

**STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH ANGGOTA GYM BARU
PADA BASEFIT CLUB MENGGUNAKAN
METODE DESIGN THINKING**

TUGAS AKHIR



Auliya Jihanda

(1211001032)

Joseph Andreas Horasio

(1211001041)

Muhammad Dias Zahwan Khalid

(1211001036)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Dias Zahwan Khalid

NIM : 1211001036

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dias', followed by a long, sweeping horizontal stroke.

Tanggal : 26 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Dias Zahwan Khalid

NIM : 1201001036

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Jumlah Anggota Gym Baru pada Basefit Club
Menggunakan Metode Design Thinking

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

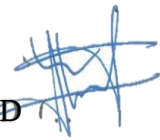
Pembimbing : Yth Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D



Penguji 1 : Yth Bapak Raden Aryo Febrian, S.E. M.M



Penguji 2 : Yth Bapak Arief Bimantoro Suharko, BSEE, M.Sc.Eng, Ph.D



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 1 September 2025

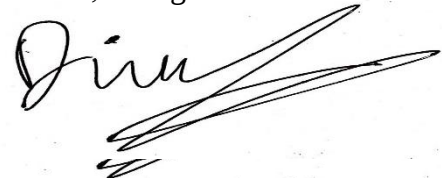
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Sang Pemilik waktu dan penentu segala jalan. Atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menuntaskan perjalanan panjang penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “**Strategi Peningkatan Jumlah Anggota Gym Baru pada Basefit Club Menggunakan Metode Design Thinking**”. Perjalanan menulis skripsi ini bagaikan sebuah maraton: ada saat-saat penuh semangat, ada pula rintangan yang membuat langkah terasa berat. Namun, setiap lelah menjadi bermakna karena ditemani doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang senantiasa memberi kesehatan, kekuatan, dan kesempatan sehingga karya ini dapat terselesaikan.
2. **Ayah dan Ibu tercinta**, Terima kasih karena tidak pernah berhenti percaya pada anakmu, bahkan ketika ia meragukan dirinya sendiri. Doa-doa kalian adalah pelindung yang tak terlihat, namun selalu terasa. Setiap langkah kecil yang berhasil kutempuh adalah buah dari kesabaran dan pengorbanan kalian. Skripsi ini mungkin ditulis dengan tinta, tetapi sesungguhnya ia lahir dari air mata dan cinta kalian.
3. **Dosen Pembimbing**, yang dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaan telah memberikan arahan, koreksi, dan motivasi, sehingga penulis belajar bahwa ilmu bukan hanya soal teori, tetapi juga kesungguhan hati.
4. **Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**, yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. **Manajemen dan anggota Basefit Club**, yang telah membuka ruang, berbagi cerita, dan menjadi bagian penting dari proses penelitian ini.
6. **Sahabat-sahabat seperjuangan**, yang menemani dengan tawa, dukungan, dan doa, menjadikan perjalanan ini lebih bermakna dan penuh warna.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, tetapi kontribusinya begitu berarti bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan agar karya ini dapat lebih baik di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini memberi manfaat, bukan hanya sebagai syarat akademis, tetapi juga sebagai sumbangan pemikiran bagi siapa pun yang berjuang menghidupkan semangat komunitas di dunia kebugaran.

Jakarta, 26 Agustus 2025



Muhammad Dias Zahwan Khalid

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dias Zahwan Khalid
NIM : 1211001036
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Design Thinking

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Peningkatan Jumlah Anggota Gym Baru Pada Basefit Club Menggunakan Metode Design Thinking

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Agustus 2025

Yang menyatakan



Muhammad Dias Zahwan Khalid

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merancang strategi pemasaran inovatif untuk meningkatkan jumlah anggota baru di Basefit Club dengan menggunakan metode Design Thinking. Latar belakang penelitian berawal dari permasalahan jumlah anggota aktif yang cenderung menurun meskipun pendaftar baru mengalami peningkatan. Persaingan ketat di industri kebugaran, keterbatasan strategi promosi, dan belum adanya program pemasaran partisipatif berbasis komunitas menjadi faktor utama yang menghambat pertumbuhan anggota aktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi terhadap manajemen, anggota aktif, serta calon anggota gym. Tahapan Design Thinking yang digunakan meliputi Empathize, Define, Ideate, dan Prototype. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis komunitas dan pengalaman langsung, seperti penyelenggaraan event kompetisi kebugaran Crossfit Clash Throwdown yang ramah pemula, dapat meningkatkan ketertarikan calon anggota, memperkuat interaksi antaranggota, serta mendorong konversi pendaftar potensial menjadi anggota aktif. Kesimpulannya, penerapan Design Thinking mampu menghasilkan strategi pemasaran yang lebih relevan, interaktif, dan berkelanjutan, sehingga berpotensi memperkuat daya saing Basefit Club di tengah kompetisi industri kebugaran.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Design Thinking, Anggota Baru, Gym, Event Komunitas.*

ABSTRACT

This study aims to design an innovative marketing strategy to increase the number of new members at Basefit Club using Design Thinking methods. The research background stems from the declining number of active members despite an increase in new registrations. Fierce competition in the fitness industry, limited promotional strategies, and the absence of communitybased participatory marketing programs are the main factors hindering the growth of active members. This study used a qualitative approach, collecting data through in-depth interviews, direct observation, and documentation studies with management, active members, and prospective gym members. The Design Thinking stages used included Empathize, Define, Ideate, and Prototype. The results show that community-based strategies and direct experience, such as the beginner-friendly Crossfit Clash Throwdown fitness competition, can increase the interest of prospective members, strengthen interactions between members, and encourage the conversion of potential registrants into active members. In conclusion, the application of Design Thinking can produce a more relevant, interactive, and sustainable marketing strategy, potentially strengthening Basefit Club's competitiveness in the competitive fitness industry.

Keywords: *Marketing Strategy, Design Thinking, New Members, Gym, Community Event.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR BAGAN	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Design Challenge.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti	11
1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Gaya Hidup Berolahraga.....	13
2.1.2 Prilaku Konsumen Gym.....	14
2.2 Efektivitas Strategi Pemasaran	14
2.3 Inovasi Strategi Pemasaran	15
2.4 Peningkatan Jumlah Anggota Gym Baru	17
2.5 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19

3.2 Pendekatan Design Thinking.....	19
3.2.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
3.2.2 Objek Penelitian.....	21
3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.2.4 Sumber Data.....	22
3.2.5 Empathize (Berempati secara Mendalam).....	22
3.2.6 Define (Merumuskan Wawasan dan Tantangan Desain).....	25
3.2.7 Ideate.....	27
3.2.8 Prototype.....	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Design Challenge	32
4.2 Emphatize.....	33
4.2.1 Wawancara.....	33
4.2.2 Pandangan dari Observasi Pribadi	37
4.2.3 <i>Emphaty Map</i>	38
4.2.4 Pengguna.....	41
4.3 Define	41
4.3.1 Tema Insight 1 – Promosi dan Akses Awal.....	41
4.3.2 Tema Insight 2 – Pengalaman Member Baru	41
4.3.3 Tema Insight 3 – Komunitas dan Event.....	42
4.3.4 Tema Insight 4 – Motivasi Pribadi.....	42
4.3.5 Tematik Insight: Komunitas dan Event	43
4.4 Ideate.....	45
4.4.1 Design Challenge	45
4.4.2 Tematik Insight	45
4.4.3 Opsi Beberapa Ide.....	46
4.4.4 Simpulan Insight	46
4.4.5 Problem Statement.....	47

4.4.6 How Might We	47
4.4.7 Ide Terpilih.....	47
4.4.8 Penjelasan Umum Ide	47
4.4.9 Bagaimana Dampak Ide Ini Tentang Permasalahan / Tantangan Yang Sedang Anda Angkat	54
4.5 Prototype	55
4.5.1 Poster Promosi Basefit.....	56
4.5.2 Kupon Promosi Basefit.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	60
5.2.2 Saran Untuk Perusahaan	61
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR LAMPIRAN.....	64
Lampiran 1. Hasil Wawancara	64
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara	65
Lampiran 3. Dokumentasi Hasil Observasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Basefit Club Gym.....	2
Gambar 1.2 Tempat Gym Di Daerah Kalibata, Jakarta Selatan.....	5
Gambar 3. 1 Empathy Map Canvas.....	25
Gambar 4.1 Instagram Basefit @Basefit_Club.....	32

Gambar 4.2 Empathy Map.....	40
Gambar 4.3 Tematik.....	45
Gambar 4.4 Susunan Acara.....	48
Gambar 4.5 Susunan Panitia.....	49
Gambar 4.6 Merchandise Lomba Crossfit Clash Throwdown.....	53
Gambar 4.7 Storyboard.....	55
Gambar 4.8 Poster Promosi Basefit.....	57
Gambar 4.9 Kupon Promosi Basefit.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wawancara Chief Executive Officer Basefit Club.....	11
Tabel 3.1 Profil Narasumber Untuk Wawancara.....	24
Tabel 4.1 <i>Wawancara Manager Operational Basefit Club</i>	34
Tabel 4.2 Wawancara User - Member Active Basefit Club.....	35
Tabel 4.3 Wawancara User - Member Active Basefit Club.....	36
Tabel 4.4 Wawancara User - Member Active Non Basefit Club.....	37
Tabel 4.5 Opsi Beberapa Ide.....	46
Tabel 4.6 Daftar Hadiah Lomba.....	53

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Pertumbuhan Gym Di Daerah Kalibata, Jakarta Selatan.....	4
Bagan 1.2 Total Member Aktif Di Basefit Club Per Februari 2025.....	6
Bagan 1.3 Total Member Aktif Di Basefit Club Per Juli 2025.....	7
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Bagan 3.1 Alur Metode Design Thinking.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara.....	64
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	65
Lampiran 3. Dokumentasi Hasil Observasi.....	66