraga (2007:182) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang masyarakat butuhkan dan inginkan melalui penciptaaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.

1) Segmentasi, Target dan Posisi Di Pasar

Konsumen sebagai pembeli produk atau pengguna jasa terdiri dari berbagai hal, seperti keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktek-praktek pembeliannya. Aspek utama dalam segmentasi pasar

adalah aspek geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Aspek geografis meliputi bangsa, negara, propinsi, dan kabupaten/kotamadya. Aspek demografis meliputi usia, jenis kelamin dan pendapatan. Aspek psikografis meliputi kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Aspek perilaku meliputi kesempatan, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli, dan sikap.

Menetapkan target sasaran pasar dapat dilakukan melalui tiga faktor yaitu ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktural segmen, serta sasaran dan sumber daya. Sedangkan menentukan posisi pasar dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi keunggulan kompetitif, memilih keunggulan kompetitif serta mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi

2) Sikap, Perilaku dan Kepuasan Konsumen

Sikap merupakan evaluasi menyeluruh yang memunginkan orang merespon secara konsisten berkenaan dengan obyek atuu alternatif-alternatif pilihan yang diberikan.

Perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antar apa yang dia terima dan harapkan.

3) Manajemen Pemasaran

Jangkauan pemasaran sangat luas, berbagai tahapan kegiatan harus dilalui barang dan jasa sebelum bisa dinikmati oleh konsumen. Perusahaan

harus memperhatikan faktor persaingan dari usaha sejenis yang lebih dulu ada maupun yang kemungkian akan berdiri dimasa mendatang.

Analisis persaingan dilakukan untuk mencermati produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dilakukan oleh pesaing terdekat. Analisis persaingan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi pesaing, menentukan sasaran pesaing, dan mengidentifikasi strategi pesaing.

Bagi pemasaran produk barang dan jasa, manajemen pemasaran membuat kebijakan pemasaran antara lain: (1) Kebijakan produk, (2) Kebijakan harga, (3) Kebijakan distribusi, (4) Kebijakan promosi, (5) Kebijakan orang, (6) Kebijakan bukti fisik, (7) Kebijakan proses jasa.

2.1.4.2 Aspek Teknis dan Teknologi

Dalam studi kelayakan bisnis pada aspek teknis dan teknologi, ada tiga hal yang harus diperhatikan yaitu penentuan posisi perusahaan, desain, dan operasional. Parta Setiawan menambahkan dalam www.gurupendidikan.com, aspek teknis dan teknologi menyangkut pemilihan lokasi, alat-alat yang sesuai dengan hasil yang diinginkan, lay out, serta pemilihan teknologi yang sesuai.

1) Penentuan Posisi Perusahaan

Penentuan perusahaan dalam masyarakat bertujuan agar keberadaan perusahaan sesuai dengan keberadaan masyarakat, dan dapat dijalankan secara ekonomis, efektif, dan efisien. Letak lokasi perusahaan jasa dapat dibagi menjadi dua, yaitu konsumen yang mendatangi perusahaan layanan jasa dan perusahan jasa yang mendatangi konsumen. Penentuan lokasi perusahaan perlu mempertimbangkan banyak hal, antara lain mudah dan dapat diakses oleh

konsumen, tempat parkir memadai, lingkungan yang mendukung usaha, kesesuaian dengan lokasi pesaing, dan izin lokasi dari pihak berwenang.

2) Desain

Masalah desain mencakup perancangan fasilitas operasi yang akan digunakan. Tata letak perusahaan jasa akan mempengaruhi persepsi konsumen atas kualitas suatu jasa. Jadi persepsi pelanggan terhadap layanan jasa dapat dipengaruhin oleh suasana yang dibentuk oleh interior dan eksterior fasilitas jasa tersebut, sehingga tata letak dan lingkungan tempat sangat penting.

3) Operasional

Masalah operasional muncul pada saat proses produksi berjalan. Dalam perusahaan jasa, aspek operasional lebih menekankan pada aspek kualitas. Zeithml et al. dalam Husein Umar (2003:94) mengemukakan lima dimensi dalam menetukan kualitas jasa, yaitu:

(1) *Realiablity,* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai janji yang diberikan.

(2) *Responsiveness,* yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap.

(3) *Assurance,* yaitu kemampuan karyawan atas pengetauan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan layanan, ketampilan memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan

dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan

(4) *Empathy,* yaitu perhatian individual yang diberikan kepada perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

(5) *Tangibles,* yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan, kelangkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

2.1.4.3 Aspek Organisasi dan Manajemen

1) Organisasi

Organisasi merupakan gabungan unit sosial yang mempunyai anggota dua orang atau lebih yang dikoordinasikan untuk mencapai sejumlah tujuan (Stephen P. Robbins, 2001). Menurut Edgar H. Schein (2002) organisasi merupakan koordinasi sejumlah kegiatan manusia yang telah direncanakan utnuk mencapai maksud dan tujuan tertentu bersama melalui pembagian tugas dan fungsi melalui serangkaian wewenang dan tanggung jawab. Gibson (1997) menjelaskan bahwa pengertian organisasi merupakan satu kesatuan yang memungkinkan masyarakat mencapai suatu tujuan yang tidak dapat dicapai melalui tindakan individu secara terpisah (Pandji Anoraga,2007:161).

Menurut Skinner (1999) dalam Pandji Anoraga (2007:172), prinsip organisasi meliputi: (1) Pembagian kerja, (2) Kesatuan komando, (3) Prinsip sakelar, (4) Rentang kendali.

Pembagian kerja dalam organisasi digunakan supaya ada efisiensi karena spesialisasi. Kesatuan komando merupakan prinsip dimana pekerja hanya melapor pada satu atas. Prinsip sakelar merupakan hak dan pertanggungjawaban yang jelas dari tingkat manajer yang paling atas sampai yang paling bawah. Rentang kendali merupakan prinsip dimana terdapar batas jumlah bawahan yang menjadi tanggu jawab seorang atasan/pimpinan.

Leonard White dalam Pandji Anoraga (2007:174) mengemukakan adanya tiga macam fungsi dalam organisasi: (1) Fungsi lini, (2) Fungsi *auxiliary* (pelayanan), (3) Fungsi staff.

Fungsi lini adalah fungsi yang erat hubungannya dengan pelaksanaan tugas pokok organisasi yaitu langsung memberikan jasa kepada masyarakat atau langsung mengatur tata kehidupan masyarakat dalam suatu bidang. Fungsi *auxiliary* (pelayanan) adalah fungsi memberikan bantuan terhadap pejabat lini yang dapat berwujud pembiayaan, tenaga pegawai, dan perlengkapan. Sedangkan Fungsi staff adalah fungsi memberikan nasihat bagi pejabat tinggi tetapi tanpa kewenangan operasional

Organisasi memiliki tiga macam bentuk dilihat dari segi wewenang, tanggung jawab kerja dan hubungan kerja menurut Sarwoto (2012) dalam Pandji Anoraga (2007:175), yaitu: (1) Organisasi garis, (2) Organisasi garis dan staff, (3) Organisasi fungsional.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Organisasi garis adalah organisasi yang tugas perencanaan, pengendalian dan pengewasan berada disatu garis tangan kewenangan (*line authority*) langsung dari pimpinan kepada bawahan. Organisasi garis dan staff pada umumnya digunakan digunakan untuk organisasi yang besar, daerah kerja luas da nmempunyai bidang-bidang kerja yang beraneka ragam serta rumit. Sedangkan organisasi fungsional adalah organisasi yang disusun berdasarkan sifat dan macam-macam fungsi yang harus dilaksanakan.

2) Manajemen

Skinner dan Ivancevich (1992) dalam Pandji Anoraga (2007:149) menyampaikan *management will be defined as the application of planning, organizing, staffing, directing, and control functions int the most efficient manner possible to accomplish objectives.* Manajemen dapat didefinisikan sebagai penggunaan perencanaan, pengorganisasian, pengerjaan, pengarahan, dan fungsi pengendalian dalam cara yang paling efisien tujuan-tujuan.

Fungsi manajemen menurut Skinner (1999) dalam Pandji Anoraga (2007:152) meliputi: (1) Perencanaan (*planning*), (2) Pengorganisasian (*organizing*), (3) Pengerjaan (*staffing*), (4) Pengerahan (*directing*), (5) Pengendalian (*controling).*

Perencanaan (*planning*) merupakan pedoman kemana arah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Melaui perencanaan maka ketidakpastian dapat dikurangi, lebih fokus pada tujuan dan memudahkan pengawasan. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan fungsi manajemen yang mengelompokkan orang, memberikan tugas dan menjalankan tugas misi. Pengerjaan (*staffing*) merupakan fungsi manajemen untuk menyeleksi,

menempatkan, melatih (*training*), dan mengembangkan pegawai. Pengarahan (*directing*) merupakan fungsi manajemen untuk mengarahkan, dan memberi perintah. Sedangkan fungsi pengendalian (*controling*) merupakan fungsi manajemen yang mengawasi apakah terjadi penyimpangan terhadap pelaksanaan dari perencanaan, jika terjadi maka harus segera dilakukan perbaikan.

2.1.4.4 Aspek Ekonomi dan Keuangan

Tujuan menganalisis aspek ekonomi dan keuangan dalam studi kelayakan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan pengeluaran dan pendapatan,seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek dapat berkembang terus.

1) Dana investasi

Dana investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pembangunan proyek, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, biaya *feasibility study,* dan biaya lain yang berhubungan dengan pembangunan proyek.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2) Biaya operasi dan pemeliharaan

Biaya operasi dan pemeliharaan terdiri dari biaya tetap (*fixed cost)* dan tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap tediri dari gaji karyawan tetap, bunga bank, pengembalian pokok pinjaman, penyusutan, dan asuransi. Biaya tidak tetap yaitu biaya yang digunakan selama proses produksi.

3) Sumber biaya

Sumber biaya dapat berasal dari dalam dan luar perusahaan. Sumber dari dalam perusahaan adalah modal yang berasal dari investor sendiri atau modal yang dihimpun dari penjualan saham. Modal dari luar perusahaan adalah modal yang berasal dari bank, produsen mesin/peralatan, dan lembaga keuangan.

4) Perkiraan pendapatan

Perkiraan pendapatan dapat digolongkan atas 2 bagian, yaitu penerimaan yang berasal dari hasil penjualan barang-barang yang diproses dan penerimaan dari luar barang-barang yang diproses.

5) Analisis kriteria investasi

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam analisis kriteria investasi adalah perkiraan investasi, modal kerja, biaya operasi dan pemeliharaan, serta perkiraan pendapatan.

6) *Break even point*

Break even point (titik pulang pokok) adalah titik keseimbangan antara total penerimaan dengan total pengeluaran atau TR=TC.

7) Proyeksi laba, rugi dan aliran kas

Proyeksi laba, rugi dan aliran kas dapat digunakan untuk mengetahui posisi keuntungan di masa yang akan datang, disamping itu dapat digunakan sebagai pedoman/indikator bagi pengusaha dalam menjalankan usaha/proyek.

2.2 Pengertian *Fitness*

Dalam bahasa Inggris *Fitness* artinya adalah kebugaran. Mutohir dan Maksum (2007:51) mengemukakan *Fitness* atau kebugaran jasmani adalah

kesanggupan tubuh melakukan aktivitas tanpa mengalami kelelahan yang berarti Orang yang bugar berarti ia tidak gampang capek dan lelah serta dapat mengerjakan pekerjaan sehari-hari secara optimal, tidak malas, atau bahkan berhenti sebelum waktunya.

Menurut Bompa (1983) dalam Mutohir dan Maksum (2007:53), kemampuan fisik terdiri dari sepuluh kemampuan biomotrik yaitu : 1) *strenght*/ kekuatan, 2) *endurance*/ daya tahan, 3) *explosive power*/daya ledak, 4) *speed*/ kecepatan, 5) *flexibility*/ kelentukan, 6) *accuracy*/ ketepatan, 7) *reaction*/ reaksi, 8) *agility* / kelincahan, 9) *balance*/keseimbangan, 10) *coordination*/ koordinasi.

1) *Strenght*/ kekuatan kemampuan otot skeletal tubuh untuk melakukan kontraksi atau tegangan maksimal sewaktu menerima beban tertentu.
2) *Endurance*/ daya tahan adalah kemampuan tubuh untuk melakukan aktivitas terus menerus dalam waktu lama(lebih dari 10 menit).
3) *Explosive power*/ daya ledak adalah kemampuan untuk melakukan aktivitas secara tiba-tiba dan cepat dengan mengerahkan seluruh kekuatan dalam waktu yang singkat.
4) *Speed*/ kecepatan adalah kemempan untuk mengerjakan suatau aktivitas yang sama secara berulang-ulang dan berkesinambungan dalam waktu yang sesingkat singkatnya.
5) *Flexibility*/ kelentukan adalah kesanggupan tubuh atau anggota gerak tubuh untuk malakukan gerakan pada sebuah atau beberapa sendi seluas-luasnya.
6) *Accuracy*/ ketepatan adalah kemampuan tubuh untuk mengendalikan gerakan bebas menuju suatu sasaran pada jarak tertentu.

7) *Reaction*/ reaksi adalah kemampuan tubuh atau anggota tubuh untuk bergerak secepat-cepatnya ketika ada rangsangan yang diterima olah reseptor somatic, kinestetik, atau vestibular.

8) *Agility* / kelincahan adalah kemampuan tubuh tau anggota tubuh untuk mengubah arah gerakan secara mendadak dalam kecepatantinggi.

9) *Balance/*keseimbangan adalah kamampuan tubuh untuk melakukan reaksi atas setiap perubahan posisi tubuh dimana tubuh tetap dalam posisi stabil dan terkendali.

10) *Coordination*/ koordinasi adalah kemampuan tubuh untuk mengintegrasikan berbagai gerakan berbeda menjadi gerakan tunggal yang harmonis dan efektif.

2.3 *Fitness Center*

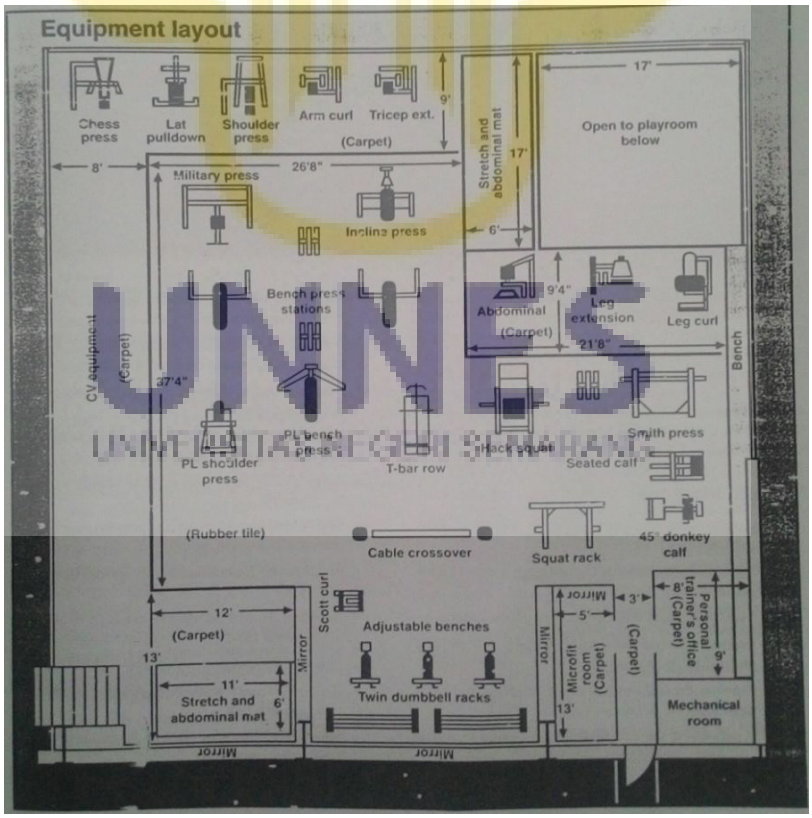
Dahulu, olahraga *fitness* identik dangan angkat besi dan binaraga. Masyarakat menilai *fitness* hanya dilakukan untuk membuat otot menjadi besar dan kuat serta membentuk badan bagi para binaragawan. Selain itu *fitness* juga identik dengan angkat besi dimana *fitness center* hanya sebagai tempat latihan atlet angkat besi. Namun akhir-akhir ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat kesadaran masyarakat akan kesehatan melalui olahraga *fitness* meningkat. Hal ini dapat kita lihat dari banyaknya pusat kebugaran yang tumbuh subur di kota-kota besar bahkan kota-kota kecil yang menyediakan fasilitas yang sederhana sampai fasilitas mewah.

Fitness center terdiri dari dua kata yaitu *fitness* yang berarti kebugaran, dan *center* yang pusat, jadi arti dari *fitness center* adalah pusat kebugaran. Menurut Giriwijoyo (2004) dalam Ripto Wahyu (2014:31) pusat kebugaran adalah

suatu kegiatan dalam ruangan dengan menawarkan kegiatan olahraga dari yang tanpa menggunakan alat, sampai yang menggunakan alat-alat yang mahal dan canggih, yang diantaranya bertujuan prestasi.

2.3.1 Sarana dan Prasarana *Fintess Center*

Dalam Undang-Undang No. 3 tahun 2005 tentang sistem Keolahragaan Nasional pasal 1 ayat 20, disebutkan bahwa prasarana olahraga adalah tempat atau ruang lingkungan yang digunakan untuk kegiatan olahraga dan/atau penyelenggaraan keolahragaan. Prasarana atau tempat menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis *fitness center.* Karena desain *fitness center* yang baik akan membuat member nyaman berlatih yang akan berdampak pada tingkat profitabilitas.



Gambar 2.1 contoh *layout* ruangan *Fitness Center*
Sumber: Grantham et al. (1997:281)

Tabel 2.1 Alokasi tempat *health fitness* (dalam % dari total luas)

No	Area	Komersial	Perusahaan	Klinis	Komunitas
1	Administrasi	8	5	5	4
2	Area latihan	42	49	49	43
3	Area pemanansan	10	11	13	9
4	Ruang serbaguna	4	7	9	6
5	Locker rooms	17	18	13	18
6	Ruang penyimpanan	3	3	4	2
7	Laundy	1	1	2	1
8	Ruang anak	2	-	-	2
9	Kantin	2	-	-	2
10	Sirkulasi	11	6	5	13

Sumber : William C. Grantham et al. 1997. p.17

Dari tabel diatas dapat dikemukakan bahwa setiap desain *fitness center* memiliki ukuran tersendiri pada setiap luas tempatnya agar tujuan dari desain *fitness center* tersebut tercapai.

Sarana olahraga menurut Undang-Undang No. 3 tahun 2005 tentang sistem Keolahragaan Nasional pasal 1 ayat 21 adalah peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk kegiatan olahraga. Menurut fungsinya, peralatan dalam *fitness center* dibagi menjadi tiga jenis yaitu *cardiovascular equipment, free weight,* dan *resistance stations.*

1) *Cardiovascular equipment* yaitu peralatan yang digunakan untuk melatih kardiovaskular atau yang berhubungan dengan peredaran darah. Peralatannya meliputi *Step machine, Exercise bycicles, Treadmills,*

Rowing machine, Cross-country ski simulators, Upperbody ergometers, Downhill ski simulators.

2) *Free weight* yaitu peralatan yang digunakan melatih kekuatan dan membesarkan otot. Peralatannya meliputi *Bench, Squat racks, Bars, Dumbbells, Plate loaded machine.*

3) *Resistance stations* yaitu peralatan yang digunakan untuk melatih ketahanan otot. Peralatannya antara lain *Selectorized weight stack, Hydraulic, Pneumatic, Electronic/computerize.*

Sedangkan menurut beban yang digunakan, peralatan *fitness center* dibagi menjadi empat jenis, yaitu *weigh stack machine, hydraulic, pneumatic, ROD machine.*

1) *Weigh stack machine* merupakan mesin beban lepas mekanis yang memungkinkan untuk mengangkat sejumlah piringan beban dengan menarik atau mendorong palang atau pegangan yang dipasangkan dengan menggunakan sistem katrol atau pengungkit

Gambar 2.2 *Weigh stack bench press* dan *leg press*
Sumber : *Google*

2) *Hydraulic machine* menggunakan cairan untuk memberikan daya hambat positif dua arah untuk memperkuat dan memadatkan otot.

Gambar 2.3 *Hydraulic cest press*
Sumber : *Google*

3) *Pneumatic machine* menggunakan udara didalam silinder untuk menghasilkan daya hambat.

Gambar 2.4 *Pneumatic cest press*
Sumber : *Google*

4) *ROD machine* menggunakan balok yang di kaitkan untuk menghasilkan daya hambat.

Gambar 2.5 *ROD pack deck butterfly dan cable cross over*
Sumber : *Google*

2.3.2 Program-Program *Fitness Center*

Meskipun hampir sama, tetapi program *health fitness* yang didesain untuk komersial, perusahaan, klinis dan komunitas memiliki perbedaan. Untuk *health fitness* yang didesain untuk komersial, program dibuat untuk tujuan mencari keuntungan dan menjaga *member* untuk tetap menjadi anggota suatu *fitness center* dan tidak berpindah ke *fitness center* yang lain. Dari IHRSA (1994) dalam Grantham et al. (1997:168) ada 20 program yang sering ditawarkan kepada *member* yaitu: *1) Fitness evaluation, 2) Step and bench aerobic, 3) Personal training, 4) Strenght training, 5) Child care, 6) Cross-training, 7) Weight control, 8) Nutrition counseling, 9) Massage, 10) Corporate programing, 11) Exercise prescription, 12) Seniors programming, 13) Aquatic exercise, 14) Special*

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

programs diabetes, 15) Juniors programming, 16) Competitive sport, 17) Martial arts, 18) Yoga, 19) Health-education program, 20) Childrens programming.

Health fitness di dalam perusahaan mendisain programnya untuk meningkatkan daya kerja bagi setiap pekerjanya. Opatz (1985) dalam Grantham et al. (1997:168) mengatakan bahwa "*the systematic efforts of an organization to enhance the wellness of its members throught education, behavioral change, and cultural support"* , maksudnya yaitu upaya sistematis dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan kualitas bagi *member*nya yaitu melalui pendidikan, perubahan perilaku dan dukungan budaya. Melalui pendidikan, perubahan perilaku dan dukungan budaya, perusahaan yang mengembangkan program *health fitness* akan berusaha mengurangi biaya perawatan kesehatan karyawannya dengan cara menumbuhkan kesadaran dan pencegahan terhadap penyakit. Contoh programnya yaitu gerakan berhenti merokok, mengontrol berat badan, dan latihan atau program rekreasi, serta stres manajemen.

Program *health fitness* yang didesain untuk kepentingan klinis antara lain: *1) Initial fitness assessment, 2) Body-compotition analysis, 3) Follow up fitness assessment, 4) Wellness education, 5) Employee participation tracking, 6) Health fairs, 7) Back program, 8) Companywide health history evaluation, 9) Physical therapy and rehabilitation, 10) Blood presure screening adn treatment, 11) Pre and postnatal programs, 12) Stress management, 13) Nutrition disorders, 14) Arthritis.*

Program *health fitness* yang didesain untuk komunitas tidak jauh beda dengan program yang didesain untuk kepentingan klinis. Tetapi tujuan utama programnya adalah untuk menjangkau dan melayani masyarakat luas.

Programnya antar lain (Grantham et al.,1997:167) : *1) Child care, 2) Childrens programs, 3) Family programs*

2.4 *Fitness Center Business*

Fitness center sebagai salah satu tempat yang menyediakan dan menjalankan program-program latihan kebugaran, tidak hanya memberikan manfaat secara langsung seperti peningkatan derajat kesehatan dan kebugaran jasmani, tetapi juga memberikan keleluasaan untuk mengekspresikan segala kebutuhan seperti sosialisasi, aktualisasi, pemanfaatan waktu luang, bisnis dan sebagainya. William C. Grantham et al (1997:3) mengatakan bahwa "*currently,the healthy fitness industry can be devided into four disntice segments, describe as commercial, corporate, clinical, and community setting*". Maksudnya adalah, saat ini, industri pusat kebugaran bisa dibagi kedalam empat segmen, ditujukan untuk komersial, perusahaan, klinis dan untuk masyarakat luas.

Industri *health fitness* yang bertujuan untuk kepentingan komersial mempromosikan fasilitas melalui usaha pemasaran sepanjang tahun, mengadakan penyuluhan keanggotaan, dan menjual kartu keanggotaan. Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi Industri *health fitness*, karena *member* akan mengalami pasang dalam menggunakan fasilitas mereka sehingga promosi harus terus berlangsung sepanjang tahun.

Industri *health fitness* yang bertujuan untuk kepentingan perusahaan sangat berbeda dengan industri *health fitness* yang ditujukan untuk kepentingan komersial. Dalam industri *health fitness* untuk perusahaan, tujuan promosi program tidak sepenuhnya untuk kalangan masyarakat umum, tetapi lebih dikhususkan bagi karyawan dalam perusahaan tersebut. Manajer *fitness center*

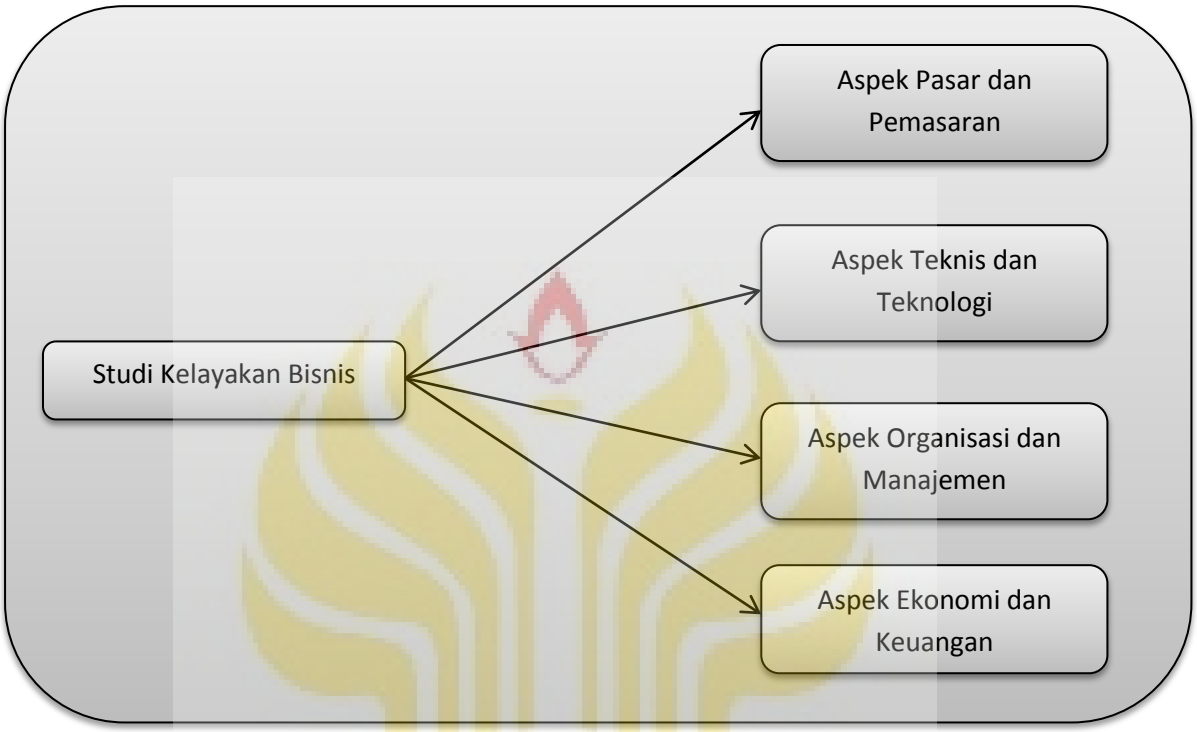
harus selalu melakukan evaluasi terhadap program untuk mengetahui tingkat partisipasi, manfaat terhadap perusahaan dan efektifitas biaya.

Industri *health fitness* yang bertujuan untuk kepentingan klinis cakupan programnya meliputi laboratorium, peralatan dan fasilitas intensif. Aktivitas pemasaran dan promosinya untuk tujuan rehabilitasi penyakit jantung, terapi fisik dan layanan klinis lainnya.

Industri *health fitness* yang bertujuan untuk kepentingan komunitas mempunyai aktivitas promosi, program dan manajemen yang sama dengan industri *health fitness* yang lain namun tujuan utamanya tidak untuk mendapatkan keuntungan material, tetapi sebagian besar programnya bertujuan untuk kepentingan sosial, dan rekreasi. Sasaran dari health fitness untuk komunitas ini antara lain kelompok kebugaran dan komunitas tertentu, taman dan pusat rekreasi, program kampus dan universitas, masyarakat pedesaan, dan pusat kebugaran perumahan.

Sebagai industri yang bergerak dibidang jasa, keuntungan finansial dapat diperoleh dengan cara menarik *member* yang sebanyak-banyaknya. Pengguna jasa akan bertahan dan bertambah apabila layanan yang diberikan dapat memuaskan pengguna jasa. Dalam rangka memenuhi kepuasan pengguna, para pelaku industri jasa *fitness center* harus memberikan layanan yang maksimal kepada *member* dengan cara menawarkan program-program yang bervariasi, serta menyediaka sarana dan prasarana yang lengkap. Selain itu juga bisa dilakukan dengan menawarkan jasa PT atau *personal trainer* kepada *member*.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.5 kerangka konseptual studi kelayakan bisnis.

Dalam penelitian ini, *fitness center* di Kabupaten Wonosobo yang berjumlah empat buah akan dikaji dan dideskripsikan berdasarkan studi kelayakan bisnis. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi kemudian dianalisis dan diklasifikasikan kedalam aspek studi kelayakan bisnis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan manajemen, serta ekonomi dan keuangan.

Dalam aspek pasar dan pemasaran akan dikaji dan dideskripsikan mengenai segmentasi pasar, respon konsumen serta strategi pemasaran yang dilakukan. Dalam aspek teknis dan teknologi akan dikaji dan dideskripsikan mengenai lokasi perusahaan, sarana prasarana dan operasional perusahaan. Dalam aspek organisasi dan manajemen dikaji dan dideskripsikan mengenai

kelengkapan struktur organisasi serta fungsi-fungsi manajemen. Sedangkan dalam aspek ekonomi dan keuangan akan dikaji dan dideskripsikan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuka usaha *fintess center,* biaya operasional dan benefit yang diterima.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian di empat lokasi *fitness center,* yaitu Happy Fitness, Gordon Gym, Jibril Fitness dan Fitness Mandala Putra tentang *fitness center bussines* di Kabupaten Wonosobo Tahun 2015 berdasarkan studi kelayakan bisnis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan manajemen, serta ekonomi dan keuangan dapat disimpulkan bahwa:

1. Aspek pasar dan Pemasaran

Kondisi aspek pasar dan pemasaran dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi baik karena segmentasi pasarnya jelas, member dan masyarakat merespon dengan baik usaha *fitness center* dilingkungan masyarakat, serta kegiatan promosi dan iklan yang terus berjalan.

2. Aspek teknis dan teknologi

Kondisi aspek teknis dan teknologi dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi cukup baik karena memiliki lokasi yang strategis dan memiliki peralatan yang lengkap namun tidak memiliki ruang latihan yang luas.

3. Aspek organisasi dan manajemen

Kondisi aspek organisasi dan manajemen dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi kurang baik karena tidak memiliki struktur organisasi yang lengkap dan tidak memiliki instruktur yang bersertifikat.

4. Aspek ekonomi dan keuangan

Kondisi aspek ekonomi dan keuangan dari keempat *fitness center* rata-rata dalam kondisi cukup baik karena pemasukan lebih besar dari pada

pengeluaran perbulan (*total revenue>total cost*), namun belum semuanya memberkan manfaat ekonomi kepada lingkungan sekitar dan daerah.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Bagi pemilik dan pengelola diharapkan menambah SDM yang profesional dan berkompeten, menambah kelengkapan peralatan dan sarana pendukung, serta mendaftarkan usahanya kepada pihak terkait agar usahanya legal.
2. Bagi instruktur diharapkan senantiasa memperbarui pengetahuannya tentang ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya yang terkait dengan *fitness.*
3. Bagi member diharapkan ikut berpartisipasi mengembangkan dan memajukan *fitness center* dengan memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun bagi masing-masing *fitness center* yang dijadikan tempat latihan.
4. Bagi DINPORA diharapkan ikut berpartisipasi melaksanakan pembinaan *fitness center* di Kabupaten Wonosobo agar bisa berkembang lebih baik lagi.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

Agus Kristiyanto. 2013. *Riset Futuristik Keolahragaan: Inspirasi Substansi & Metodologi*. Yogyakarta: GRAHA ILMU

Andi Khairil Hasrat. 2014. *Aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis.* kumpulantugasmakalahekonomi.blogspot.co.id/2014/09/aspek-pasar-dan-pemasaran-dalam-studi.html. (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2015)

Badan Pusat Statistik Wonosobo. 2012. *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (2012)*. http://wonosobokab.bps.go.id/index.php?hal=tabel&id=4. (Diakses pada tanggal 7 Mei 2015)

Burke, Edmund R. *Panduan Lengkap: Latihan Kebugaran Di Rumah.* Terjemahan Eri D. Nasution. 2001. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Djoko Pekik Irianto. 2004. *Berolahraga Untuk Kebugaran & Kesehatan.* Yogyakarta: ANDI OFFSET.

DPR RI dan Presiden RI. 2005.*UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NO 3 TAHUN 2005 TENTANG SISTEM KEOLAHRAGAAN NASIONAL.* Jakarta. Dewan Perwakilan Rakyat.

Grantham, W. C. et al. 1997. *Health Fitness Management: A Comprehensive Resource For Managing and Operating Programs and Faciliites.* Champaign, IL: Human Kinetics.

Herlina Br. Rajagukguk. 2011. *Pengertia Bisnis Menurut Para Ahli. http://herina-br.blogspot.com/2011/10/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli.html.* (Diakses pada tanggal 13 Mei 2015)

Husdarta. 2010. *Sejarah dan Filsafat Olahraga.* Bandung: Alfabet.

Husein Umar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis:Teknik Menganalisis Kelayakan Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.

Kementrian Negara Pemuda Dan Olahraga. 2011. *Panduan Umum Sentra Olahraga Rekreasi.* Jakarta: Asisten Deputi Sentra Keolahrgaan-Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga-Kementrian Pemuda dan Olahraga .

Lexy J. Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Pandji Anoraga. 2007. *Pengantar Bisnis:Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi.* Jakarta: Rineka Cipta.

Pemerintah Kabupaten Wonosobo. 2014. *Geografis Kabupaten Wososobo*. http://www.wonosobokab.go.id/index.php/2014-02-01-04-40-52/selayang-pandang/geografis-kabupaten-wonosobo. (Diakses pada tanggal 13 Mei 2015)

Rambat Lupiyoandi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

Ripto Wahyu. 2014. *Manajemen Fitness Center Di Kabupaten Pati Tahun 2013.* Skripsi. Program Sarjana Universitas Negeri Semarang.

Rusli Lutan, Siregar, dan Tahir Djidie. 2004. *Akar Sejarah Dan Dimensi Keolahragaan Nasional*. Jakarta: Direktorat Jenderal Olahraga-Departemen Pendidikan Nasional.

Parta Setiawan. 2015. *Pengertian Studi Kelayakan Bisnis Terlengkap.* http://www.gurupendidikan.com/pengertian-studi-kelayakan-bisnis-terlengkap/. (Diakses pada tanggal 11 Oktober 2015)

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tim Pustaka Phoenix. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Media Pustaka Phoenix.

Toho Cholik Mutohir & Ali Maksum. 2007. *Sport Development Index*. Jakarta: PT INDEKS.

Toho Cholik Mutohir. 2004. *Olahraga dan Pembangunan: Meraih Kembali Kejayaan.* Jakarta: Direktorat Jenderal Olahraga- Departemen Pendidikan Nasional.

Toni Saputro. 2010. *Pengenalan Studi Kelayakan Bisnis.* http://putrajatim.blogspot.co.id/2012/02/pengenalan-studi-kelayakan-bisnis.html. (Diakses pada tanggal 11 Oktober 2015)

Yacob Ibrahim. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Rineka Cipta.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG