

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pemerataan kesehatan di Indonesia yang berkelanjutan adalah program strategis nasional yang merupakan salah satu pendukung berputarnya roda perekonomian Negara Republik Indonesia, seiring dengan terus bertambahnya jumlah penduduk tentunya tidak luput akan kesadaran kesehatan yang harus terus selalu di jaga sebagaimana mestinya untuk menunjang produktifitas masyarakat di Indonesia.

Tujuan disusunnya perencanaan bisnis pusat kebugaran ini adalah (1) untuk mengetahui aspek-aspek lingkungan bisnis, legal, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, manajemen resiko, digitalisasi dan keuangan pada bisnis yang akan di jalankan (2) Bagaimana perencanaan usaha pusat kebugaran ini layak berdasarkan aspek-aspek kewirausahaan yang dikenal sebagai "*Timmons Model*". Perencanaan bisnis ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perencanaan bisnis yang diterapkan perusahaan untuk menjalankan bisnis *Fitness Center* yang sesuai dengan aspek-aspek lingkungan bisnis, legal, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, manajemen resiko, digitalisasi dan keuangan adalah sebagai berikut. Berdasarkan aspek lingkungan terdiri dari faktor Eksternal dan Internal. 1) Faktor Eksternal yaitu politik yang mempengaruhi regulasi berjalannya suatu bisnis. Faktor hukum yang mendukung sebagaimana tercantum pada **Undang-undang Republik Indonesia nomor 36 tahun 2009 tentang kesehatan Pasal 15 dan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah**. Secara demografi jumlah penduduk di kota Bandung terus bertumbuh dan didukung dengan sosial dan budaya masyarakat di kota Bandung yang semakin sadar dengan pola gaya hidup sehat. Teknologi yang terus berkembang merupakan hal yang sangat mendukung dalam berjalannya proses bisnis ini. Pelanggan dari bisnis ini berusia 13 tahun keatas baik laki-laki maupun perempuan. Adanya kompetitor di kota Bandung masih bisa di antisipasi dengan menjalankan sistem bisnis yang baik mulai dari keuangan, pemasaran, SDM dan operasional. 2) Lingkungan internal MR Fit yaitu kemudahan proses pendaftaran, kemampuan cepat tanggap karyawan dalam menghadapi pelanggan, karyawan yang informatif terhadap pelanggan, kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi, menjaga profesionalitas antara karyawan dan pelanggan. Memiliki legalitas atau Izin sebagai perusahaan jasa yang bergerak dibidang layanan *Fitness Center* di Kota Bandung. Segmentasi pasar MR Fit mencakup seluruh masyarakat Kota Bandung Jawa Barat Indonesia. Target pasar adalah penderita obesitas, pecinta olahraga, orang yang memiliki gaya hidup yang sehat di Kota Bandung. MR Fit memposisikan bisnisnya sebagai bisnis yang dapat dinikmati oleh masyarakat kelas menengah keatas di kota Bandung. Ditunjang dengan sistem digitalisasi proses termasuk digital marketing yang baik maka diharapkan dapat menjangkau pelanggan sebanyak-banyaknya.

Perencanaan bisnis *Fitness Center* ini dapat dinyatakan layak berdasarkan aspek-aspek kelayakan Timmons Model, bisnis ini berpotensi tinggi dan teridentifikasi sebagai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci : Inovasi, Bisnis Plan, Entrepreneurship, Bisnis Manajemen.

EXECUTIVE SUMMARY

Sustainable health equity in Indonesia is a national strategic program which is one of the supports for the turning of the wheels of the economy of the Republic of Indonesia. In line with the continuing increase in population, of course there is no escape from health awareness which must always be maintained properly to support the productivity of society in Indonesia.

The purpose of preparing this fitness center business plan is (1) to understand the business environment, legal, marketing, operational, human resources, risk management, digitalization and financial aspects of the business that will be run (2) How to plan this fitness center business feasible based on aspects of entrepreneurship known as the “Timmons Model”. This business plan uses qualitative descriptive research methods.

The business plan implemented by the company to run the Fitness Center business in accordance with aspects of the business environment, legal, marketing, operations, human resources, risk management, digitalization and finance is as follows. Based on environmental aspects, it consists of external and internal factors. 1) External factors, namely politics that influence the regulations for the running of a business. Supporting legal factors are stated in Law of the Republic of Indonesia number 36 of 2009 concerning health, Article 15 and Law no. 20 of 2008 concerning micro, small and medium enterprises. Demographically, the population in the city of Bandung continues to grow and is supported by the social and cultural aspects of the people in the city of Bandung who are increasingly aware of healthy lifestyle patterns. Technology that continues to develop is something that really supports the running of this business process. Customers of this business are aged 13 years and over, both male and female. The existence of competitors in the city of Bandung can still be anticipated by implementing a good business system starting from finance, marketing, HR and operations. 2) MR Fit's internal environment, namely ease of registration process, quick response ability of employees in dealing with customers, employees who are informative towards customers, ease for customers in accessing information, maintaining professionalism between employees and customers. Has legality or permission as a service company engaged in Fitness Center services in Bandung City. The MR Fit market segmentation covers the entire community of Bandung City, West Java, Indonesia. The target market is obese sufferers, sports lovers, people who have a healthy lifestyle in the city of Bandung. MR Fit positions its business as a business that can be enjoyed by upper middle class people in the city of Bandung. Supported by a process digitalization system including good digital marketing, it is hoped that it can reach as many customers as possible.

This Fitness Center business plan can be declared feasible based on the feasibility aspects of the Timmons Model, this business has high potential and is identified as a consumer need and desire.

Keywords: Innovation, Business Plan, Entrepreneurship, Business Management.