

BAB III

DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data Proyek

Dalam perancangan *Fithub Fitness Center* ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi untuk membuat data proyek *Fithub Fitness Center* ini. Hasil yang didapatkan data umum proyek sebagai berikut :

- a. Nama Proyek :Perancangan Desain Interior Fithub Fitness Center Gading Serpong
- b. Pemilik Proyek : Mohak Bhamhani (CEO Fithub Indonesia)
- c. Lokasi : Pertigaan Allogio
- d. Target Proyek :Pengunjung diatas 17 tahun dan memiliki keinginan untuk membentuk badan dan tubuh yang sehat
- e. Kelas Finansial : Menengah

SITE ANALYSIS MAKRO



Lokasi : Pertigaan Alloggio, Scientia Garden, Gading Serpong
Kecamatan : Pagedangan
Kabupaten : Tangerang
Luas Tanah : 2000 m²

Cluster terdekat :

- Cluster Alloggio
- Cluster Maxwell
- Cluster Volta
- Cluster Aristoteles
- Cluster Faraday
- Cluster Baroni
- Cluster Martinez
- Cluster Leonora
- Symphonica

Mall terdekat :

- Summarecon Mall Serpong
- Scientia Digital Centre
- Carstenz Mall
- Qbig BSD
- AEON Mall BSD

Gambar 3.1 - Site Analysis dari perancangan ini

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.1.1 Peraturan Fithub Fitness

Untuk membentuk sebuah pusat kebugaran yang baik diperlukan adanya kedisiplinan dan peraturan. *Fithub Fitness* memiliki beberapa aturan sebagai berikut :

- A. Member wajib menggunakan aplikasi FIT HUB untuk check-in dan masuk ke area FITHUB.
- B. Setiap pengunjung wajib memenuhi batas usia (17 tahun atau lebih) ketika menyetujui Syarat dan Ketentuan ini;
- C. Ketentuan untuk Member di bawah 17 tahun:
 - Member harus memperoleh persetujuan dari wali (orang tua) apabila berumur dibawah 17 tahun.

- Jika member berumur 12 sampai dengan 16 tahun wajib melengkapi dokumen tambahan yaitu *copy* Kartu Keluarga dan form *parental guidance* dari kami.
- Anak-anak dibawah usia 12 tahun dilarang memasuki area klub (gym floor maupun studio) meskipun hanya sebagai pendamping.

- D. Gunakan selalu baju olahraga sopan dan dilarang telanjang dada.
- E. Gunakan sepatu olahraga yang bersih, alas kaki dari luar tidak diperkenankan masuk ke area gym.

F. Member tidak diperbolehkn untuk :

- Memindah tanggalkan program yang sudah didaftar kepada pihak lain, sebagaimana diatur dalam Syarat dan Ketentuan yang berlaku dari Kami;
- Membatalkan atau merubah jadwal sesi diluar dari aturan Syarat dan Ketentuan ini;
- Meminta pengembalian pembayaran atas sesi yang telah dibayarkan;
- Melakukan sesi Personal Training di luar area Klub, termasuk memberi tawaran ke Personal Trainer untuk melakukan sesi di luar area Klub;

- Mengajak, menerima dan/atau meminta kepada Personal Trainer dari Kami untuk menjual dan/atau membeli program Personal Training atau program terkait selain dari pihak Kami;
- Membawa Personal Trainer dari luar FIT HUB dengan alasan apapun;
- Melakukan sesi latihan dengan Personal Trainer yang tidak terdaftar di klub Kami, termasuk apabila Personal Trainer tersebut merupakan Member klub Kami.

G. Setiap pengunjung dilarang untuk melakukan hal-hal yang tidak diperbolehkan dalam Syarat dan Ketentuan ini untuk melindungi keselamatan dan kenyamanan bersama :

- Merekam di area Klub, baik untuk tujuan komersil ataupun tidak;
- Merekam di area toilet dan ruang ganti, baik dalam keadaan kosong ataupun terisi dengan Member lain;
- Memperjualbelikan Membership dan/atau sesi Personal Trainer;
- Menampung orang lain selain Member untuk menggunakan Membership (sharing account) dan/atau memperjualbelikan jasa sharing Membership;
- Melakukan tindakan kekerasan terhadap orang lain ataupun staf FIT HUB;

- Membuat keributan yang mengganggu jalannya operasional FIT HUB secara langsung maupun tidak langsung (sosial media);
- Melakukan pelayanan seperti kepelatihan pribadi (melatih jasa personal trainer); dan
- Menjual barang-barang atau jasa tanpa izin;
- Membuang sampah kecuali pada tempat yang sudah disediakan;
- Membawa anak di bawah 12 tahun ke dalam Klub;
- Membawa makanan dan minuman di area Klub;
- Memakai pakaian yang tidak sopan dan tidak menutupi area dada;
- Memakai alas kaki selain sepatu atau tidak memakai alas kaki;
- Menggunakan alat dan fasilitas tidak sesuai dengan petunjuk pemakaian, apabila terdapat kerusakan Member wajib membayar biaya ganti rugi atas kerusakan tersebut;
- Melakukan aktivitas di Club dalam pengaruh alkohol dan keadaan mabuk;
- Melakukan penghinaan kepada nama baik Kami dalam bentuk apapun dan tidak mengkomunikasikan keluh kesah terlebih dahulu kepada media yang Kami sediakan, dalam hal ini Member memahami bahwa hal ini termasuk sebagai

pelanggaran sehingga Kami berhak untuk melakukan tindakan termasuk namun tidak terbatas kepada tindakan hukum;

- Melakukan tindak pidana seperti tindak pidana narkotika, penipuan, pemalsuan, penganiayaan, ataupun tindak pidana lainnya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Member dengan ini menyadari, menyatakan dan menjamin bahwa selama latihan, setiap Member berhak menggunakan loker harian untuk menyimpan barang-barangnya, dengan ketentuan sebagai berikut:
- Member dapat meminta kunci loker ke CS dan wajib untuk mengembalikan kunci ke Customer Service setelah menyelesaikan latihan di hari yang sama;
- Jika kunci terbawa oleh Member, Member wajib mengembalikan kunci loker dan membayar denda sebesar Rp 10.000 per hari;
- Jika kunci hilang, member dikenakan denda sebesar Rp 75.000;
- Loker harus dikosongkan setelah Member selesai latihan di hari yang sama.
- Semua loker akan diperiksa dan dikosongkan di setiap akhir jam operasional;
- Apabila ada barang yang ditinggal di area Klub, Kami berhak untuk melakukan tindakan pada barang-barang yang

dinggalkan di Klub, seperti mengambil alih kepemilikan menjadi milik Kami dan/atau menyisihkan barang tersebut tanpa pemberitahuan kepada Member.

3.1.2 Struktur Organisasi *Fithub Fitness*

Dalam sebuah perusahaan atau bisnis, agar pekerjaan dapat lebih mudah dikerjakan maka pasti terdapat sebuah struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 3.2 - Struktur organisasi Fithub Indonesia

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)

3.2 Analisis Proyek

3.2.1 Observasi Proyek

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi yang dilakukan ke beberapa tempat yaitu Fitness First Mall Taman Anggrek, Fithub Fitness Gading Serpong, dan Gold's Gym Summarecon Mall Serpong.

3.2.1.1 Hasil Survey Fitness First Mall Taman Anggrek

Tempat survey pertama penulis adalah *Fitness First* yang berlokasi di Mall Taman Anggrek lantai 5 dan 6, Jl. S. Parman Kav. 21, 11470 Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia. *Fitness First* ini terdiri dari 2 lantai pada Mall Taman Anggrek. Fasilitas kolam renang yang *Fitness First* sediakan hanya ada di 3 cabang di Jakarta dan salah satunya ada di Mall Taman Anggrek.

Pada interior terdapat 7 elemen yang dapat dideskripsikan, sehingga hasil survey lokasi pertama ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Lantai : Lantai pada *Fitness First* ini menggunakan parket kayu berwarna cokelat terang.

2. Dinding : Dinding pada *Fitness First* ini sebagian besar menggunakan cat berwarna putih, namun karena ada kekurangan dalam hal perawatan dan pemeliharaan, temboknya tampak terlihat kotor karena terkena sepatu para pengguna *gym*.
3. Plafon : Pada plafon *Fitness First* ini menggunakan *gypsum* dengan *finishing* cat berwarna putih.
4. Warna : Untuk warna dominan pada *Fitness First* ini adalah merah, hitam, abu-abu, dan putih.
5. Penghawaan : Untuk penghawaan *Fitness First* ini menggunakan AC *Central*.
6. Pencahayaan : Untuk pencahayaan *Fitness First* ini menggunakan lampu *downlight* dan *Neon TL* berwarna putih. Sayangnya pada *Fitness First* Mall Taman Anggrek ini karena terletak di dalam mall maka kurang mendapatkan pencahayaan alami dan hanya mengandalkan pencahayaan buatan.
7. Sirkulasi : *Fitness First* ini walaupun berada di dalam mall, namun memiliki luasan yang cukup luas dan mampu menampung banyak pengunjung. Dan secara atropometri untuk *Fitness First* ini sudah baik karena jarak antar alat yang mereka sediakan memiliki cakupan yang luas

sehingga kemungkinan terjadinya kecelakaan akan lebih kecil juga pengguna bisa merasa lega dan tidak sesak.



Gambar 3.3 - Luasan area gym pada *Fitness First Mall* Taman Anggrek
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 3.4 - Cakupan yang luas pada area angkat beban
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 3.5 - Area kolam renang pada *Fitness First Mall* Taman Anggrek

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 3.6 - Area resepsiionis yang luas

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)

3.2.1.2 Hasil Survey Fit Hub Fitness

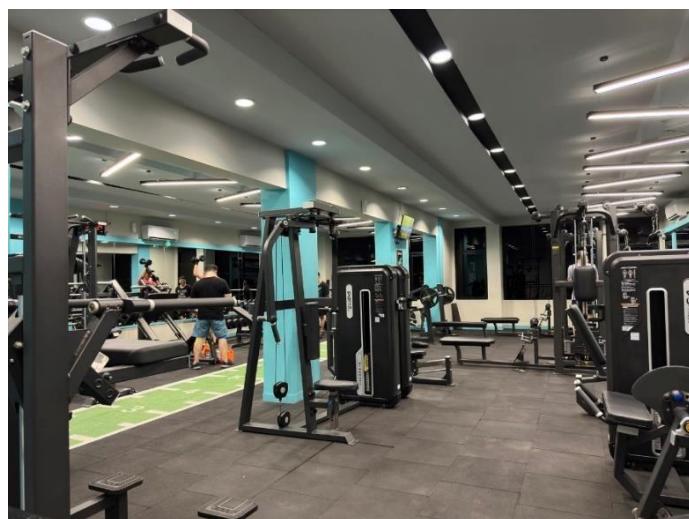
Tempat survey kedua adalah *Fit Hub* yang berlokasi di Jl. Gading Serpong Boulevard No.10-11, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Bangunan ini terdiri dari 3 lantai, untuk lantai 1 merupakan area kardio, lantai 2 merupakan studio, dan lantai 3 merupakan area angkat beban.

Pada interior terdapat 7 elemen yang dapat dideskripsikan, sehingga hasil survey lokasi pertama ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Lantai : Lantai pada *Fit Hub* ini menggunakan *Rubber Mate Tile* berukuran 50x50 cm berwarna hitam.
2. Dinding : Dinding pada *Naturetech Fitness* ini menggunakan cat tembok berwarna putih dan biru muda dengan beberapa dekorasi berupa mural tulisan “Fit Hub”.
3. Plafon : Pada plafon *Naturetech Fitness* ini menggunakan *gypsum* dengan *finishing* cat berwarna putih.
4. Warna : Untuk warna dominan pada *Naturetech Fitness* ini adalah biru muda, putih, abu, dan hitam.
5. Penghawaan : Untuk penghawaan *Naturetech Fitness* ini menggunakan *Air Conditioner* pada ketiga lantainya.

6. Pencahayaan : Untuk pencahayaan *Naturetech Fitness* ini menggunakan lampu *downlight*, *tracklight*, dan lampu TL panjang berwarna putih. Selain itu, pencahayaan ruangan berasal dari pencahayaan alami yaitu matahari yang masuk dari jendela dan pintu masuk.

7. Sirkulasi : *Naturetech Fitness* ini berlokasi di sebuah ruko 3 lantai yang menyatukan 2 ruko sehingga cakupan areanya lebih luas dibandingkan hanya dengan 1 bangunan ruko saja. Walaupun 2 ruko sudah disatukan, pada jam-jam penuh cakupan area masih terasa sempit dan sesak.

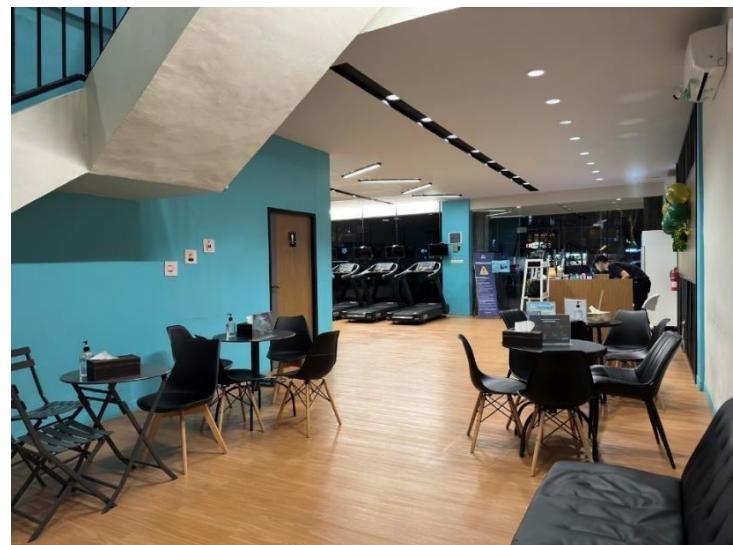


Gambar 3.7 - Area angkat beban *Fithub Fitness* Gading Serpong
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 3.8 - Studio multifungsi *Fithub Fitness* Gading Serpong

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)



Gambar 3.9 - Area *lounge* dan resepsionis *Fithub Fitness* Gading Serpong

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 3.10 - Area loker dan kamar mandi pria

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 3.11 - Area kardio pada lantai 1 Fithub Fitness Gading Serpong

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.2.1.3 Hasil Survey *Gold's Gym*

Tempat survey ketiga penulis adalah *Gold's Gym* yang berlokasi di dalam mall, Summarecon Mal Serpong Unit DGF, Jalan Gading Serpong Boulevard, Pakulonan Barat, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Bangunan ini terpisah dengan bangunan utama Summarecon Mal Serpong dengan berjumlah 3 lantai yang masing-masing memiliki fungsinya sendiri. Lantai 1 merupakan resepsionis dan area duduk, lantai 2 merupakan area *gym* dan loker pria, dan lantai 3 merupakan studio yang berjumlah 3 ruangan dan juga loker wanita.

Pada interior terdapat 7 elemen yang dapat dideskripsikan, sehingga hasil survey lokasi pertama ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Lantai : Lantai pada *Gold's Gym* ini menggunakan *Rubber Mate Tile* berukuran 50x50 cm berwarna hitam dan keramik berukuran 40x40 cm berwarna hitam.
2. Dinding : Dinding pada *Gold's Gym* ini menggunakan cat tembok berwarna putih dan kuning dengan bentuk elemen berupa garis.

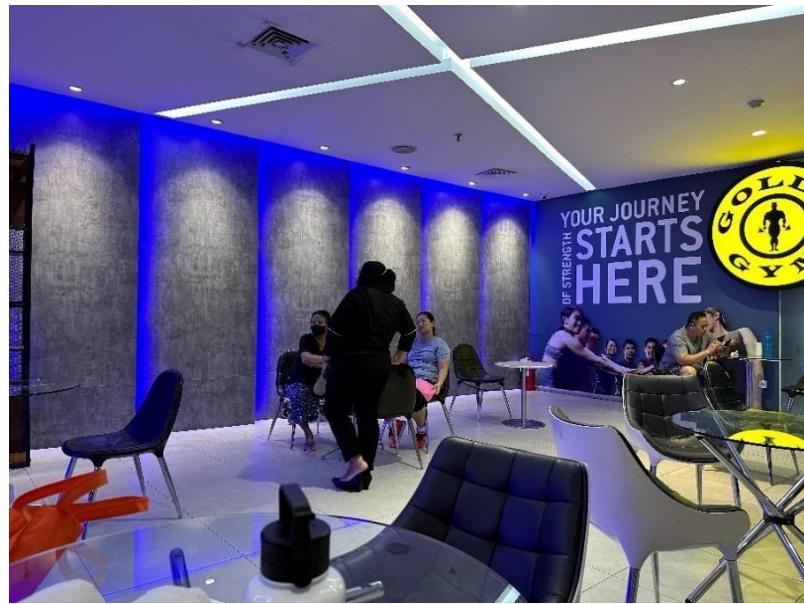
3. Plafon : Pada plafon *Gold's Gym* ini menggunakan *gypsum* dengan *finishing* cat berwarna putih dan kuning yang berbentuk geometri timbul dipadukan dengan *exposed ceiling* yang dicat berwarna hitam.

4. Warna : Untuk warna dominan pada *Gold's Gym* ini adalah kuning putih, dan hitam.

5. Penghawaan : Untuk penghawaan *Gold's Gym* ini menggunakan *Air Conditioner Central* pada ketiga lantainya.

6. Pencahayaan : Untuk pencahayaan *Gold's Gym* ini menggunakan lampu *downlight* berwarna putih dan *indirect light* berupa *LED Strip light* berwarna *warm white*. Selain itu, pencahayaan ruangan berasal dari pencahayaan alami yaitu matahari yang masuk dari jendela dan pintu masuk.

7. Sirkulasi : *Naturetech Fitness* ini berlokasi di sebuah ruko 3 lantai yang menyatukan 2 ruko sehingga cakupan areanya lebih luas dibandingkan hanya dengan 1 bangunan ruko saja. Walaupun 2 ruko sudah disatukan, pada jam-jam penuh cakupan area masih terasa sempit dan sesak.



Gambar 3.12 - Area *lounge* pada *Gold's Gym* Summarecon Mall Serpong

(Sumber : Dokumentasi Pribadi,2023)



Gambar 3.13 - *Free weight area* pada *Gold's Gym* Summarecon Mall Serpong

(Sumber : Dokumentasi Pribadi,2023)



Gambar 3.14 - Area loker pria yang terdapat meja rias

(Sumber : Dokumentasi pribadi,2023)



Gambar 3.15 - Studio multifungsi yang berada di lantai 3

(Sumber : Dokumentasi pribadi,2023)

3.2.1.4 Kesimpulan Hasil Survey

Kesimpulan yang dapat ditarik pada analisis studi komparatif ini adalah terdapat kesamaan dalam beberapa faktor yaitu lantai, dinding, dan pencahayaan. Pada lantai ketiga pusat kebugaran ini menggunakan materi yang sama yaitu *rubber Mate Tile* berukuran 50x50 cm walaupun pada *Naturetech Fitness* terdapat perbedaan warna dengan kedua lokasi survey pusat kebugaran lainnya. Persamaan kedua adalah faktor dinding yaitu terdapat kesamaan salah satu unsur dinding menggunakan cat tembok berwarna putih. Kesamaan ketiga adalah pencahayaan, dimana walaupun ketiga lokasi ini memiliki perbedaan pencahayaan tapi satu kesamaannya adalah menggunakan lampu *downligth* berwarna putih. Selain persamaan dari ketiga faktor diatas adalah pusat kebugaran diatas memiliki kelebihannya masing-masing diantaranya adalah pada *Naturetech Fitness* memiliki harga member yang paling rendah dibandingkan dengan kedua pusat kebugaran lainnya. Lalu, untuk dari segi kenyamanan menurut penulis adalah *Fit HubI* yang menjadi unggul karena perancangannya yang sederhana namun *minimalist*. Sedangkan, untuk ukuran luasan dan kelengkapan *Gold's Gym* yang paling unggul. Hal ini dikarenakan *Gold's Gym* berada di bangunan sendiri dan terpisah dari bangunan lain.

Faktor Pembeda	Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3
	Fit Hub	Gold's Gym	Fitness First
Foto Lokasi			
Lantai			
Dinding			
Plafond			
Warna			
Penghawaan			
Pencahayaan			
Sirkulasi			

Gambar 3.16 - Tabel Perbandingan

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2023)

3.2.2 Kuisioner

Kuesioner yang telah disusun oleh penulis berjumlah 15 pertanyaan dengan berisikan 5 pertanyaan data diri, 8 pertanyaan mengenai *Fitness*, 3 pertanyaan mengenai *Personal Trainer*, 2 pertanyaan mengenai suplemen *fitness*, 1 pertanyaan mengenai jenis diet yang digunakan, dan 1 pertanyaan terakhir adalah mengenai fasilitas *sauna/steamroom/jaccuzi*. Hasil dari 114 responden yang telah mengisi dengan kriteria responden yaitu diatas umur 17 tahun yang sedang aktif melakukan *fitness*.

3.2.2.1 Tabel Sederhana

Tabel Sederhana				
Judul : Perancangan Desain Interior Hotshape Fitness Centre Gading Serpong				
1. Apa tujuan utama anda <i>fitness</i>		Responden	Responses	
A. Menjaga bentuk badan		47	17,50%	
B. Menjaga kesehatan		85	30,60%	
C. Keinginan membentuk badan		61	20,40%	
D. Menurunkan berat badan		46	15,20%	
E. Menaikkan berat badan		22	5,40%	
F. Sarana Hiburan		24	7,50%	
G. Bertemu teman untuk <i>fitness</i> bersama		14	2,80%	
H. Memulihkan kondisi tertentu (sakit pinggang, skoliosis)		6	0,60%	
Total		305	100,00%	

Tabel 1 - Tabel sederhana pertanyaan 1
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa mejaga kesehatan merupakan pilihan jawaban paling banyak yaitu jumlah data responses sebanyak 30.6%. Hal ini dapat dilihat bahwa kebanyakan responden melakukan kegiatan fisik seperti *fitness* tujuan utamanya ada untuk menjaga kesehatan terlebih dahulu, karena menjaga kesehatan merupakan hal yang paling utama dalam melakukan kegiatan *fitness*, jika tubuh sedang kurang sehat maka akan menurunkan kapasitas maksimal tenaga tubuh sehingga latihan tidak akan maksimal. Lalu tujuan kedua responden yaitu pastinya membentuk badan, data hasil survey kuesioner ini membuktikan bahwa sebanyak 20.4% responses atau sebanyak 61 responden menjawab demikian dan merupakan pilihan kedua terbanyak. Hal ini karena selain menjaga kesehatan melakukan kegiatan *fitness* juga mampu membentuk badan sehingga bisa menjadi lebih ideal. Dan pilihan terakhir yaitu memulihkan kondisi tertentu seperti sakit pinggang/ skoliosis yang menurut hasil data survey kuesioner merupakan pilihan paling sedikit yaitu sebanyak 0.6%. Hal ini karena mungkin jarang orang datang ke tempat *fitness* yang tujuan utamanya adalah untuk memulihkan kondisi tertentu dan juga mungkin responden akan memilih untuk lebih baik istirahat di rumah dibandingkan harus melakukan kegiatan fisik yang cukup berat, karena ditakutkan kegiatan fisik yang terlalu berat akan memperburuk kondisi kesehatan tertentu.

	2. Sudah berapa lama anda menggunakan fasilitas Fitness ?	Responden	Responses
A. < 1 bulan		40	35,10%
B. 3 bulan		19	16,70%
C. 3 -12 bulan		23	20,20%
D. > 1-3 tahun		32	28,00%
Total		114	100,00%

Tabel 2 - Tabel sederhana pertanyaan 2
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 35.1% responses menjawab lama mereka menggunakan fasilitas fitness. Hal ini berarti bahwa masih banyak responden yang merupakan pemula dalam melakukan kegiatan fitness. Lalu, sebanyak 28.1% merupakan responses yang sudah senior atau sudah berada di level yang lebih tinggi karena sudah lebih dari 1 - 3 tahun menggunakan fasilitas fitness. Hal ini menjadi bukti bahwa responses yang sudah cukup lama dalam menekuni bidang fitness ini juga sudah cukup banyak. Sedangkan, responses yang sedang berjuang dan sudah mulai melakukan kegiatan fitness selama 3 bulan memiliki jumlah data responses paling sedikit yaitu sebanyak 16.7% atau 19 responden. Hal ini karena mungkin biasanya orang-orang akan berhenti melakukan kegiatan fitness setelah melakukan kegiatan fitness di rentan bulan-bulan awal

mereka masih bersemangat dan lama-kelamaan semangat mereka berkurang.

Sehingga dalam melakukan kegiatan fitness ini perlu adanya konsistensi.

3. Berapa kali anda pergi ke Fitness dalam 1 minggu ?		Responden	Responses
A. 1 kali		16	14,00%
B. 1-3 kali		44	38,60%
C. > 3 kali		30	26,30%
D. Jarang		24	21,10%
Total		114	100,00%

Tabel 3 - Tabel sederhana pertanyaan 3

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa kebanyakan responden melakukan kegiatan fitness sebanyak 1 hingga 3 kali selama seminggu. Sedangkan responden yang melakukan kegiatan fitness hanya 1 kali selama seminggu memiliki jumlah data responden paling sedikit. Hal ini, dapat disimpulkan bahwa latihan 1 sampai 3 kali selama seminggu merupakan jumlah latihan fitness yang efektif dibandingkan dengan 1 kali latihan selama seminggu.

4. Area apa saja yang sering anda kunjungi		Responden	Responses
A. Cardio/ workout		82	38,70%
B. Studio (dance, zumba, boxing, yoga)		26	16,50%
C. Weight-lifting area		58	22,80%
D. Sauna		19	12,50%
E. Jacuzzi		14	9,20%
F. Steamroom		3	0,30%
Total		114	100,00%

Tabel 4 - Tabel sederhana pertanyaan 4

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 38,7% area yang paling dikunjungi oleh responden

adalah cardio/ workout. Dimana pada area ini merupakan kegiatan fisik yang kebanyakan tujuan utamanya adalah membakar lemak dan menurunkan berat badan. Sedangkan, sebanyak 0.3% responses menjawab area steamroom menjadi area yang jarang di kunjungi oleh responden karena area ini memang sangat jarang dan tidak semua tempat fitness memiliki fasilitas ini.

5. Kapan anda mengunjungi tempat Fitness ?		Responden	Responses
	A. Pagi (06.00 - 11.00)	20	17,50%
	B. Siang (11.00 - 15.00)	19	16,70%
	C. Sore (15.00 - 18.00)	31	27,20%
	D. Malam (18.00 - 23.00)	44	38,60%
	Total	114	100,00%

Tabel 5 - Tabel sederhana pertanyaan 5
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa waktu paling banyak dikunjungi oleh responden sebanyak 38.6% adalah pada malam hari pada pukul 18.00 hingga 23.00. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jam paling ramai adalah pada saat malam hari karena responden kebanyakan sudah selesai melakukan pekerjaan mereka disiang hari. Sedangkan, waktu siang hari pukul 11.00 - 15.00 memiliki waktu kunjungan paling sedikit yaitu sebanyak 16.7%. Hal ini karena pada siang hari merupakan waktu dimana para responden kebanyakan masih berkerja sehingga tempat fitness kebanyakan akan memiliki sedikit pengguna.

6. Alat apa yang sering anda gunakan ?		Responden	Responses
A. Treadmill	69	17,7%	
B. Lat Pulldown Machine	79	23,8%	
C. Bench Press	53	7,50%	
D. Leg Press Machine	57	10%	
E. Peck Deck Fly	62	12,0%	
F. Cable Crossover Machine	46	4,2%	
G. Dumbell & Barbell	72	19,2%	
H. Bench	31	1,6%	
I. Dhz Dip Chin Assist Machine	25	0,20%	
J. Glute Machine	39	3,80%	
Total	533	100,0%	

Tabel 6 - Tabel Sederhana pertanyaan 6

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa pengguna alat alat Lat Pull Down Machine memiliki jumlah pengguna terbanyak yaitu 23.8%, namun hasil dari data yang didapatkan dapat diambil kesimpulan bahwa responden lebih memilih alat Lat Pulldown Machine yang memiliki fungsi utamanya untuk membentuk dan melatih otot bagian belakang seperti punggung dibandingkan dengan alat-alat lainnya. Lalu, alat kedua terbanyak yang dipakai adalah dumbell dan barbel yang memiliki jumlah responses sebanyak 19.2%. Hal ini karena barbel dan dumbell merupakan alat yang sangat mudah ditemukan dan pasti selalu ada disetiap tempat fitness dan juga bentuknya yang cukup kecil sehingga tidak akan kesulitan untuk memakainya tergantung kekuatan orang yang memakainya. Dan ketiga yang terbanyak dengan jumlah data responses sebanyak 17.7% adalah Treadmill, dimana alat ini digunakan untuk lari atau jalan kaki sehingga

mampu mengeluarkan banyak keringan dan juga membakar lemak dalam tubuh. Sedangkan pengguna alat Dhz Dip Chin Assist Machine memiliki jumlah pengguna paling sedikit yaitu hanya 0,2%. Hal ini dikarenakan mungkin alat ini memang jarang berada di beberapa tempat fitness, hanya tempat fitness lengkap yang memiliki alat ini, walaupun alat ini kegunaannya adalah untuk melatih otot bagian belakang.

7. Olahraga apa saja yang anda lakukan selain Fitness ?		Responden	Responses
A. Basket		27	9,2%
B. Futsal/ Sepakbola		27	10,8%
C. Bulu Tangkis		53	28,0%
D. Renang		45	22,0%
E. Voli		8	2%
F. Yoga		12	2,4%
G. Dance/ senam		17	3,2%
H. Lari/ jogging		45	22,0%
I. Tidak ada		7	0,4%
Total		241	100,0%

Tabel 7 - Tabel Sederhana pertanyaan 7
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 53% responses memilih olahraga jenis bulu tangkis sebagai olahraga atau kegiatan fisik yang lainnya selain fitness. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak responden yang melakukan kegiatan fisik lainnya dan masih produktif diluar kegiatan fitness mereka. Lalu olahraga lain yang menjadi pilihan terbanyak adalah olahraga air seperti renang dan lari/ jogging. Kedua kegiatan tersebut sama-sama memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan tubuh. Selain itu, pilihan paling sedikit terdapat 2 buah yaitu voli dan tidak mengikuti olahraga lain sama sekali. Namun, untuk perbandingannya

jumlah responses untuk responden yang tidak mengikuti olahraga lain sama sekali paling sedikit karena hanya 0.4%. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden telah melakukan kegiatan olahraga yang lain sehingga olahragamereka tidak hanya fitness melainkan jenis-jenis olahraga lainnya sehingga bisa lebih bervariasi.

	8. Apa yang anda lakukan setelah fitness?	Responden	Responses
	A. Langsung pulang	80	50,2%
	B. Bekerja/ nugas	24	8,5%
	C. Makan dan minum	44	18,80%
	D. Bermain gadget	23	8,0%
	E. Nobrol dengan teman/ rekan di tempat fitness	34	12%
	F. Istirahat/ tidur	8	3%
	Total	213	100,0%

Tabel 8 - Tabel Sederhana pertanyaan 8
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa 50.2% responses menjawab kegiatan yang dilakukan mereka sesudah kegiatan fitness adalah langsung pulang. Hal ini merupakan hal yang positif karena bisa menurunkan tingkat kerumunan yang ada di dalam tempat fitness karena jumlah pengunjung fitness yang banyak. Lalu, kegiatan kedua yang mereka lakukan setelah melakukan kegiatan fitness adalah makan dan minum. Hal ini wajar terjadi karena setelah melakukan aktivitas yang berat dan menguras banyak tenaga dan energi, pasti tubuh manusia akan merasa lapar sehingga membutuhkan asupan makanan dan minuman kembali agar tubuh bisa

mendapatkan energi kembali untuk menjalani aktivitas selanjutnya. Kegiatan terakhir yang dilakukan oleh para responden namun pemilihnya paling sedikit adalah istirahat/ tidur yaitu sebanyak 3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para responden masih melakukan kegiatan produktif setelah melakukan kegiatan yang menguras tenaga cukup besar.

	9. Kapan anda menggunakan Personal Trainer ?	Responden	Responses
A. Pada saat pertama kali pergi ketempat fitness	49	40,70%	
B. Saat ingin membentuk badan	11	10,3%	
C. Saat ingin menurunkan berat badan	5	4,5%	
D. Selalu menggunakan Personal Trainer	5	4,5%	
E. Tidak pernah menggunakan Personal Trainer	44	40%	
Total	114	100%	

Tabel 9 - Tabel Sederhana pertanyaan 9
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 40.7% responses menjawab bahwa responden akan menggunakan persona trainer disaat pertama kali mengunjungi tempat fitness. Hal ini merupakan hal yang positif karena dengan adanya jasa personal trainer dapat membantu responden pemula agar bisa lebih mengerti mengenai alat-alat fitness dan cara menggunakannya. Namun, sebanyak 40% responses menjawab juga tidak menggunakan jasa personal trainer sama sekali dari awal hingga sekarang mereka melakukan latihan. Hal ini juga tidak menjadi patokan bahwa responden yang pertama kali memasuki tempat fitness wajib menggunakan jasa

personal trainer, mungkin saja mereka bisa melihat referensi latihan dari internet dan menyewa harga personal trainer bukanlah harga yang murah sehingga hal tersebut termasuk menjadi salah satu pertimbangan responden dalam menggunakan jasa personal trainer. lalu, 2 pilihan paling sedikit yang responden pilih adalah saat mereka ingin menurunkan berat badan dan selalu menggunakan personal trainer. Kedua pilihan diatas merupakan salah satu kelebihan dari menggunakan personal trainer dan hasil dari menggunakan jasa personal trainer.

	10. Apa tujuan anda menggunakan Personal Trainer ?	Responden	Responses
A. Lebih mengenali tubuh sendiri	10	11,2%	
B. Memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai	56	42,7%	
C. Personalisasi sesi dan jenis olahraga agar sesuai	38	34,80%	
D. Membantu dalam mengatur polamakan yang baik	7	7,9%	
E. Teman/ rekan di gym (ngobrol)	3	3%	
Total	114	100,0%	

Tabel 10 - Tabel Sederhana pertanyaan 10
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 42.7% tujuan responden menggunakan jasa personal trainer adalah untuk memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai. Hal ini berarti bahwa dengan menggunakan jasa personal trainer sangat membantu sebagian besar responden dalam mencapai target tubuh yang ingin mereka capai. Selain itu, tujuan kedua responden adalah sebagai personalisasi sesi dan jenis olahraga sebanyak 34.8%. Hal ini dilakukan agar sesuai dengan

target dan kapasitas maksimal tubuh mereka. Pilihan terakhir yang paling sedikit dipilih oleh responden adalah sebanyak 3% memilih tujuan mereka menggunakan jasa personal trainer adalah sebagai teman/ rekan di tempat fitness. Hal ini berarti memungkinkan adanya peluang bahwa personal train bisa juga menjadi teman/ rekan bicara saat responden tengah melakukan latihan fisik.

	11. Berapa kali anda menggunakan Personal Trainer ?	Responden	Responses
	A. 1 sesi	39	45%
	B. 2-8 sesi	60	60,0%
	C. 8-24 sesi	10	25,0%
	D. 24-48 sesi	5	15,0%
	Total	114	100,0%

Tabel 11 - Tabel Sederhana pertanyaan 11
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa sebanyak 60% responses menjawab bahwa jumlah sesi jasa personal trainer yang mereka gunakan kebanyakan adalah hanya 2-8 sesi. Hal ini menjadi faktor dimana pentingnya menggunakan personal trainer saat melakukan aktivitas fitness beberapa kali sebelum akhirnya melakukannya sendiri. Selanjutnya, sebanyak 45% hanya 1 sesi saja dalam menggunakan jasa personal trainer, hal ini mungkin terjadi karena harga menggunakan jasa

persona trainer yang terbilang cukup mahal bagi sebagian responden sehingga menjadi salah satu faktor responden hanya memilih 1 sesi saja dibandingkan variasi jumlah sesi lainnya. Dan pilihan paling sedikit yang dipilih oleh responden adalah 24-48 sesi jasa personal trainer. Pilihan sesi ini dapat membantu lebih banyak dan matang kembali dalam melakukan latihan fisik sehingga tubuh responden dapat dipantau lebih lama walaupun harga yang ditawarkan akan jauh lebih mahal dibandingkan harga sesi yang lebih sedikit.

12. Suplemen apa yang anda konsumsi ?		Responden	Responses
A. Whey Protein (Whey akan membantu proses tubuh membentuk massa otot dengan memberikan asupan protein yang cukup.)	49	26,0%	
B. Gainer (Sangat cocok untuk kamu yang ingin menambah berat badan.)	14	14,0%	
C. Creatine (Suplemen ini mengandung asam amino yang cukup tinggi.)	22	17,00%	
D. Fat Burner (fat burner bertujuan untuk membakar lemak sehingga sangat cocok bagi kamu yang ingin menurunkan berat badan.)	10	6,0%	
E. BCAA (menjaga agar otot-otot tidak mengalami penyerutan.)	2	4,0%	
F. Tidak mengkonsumsi suplemen fitness	50	33,00%	
Total	147	100,0%	

Tabel 12 - Tabel Sederhana pertanyaan 12
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa kebanyakan responden tidak mengkonsumsi suplemen fitness apapun pernyataan tersebut terdapat dari hasil data survey responden yaitu 33% responses. Hal ini membuktikan bahwa selain responden tidak mengkonsumsi suplemen *fitness* adalah karena biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli suplemen *fitness* tidaklah murah sehingga mereka memilih untuk tidak membelinya melainkan bisa diganti dengan makan-makanan yang cukup protein dalam kehidupan sehari-hari. Pilihan kedua terbanyak adalah

responden yang mengkonsumsi Whey Protein memiliki jumlah sebanyak 26%.

Hal ini berarti kebanyakan responden banyak mengkonsumsi minuman whey protein yang berfungsi sebagai membantu pembentukan masa otot. Sedangkan, responden yang mengkonsumsi suplemen fitness berupa BCAA memiliki peminat yang palig rendah yaitu hanya BCAA. Hal ini mungkin terjadi karena secara umum belum banyak responden yang tahu mengenai kegunaan dan nama dari suplemen fitness ini.

	13. Kapan anda mengkonsumsi suplemen Fitness ?	Responden	Responses
A. Pagi hari		50	37,60%
B. Malam hari		40	32%
C. Siang hari		20	14,0%
D. Sore hari		24	16,20%
Total		134	100,00%

Tabel 13 - Tabel Sederhana pertanyaan 13

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa waktu pagi hari mendapatkan jumlah pilihan terbanyak oleh responden yaitu sebanyak 37.6% responses. Hal ini merupakan waktu yang efektif dan tepat dalam mengkonsumsi suplemen fitness karena saat perut kosong memungkinkan nutrisi protein dari suplemen ini lebih mudah diserap oleh tubuh. Sedangkan, siang hari merupakan waktu yang paling jarang responden lakukan untuk mengkonsumsi suplemen fitness yaitu sebanyak 14% responses. Hal ini responden jarang mengkonsumsi suplemen fitness disiang

hari karena mungkin masih dalam kondisi bekerja sehingga tidak ada waktu untuk meminum suplemennya.

	14. Diet jenis apa yang anda lakukan ?	Responden	Responses
A. Diet atkins (diet yang berfokus pada pengendalian kadar insulin dalam tubuh)	13	10,0%	
B. Zone diet (keseimbangan nutrisi 40 persen karbohidrat, 30 persen)	26	25,0%	
C. Diet Ketogenik (menganjurkan mengurangi asupan karbohidrat, tetapi)	9	8,00%	
D. Diet Vegan (vegan tidak makan apa pun yang berbasis hewani.)	2	3,0%	
E. Diet Paleo (mengacu seperti pola makan manusia gua dulu.)	1	1,0%	
F. Diet makanan mentah (melibatkan konsumsi makanan dan minuman)	0	0	
G. Diet Intermitten (puasa dengan interval waktu tertentu.)	22	15,0%	
H. Diet ultra rendah lemak (membatasi konsumsi lemak dari kalori harian)	8	6,00%	
I. Diet Mediterania (banyak makanmakanan nabati, buah-buahan)	7	7,0%	
J. Tidak melakukan diet apapun	26	25,0%	
Total	114	100,0%	

Tabel 14 - Tabel Sederhana pertanyaan 14

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa jenis diet yang dilakukan oleh responden terbanyak adalah Zone diet yaitu mengkonsumsi makanan yang memiliki nutrisi 40% karbohidrat, 30% lemak, dan 30% protein sebanyak 25% responses dan yang kedua adalah responden tidak melakukan diet apapun selama melakukan kegiatan fitness sebanyak 25%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa paling efektif dalam mencapai suatu tujuan dalam fitness adalah melakukan Diet Zone, namun tidak menutup kemungkinan tidak melakukan diet apapun akan lebih efektif, karena semuanya balik kepada kondisi tubuh dari masing-masing responden. Sedangkan Diet makanan mentah yaitu makanan dan minuman yang tidak diproses, berbasis tanaman dan organik tidak memiliki peminat. Hal ini dikarenakan mungkin tidak semua responden menyukai makan-makanan yang tidak diproses dan takutnya secara kehigenisan kurang terjamin.

	5. Dalam kondisi seperti apa anda menggunakan sauna/steamroom/jaccuzi	Responden	Responses
	A. Merasa lelah setelah sehariannya melakukan aktivitas	62	54,4%
	B. Saat badan merasa kedinginan	7	6%
	C. Merasa sesuatu hal yang menjadikewajiban	2	1,8%
	D. Tidak masuk sama sekali	43	37,7%
	Total	114	100,0%

Tabel 15 - Tabel Sederhana pertanyaan 15
(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuisioner yang telah disebar, didapatkan bahwa menggunakan fasilitas *sauna/steamroom/jacuzzi* setelah merasa lelah sehariannya bekerja merupakan pilihan alasan terbanyak responden yaitu 54.4% responses. Hal ini menjadi pertimbangan sebuah fitness centre untuk membuat atau menyediakan fasilitas ini agar responden yang sudah melakukan kegiatan yang berat bisa bersantai sambil mengistirahatkan diri di ruang *sauna/steamroom/jaccuzi*. Sedangkan pilihan responden merasakan sesuatu hal yang menjadi kewajiban bagi para responden bukanlah alasan utama dalam menggunakan fasilitas *sauna/steamroom/ jacuzzi* karena jumlah data responses hanyalah 1.8% atau hanya 2 responden saja yang memilih. Hal ini terjadi karena, untuk melakukan kegiatan ini cukup menyita waktu yang banyak sehingga tidak banyak orang melakukannya, selain itu tidak semua tempat *fitness* memiliki fasilitas *sauna/steamroom/jacuzzi*.

3.2.2.2 Tabel Kompleks

Tabel kompleks merupakan perbandingan antara dua pertanyaan yang berada di dalam kuesioner dan dapat dihubungkan.

3.2.2.2.1 Tabel Kompleks Pertama

Tabel Kompleks 1.4 (Pertanyaan 1 & 3)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Apa tujuan utama anda fitness ?	Menjaga bentuk badan	11%	40%	32%	17%	100%
	Menjaga kesehatan	13%	40%	22%	25%	100%
	Keinginan membentuk badan	11%	38%	33%	18%	100%
	Menurunkan berat badan	7%	37%	26%	30%	100%
	Menaikkan berat badan	13%	35%	39%	13%	100%
	Sarana hiburan	5%	59%	32%	5%	100%
	Bertemu dengan teman	0%	27%	53%	20%	100%
	Memulihkan kondisi tertentu	17%	17%	33%	33%	100%
TOTAL		77%	29%	270%	161%	

Tabel 16 - Tabel kompleks pertama 1.4

(Sumber : Penulis, 2023)

Tabel diatas merupakan kombinasi pertanyaan terkait tujuan utama responden mengikuti fitness dengan intensitas kedatangan ke tempat fitness selama 1 minggu. Hasil survey diatas menunjukan kebanyakan responden datang ke tempat fitness sebanyak 1 sampai 3 kali dalam seminggu dengan tujuan sebagai sarana hiburan. Hal ini mungkin terjadi karena responden telah melewati hari yang lelah atau sedang dilanda masalah dan cara menghibur dirinya dengan datang ke tempat fitness dan menyalurkan emosinya melalui kekuatan untuk melakukan aktifitas fisik sehingga otot tubuh akan lebih cepat untuk berproses dan mencapai targetnya.

Tabel Kompleks 1.2 (Pertanyaan 1 & 3)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Apa tujuan utama anda fitness ?	Menjaga bentuk badan	2%	6%	5%	3%	15%
	Menjaga kesehatan	4%	11%	6%	7%	28%
	Keinginan membentuk badan	2%	8%	7%	4%	20%
	Menurunkan berat badan	1%	6%	4%	5%	15%
	Menaikkan berat badan	1%	3%	3%	1%	8%
	Sarana hiburan	0%	4%	2%	0%	7%
	Bertemu dengan teman	0%	1%	3%	1%	5%
	Memulihkan kondisi tertentu	0%	0%	1%	1%	2%
	TOTAL	10%	39%	30%	21%	100%

Tabel 17 - Tabel kompleks pertama 1.2
(Sumber : Penulis, 2023)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa responden yang ingin menjaga kesehatan pergi ke tempat *fitness* dengan intensitas sebanyak 1 sampai 3 kali dalam seminggu. Hal ini dikarenakan mungkin jika pergi selama 1 kali dalam seminggu atau jarang, tidak akan memberikan hasil latihan yang maksimal. Sedangkan jika intensitas pergi ke tempat *fitness* selama lebih dari 3 kali dalam seminggu kemungkinan yang pertama adalah mereka tidak punya banyak waktu luang untuk sering pergi ke tempat *fitness* dan kemungkinan yang kedua adalah mereka akan terlalu lelah karena lebih dari 3 kali mengunjungi tempat *fitness*, lalu otot tidak akan mampu beristirahat jika terlalu sering datang ke tempat *fitness*.

Tabel Kompleks 1.3 (Pertanyaan 1 & 3)		Intensitas			
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang
	Menjaga bentuk badan	16%	16%	16%	13%
Apa tujuan utama anda fitness ?	Menjaga kesehatan	35%	29%	21%	33%
	Keinginan membentuk badan	23%	19%	22%	17%
	Menurunkan berat badan	10%	14%	13%	22%
	Menaikkan berat badan	10%	7%	10%	5%
	Sarana hiburan	3%	11%	8%	2%
	Bertemu dengan teman	0%	3%	9%	5%
	Memulihkan kondisi tertentu	3%	1%	2%	3%
	TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabel 18 - Tabel kompleks pertama 1.3

(Sumber : Penulis, 2023)

Kesimpulan dari data diatas adalah perbandingan responden dengan kunjungan ke tempat fitness selama 1 kali dalam seminggu yang bertujuan untuk menjaga kesehatan tubuh dengan responden yang jarang datang ke tempat fitness dengan tujuan sebagai sarana hiburan cukup jauh. Hal ini mungkin dapat terjadi karena walaupun responden datang hanya 1 kali dalam seminggu mereka memang bertujuan untuk menjaga kesehatan tubuh akan lebih efektif dan proses yang dihasilkan akan lebih cepat dibandingkan dengan responden yang jarang datang ke tempat fitness dengan tujuan hanya sarana hiburan bukan dengan tujuan menjaga kesehatan dan lainnya.

Tabel Kompleks 1.1 (Pertanyaan 1 & 3)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Apa tujuan utama anda fitness ?	Menjaga bentuk badan	5	19	15	8	47
	Menjaga kesehatan	11	34	19	21	85
	Keinginan membentuk badan	7	23	20	11	61
	Menurunkan berat badan	3	17	12	14	46
	Men�akan berat badan	3	8	9	3	23
	Sarana hiburan	1	13	7	1	22
	Bertemu dengan teman	0	4	8	3	15
	Memulihkan kondisi tertentu	1	1	2	2	6
	TOTAL	31	119	92	63	305

Tabel 19 - Tabel kompleks pertama 1.1

(Sumber : Penulis, 2023)

Hasil survey sebanyak 305 responden pada kedua pertanyaan tersebut. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa responden datang ke tempat fitness sebanyak 1 sampai 3 kali dalam seminggu memiliki jumlah paling banyak dengan tujuan untuk menjaga kesehatan. Hal ini mungkin terjadi karena jika pergi ke tempat fitness hanya 1 kali dalam seminggu maka latihan fisik tidak akan maksimal bagi tubuh sebaliknya jika responden berkunjung ke tempat fitness lebih dari 3 kali dalam seminggu juga bukan merupakan hal yang baik bagi tubuh karena otot tidak akan dapat beristirahat dengan maksimal sehingga malah timbul kelelahan yang berlebihan dan tidak baik bagi kesehatan tubuh.

3.2.2.2 Tabel Kompleks Kedua

Tabel Kompleks 1.4 (Pertanyaan 9 & 10)		Pertanyaan 10					TOTAL
Pertanyaan 9	Jawaban	Lebih mengenali tubuh sendiri	Memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai	Personalisasi sesi dan jenis olahraga agar sesuai	Membantu dalam mengatur pola makan yang baik	Teman/ rekan di gym (ngobrol)	
Kapan anda menggunakan Personal Trainer ?	Pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness	12%	27%	49%	8%	4%	100%
	Saat ingin membentuk badan	9%	82%	0%	9%	0%	100%
	Saat ingin menurunkan berat badan	0%	60%	20%	20%	0%	100%
	Selalu menggunakan Personal Trainer	0%	40%	60%	0%	0%	100%
	Tidak pernah menggunakan Personal Trainer	7%	66%	23%	2%	2%	100%
TOTAL		28%	275%	152%	39%	6%	

Tabel 20 - Tabel kompleks kedua 1.4

(Sumber : Penulis, 2023)

Berdasarkan hasil data tabel diatas adalah keinginan responden untuk menggunakan personal trainer dengan alasan saat responden ingin membentuk badan dengan tujuan agar memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai. Hal ini mungkin terjadi karena personal trainer dapat membantu responden mencapai target yang diinginkannya dengan cepat.

Tabel Kompleks 1.2 (Pertanyaan 9 & 10)		Pertanyaan 10					TOTAL
Pertanyaan 9	Jawaban	Lebih mengenali tubuh sendiri	Memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai	Personalisasi sesi dan jenis olahraga agar sesuai	Membantu dalam mengatur pola makan yang baik	Teman/ rekan di gym (ngobrol)	
Kapan anda menggunakan Personal Trainer ?	Pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness	5%	11%	21%	4%	2%	43%
	Saat ingin membentuk badan	1%	8%	0%	1%	0%	10%
	Saat ingin menurunkan berat badan	0%	3%	1%	1%	0%	4%
	Selalu menggunakan Personal Trainer	0%	2%	3%	0%	0%	4%
	Tidak pernah menggunakan Personal Trainer	3%	25%	9%	1%	1%	39%
TOTAL		9%	49%	33%	6%	3%	100%

Tabel 21 - Tabel kompleks kedua 1.2

(Sumber : Penulis, 2023)

Tabel diatas juga memperlihatkan bahwa responden yang tidak pernah menggunakan personal trainer memiliki tujuan untuk

memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai. Hal ini mungkin terjadi karena terdapat dua kemungkinan, kemungkinan yang pertama adalah responden sudah berada di tahap senior atau memang sudah pernah berlatih dan mengetahui sesi dan jenis alat yang akan digunakan dan kemungkinan yang kedua adalah menggunakan jasa personal trainer bukanlah harga yang murah sehingga mungkin beberapa responden memilih untuk berlatih sendiri tanpa menggunakan personal trainer.

Tabel Kompleks 1.3 (Pertanyaan 9 & 10)		Pertanyaan 10				
Pertanyaan 9	Jawaban	Lebih mengenali tubuh sendiri	Memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai	Personalisasi sesi dan jenis olahraga agar sesuai	Membantu dalam mengatur pola makan yang baik	Teman/ rekan di gym (ngobrol)
Kapan anda menggunakan Personal Trainer ?	Pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness	60%	23%	63%	57%	67%
	Saat ingin membentuk badan	10%	16%	0%	14%	0%
	Saat ingin menurunkan berat badan	0%	5%	3%	14%	0%
	Selalu menggunakan Personal Trainer	0%	4%	8%	0%	0%
	Tidak pernah menggunakan Personal Trainer	30%	52%	26%	14%	33%
TOTAL		100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 22 - Tabel kompleks kedua 1.3

(Sumber : Penulis, 2023)

Kesimpulan dari data tabel diatas dengan jawaban responden menggunakan jasa personal trainer pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness dengan alasan sebagai teman atau rekan untuk bercakapan dan responden yang menggunakan jasa personal trainer saat ingin menurunkan berat badan dengan tujuan personalisasi sesi dan jenis olahraga yang sesuai adalah sangat jauh. Hal ini mungkin terjadi karena pada saat pertama kali responden datang ke tempat fitness belum

mengenal siapapun dan hanya bisa bercakapan dengan personal trainernya sehingga responden akan bisa lebih merasa nyaman dibandingkan tidak kenal dengan anggota fitness lainnya.

Tabel Kompleks 1.1 (Pertanyaan 9 & 10)		Pertanyaan 10					TOTAL
Pertanyaan 9	Jawaban	Lebih mengenali tubuh sendiri	Memfokuskan diri kepada target yang ingin dicapai	Personalisasi sesi dan jenis olahraga agar sesuai	Membantu dalam mengatur pola makan yang baik	Teman/rekan di gym (ngobrol)	
Kapan anda menggunakan Personal Trainer ?	Pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness	6	13	24	4	2	49
	Saat ingin membentuk badan	1	9	0	1	0	11
	Saat ingin menurunkan berat badan	0	3	1	1	0	5
	Selalu menggunakan Personal Trainer	0	2	3	0	0	5
	Tidak pernah menggunakan Personal Trainer	3	29	10	1	1	44
TOTAL		10	56	38	7	3	114

Tabel 23 - Tabel kompleks kedua 1.1

(Sumber : Penulis, 2023)

Sebanyak 114 responden diatas merupakan jumlah responden dari kedua pertanyaan. Tabel diatas menunjukan bahwa responden menggunakan personal trainer pada saat pertama kali pergi ke tempat fitness dengan tujuan untuk personalisasi dan jenis olahraga agar sesuai. Hal ini dikarenakan peran personal trainer cukup penting bagi responden yang ingin benar-benar memaksimalkan dan mempercepat proses olahraga agar cepat mencapai tujuan yang diinginkan. Selain itu, tubuh responden berbeda-beda satu dengan yang lainnya sehingga sesi dan jenis olahraga masing-masing responden tidak dapat disamaratakan, butuh personalisasi masing-masing agar pencapaian dan latihan olahraga responden bisa lebih efektif.

3.2.2.2.3 Tabel Kompleks Ketiga

Tabel Kompleks 1.4 (Pertanyaan 3 & 15)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Dalam kondisi seperti apa anda menggunakan sauna/steamroom/jaccuzi ?	Merasa lelah setelah sehari melakukan aktivitas	19%	39%	26%	16%	100%
	Saat badan merasa kedinginan	0%	0%	57%	43%	100%
	Merasa sesuatu hal yang menjadi kewajiban	0%	100%	0%	0%	100%
	Tidak masuk sama sekali	9%	42%	23%	26%	100%
TOTAL		28%	181%	106%	85%	

Tabel 24 - Tabel kompleks ketiga 1.4

(Sumber : Penulis, 2023)

Tabel diatas menunjukan bahwa keinginan responden menggunakan fasilitas *sauna/ steamroom/ jaccuzi* sebanyak 1 sampai 3 kali dalam seminggu dengan alasan sebagai hal yang menjadi kewajiban. Hal ini mungkin terjadi karena tidak semua pusat kebugaran memiliki fasilitas tersebut sehingga jika terdapat tempat fitness yang punya fasilitas *sauna/ steamroom/ jaccuzi* maka harus dipergunakan sebaik-baiknya.

Tabel Kompleks 1.2 (Pertanyaan 3 & 15)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Dalam kondisi seperti apa anda menggunakan sauna/steamroom/jaccuzi ?	Merasa lelah setelah sehari melakukan aktivitas	11%	21%	14%	9%	54%
	Saat badan merasa kedinginan	0%	0%	4%	3%	6%
	Merasa sesuatu hal yang menjadi kewajiban	0%	2%	0%	0%	2%
	Tidak masuk sama sekali	4%	16%	9%	10%	38%
TOTAL		14%	39%	26%	21%	100%

Tabel 25 - Tabel kompleks ketiga 1.2

(Sumber : Penulis, 2023)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa jumlah responden yang memilih jawaban menggunakan *sauna/ steamroom/ jaccuzi* setelah merasa lelah sehari akibat beraktivitas dengan intensitas 1 sampai 3 kali dalam seminggu dan tidak menggunakan *sauna/ steamroom/ jaccuzi* juga datang ke tempat gym hanya sekali dalam seminggu tidak akan efektif. Hal ini mungkin dapat terjadi karena responden dengan menggunakan fasilitas ini selama 1 sampai 3 kali dalam seminggu merasa efektif dan berhasil bagi responden dibandingkan responden yang tidak menggunakan fasilitas ini dan datang ke tempat fitness hanya 1 kali dalam seminggu.

Tabel Kompleks 1.3 (Pertanyaan 3 & 15)		Intensitas			
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang
Dalam kondisi seperti apa anda menggunakan sauna/steamroom/jaccuzi ?	Merasa lelah setelah sehari melakukan aktivitas	75%	55%	53%	42%
	Saat badan merasa kedinginan	0%	0%	13%	13%
	Merasa sesuatu hal yang menjadi kewajiban	0%	5%	0%	0%
	Tidak masuk sama sekali	25%	41%	33%	46%
	TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabel 26 - Tabel kompleks ketiga 1.3

(Sumber : Penulis, 2023)

Kesimpulan dari hasil data tabel diatas adalah responden yang datang 1 kali selama seminggu merasa efektif dan berhasil mengangkat kelelahan mereka setelah sehari beraktivitas dengan menggunakan fasilitas *sauna/ steamroom/ jaccuzi*. Hal ini mungkin terjadi karena responden merasa fasilitas ini berhasil dan membantu dibandingkan

dengan responden yang sama sekali tidak menggunakan fasilitas ini, karena sangat disayangkan bahwa tidak semua pusat kebugaran memiliki fasilitas *sauna/ steamroom/ jaccuzi*.

Tabel Kompleks 1.1 (Pertanyaan 3 & 15)		Intensitas				TOTAL
Pertanyaan 1	Jawaban	1 Kali	1-3 kali	>3 kali	Jarang	
Dalam kondisi seperti apa anda menggunakan sauna/steamroom/jaccuzi ?	Merasa lelah setelah sehari melakukan aktivitas	12	24	16	10	62
	Saat badan merasa kedinginan	0	0	4	3	7
	Merasa sesuatu hal yang menjadi kewajiban	0	2	0	0	2
	Tidak masuk sama sekali	4	18	10	11	43
TOTAL		16	44	30	24	114

Tabel 27 - Tabel kompleks ketiga 1.1
(Sumber : Penulis, 2023)

Jumlah responden yang menjawab sebanyak 114 termasuk kedua pertanyaan diatas. Hasil data tabel diatas menunjukan bahwa responden akan menggunakan fasilitas seperti *sauna/ steamroom/ jaccuzi* sebanyak 1 sampai 3 kali dalam seminggu dengan alasan pemakaian adalah tubuh responden telah mengalami kelelahan akibat telah beraktivitas sehari. Hal ini dikarenakan *sauna/ steamroom/ jaccuzi* bisa membantu meringankan dan mengankat kelelahan pada tubuh responden. Selain itu, 1 sampai 3 kali sudah merupakan intensitas yang cukup, jika responden terlalu banyak menggunakan fasilitas *sauna/ steamroom/ jaccuzi* maka ditakutkan tubuh responden akan mengalami dehidrasi yang cukup berat.

3.3 Wawancara (Kualitatif)

Denzin & Lincoln (dalam Basuki, 2006) berpendapat bahwa wawancara atau *interview* adalah suatu percakapan, seni tanya jawab dan mendengarkan. Tujuan dari wawancara itu sendiri adalah untuk memperoleh data-data dari narasumber yang terkait dengan perancangan ini. Beberapa narasumber telah peneliti cari yang berkaitan dengan perancangan ini.

Terdapat enam narasumber yang peneliti dapatkan diantaranya adalah *personal trainer*, *marketing communication*, *designer interior*, *Head marketing communication*, pemilik café, dan *Manager*. Narasumber pertama yang peneliti pilih adalah seorang *personal trainer*, pemilihan narasumber ini karena tentunya beliau memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak dibidang dunia *fitness* dan olahraga. Narasumber kedua yang peneliti pilih adalah seorang *marketing communication* dari toko *Baik Store* yang merupakan sebuah toko yang menjual bahan-bahan makanan organik dan kebutuhan sehari-hari yang ramah lingkungan, hal ini karena dalam perancangan *fitness centre* akan ada sebuah toko yang akan menjual bahan-bahan makanan yang sehat, sehingga beliau pasti tahu betul informasi mengenai toko ini. Narasumber ketiga merupakan seorang *designer interior* yang telah merancang toko Baik Store, alasan peneliti mencari *designer* yang telah merancang toko Baik Store tersebut adalah agar peneliti dapat mengetahui informasi seputar perancangan dari Baik Store ini. Narasumber keempat merupakan seorang pemiliki dari sebuah café sehat yang terletak di BSD, alasan peneliti memilih pemilik dari Café Verte ini adalah selain karena dalam

perancangan ini akan ada sebuah café yang menjual menu makanan sehat, beliau juga pasti tahu bagaimana sejarah dan interior mengenai Verte Café ini. Narasumber kelima merupakan seorang kepala dibagian marketing *Fithub Fitness* cabang Gading Serpong. Beliau merupakan seorang yang ramah dan alasan memiliki beliau karena beliau mengetahui informasi mengenai jenis-jenis pengunjung, lalu informasi mengenai *Fithub*-nya sendiri.

3.3.1 Wawancara *Personal Trainer*

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Moch Bobon Gunawan yang merupakan *personal trainer* yang berasal dari Bandung. Wawancara ini dilakukan pada hari Sabtu tanggal 24 Juni 2023 pada pukul 10.55 sampai 11.08 dengan media *Whatsapp video call*. Berikut merupakan hasil dari wawancara peneliti dengan *personal trainer* :

Tujuan beliau melakukan *fitness* adalah kesehatan merupakan hal pertama yang akan menjadi tujuan dari *fitness*, tujuan selanjutnya adalah untuk membentuk otot badan sehingga tubuh terlihat ideal. Beliau sudah memasuki dunia *fitness* sejak 2012 sehingga sudah sekitar 11 tahun. Dalam waktu seminggu, bagi pemula biasanya disarankan untuk melakukannya dua sampai tiga kali dengan jeda istirahat sehari, sedangkan untuk yang sudah lama biasanya empat sampai lima kali dalam seminggu. Namun perlu diingat bahwa tetap harus ada hari istirahatnya karena otot manusia juga perlu beristirahat sehingga hasilnya akan maksimal. Untuk area *fitness* yang

biasanya sering dikunjungi adalah semuanya tetapi biasanya lebih cenderung atau lebih lama durasinya pada area angkat beban dan kardio. Kebanyakan beliau mengunjungi tempat *fitness* di pagi hari dengan melakukan kegiatannya secara individual lalu setelah selesai siang harinya beliau lanjut untuk melatih kliennya. Beliau tidak melakukan olahraga lain selain *fitness* ini. Menurut beliau, seseorang yang pertama kali ke tempat *gym* disarankan untuk menggunakan *personal trainer*. Karena seseorang yang baru pertama kali datang tidak tahu harus berbuat apa dan tidak ada pengenalan mengenai alat-alanta dan fungsinya. Untuk sesi dengan jasa *personal trainer* idealnya adalah 3 bulan dengan rincian 12 minggu pelatihan, 1 minggunya terdapat 3 sesi pertemuan. Beliau memang tidak mengkonsumsi suplemen tertentu dan hanya mengkonsumsi *whey protein* serta bahan-bahan natural seperti makanan yang mengandung nutrisi seperti tinggi protein dan rendah lemak. Mengkonsumsi *whey protein* biasanya silakukan pada pagi dan sore hari dengan takaran 1 hari minum 2 kali agar hasilnya maksimal, sedangkan pada hari istirahat wajib minum 1 kali saja di pagi hari. Menurut pendapat dan pengalaman beliau sebuah penghawaan yang baik pada tempat *fitness* adalah harus memiliki ventilasi yang cukup dan sesuai dengan besaran ruangan tersebut supaya sirkulasi dalam tempatnya tetap bagus, selain itu tidak menggunakan AC agar tubuh bisa lebih cepat berkeringat. Lalu, Untuk dari segi pencahayaan menurut saya harus terang agar pengguna bisa melihat keadaan sekitar sehingga bisa mengurangi resiko kecelakaan, dan yang

terakhir sirkulasi ruang gerak antar alat minimal 1-2 meter agar pengguna satu dengan yang lainnya tidak berdekatan yang bisa meningkatkan resiko kecelakaan.



Gambar 3.17 - Proses wawancara oleh personal trainer melalui whatsapp video call

(Sumber : Dokumentasi Pribadi,2023)

3.3.2 Wawancara Marketing Communication Baik Store

Wawancara kedua yang peneliti lakukan adalah dengan narasumber yang merupakan seorang *marketing communication* Baik Store bernama Kak Carinea.

Peneliti melakukan proses wawancara dengan beliau pada tanggal 13 Juli 2023 pukul 17.00 sampai 17.20 di Baik Store pada Mall Carstenz Gading Serpong. Berikut merupakan hasil dari wawancara peneliti dengan *marketing communication* Baik Store:

Baik Store merupakan Eco-Friendly Bulk Store yang menjual berbagai produk keseharian mulai dari personal care sampai makanan ringan yang menyehatkan. Makanan ringan dan bahan-bahan organik ini dijual dalam bentuk curah sehingga pembeli tidak perlu harus membeli produk kemasan, namun diwajibkan untuk membawa tempat/ wadah sendiri untuk mengurangi penggunaan sampah. Tujuan didirikannya Baik Store agar orang-orang lebih memperhatikan pada keadaan lingkungan, tujuannya memang agar Baik Store ini tidak menghasilkan sampah sama sekali, namun memang tidak memungkinkan dalam toko ini tidak menghasilkan sampah sama sekali, tapi akan berusaha semaksimal mungkin untuk tidak menghasilkan sampah. Untuk latar belakang didirikannya Baik Store ini adalah kebetulan pemilik Baik Store ini tinggal di Bali, jadi memang Baik Store ini terinspirasi dari sejumlah bulk store yang ada di Bali. Dan memang pemiliknya sendiri ahli dibidang gerakan *eco-friendly* ini. Pada akhirnya pemilik memutuskan untuk membangun Baik Store ini di kawasan Gading Serpong yang sebenarnya orang-orang daerah Gading Serpong masih belum terlalu mengenal dengan istilah *Bulk Store* ini. Selain itu, pengunjung-pengunjung yang datang masih terkejut karena untuk membeli produk berupa bahan-bahan makanan wadah yang dijual oleh Baik store ini mahal, namun dibalik itu semua Baik Store ingin

mengajak pembeli agar membawa kemasan atau wadahnya sendiri dari rumah supaya bisa mengurangi sampah. Untuk struktur organisasinya sendiri sangat sederhana sederhana yaitu dari pemilik, lalu *Staff Manager, Marketing Communication, dan Staff/ Store Keeper* yang ada di toko ini. Untuk produk yang dijual sangat banyak dan beragam diantaranya ada sabun, *shampoo, conditioner, lotion*, sikat-sikat seperti *body brush*, pengharum ruangan, parfum, intinya adalah seputar perawatan diri. Lalu, untuk bahan-bahan makanan seperti tepung-tepungan semuanya *gluten-free*, pasta, minyak, beras, teh dan masih banyak lagi. Selain itu juga menjual produk pakaian yang menggunakan 100% bahan katun dan tinta warna organik, jam dinding dan cermin daur ulang sampah plastik, dan tas yang *eco-friendly*. Untuk area display pada toko ini hanya ada 2, yaitu area depan merupakan perawatan diri, dekorasi rumah, barang-barang daur ulang dan bagian belakang bahan-bahan makanan dan makanan ringan. Untuk desain pada toko ini sebenarnya sudah diserahkan pada pihak desain interior, namun untuk desainnya juga owner memang langsung turun tangan sendiri dalam perancangannya karena memang beliau suka juga mendekorasi. Kabar baiknya produk-produknya Baik Store mengambil dari produsen dan kebetulan semuanya produk lokal Indonesia, jadi kami juga sekaligus mendukung produk-produk lokal.



Gambar 3.18 - Wawancara bersama Marketing Communication Baik Store

(Sumber : Dokumentasi Pribadi,2023)

3.3.3 Wawancara *Design Interior* Baik Store

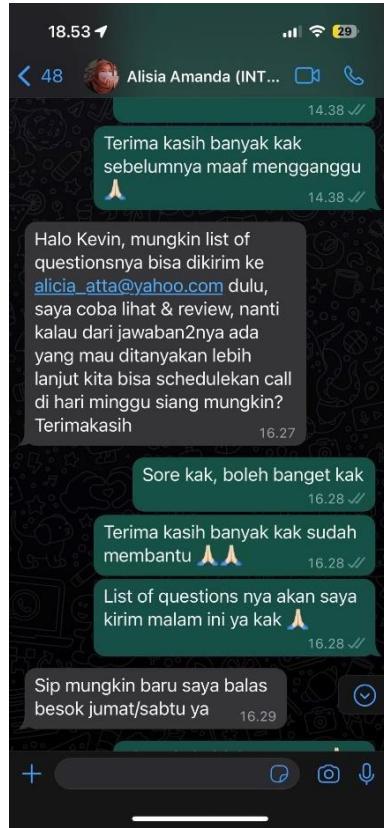
Peneliti berkesempatan melakukan wawancara dengan designer interior yang merancang interior dari Baik Store pada Selasa, 25 Juli 2023. Karena beliau sangat sibuk dengan jadwalnya sehingga peneliti melakukan wawancara menggunakan email dan berikut hasil dari wawancaranya :

Luasan yang dimiliki Baik Store adalah teras depan sebesar 14.5m^2 , lalu bagian dalam sebesar 72 m^2 , sedangkan gudang penyimpanan dan kantor adalah 9m^2 . Untuk konsep keseluruhannya adalah *Raw Modern* dengan tampilan *monolithic* (desain yang menggunakan satu material pada sebagian besar bidang interior). Tim *designer* mengajukan *Raw Modern* kepada klien untuk mencapai tampilan toko yang *clean, bold*, dengan *light warm hue*. Inspirasi terbesar dari toko – toko AESOP yang sering kali punya satu warna dengan satu material yang diolah

untuk satu keseluruhan toko. Tercapai dengan penggunaan *material board* yang sengaja tidak terlalu banyak, dengan kayu warna *Delano Oak* sebagai material utama, dan membatasi penggunaan bahasa desain menjadi 2 bahasa saja: (1) modular kotak – kotak, dan (2) garis vertikal ke atas. Berikut merupakan alasan utama dari perancangan peletakan produk-produk display ini adalah tipe produk yang akan dijual memiliki variasi bentuk dan warna yang bermacam – macam, sehingga interior harus sebisa mungkin netral dan menjadi kanvas yang mendukung produk. Apabila olahan interior sudah terlalu rumit, masuknya produk ke dalam toko akan membuat visual toko terasa berantakan sehingga pemeran utama tetap produknya. Alasan kedua adalah desain interior sebagai *branding*. Agar bisa menjadi *branding*, interior toko harus dibuat khas, *simple*, dan bisa direplika dengan mudah apabila akan dibuka cabang toko baru. Ketika pengunjung melihat desain modular dengan warna kayu *Delano Oak*, maka harapannya visual tersebut sudah teraosisasi dengan merk Baik Store. *Raw Modern* dengan *monolithic* desain sebagai kendaraan untuk menyampaikan bahwa ini adalah toko yang *luxurious* atau lebih premium dibandingkan dengan toko perbelanjaan biasa dan membawa pesan ramah lingkungan. Setelah narasumber melalui diskusi dengan klien, jumlah produk perawatan diri dan dekorasi rumah lebih sedikit dibanding produk yang dapat dikonsumsi, dan produk perawatan diri dan dekorasi rumah perlu area atau zona khusus yang terpisah atau terisolasi dari produk yang bisa dikonsumsi untuk alasan kesehatan. Produk perawatan diri dan dekorasi

rumah diletakkan di area depan yang lebih kecil untuk mencegah kemungkinan kontaminasi bahan – bahan kimia yang terkandung pada produk personal care dengan produk-produk yang dapat dikonsumsi. Tidak ada standar khusus yang mengatur ukuran dari tipologi *bulk store*, sehingga dalam proses penyusunan konsep, tim desainer menggunakan studi referensi dari *Grocery stores (i.e Traders Joe)* dan *Bulk store* yang sudah ada di Jakarta (*Saruga, Naked Inc, The Bulkstore & Co*). Dari dua sumber tersebut didapatkan informasi bahwa jumlah barang dan tipe barang yang dijual (SKU/stock keeping unit) relatif dengan luasan toko, misal Traders Joe memiliki 4000 SKU dengan luasan toko umumnya di 15000 sqft (1400sqm). Dapat disimpulkan ada 2.8 SKU/m². Area – area yang biasanya ada (zona bumbu, zona beras, zona kacang – kacangan, dst), dan aktivitas – aktivitas terkait *bulk store* yang membutuhkan ruang khusus (misalnya *workshop*, area menimbang barang, *back storage*). Secara umum, standar yang perlu diikuti untuk pembangunan cabang baru adalah *Material board* yang sama atau setara (meliputi *finish, colors, dan lighting*), bahasa desain yang sama, hitungan SKU/sqm yang sama, hitungan ruang penyimpanan relatif yang sama *Space planning* (termasuk *FF/Furnitures and Fixtures, EM/Electrical Mechanical* yang sama, dengan variasi yang diizinkan), standar *hardwares* yang sama (terkait dengan system roda, rel drawer, rel tangga), dan *appliances* yang sama atau setara. Namun, untuk sekarang belum ada *guidelines* resmi yang dibuat untuk pembukaan cabang. Kemudian peneliti bertanya mengenai alasan dari peletakan kasir di tengah-tengah karena

memudahkan sirkulasi staff yang menghadap dua pintu masuk dan membuat staff yang *standby* di kasir lebih mudah untuk menghampiri customer yang butuh bantuan berbelanja atau bertanya soal informasi produk. Pencahayaan yang baik untuk bulkstore tidak ada hitungan yang khusus, mengikuti standar lux untuk sebuah toko (750-1000 lux), ini berlaku untuk *ambient* atau *general lighting*, untuk mencegah rusaknya produk *grains*, *nuts*, dan lainnya yang serupa, produk – produk tersebut harus terlindungi dari sinar matahari langsung (oleh karena itu di Baik Store terdapat panel – panel daur ulang plastik untuk melindungi produk, dan diperlukan juga *spot lighting* yang menyorot langsung ke produk (*accent lighting*) untuk menarik attensi pengunjung kepada produk. Untuk sirkulasi manusia pada *Bulk Store* sangat tergantung pembagian zona, bentuk area, dan luas area toko. Untuk di Baik Store, sirkulasi didesain memiliki bentuk O, polanya customer mengelilingi display vertical, dengan nodes berupa display meja di tengah. Semua sirkulasi dibuat agar lebarnya minimal 900mm (2 orang berpapasan. Awalnya didesain dengan lebar yang dapat mengakomodasi *shopping cart* atau kereta belanja, namun pada perjalanannya Baik Store akhirnya menggunakan keranjang.



Gambar 3.19 - Wawancara bersama Designer Interior Baik Store melalui whatsapp dan email

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.3.4 Wawancara Owner Verte Café

Narasumber berikutnya peneliti berkesempatan untuk mewawancarai pemilik dari salah satu café yang menyediakan makanan sehat di BSD yaitu Bapak Aan yang dilakukan pada Kamis, 20 Juli 2023 pukul 10.30 sampai 11.00 di Verte Café, Ruko Icon BSD. Berikut merupakan hasil dari wawancaranya :

Verte ini sebenarnya dari Bahasa Prancis artinya hijau, oleh karena itu semua dari desain interiornya, furniture didominasi oleh warna hijau, lalu banyak

tanaman-tanaman hias, jadi itu awal namanya Verte karena semuanya hijau. Ini merupakan brand kedua setelah brand pertama yaitu 6 packs. Verte ini jadi merupakan bistronya dalam 1 tempat. Visi dan misi Verte Cafe ini lebih ke bistro konsepnya, lalu *lifestyle*. Untuk visi misinya dalam bisnis lebih ke menjadi pilihan masyarakat terutama Kabupaten Tangerang bisa mencakup semuanya seperti tempat makan, hangout, tempat ngopi, untuk mahasiswa bisa nugas, bisa *meeting*, dan juga bisa sosialisasi. Latar belakang didirikannya Verte Café adalah waktu itu tahun 2021 saat pandemi Covid-19, kita ingin membuat konsep baru selain ingin memindahkan 6 packs dari The Breeze kesini, ada konsep baru yang mungkin belum ada. Jadi temanya lebih ke Parisian Style Bistro, tapi makanannya lebih ke fusion, jadi disitu kami mulai mengembangkan makanan fusion tapi untuk interior kami menggunakan Parisian Style mungkin jadi tempat yang baru. Di Kabupaten Tangerang menjadi tempat berkumpulnya industri F&B dengan interior yang cantik. Fusion sendiri kami lebih mix ke western, indonesian, dan asian sehingga makanannya juga unik. Seperti yang dikatakan untuk konsep makanannya lebih ke *fusion concept*, jadi campur tidak ada yang lebih condong ke klasik, semuanya ada dengan harga yang cukup terjangkau. Struktur organisasi pada café ini adalah (Bapak Aan) sebagai pemilik, ada manager sebagai *floor manager*, lalu ada beberapa orang *server* dan *barista*, yang di area dapur ada koki yang mengepalai beberapa koki dan pelayan cafe. Verte Café menjual banyak seperti *appetizer* dan banyak pilihan lainnya. Seperti Singkong, Nachos yang lebih ke *Mexican Style*, lalu untuk pastanya kita menggunakan wasabi yang lebih ke *Japanese Style*, kemudian

menu main coursennya ada steak, pasta, nasi dan benar-benar mix. Untuk minumannya banyak ada kopi, *smoothies*, dan *cocktail*. Untuk jumlah area duduk dan kapasita pada Verte Café adalah dibawah untuk kapasitas sitting bisa mencapai 30 orang, ada area sofa yang bisa menampung sekitar 12 orang, lalu 2 meja solid yang bisa menampung 10 orang. Sehingga total lantai satu ada 30 kapasitas. Lalu, di lantai 2 banyak untuk area private, event. Sekarang total ada 30 lebih sedikit untuk lantai 2 nya. Namun, sekarang lagi proses untuk perluasan area lantai 2 sehingga bisa menampung sekitar 50 orang. Untuk jenis-jenis area atau ruangan yang ada untuk sekarang belum ada private, untuk pembagian ruangannya lebih ke floor aja, kalau mau lebih datangnya sedikit, berdua atau berempat bisa di lantai 1, tapi kalau yang banyakkan lantai 2 lebih ke function room. Dan lantai 3 merupakan dapur, gudang, dan kantor Verte. Kedepannya kemungkinan akan ditambah lagi area private seperti untuk meeting dan smoking room. Luasan yang dimiliki Verte Café kurang lebih lantai 1,2 dan 3 masing-masing 50 m^2 , sehingga total satu bangunan adalah 150 m^2 . Verte Café memili standar khusus untuk pembangunan cabang berikutnya dan standarnya adalah warna dominannya harus mint green, atau nanti tone warnanya bisa sedikit naik atau turun, ada sedikit pinknya, lalu meja-mejanya ada sentuhan material terazzo, lalu bawaan suasannya berwarna. Jadi orang yang datang kesini konsep interiornya *Parisian Style*.



Gambar 3.20 - Wawancara bersama pemilik Verte Cafe di Ruko Icon BSD

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.3.5 Wawancara Head Marketing Fithub Gading Serpong

Narasumber berikutnya adalah Kak Sisi yang merupakan seorang *Head Marketing Communication* Fithub Gading Serpong yang dilakukan pada Jumat, 4 Agustus 2023 pukul 13.00 – 13.40 di Fithub Gading Serpong. Berikut merupakan hasil wawancara peneliti dengan narasumber :

Fithub Indonesia merupakan sebuah tempat *Fitness* yang memiliki fasilitas yang lengkap dengan harga yang cukup terjangkau yang sudah memiliki puluhan cabang di seluruh Indonesia saat ini. Saat ini, Fithub juga merupakan gym dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Fithub sendiri memiliki sejarah sebelumnya sehingga bisa terbentuk seperti sekarang, semuanya berawal pada bulan Agustus

2020 merupakan lokasi Fithub pertama resmi dibuka, bulan Januari 2021 merupakan lokasi kemitraan pertama buka di Fithub Sunter, bulan Februari 2021 merupakan peluncuran aplikasi Fithub, bulan Juni 2021 Fithub berhasil meraih 10.000 member, November 2021 Fithub memiliki 15 lokasi di 6 kota besar, April 2022 Fithub berhasil mendapat pendanaan dari berbagai investor global 3 juta USD, bulan Agustus 2022 merupakan peluncuran aplikasi Fithub 2.0, November 2022 Fithub memiliki 38 lokasi di 9 kota besar, Desember 2022 Fithub berhasil meraih 60.000 member, Januari 2023 kembali mendapat pendanaan lanjutan sebesar 3,5 juta USD, Mei 2023 Fithub mengadakan peresmian klub ke-50 dan merupakan brand gym terbesar se-Indonesia. Untuk luasan Fithub Gading Serpong sendiri kurang lebih 480m² karena 2 ruko disatukan sedangkan Fithub terbesar di Tangerang ada di Tangcity Mall dan Karawaci. Kemudian peneliti bertanya mengenai flow pengunjung yang berada di Fithub yaitu :

- a) Member memasuki area gym melalui entrance
- b) Melakukan scan barcode sebagai tanda kehadiran
- c) Diberikan kunci loker oleh receptionist
- d) Menyimpan barang bawaan di area loker pria dan wanita
- e) Melakukan aktivitas gym
- f) Biasanya ada yang mandi atau hanya bersih-bersih dan ganti baju setelah olahraga
- g) Mengembalikan kunci loker ke receptionist
- h) Biasanya ada yang istirahat atau kerja dulu di area lounge

i) Pulang

Lalu, untuk flow staff atau karyawan bekerja adalah sebagai berikut :

i) Untuk Staff Cleaning dan Customer Service, mereka sama memilii

2 shift yaitu :

- a. Shift 1 : 06.00 - 14.00
- b. Shift 2 : 14.00 - 23.00

ii) Untuk Fitness Consultant mereka hanya 1 jam :

- a. Hari biasa : 11.00 - 20.00
- b. Akhir pekan : 11.00 - 18.00

iii) Untuk personal trainer mereka jamnya menyesuaikan dengan client

iv) Flow Cleaning Service :

- a. Datang, lalu buka tempat gym
- b. Bersih-bersih tempat gym

(ii) Flow Customer Service :

- a. Datang
- b. Lalu membantu member melakukan scan barcode

v) Flow Fitness Consultant :

- a. Datang
- b. Grooming
- c. Membuat Appointment dengan client
- d. Melakukan contacting dengan client

Untuk jumlah karyawan yang bekerja pada Fithub Gading Serpong adalah total ada 22 staff (4 customer service, 4 cleaning service, 6 fitness consultant, 8 personal trainer) dengan struktur organisasi dikepalai oleh CEO Fithub Indonesia, *General Manager of Fithub, Club Manager, Sales Manager*. Untuk *Sales Manager* mengepalai 2 posisi yaitu *Fitness Consultant* dan *Personal Trainer* sedangkan untuk *Operational Manager* mengepalai 2 posisi yaitu *customer service* dan *cleaning service*. Jumlah pengunjung terbanyak yang pernah datang ke Fithub Gading Serpong adalah sekitar 400 orang, namun untuk per harinya ada di 180 hingga 160 pengunjung. Kemudian berdasarkan data dari beliau bahwa kalau untuk kelas-kelas lebih banyak ibu-ibu sambil menunggu anak pulang sekolah, kalau umur sekitar 25-38 tahun, untuk area gymnya lebih banyak ke anak kuliah, sedangkan kalau anak SMA jarang. Biasanya tingkat ramainya tidak tantu, kadang bisa senin atau rabu, atau selasa dan kamis, Bisa kadang-kadang weekend ramai bisa juga sepi. Kalau tanggal merah biasanya paginya ramai. Biasanya paling ramai malam hari. Rata-rata pengunjung yang melakukan fitness adalah 2 jam. Kecuali ada yang buru-buru biasa untuk isi waktu luang. Untuk domisili pengunjung Fithub Gading Serpong kebanyakan pastinya dari Gading Serpong, namun ada juga dari Surabaya karena mungkin ada yang lagi ada kerjaan disini, Jakarta Timur juga ada. Kadang dari Alam Sutera dan Karawaci juga ada, Untuk jenis-jenis areanya ada terdapat area kardio, area fungsional, kelas atau studio multifungsi, dan terakhir adalah area angkat beban. Untuk total dari alat yang

berada di Fithub Gading Serpong adalah 18 buah, dan kemungkinan ada penambahan berikutnya. Tapi karena juga satu alat bisa untuk beberapa fungsi.



Gambar 3.21 - Wawancara bersama head marketing Fithub Gading Serpong

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.3.6 Wawancara Manager Daikin Indonesia

Narasumber yang terakhir merupakan Manager dari Daikin Indonesia yang dilakukan pada tanggal 16 Agustus 2023 pada pukul 11.00 – 13.00 siang di lantai 7 Menara Astra, Jalan Sudirman, Jakarta. Berikut merupakan hasil wawancaranya

Pertama-tama narasumber meminta peneliti untuk memberikan gambaran dari denah bangunan yang akan dirancang agar bisa terbayang akan seperti apa nanti untuk penghawaannya dan jenisnya. Pada denah ini narasumber menyarankan untuk memberikan ruang janitor yang cukup besar pada bangunan ini karena untuk

maintainance sebuah tempat *fitness* akan besar. Tidak lupa juga ruang laundry untuk handuk-handuk bekas pakai oleh pengunjung juga ruangannya disarankan untuk besar. Menurut narasumber, ruangan yang menimbulkan bau disarankan untuk diberi penghawaan berupa AC, karena fungsi ACnya adalahnya untuk menghilangkan bau tersebut atau alternatif lainnya diberikan alat berupa *exhaust fan* sehingga akan terjadi pertukaran dengan udara luar dengan dalam ruangan. Narasumber juga menyarankan pada area kolam renang menggunakan atap *skylight* sehingga sinar matahari tetap bisa masuk ke dalam ruangan dengan baik. Karena pada area kolam renang disebelahnya terdapat kafe sehingga narasumber menyarankan untuk memberi penghawaan AC pada area kafe agar pengunjung dapat merasa nyaman pada saat makan atau minum dengan suhu standar internasional kenyamanan manusia adalah 24 derajat *celcius* sedangkan normalnya pada tempat *fitness* suhu yang normal adalah 26-27 derajat masih normal. Biasanya untuk ukuran sebuah tempat *fitness* yang luas membutuhkan AC yang ukurannya lebih dari 3 pk, sehingga apabila menggunakan AC dengan jenis *split wall* merupakan pilihan yang kurang cocok karena ukuran paling besarnya hanya sampai 3 pk kemudian penyebaran pendinginan pada ruangannya tidak merata. Sehingga pilihan yang tepat menurut narasumber adalah menggunakan AC yang *ceiling concealed* atau biasanya AC yang ditanam di dalam plafond itupun kalau perancangannya menggunakan plafond, jika tidak bisa diekspos saja ceilingnya sehingga terlihat. Dengan sistem seperti *ducting* penyebaran pendinginan ruangan akan lebih merata selain itu secara interior tampilannya akan lebih cantik. Atau

ada pilihan lainnya menggunakan *cassette* dengan keuntungan biaya instalasi lebih murah dengan peletakan pada langit-langit harus ditengah-tengah ruangan agar pendinginan pada ruangan bisa merata. Untuk menghitung kebutuhan penghawaan dalam satu ruang ada rumus khususnya yaitu luas area yang akan dirancang dikali dengan BTU per jamnya dibagi 9000. BTU merupakan *British Thermal Unit* atau satuan energi yang banyak digunakan di Amerika, untuk BTU pada residensial dan tempat fitness berbeda. Karena target suhu pada tempat fitness tidak ditargetkan terlalu dingin makan untuk BTUnya bisa dikalikan 900-1000 dengan pertimbangan dinding semuanya penuh kaca dan ketinggian langit-langit pada ruangan 3 meter. Dalam hal ini narasumber menyarankan untuk menggunakan sistem AC VRV karena secara outdoor AC fasad pada bangunan tidak akan jelek karena tidak akan terlalu banyak, listriknya akan jauh lebih hemat dan sistem kontrolnya sudah lebih canggih yaitu *centralized control* nya yang pastinya akan lebih aman karena ada sistem pengunci suhu sehingga tidak dapat dimainkan seenaknya lalu ada juga sistem otomatis yang dijadwalkan misalnya akan menyala hanya pada saat jam buka hingga nanti jam tutup dan yang terakhir dapat di kontrol secara daring darimana pun. Biasanya pada sebuah komersil sekitar 60% biaya operasional berada pada AC. Untuk masalah bau keringat pada ruangan solusinya adalah adanya istilah IAQ (*Indoor Air Quality*) yang membicarakan soal kualitas udara dalam sebuah ruangan secara kebersihan, kehigenisan, dan kadar oksigennya. Alatnya adalah *Daikin Fresh Air (VAM)* dimana alat ini memungkinkan adanya sistem ventilasi pada ruangan sehingga udara luar akan

dilakukan proses filtrasi idealnya menggunakan filter PM 2.5 namun opsional lalu disaring kembali dengan mesin ini (jadi disaringnya dua kali) dan hasil udara bersih akan disalurkan melalui duct bersamaan dengan *supply* udara dingin lalu akan disebarluaskan merata keruangan dan dihisap kembali lalu disinggungkan dengan udara yang masuk tadi lalu dibuang keluar sehingga dengan adanya alat ini dapat menjadi solusi agar ruang fitness tidak akan pengap dengan bau keringat dan adanya tersedia oksigen dalam ruangan.



Gambar 3.22 - Wawancara bersama Manager Daikin Indonesia

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)