

**GERAK (APLIKASI PEMESANAN ONLINE FASILITAS
OLAHRAGA DAN MAKANAN SEHAT)**

TUGAS AKHIR



Disusun oleh :

Mohammad Dahlan Asyhari

20106050004

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1367/Un.02/DST/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : GERAK (Aplikasi pemesanan online fasilitas olahraga dan makanan sehat)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOHAMMAD DAHLAN ASYHARI
Nomor Induk Mahasiswa : 20106050004
Telah diujikan pada : Selasa, 10 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhammad Mustakim, S.T. M.T.
SIGNED

Valid ID: 68761bbd546



Penguji I

Dr. Ir. Sumarsono, S.T., M.Kom.
SIGNED

Valid ID: 6871272738089



Penguji II

Nia Maharani Raharja, M.Eng.
SIGNED

Valid ID: 6871df5449afe



Yogyakarta, 10 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68770efcc259

LEMBAR PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohammad Dahlan Asyhari
NIM : 20106050004
Jurusan : Informatika
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul **“GERAK (APLIKASI PEMESANAN ONLINE FASILITAS DAN MAKANAN SEHAT)”** merupakan hasil perencanaan bisnis saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 28 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Mohammad Dahlan Asyhari,

NIM. 20106050004

LEMBAR PERSETUJUAN

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mohammad Dahlan Asyhari

NIM : 20106050004

Judul Skripsi : GERAK (Aplikasi Pemesanan Online Fasilitas Olahraga dan Makanan Sehat).

sudah dapat diajukan kepada Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan/Program Studi Informatika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini saya berharap agar skripsi/tugas akhir tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 28 Mei 2025
Pembimbing


Muhammad M. M. M. S.T., M.T.
NIP. 19790311 200501 1 004

LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun, dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen skripsi ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



ABSTRAK

Perencanaan bisnis ini berawal dari masalah nyata masyarakat dalam mengakses layanan gaya hidup sehat yang terpersonalisasi, serta tantangan pelaku usaha di sektor olahraga dan makanan sehat untuk menjangkau pelanggan yang tepat. Menjawab hal ini, GERAK hadir sebagai aplikasi digital pemesanan online yang menciptakan ekosistem efisien antara pengguna dan penyedia layanan. Perencanaan ini menggunakan *Total Addressable Market* (TAM) untuk mengidentifikasi potensi pasar terbesar, *Serviceable Available Market* (SAM) untuk menentukan segmen yang bisa dijangkau, dan *Serviceable Obtainable Market* (SOM) untuk menetapkan target pasar yang realistis bagi GERAK.

Model bisnis GERAK dirancang untuk menghasilkan pendapatan berkelanjutan, dengan analisis *Break Even Point* (BEP) sebagai indikator titik impas bisnis. Dengan strategi pertumbuhan yang jelas dan implementasi UI/UX yang *intuitif*, GERAK bertujuan mempermudah masyarakat menjalani hidup sehat sekaligus mendorong pertumbuhan signifikan di sektor ini.

Kata Kunci: aplikasi digital, olahraga, makanan sehat, gaya hidup sehat, pemesanan online.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This business plan addresses a real-world problem faced by the public in accessing personalized healthy lifestyle services, as well as the challenges for businesses in the sports and healthy food sectors in reaching the right customers. In response, GERAK is a digital online ordering application designed to create an efficient ecosystem between users and service providers. The plan utilizes Total Addressable Market (TAM) to identify the largest market potential, Serviceable Available Market (SAM) to define the reachable segment, and Serviceable Obtainable Market (SOM) to establish a realistic target market for GERAK.

The business model is structured to generate sustainable revenue, with a Break Even Point (BEP) analysis serving as an indicator of the business's profitability. With a clear growth strategy and intuitive UI/UX implementation, GERAK aims to make it easier for the public to lead a healthy life while also driving significant growth in this sector.

Keywords: digital application, sports, healthy food, healthy lifestyle, online ordering.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahi kesehatan dan kenikmatan yang luar biasa. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembenah adab dan moral manusia.

Dalam proses perencanaan bisnis dengan judul “GERAK (Aplikasi Pemesanan Online Fasilitas Olahraga dan Makanan Sehat)” tentunya telah melalui proses yang panjang, mulai dari menentukan ide bisnis, mencari problem serta tujuan, berdiskusi, sampai melakukan revisi. Semua proses tersebut tak luput dari bantuan banyak pihak, selaku perancang perencanaan bisnis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua yang telah terlibat, terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., MA., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Muhammad Mustakim, S.T. M.T. selaku Ketua Program Studi Informatika, sekaligus Dosen Pembimbing Perencanaan Bisnis, yang telah membantu dalam proses penyusunan perencanaan bisnis ini.
4. Seluruh Dosen Prodi Informatika yang sudah memberikan ilmu dan pengalamannya selama saya menjadi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.
5. Kedua orang tua, semua keluarga yang telah mendukung dan mendoakan saya, beserta teman teman saya yang sudah menjadi teman diskusi, sahabat, dan mengisi setiap segmen kehidupan saya.
6. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tak langsung yang telah membantu penulisan bisnis plan ini sampai akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga perencanaan bisnis ini dapat memberi manfaat dan pemahaman bagi pembaca, juga bisa dikembangkan lebih jauh lagi di masa yang akan datang.



Yogyakarta, 10 Juni 2025

Mohammad Dahlan Asyhari
NIM : 2010605004

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iv |
| LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah | 4 |
| 1.4 Tujuan | 4 |
| 1.5 Manfaat | 5 |
| BAB II..... | 6 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Perencanaan Bisnis | 6 |

| | |
|---|----|
| 2.2 Perilaku Masyarakat dalam Hidup Sehat | 6 |
| 2.3 Tren dan Motivasi Gaya Hidup Sehat..... | 8 |
| 2.4 Pengunjung Fasilitas Kebugaran..... | 10 |
| 2.5 Kompetitor | 11 |
| 2.6 <i>Market Size</i> | 12 |
| 2.7 <i>Marketing Funnel</i> | 13 |
| 2.8 Analisis SWOT | 14 |
| 2.9 <i>Break Even Point</i> (BEP) | 14 |
| BAB III | 15 |
| ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS | 15 |
| 3.1 Deskripsi Bisnis | 15 |
| 3.2 Visi dan Misi..... | 16 |
| 3.3 Produk dan Layanan | 16 |
| 3.3.1 Arsitektur Sistem..... | 19 |
| 3.4 Kompetitor dan Perbandingan | 21 |
| 3.5 Analisis Pasar..... | 24 |
| 3.5.1 Peluang Ekonomi..... | 24 |
| 3.5.2 Analisis Industri | 25 |
| 3.5.3 <i>Market size</i> | 26 |
| 3.5.4 Analisis SWOT | 28 |
| 3.6 Segmentasi Pasar | 29 |

| | |
|---|----|
| 3.6.1 Pemilik Usaha | 30 |
| 3.6.2 Pengguna..... | 31 |
| 3.7 Analisis Strategi..... | 31 |
| 3.7.1 <i>Product</i> | 31 |
| 3.7.2 <i>Price</i> | 32 |
| 3.7.3 <i>Place</i> | 32 |
| 3.7.4 <i>Promotion</i> | 33 |
| 3.8 Analisis Keuangan | 36 |
| 3.8.1 Proyeksi Pengeluaran..... | 36 |
| 3.8.2 Proyeksi Pendapatan | 37 |
| 3.8.3 <i>Break Event Point</i> | 40 |
| 3.9 Stage Pengembangan Bisnis | 40 |
| 3.9.1 Stage I (<i>Awareness</i>) | 40 |
| 3.9.2 Stage II (<i>Consideration & Conversion</i>)..... | 42 |
| 3.9.3 Stage III (<i>Loyalty & Advocacy</i>) | 44 |
| BAB IV | 47 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 47 |
| 4.1 Hasil Implementasi Stage I | 47 |
| 4.2 Antarmuka Pengguna..... | 47 |
| 4.2.1 Registrasi/Login..... | 47 |
| 4.2.2 Produk dan Detail..... | 48 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4.2.3 Pencarian..... | 49 |
| 4.2.4 Transaksi..... | 50 |
| 4.2.5 Riwayat Transaksi..... | 52 |
| 4.2.6 Profil Pengguna..... | 52 |
| 4.3 Antarmuka Pemilik..... | 53 |
| 4.3.1 Dashboard..... | 53 |
| 4.3.2 Data pengguna dan pesanan..... | 54 |
| 4.3.3 Data Analitik..... | 55 |
| BAB V..... | 57 |
| KESIMPULAN..... | 57 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2 Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 59 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 62 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1 Lencana pengguna aplikasi GERAK. | 18 |
| Tabel 3.2 Level mitra GERAK. | 18 |
| Tabel 3.3 Kompetitor analisis GERAK dan Doogether. | 23 |
| Tabel 3.4 Kontribusi belanja kebutuhan olahraga rata-rata menurut laporan nasional SDI 2021. | 27 |
| Tabel 3.5 Market size GERAK dalam Rupiah. | 28 |
| Tabel 3.6 Market size GERAK dalam Dollar US. | 28 |
| Tabel 3.7 Analisis SWOT. | 29 |
| Tabel 3.8 Proyeksi biaya awal pengembangan. | 36 |
| Tabel 3.9 Proyeksi biaya tetap. | 36 |
| Tabel 3.10 Proyeksi total transaksi sesuai persentase SOM. | 37 |
| Tabel 3.11 Proyeksi pendapatan dengan fee transaksi di dalam aplikasi. | 38 |
| Tabel 3.12 Proyeksi pendapatan dengan fee pembelian di dalam aplikasi. | 38 |
| Tabel 3.13 Proyeksi alur keuangan GERAK dalam 5 tahun. | 39 |
| Tabel 3.14 Titik impas bisnis GERAK. | 40 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Statistik kebugaran masyarakat indonesia menurut laporan nasional SDI 2021. | 2 |
| Gambar 3.1 Arsitektur sistem GERAK..... | 20 |
| Gambar 3.2 Informasi arsitektur aktivitas pengguna. | 21 |
| Gambar 3.3 Informasi arsitektur aktivitas dashboard toko. | 21 |
| Gambar 3.4 Statistik pengeluaran belanja kebutuhan Indonesia sumber Laporan Nasional SDI 2021. | 27 |
| Gambar 4.1 Proses registrasi akun..... | 48 |
| Gambar 4.2 Proses registrasi lanjutan dan login ke dalam aplikasi. | 48 |
| Gambar 4.3 Fitur detail produk pada aplikasi..... | 49 |
| Gambar 4.4 Fitur pencarian produk. | 50 |
| Gambar 4.5 Proses pembatalan transaksi..... | 51 |
| Gambar 4.6 Proses transaksi di dalam aplikasi..... | 51 |
| Gambar 4.7 Tampilan riwayat transaksi. | 52 |
| Gambar 4.8 Menuprofil pengguna dan pengaturan lain..... | 53 |
| Gambar 4.9 Dashboar pemilik usaha/produk..... | 54 |
| Gambar 4.10 Data pelanggan dan transaksi mitra. | 55 |
| Gambar 4.11 Data analitik alur kinerja mitra..... | 56 |

BAB I

PENDAHULUAN

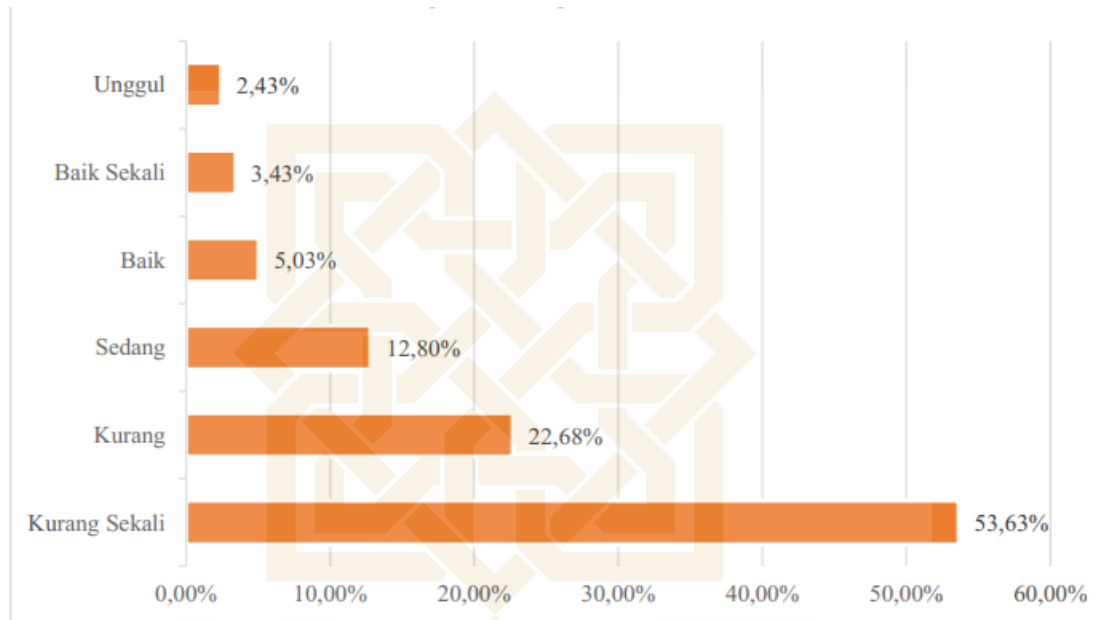
1.1 Latar Belakang

Tren dalam dunia olahraga telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pasca pandemi, masyarakat mulai semakin menyadari pentingnya menjaga kesehatan dan kualitas tubuh mereka. Berdasarkan data dari tren pencarian Google, terlihat bahwa pencarian terkait olahraga dan kesehatan, termasuk istilah-istilah di bidang ini, menunjukkan lonjakan yang cukup pesat terutama pada periode 2020 hingga 2024 [1]. Kesadaran ini mendorong banyak individu untuk lebih aktif dan mencari informasi yang berkaitan dengan kebugaran dan gaya hidup sehat.

Peningkatan ini juga diiringi dengan semakin tingginya literasi masyarakat terhadap kesehatan, yang terlihat dari popularitas situs dan website yang menyediakan informasi kesehatan. Tidak hanya itu, jumlah unduhan aplikasi kebugaran dan kesehatan juga mengalami lonjakan yang signifikan [2]. Aplikasi-aplikasi ini semakin menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan informasi kesehatan, memantau kebugaran tubuh, dan mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat. Hal ini mencerminkan transformasi digital yang terjadi di sektor kesehatan, di mana akses informasi dan layanan kesehatan kini lebih mudah diakses melalui perangkat digital.

Namun demikian, peningkatan minat terhadap kebugaran ini tidak sepenuhnya diikuti oleh perubahan gaya hidup yang lebih sehat. Di era modern ini, banyak orang menghabiskan waktu yang cukup lama di depan gadget dan laptop, baik untuk keperluan pekerjaan maupun sekadar bersantai. Kebiasaan ini, ditambah dengan gaya hidup yang serba instan seperti memesan makanan, barang, dan layanan transportasi secara online, telah menyebabkan berkurangnya aktivitas fisik yang esensial untuk kesehatan tubuh. Kondisi ini semakin diperparah dengan data yang menunjukkan bahwa tingkat kebugaran masyarakat masih rendah.

Berdasarkan laporan nasional sport development 2021, sebagian besar masyarakat berada dalam kategori kebugaran yang kurang, dengan hanya sebagian kecil yang mencapai tingkat kebugaran yang baik [3].



Gambar 1.1 Statistik kebugaran masyarakat indonesia menurut laporan nasional SDI 2021.

Banyak masyarakat menghadapi kesulitan dalam mencari fasilitas olahraga yang tepat untuk kebutuhan mereka. Padahal informasi mengenai fasilitas sangat penting bagi masyarakat [4]. Pengguna seringkali harus mengunjungi gym atau pusat kebugaran secara langsung untuk mengevaluasi fasilitas yang ditawarkan, yang memakan waktu dan biaya. Informasi yang tersedia secara online pun seringkali tidak lengkap atau kurang jelas, detail penting seperti lokasi, harga, fasilitas yang bisa membantu proses memilih tempat olahraga [5]. Sehingga proses pencarian menjadi lebih rumit. Tantangan ini menghambat masyarakat yang ingin menjalani gaya hidup sehat tanpa kesulitan dalam menemukan tempat yang sesuai dengan preferensi mereka.

Pemilik fasilitas kebugaran dan bisnis makanan sehat menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Banyak fasilitas olahraga mengalami kesulitan menarik pengunjung,

mempertahankan loyalitas pengguna, dan mengubah pengunjung sesekali menjadi anggota tetap [6].

Masalah yang dihadapi beberapa fasilitas kebugaran, hasil menunjukkan bahwa mayoritas pengguna bukan merupakan member tetap, dan frekuensi kedatangan mereka mayoritas sangat rendah hanya beberapa kali setahun atau sebulan [6]. Situasi ini menjadi tantangan bagi pemilik fasilitas kebugaran dalam membangun keanggotaan yang stabil, serta meningkatkan pendapatan melalui langganan jangka panjang. Kurangnya loyalitas pengguna terhadap fasilitas juga berdampak pada keterbatasan pertumbuhan usaha dalam jangka waktu yang panjang.

Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, GERAK hadir sebagai solusi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan baik dari sisi pengguna maupun pemilik usaha. Platform ini membantu pemilik fasilitas kebugaran meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengguna untuk menjadi member tetap. Melalui promosi yang tepat, program yang menarik, dan kemudahan akses, GERAK mendorong keterlibatan dan loyalitas pengguna, sehingga membantu meningkatkan pendapatan dan stabilitas bisnis kebugaran.

Di sisi pengguna, GERAK menyediakan informasi yang lengkap dan transparan mengenai berbagai fasilitas olahraga, seperti jenis olahraga yang ditawarkan, kelas, jadwal, dan biaya karena hal ini sangat berpengaruh dengan keputusan pembelian ulang [7]. Dengan fitur pencarian yang mudah digunakan, pengguna dapat menemukan fasilitas yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus datang langsung ke lokasi. Selain itu, GERAK juga menawarkan layanan pemesanan makanan sehat yang dirancang untuk mendukung program diet dan nutrisi pengguna.

GERAK juga memberikan manfaat besar bagi pemilik usaha di bidang olahraga dan makanan sehat. Dengan meningkatkan visibilitas usaha mereka di platform digital, pemilik fasilitas olahraga, kelas olahraga, dan bisnis makanan sehat dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Platform ini

mempermudah pengelolaan usaha, transaksi, dan promosi secara efisien, sehingga operasional bisnis dapat berjalan lebih lancar dan efektif. Dengan solusi yang ditawarkan, GERAK diharapkan mampu mendorong pertumbuhan sektor kebugaran dan kesehatan di era digital ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana aplikasi GERAK dapat mempermudah masyarakat menemukan dan memesan fasilitas olahraga serta makanan sehat yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi personal mereka?
2. Bagaimana aplikasi GERAK dapat membantu pemilik fasilitas olahraga dan penyedia makanan sehat dalam meningkatkan *visibilitas*, menjangkau pelanggan yang *relevan*, dan membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang ketat?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan Bisnis GERAK (aplikasi pemesanan online fasilitas olahraga dan makanan sehat) dibatasi oleh hal-hal berikut :

1. Rancangan ini terbatas pada pengembangan bisnis aplikasi *mobile*, bukan *platform* berbasis web murni atau perangkat keras.
2. Fokus pada wilayah Pulau Jawa, dengan potensi ekspansi di masa mendatang.
3. Implementasi hanya sampai tahap perancangan tahap awal aplikasi GERAK.

1.4 Tujuan

Tujuan dari rancangan bisnis ini adalah:

1. Merancang dan mengembangkan aplikasi *mobile* GERAK sebagai platform terintegrasi untuk pemesanan fasilitas olahraga dan makanan sehat.

2. Memfasilitasi pengguna untuk menemukan, mempersonalisasi, dan memesan layanan olahraga serta makanan sehat sesuai minat dan kebutuhan mereka dengan informasi yang transparan.
3. Membantu pemilik fasilitas olahraga dan penyedia makanan sehat dalam mengelola bisnis mereka secara *efisien*, meningkatkan *visibilitas*, dan mendapatkan segmentasi pelanggan yang relevan untuk membangun loyalitas jangka panjang.
4. Melakukan analisis pasar, kompetitor, strategi, dan proyeksi keuangan untuk membuktikan kelayakan dan potensi pertumbuhan bisnis GERAK.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari rancangan bisnis ini adalah :

1. Membantu menguji kelayakan dan potensi ide GERAK dari berbagai sudut pandang (pasar, keuangan, operasional), memastikan konsepnya solid sebelum implementasi penuh.
2. Menyediakan gambaran dan kerangka kerja yang terstruktur untuk pengembangan produk, strategi pemasaran, dan operasional bisnis ke arah tujuan yang jelas.
3. Sebagai dokumen komprehensif untuk meyakinkan investor, calon mitra, dan anggota tim tentang potensi, strategi, dan kelayakan finansial GERAK, mempermudah penggalangan dana atau kolaborasi.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyusunan Perencanaan Bisnis GERAK, aplikasi pemesanan online yang dirancang khusus untuk memfasilitasi akses terhadap olahraga dan makanan sehat, dapat disimpulkan bahwa GERAK menjadi solusi efektif atas sejumlah tantangan yang dihadapi masyarakat. Salah satu tantangan utama adalah kesulitan dalam menemukan fasilitas olahraga yang sesuai, produk makanan sehat yang terpercaya, serta informasi akurat terkait fasilitas dan layanan tertentu. Melalui fitur-fitur yang tersedia, GERAK memberikan solusi dengan menyediakan detail informasi yang lebih rinci dan terstruktur. Hal ini memungkinkan pengguna untuk memilih produk layanan tanpa harus mengunjungi lokasi secara langsung, sehingga waktu dan tenaga mereka dapat dihemat secara signifikan. Dengan akses yang mudah, pengguna dapat membuat keputusan yang lebih cepat dan tepat dalam mendukung gaya hidup sehat mereka.

Selain memberikan manfaat besar bagi pengguna, GERAK juga dirancang untuk menjadi sebuah ekosistem strategis bagi para pemilik fasilitas olahraga, penyelenggara kelas, dan penyedia makanan sehat. Aplikasi ini dapat membantu memperbesar peluang untuk meningkatkan visibilitas layanan mereka, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan. Melalui ekosistem digital ini, pemilik akan mendapatkan pengguna dari produk layanan mereka dengan lebih baik dan sesuai, karena fitur GERAK yang dirancang membuat para pengguna benar benar mendapatkan layanan yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mereka, Sehingga kesempatan mereka mendapatkan pelanggan tetap dan jangka panjang akan semakin besar.

GERAK melalui pendekatannya yang *holistik*, tidak hanya membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup sehat, tetapi juga menjadi platform yang memperkuat pertumbuhan bisnis di sektor olahraga dan makanan

sehat. Dengan konsep ini, GERAK memiliki potensi untuk menjadi penggerak dalam membangun ekosistem gaya hidup sehat yang lebih efisien, inklusif, dan berkelanjutan di masa depan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perencanaan bisnis yang telah dibuat, maka ada beberapa saran yang bisa dilakukan untuk kedepannya :

1. Mengembangkan bisnis GERAK sesuai kondisi yang ada, baik itu dari segi industri, ekonomi, maupun segmen pengguna, ini agar selalu relevan dan bertahan selama periode yang lama.
2. Pada pengembangan selanjutnya, harapan penulis bisa menerapkan seluruh tahap bisnis yang sudah direncanakan, dengan dibarengi inovasi atau perbaikan sesuai feedback dan masalah yang mungkin dialami pengguna di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Google Trends,” Trends. Accessed: May 30, 2024. [Online]. Available: <https://trends.google.co.id/trends>
- [2] A. T. Nugroho, “Perubahan Pola Perilaku Pencarian Informasi Kesehatan Selama Pandemic Covid-19,” *Media Informasi*, vol. 31, no. 1, pp. 103–114, Jul. 2022, doi: 10.22146/mi.v31i1.4660.
- [3] Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, “Sport Development Index Tahun 2021,” Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga, Jakarta, Indonesia, 2021.
- [4] F. Nurzaman and L. A. Hermawan, “Dampak Fasilitas Dan Pelayanan Berkualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pusat Kebugaran Sukamandi,” *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, May 2024, doi: 10.70283/idarrah.v1i1.4.
- [5] A. Rahman, “Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Tempat Gymnastic Terbaik di Kota Medan Menggunakan Metode TOPSIS,” *Journal of Computer System and Informatic (JoSYC)*, vol. 2, no. 3, pp. 256–259, 2021.
- [6] F. Adheizka, “Determinasi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Pusat Kebugaran Berbiaya Rendah di Yogyakarta,” Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2022.
- [7] N. E. Perdana and I. Handaruwati, “Pengaruh Harga Sewa, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Ulang Lapangan Futsal Pasca Pandemi Covid 19,” *Jurnal Manajemen Riset dan Teknologi*, vol. 4, no. 1, 2022.
- [8] Supriyanto, “Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha,”

Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, vol. 6, no. 1, Feb. 2012, doi:

10.21831/jep.v6i1.590.

- [9] Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, “Laporan Indeks Pembangunan Olahraga 2023,” Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga, 2023.
- [10] F. Elva Syavita and M. Hanif, “Pengaruh Strategi Marketing & Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food di Indonesia: Hit and Run or Sustainable Business,” *Technomedia Journal*, vol. 8, no. 2SP, pp. 205–220, Jul. 2023, doi: 10.33050/tmj.v8i2sp.2017.
- [11] Y. F. N. Prakoso and R. J. Irawan, “Motivasi masyarakat melakukan olahraga di tempat kebugaran se Kecamatan Benjeng,” *Jurnal Kesehatan Olahraga*, vol. 10, no. 2, pp. 1–8, 2022.
- [12] M. P. L. Sirait and R. P. Sukma, “Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Membership di Ikigai Fitness Kartini,” *Jurnal Panorama Nusantara*, vol. 18, no. 2, 2023.
- [13] E. Sutrasnawati, “Pengaruh kompetisi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran melalui competitive advantage,” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, vol. 15, no. 2, pp. 24–248, 2008.
- [14] J. M. York, “Putting Lean Startup into Perspective: A Novel Approach for Discovering and Developing a Successful Business Model,” *Archives of Business Administration and Management*, vol. 1, no. 1, Apr. 2018, doi: 10.29011/2642-3243.100004.
- [15] R. Chin, “Trik Marketing yang Semua Orang Wajib Tau (Gw Sendiri Pake),” *YouTube*. Feb. 2023. [Online]. Available: <https://youtu.be/icg9b6itW6I>

- [16] I. G. N. A. Wiswasta, I. G. A. A. Agung, and I. Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*. Universitas Mahasarakswati Press, 2018.
- [17] S. Gea, “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, vol. 1, no. 1, pp. 48–54, May 2022, doi: 10.56248/jamane.v1i1.12.
- [18] A. Mas’Ari, M. I. Hamdy, and M. D. Safira, “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau,” *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, vol. 5, no. 2, p. 79, Feb. 2020, doi: 10.24014/jti.v5i2.8997.

