

BAB II

PEMBENTUKAN IDE BISNIS

2.1 Validasi Ide Bisnis

Sub-bab ini menjadi dokumentasi proses validasi ide bisnis MoovPal yang dilakukan oleh penulis bersama tim dalam pelaksanaan PROSTEP *Entrepreneurship and Innovation Program*. Validasi bisnis penting untuk dilakukan karena dapat menggali inti permasalahan yang dihadapi oleh calon pengguna, memastikan ide yang diangkat memiliki potensi nyata untuk dikembangkan. Validasi MoovPal dilakukan dengan mendalami kebutuhan dasar calon pengguna, melakukan pengumpulan data dalam bentuk wawancara dan kuesioner, analisis peluang dan tantangan, serta membahas konsep bisnis bersama tim dan pembimbing untuk menguji kesesuaian solusi dengan kebutuhan pasar.

2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis

MoovPal didirikan dari sebuah gagasan untuk membuat olahraga terasa lebih menyenangkan, sehingga meningkatkan konsistensi seseorang dalam berolahraga. Melalui observasi pribadi, penulis dan tim melihat banyaknya dewasa muda usia 20–24 tahun pada daerah perkotaan yang memiliki gaya hidup sedenter. Gaya hidup tersebut akan menimbulkan berbagai dampak negatif pada seseorang, seperti meningkatkan risiko untuk menderita penyakit tidak menular (Kemenkes, 2023).

Ide awal aplikasi ditujukan kepada pengguna usia 20-30 tahun dengan gaya hidup yang tidak aktif, bertujuan untuk meringankan rasa jenuh berolahraga melalui personalisasi dan *feedback* terhadap pola makan, jadwal tidur, dan rutinitas berolahraga pengguna. Setelah melakukan riset melalui penelusuran jurnal dan artikel, ditemukan bahwa banyak dewasa muda memiliki pola hidup yang kurang baik, meskipun mayoritas orang sudah mengetahui risiko dan bahkan sudah mengalami dampak dari gaya hidup

tersebut. Pertentangan antara kedua fakta tersebut mendorong penulis dan tim untuk menggali informasi lebih dalam.

Melalui wawancara yang dilakukan terhadap responden berusia 18-30 tahun di Tangerang, ditemukan bahwa banyak responden lebih ingin berolahraga apabila dilakukan bersama teman. Hasil tersebut didukung oleh riset Zari et al. (2025) yang menemukan bahwa dukungan dari teman dan keluarga dalam berolahraga berpengaruh positif terhadap aktivitas fisik seseorang. Dari 360 responden, ditemukan bahwa terdapat korelasi signifikan antara dukungan teman dan kebiasaan berolahraga, dengan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Penemuan ini membuat penulis dan tim melakukan pivot kepada ide bisnis sehingga fokus pada aspek sosial dari olahraga untuk membantu meningkatkan aktivitas fisik serta retensi pengguna aplikasi.

Sebuah kuesioner juga dilaksanakan untuk mengkaji tingkat aktivitas dewasa muda. Kuesioner tersebut dituju kepada dewasa muda berusia 18-30 tahun pada domisili Tangerang. Hasil penelitian menemukan bahwa 39,8% responden tidak atau jarang berolahraga dalam seminggu, sementara 42,7% responden berolahraga 1-3 kali tiap minggu.



Gambar 2.1 Jawaban responden mengenai kebiasaan berolahraga.

Berdasarkan data kuesioner, penulis dan tim memutuskan untuk menonjolkan fitur panduan dan pencatatan olahraga yang akan membantu pengguna yang tidak memiliki pengalaman berolahraga. Fitur gamifikasi akan diintegrasikan kepada fitur panduan dan pencatatan untuk meningkatkan komitmen seseorang menjaga konsistensi rutinitas olahraganya. Penerapan

fitur tersebut diharapkan akan meningkatkan retensi pengguna, sehingga mendukung mereka untuk mencapai gaya hidup yang lebih sehat.

2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis

Setelah menghasilkan ide bisnis, penulis bersama tim melakukan validasi data melalui data primer dan sekunder, dan membahas konsep usaha dengan pembimbing internal dan eksternal. Berdasarkan hasil tersebut, penulis dan tim merancang sebuah aplikasi yang mendorong konsistensi olahraga melalui stimulus eksternal, dengan memadukan olahraga bersama teman dengan elemen gamifikasi, dan personalisasi target capaian. Ketiga fitur tersebut diharapkan akan meningkatkan retensi pengguna aplikasi, sehingga mereka terdorong untuk terus berolahraga secara berkelanjutan.

1. Model Bisnis

MoovPal menganut model bisnis B2C (*Business to Customer*). Model bisnis B2C merujuk kepada sebuah usaha yang mengandalkan pengguna sebagai konsumen utama produk atau jasa yang ditawarkan (Kenton, 2025). Aplikasi menghasilkan pendapatan melalui beberapa cara, seperti sistem langganan yang akan membuka akses pengguna kepada fitur-fitur berbayar pada aplikasi. Selain itu, aplikasi juga menerapkan *in-app purchase* dan iklan bagi pengguna yang ingin memperoleh dekorasi profil lebih cepat dan bersifat eksklusif.

Tidak hanya itu, MoovPal juga memiliki sistem *event*. *Event* adalah sebuah kelas yang diadakan bersama seorang *personal trainer* pada waktu tertentu dengan kapasitas yang terbatas. MoovPal akan menyewa seorang *personal trainer* dan pengguna aplikasi dapat mengikuti kelas dengan membayar biaya pendaftaran. Ke depannya, sistem ini akan dikembangkan menjadi model B2B (*Business to Business*). Sistem *event* ditujukan bagi *personal trainer* yang ingin mengadakan dan memasarkan kelas di dalam aplikasi. Tiap *personal trainer* dapat mengatur sendiri jadwal, kapasitas, dan harga yang ditawarkannya, sementara MoovPal mengambil sebagian keuntungan yang diperoleh penyelenggara kelas.

MoovPal juga menjalin kerja sama dengan pihak eksternal untuk memasarkan produk melalui media mitra. Aplikasi juga dapat berkolaborasi dengan memasarkan produk atau jasa kolaborator di dalam aplikasi. Kemitraan ini memungkinkan calon kolaborator untuk meningkatkan eksposur dan popularitasnya, sementara MoovPal mendapatkan keuntungan moneter. Kerja sama ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan kedua belah pihak.

2. Fitur

Terdapat lima fitur yang akan diimplementasikan dalam aplikasi MoovPal, yaitu:

a. Panduan Berolahraga

Bagi pengguna aplikasi MoovPal, mereka dapat mengakses panduan visual olahraga yang ditujukan bagi pemula. Pengguna juga dapat menetapkan target yang ingin dicapai dan menyesuaikan preferensi olahraga sesuai kebutuhan. Aplikasi akan memberikan rekomendasi jenis olahraga berdasarkan target yang telah ditentukan sebelumnya, lengkap dengan *reminder* rutinitas dan estimasi waktu olahraga.

Pengguna dapat menyusun rutinitas olahraga menggunakan sistem *tagging* yang mengelompokkan setiap jenis olahraga berdasarkan kategori. Olahraga dikelompokkan berdasarkan jenis gerakan, tingkat kesulitan, intensitas energi yang dibutuhkan, peralatan yang digunakan, dan lainnya. Apabila pengguna ingin melakukan olahraga yang belum tersedia dalam aplikasi, mereka dapat menambahkannya secara manual kepada kategori yang sesuai.

Aplikasi akan memperbarui konten dengan menambahkan gerakan olahraga baru, rutinitas tambahan, atau meningkatkan intensitas latihan secara berkala. Hal ini memberikan tantangan tambahan sekaligus membantu pengguna untuk mengembangkan keterampilan dalam berolahraga. Tantangan ini bersifat opsional dan dapat diabaikan oleh pengguna. Apabila sebuah tantangan berhasil diselesaikan, maka pengguna dapat memasukkannya ke dalam rutinitas harian mereka.

MoovPal juga akan mencatat statistik seperti jumlah kalori yang terbakar selama olahraga berlangsung. Data ini terbatas bagi mereka yang membayar langganan aplikasi, memberikan gambaran lebih detail mengenai hasil olahraga pengguna. Fitur ini akan bermanfaat terutama bagi pengguna yang lebih berpengalaman.

b. Sosial

MoovPal juga menyediakan fitur sosial seperti *group chat* dengan tema tertentu dan forum untuk mendorong terbentuknya komunitas pada aplikasi. Forum memfasilitasi diskusi seputar olahraga dan interaksi antar pengguna. Selain itu, tiap pengguna dapat mengikuti dan berteman dengan akun lainnya. Pengguna dapat mengunggah statistik olahraga yang dimilikinya kepada forum atau mengirimkannya kepada pengguna lain yang sudah saling berteman.

c. *Tracker*

MoovPal memiliki fitur *tracker* yang mencatat aktivitas olahraga pengguna. Fitur ini menunjukkan aktivitas apa saja yang sudah dilakukan serta perkembangan pengguna sejak awal menggunakan aplikasi. Pengguna dapat mencatat kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya, baik olahraga mandiri maupun kegiatan seperti *challenge* dan *expedition*. Setiap aktivitas yang tercatat dalam fitur *tracker* akan memberikan poin dan koin sebagai bentuk apresiasi. Poin yang telah terkumpul akan dimasukkan ke dalam sebuah *leaderboard*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membandingkan poin yang telah diraih dengan teman-temannya. Selain itu, koin juga dapat digunakan untuk pembelian *badge*, dekorasi profil, serta fitur lainnya seperti *streak freeze*, dan *double point*.

d. *Challenge*

Aspek gamifikasi MoovPal juga diwujudkan melalui fitur *challenge*. Fitur ini adalah serangkaian kegiatan yang diberikan kepada pengguna. Apabila pengguna menyelesaikan kegiatan yang tertera, ia akan mendapatkan poin lebih yang kemudian dapat ditukarkan dengan

dekorasi profil atau fitur-fitur lainnya. Kegiatan ini dapat dibagi menjadi dua, yakni *challenge* pribadi dan *challenge* publik. *Challenge* pribadi diisi oleh kegiatan-kegiatan kecil yang disediakan oleh aplikasi dan diperbarui setiap hari, sedangkan *challenge* publik terdiri dari rutin olahraga yang diciptakan oleh pengguna ataupun mitra aplikasi.

e. *Expedition*

Salah satu fitur unggulan MoovPal adalah kemampuan pengguna untuk berolahraga bersama secara daring dan mengumpulkan poin untuk mengalahkan sebuah monster. *Expedition* ini dapat dibuat oleh siapa pun dalam jumlah terbatas, dengan jumlah partisipan sebanyak 2–4 orang. Kegiatan ini disajikan dalam sebuah peta permainan yang terdiri dari 3 komponen, yaitu sesi olahraga, *special event*, dan *boost*. Sebelum sesi *expedition* dimulai, setiap pengguna dapat menentukan jenis olahraga yang akan muncul dalam peta permainan berdasarkan kategori seperti jenis gerakan, tingkat kesulitan, dan intensitas energi yang dibutuhkan.

Saat sesi *expedition* berlangsung, pengguna akan mendapatkan arahan olahraga secara acak berdasarkan daftar yang telah ditentukan sebelumnya. Jika pemain menjumpai *special event tile*, pengguna akan mendapatkan kegiatan fisik yang lebih sulit dan bervariasi dengan imbalan poin lebih banyak. *Boost* memberikan pemain berbagai kekuatan untuk digunakan pada sesi *expedition* yang berlangsung, seperti poin tambahan, melompati satu kegiatan, dan lain-lain.

Setelah semua peserta mencapai akhir dari peta permainan, poin setiap pengguna akan ditotalkan dan dibandingkan dengan poin yang dimiliki monster. Apabila poin total pemain lebih tinggi dibandingkan poin monster, maka tim pemain akan dinyatakan menang dan mendapatkan poin lebih pada *tracker*. Apabila poin pemain di bawah batas ambang poin monster, maka pemain akan diberikan opsi untuk olahraga sekali lagi, dengan tingkat kesulitan yang disesuaikan dengan selisih antara poin pemain dan monster. Apabila pemain tidak dapat

melakukannya, maka akan dinyatakan kalah dan tidak mendapatkan poin bonus untuk dimasukkan ke dalam *tracker*.

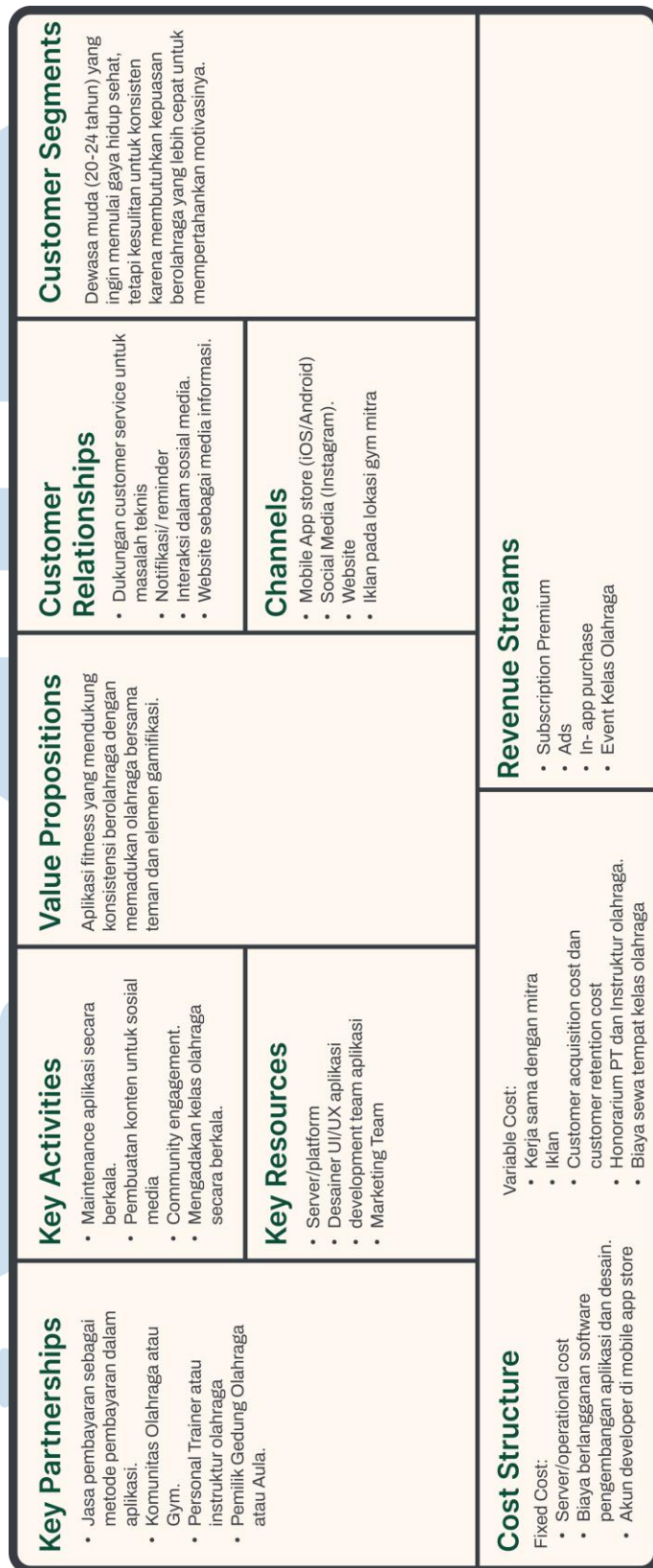
3. Pemasaran

Fokus utama pemasaran MoovPal adalah pemanfaatan *online channel* dengan mengunggah konten pada media sosial untuk membangun sebuah komunitas secara organik. Saat produk pertama kali diluncurkan, konten yang disajikan akan mengutamakan pengenalan aplikasi dan merek MoovPal kepada masyarakat. Konten akan disampaikan menggunakan gaya bahasa yang santai dan mengandung humor yang relevan dengan kalangan dewasa muda usia 20–24 tahun. Pendekatan ini dipilih untuk menguatkan citra MoovPal sebagai sebuah aplikasi yang dapat memfasilitasi terbentuknya komunitas olahraga daring dan berolahraga bersama teman, mengedepankan aspek menyenangkan dan kebersamaan antar pengguna. Tampilan UI aplikasi juga didesain agar sesuai pendekatan tersebut, menggunakan gaya desain yang cerah dan modern.

Selain pemasaran daring, MoovPal juga mempromosikan produknya secara luring. Baik di lapangan olahraga maupun *gym* mitra, MoovPal menawarkan diskon berlangganan bagi pengunjung tempat tersebut. Promosi dijalankan menggunakan media fisik seperti brosur, *banner*, atau poster yang ditempatkan pada area-area strategis. Pemasaran luring dilakukan untuk menargetkan pengunjung lapangan olahraga/*gym* mitra agar mengunduh dan menggunakan aplikasi.

2.2 Business Model Canvas

Menurut Rizki (2024), *Business Model Canvas* (BMC) merupakan visualisasi rancangan dan analisis model bisnis, digunakan sebagai panduan dalam mengidentifikasi peluang. BMC MoovPal dirancang berdasarkan arahan pembimbing internal dan eksternal, sekaligus merangkum model bisnis yang diterapkan. *Business Model Canvas* yang telah dirancang sebagai berikut:



Gambar 2.2 Business Model Canvas MoovPal

1. *Key Partnership*

Key partnership merujuk kepada sebuah kolaborasi dengan mitra dari luar perusahaan untuk mendukung keberhasilan bisnis (Rizki, 2024). MoovPal akan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk mendukung pemasaran dan menjamin kelancaran operasional aplikasi. Salah satu mitra strategis adalah pemilik lapangan olahraga maupun *gym* untuk meningkatkan pemasaran dan *brand awareness* kepada *target market* MoovPal. Kerja sama ini diharapkan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, terutama bagi MoovPal yang menguatkan pemasarannya melalui penawaran harga langganan khusus bagi *member gym* atau pengunjung lapangan olahraga. Bagi mitra, akan meningkatkan jumlah pengunjung dari sebagian pengguna yang tertarik untuk datang. Kemitraan dengan pemilik lapangan olahraga/*gym* ini dilakukan untuk membangun *userbase* dan mendukung terbentuknya komunitas antar pengguna MoovPal.

Selain itu, MoovPal bekerja sama dengan jasa pembayaran digital. Kemitraan ini penting untuk memastikan monetisasi aplikasi berjalan dengan lancar. Terutama pada pembelian langganan dan *in-app purchase*, meminimalkan kemungkinan tidak terjadinya transaksi karena pengguna mengalami kendala. Sebagai imbal balik, MoovPal akan memberikan sebagian kecil pendapatan transaksi kepada mitra sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tidak hanya itu, MoovPal menetapkan *personal trainer* sebagai *key partnership*. Kemitraan dengan *personal trainer* memiliki banyak bentuk, baik untuk mengembangkan aplikasi ataupun penyelenggaraan *event*. Saat aplikasi menciptakan rutin atau memasukkan gerakan olahraga baru, seorang *personal trainer* akan dihubungi untuk memberikan masukan, memastikan rutin atau gerakan tidak keliru. Selain itu, MoovPal juga akan menghadirkan seorang *personal trainer* untuk mengadakan kelas dengan waktu, tanggal, kapasitas, dan harga tertentu pada fitur *event*. Ke depannya, fitur ini akan dikembangkan menjadi fasilitator bagi *personal*

trainer yang ingin membuka kelas di dalam aplikasi. Apabila membuka kelas melalui aplikasi MoovPal, maka aplikasi akan mengambil sebagian pemasukan sebagai biaya administrasi.

Sebuah kerja sama dengan pemilik aula atau gedung olahraga juga dapat dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mendukung penyelenggaraan *event* aplikasi. Melalui kerja sama ini, MoovPal dapat menikmati harga penyewaan yang lebih murah. Memberikan keuntungan kepada pemilik aula atau gedung olahraga dengan memberikan mereka sumber pemasukan yang konsisten.

2. **Key Activities**

Key activities adalah kegiatan yang perlu dilakukan secara berkala oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan nilai jual di mata pelanggan (Rizki, 2024). Kegiatan utama aplikasi MoovPal mencakup pemeliharaan aplikasi, pembuatan konten untuk sosial media, *community engagement*, serta mengadakan *event*. Pemeliharaan aplikasi penting dilakukan untuk memastikan seluruh fitur dalam aplikasi dapat berjalan dengan lancar. Seperti memberikan respons terhadap laporan *bug* atau implementasi ide dan saran yang diberikan oleh pengguna. Produksi dan pengunggahan konten secara konsisten bertujuan untuk membangun komunitas, menjaga relevansi merek MoovPal, dan mengajak orang baru untuk mengunduh aplikasi MoovPal. Selain pembuatan konten, *community engagement* juga perlu diperhatikan, karena mendukung pemasaran dan membantu membangun komunitas olahraga. *Community engagement* dilakukan dengan merancang kegiatan interaktif pada media sosial dan melakukan kampanye kecil yang melibatkan partisipasi aktif pengguna. MoovPal juga secara berkala mengadakan *event* pada aplikasi, menyediakan sesi olahraga bersama *personal trainer*.

3. **Key Resources**

Key resources adalah aset-aset yang harus dimiliki oleh sebuah bisnis agar dapat terus berjalan, seperti aset fisik, sumber daya manusia, maupun aset finansial (Rizki, 2024). Aset yang dibutuhkan MoovPal

adalah *server* dan *platform* aplikasi, desainer UI/UX, tim *developer*, dan tim *marketing*. Tanpa adanya komponen-komponen tersebut, aplikasi tidak dapat berfungsi dan berkembang.

Pemeliharaan *server* sangat penting untuk menjamin aplikasi dapat berjalan dengan baik, mengurangi kemungkinan pengguna mengalami hambatan saat menggunakan MoovPal. Selain itu, MoovPal membutuhkan sumber daya manusia dalam bentuk UI/UX *designer*, *developer* aplikasi, dan tim *marketing*. Secara jangka panjang, *developer* akan memelihara aplikasi dan implementasi fitur baru, sedangkan desainer dibutuhkan untuk memastikan fitur-fitur dalam aplikasi nyaman untuk digunakan. Selain itu, tim *marketing* berperan dalam pemasaran aplikasi, akuisisi pengguna baru, dan menjaga relevansi merek.

4. **Value Proposition**

Value proposition adalah keuntungan yang ditawarkan oleh sebuah produk atau layanan kepada pelanggan (Rizki, 2024). MoovPal mengajak dewasa muda usia 20-24 tahun untuk membangun gaya hidup lebih sehat secara konsisten, dengan memadukan olahraga bersama teman dan elemen gamifikasi. *Value proposition* dirancang berdasarkan *pain points* calon pengguna, yakni bahwa olahraga tidak membuahkan hasil secara cepat, sehingga membuat calon pengguna mudah kehilangan motivasi.

Penerapan gamifikasi kepada fitur-fitur aplikasi diharapkan dapat memberikan stimulus eksternal, yang akan berfungsi sebagai motivasi tambahan bagi pengguna. Kemampuan untuk berinteraksi dengan teman di dalam aplikasi bertujuan untuk memperoleh banyak ajakan serta dorongan untuk kembali berolahraga. Kedua hal ini diharapkan dapat memudahkan terbentuknya kebiasaan berolahraga yang konsisten.

5. **Customer Relationship**

Customer relationship merujuk pada hubungan antara bisnis dengan pelanggannya (Rizki, 2024). Hubungan antar MoovPal dan pelanggan diwujudkan melalui notifikasi yang berfungsi sebagai *reminder* untuk

melakukan olahraga. Fitur ini mendorong konsistensi dan retensi pengguna dalam menjalankan gaya hidup yang lebih aktif.

Aplikasi memiliki layanan *customer service*, ditujukan kepada pengguna yang mengalami kendala teknis atau kesulitan menggunakan aplikasi. Layanan ini memastikan impresi pengguna terhadap aplikasi tetap positif. MoovPal juga akan aktif pada media sosial. Mengunggah konten interaktif yang mengajak pengguna untuk berpartisipasi dan berinteraksi, memperluas jangkauan merek, sekaligus menjaga relevansi aplikasi MoovPal. Selain itu, MoovPal juga menghadirkan sebuah *website*, melakukan *search engine optimization* (SEO) untuk mempermudah calon pengguna yang ingin mencari informasi lebih lanjut.

6. *Channels*

Channels merupakan sarana sebuah produk didistribusikan kepada pelanggan (Rizki, 2024). Saluran utama MoovPal adalah *mobile app store* seperti Play Store dan App Store. Adapun saluran lainnya seperti unggahan media sosial, *website*, iklan pada lapangan olahraga, *gym*, dan web, serta penyelenggaraan *event* olahraga yang rutin dilakukan aplikasi. Semua saluran ini berfungsi sebagai sarana pemasaran dengan tujuan memperkenalkan dan menguatkan citra MoovPal kepada masyarakat luas. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap merek MoovPal diharapkan akan mendorong lebih banyak pengguna untuk mengunduh aplikasi melalui *mobile app store*.

7. *Customer Segment*

Customer segment adalah pengelompokan target pasar yang akan menjadi audiens utama sebuah bisnis (Rizki, 2024). MoovPal ditujukan kepada dewasa muda berusia 20–24 tahun pada domisili Tangerang. Segmentasi tersebut memiliki keinginan untuk memulai gaya hidup sehat, namun tidak ada media yang membantu penggunaannya mempertahankan kebiasaan berolahraga. Selain itu, rentang usia tersebut memiliki literasi digital yang tinggi, lebih banyak menggunakan media digital dibandingkan rentang usia sebelumnya. Oleh karena itu, mereka

membutuhkan media aplikasi yang memberikan stimulus eksternal, bertujuan untuk membantu menjaga konsistensi olahraga.

8. *Cost Structure*

Cost structure merujuk kepada semua biaya yang dikeluarkan dalam menjalani operasional sebuah bisnis, seperti produksi, distribusi, dan komponen-komponen lainnya. (Rizki, 2024). Pengeluaran tetap MoovPal berada pada publikasi dan pemeliharaan aplikasi yang meliputi biaya akun developer pada App Store dan *server/operational cost*. Selain itu, usaha juga mengeluarkan biaya untuk berlangganan kepada aplikasi desain seperti Adobe Suite dan Figma. Biaya variabel aplikasi terletak pada kerja sama yang dijalin dengan mitra, terutama dengan jasa pembayaran, *personal trainer*, dan harga menyewa aula atau gedung olahraga. Selain itu, MoovPal juga perlu mengeluarkan biaya untuk mengakuisisi dan mempertahankan pengguna.

9. *Revenue Stream*

Revenue stream adalah seluruh sumber pendapatan yang diterima oleh sebuah bisnis (Rizky, 2024). Sumber pemasukan utama MoovPal adalah layanan langganan yang dapat dibayar secara bulanan maupun tahunan. Langganan ini menawarkan fitur-fitur yang lebih lengkap dibandingkan pengguna yang tidak membayar, seperti kemampuan untuk melihat data statistik olahraga dan peningkatan poin yang diperoleh setiap kali menyelesaikan olahraga. Selain itu, aplikasi juga menggunakan model pendapatan *in-app purchase* dan iklan, bagi pengguna yang ingin mendapatkan dekorasi profil yang bersifat eksklusif secara lebih cepat. *In-app purchase* juga diterapkan pada sistem *event*, melalui pembayaran yang dapat dilakukan pengguna yang ingin mengikuti sesi olahraga bersama *personal trainer*.

2.3 Deskripsi Perusahaan

MoovPal didirikan untuk membantu orang yang ingin memulai gaya hidup yang lebih aktif. Sebagian orang mencoba untuk mencapai gaya hidup tersebut dengan mengunduh aplikasi *fitness*, namun penggunaan aplikasi tersebut

memiliki retensi yang rendah. Berdasarkan survei yang diberikan kepada 427 responden, 75% orang berhenti menggunakan aplikasi setelah beberapa hari pertama (Herian et al., 2025). Oleh karena itu, bisnis MoovPal dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan konsistensi olahraga kalangan dewasa muda berusia 20–24 tahun, dengan cara memberikan stimulus eksternal dengan memadukan olahraga bersama teman dengan elemen gamifikasi.

MoovPal memiliki 3 nilai utama, yaitu *'playful'*, *'connection'*, dan *'encouraging'*. Nilai *'playful'* diwujudkan melalui pemilihan warna dan aspek gamifikasi yang menjadi daya tarik aplikasi, seperti kemampuan pengguna untuk mengumpulkan poin usai berolahraga serta fitur seperti *challenge* dan *expedition*. *'Connection'* dicerminkan dari penekanan aspek sosial dari olahraga, pengguna berolahraga bersama dengan temannya melalui fitur *event* dan saling menghubungi sesama pengguna. *'Encouraging'* ditampilkan dari semangat MoovPal dalam membangun rutinitas gaya hidup yang lebih sehat bagi penggunanya, memberikan imbalan dalam bentuk poin setelah pengguna selesai berolahraga dan dukungan antar teman.

Visi utama MoovPal adalah mengintegrasikan gaya hidup sehat ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, dengan membuat olahraga terasa lebih menyenangkan. MoovPal berkomitmen untuk membuat proses berolahraga lebih menyenangkan melalui penerapan gamifikasi dan olahraga bersama teman. Menghadirkan berbagai fitur untuk meningkatkan retensi pengguna, seperti poin setelah berolahraga yang akan ditampilkan pada *leaderboard* dan digunakan untuk membeli dekorasi profil.

MoovPal memiliki dua misi utama. Pertama, menerapkan inovasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan keaktifan gaya hidup dewasa muda. Misi ini dicapai dengan perancangan media aplikasi *fitness* yang menitikberatkan aspek gamifikasi dan olahraga bersama teman untuk mendorong konsistensi olahraga pengguna. Kedua, membangun komunitas suportif antar pengguna untuk meningkatkan kebersamaan dalam berolahraga. Misi ini diwujudkan dengan menghadirkan fitur sosial yang memungkinkan pengguna

untuk berolahraga bersama temannya, bergabung dalam komunitas olahraga, menghubungi pengguna lain melalui *group chat* dan *personal chat*, serta mengikuti tantangan olahraga kolaboratif bersama pengguna lainnya melalui fitur *expedition*.

Nama MoovPal merupakan gabungan dari 2 kata, yaitu “*Moov*” dan “*Pal*”. “*Moov*” merupakan modifikasi dari kata “*move*” yang berasal dari bahasa Inggris. “*Move*” memiliki ‘arti pengambilan sebuah aksi’ (Merriam-Webster, n.d.). Sementara itu, “*Pal*” berasal dari bahasa Inggris yang diartikan sebagai ‘teman’ (Cambridge Dictionary, 2026). Gabungan dari kedua kata tersebut memiliki arti ‘sebuah teman yang menemani tiap aksi pengguna’, terutama dalam menjalankan kegiatan olahraga.



Gambar 2.3 Logo Perusahaan MoovPal

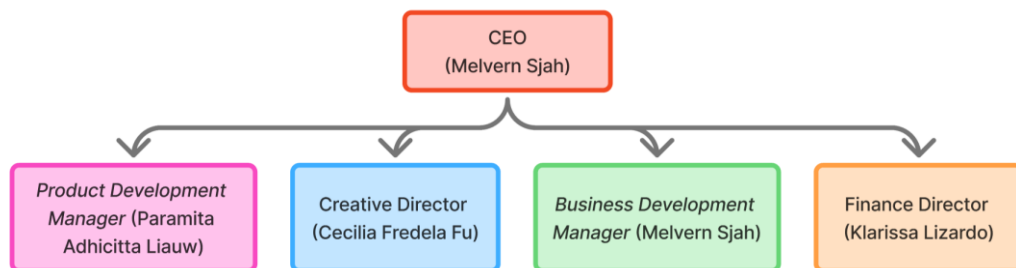
Logo MoovPal adalah *logotext* yang dibuat dari tulisan “*Moov*” dan “*Pal*”. Secara keseluruhan, logo menyerupai sebuah kelinci. Hewan ini dipilih untuk melambangkan gerakan sebuah hewan yang gesit dan lincah, seperti pengguna yang sedang olahraga menggunakan aplikasi MoovPal. Huruf M pada logo membentuk telinga kelinci. Kedua huruf O menjadi sepasang mata. Sedangkan huruf V digunakan untuk menutup samping kepala kelinci. Sementara itu, tulisan “*Pal*” diletakan pada bagian bawah logo untuk melengkapi teks “*MoovPal*”.

Aplikasi MoovPal menyediakan berbagai fitur yang dirancang untuk mendukung konsistensi pengguna dalam berolahraga. Pengguna dapat menetapkan target yang ingin dicapai, menggunakan fitur *tracker* untuk mencatat aktivitas yang dilakukan selama berolahraga dan melacak statistik seperti kalori terbakar dan total gerakan yang dilakukan. MoovPal juga memfasilitasi olahraga bersama teman dan terbentuknya sebuah komunitas, seperti menyelenggarakan dan mengikuti *challenge* dan *expedition* yang dikelola oleh pengguna aplikasi, memfasilitasi interaksi antar teman melalui *group chat* dan forum, serta membuat sebuah forum untuk melakukan diskusi seputar topik olahraga. Prinsip gamifikasi diterapkan melalui poin yang diberikan kepada pengguna setiap menyelesaikan olahraga. Poin yang terkumpul dapat ditukarkan dekorasi profil atau fitur tambahan lainnya seperti *streak freeze* dan *double point*.

Scope of business mencakup penjualan langganan aplikasi yang memiliki fitur *fitness tracker*, gamifikasi, dan fitur sosial. MoovPal juga menjalankan kemitraan dengan lapangan olahraga atau *gym* dan *payment service*. Kemitraan yang dijalankan dengan lapangan olahraga dan *gym* bertujuan untuk meningkatkan pemasaran MoovPal. Kerja sama yang dijalin dengan jasa *payment service* dilakukan untuk mempermudah proses transaksi bagi para pengguna MoovPal. Selain itu, bisnis juga akan menyelenggarakan berbagai kelas olahraga berbayar melalui sistem *event*. Sistem ini akan dikembangkan menjadi B2B, ditujukan kepada *personal trainer* yang tertarik untuk membuka kelas melalui aplikasi MoovPal.

2.4 Struktur Perusahaan

Sebuah usaha perlu memiliki struktur untuk menciptakan lingkungan yang produktif, kondusif, serta memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas. Sebuah sistem yang terorganisir akan meningkatkan produktivitas dan menurunkan kemungkinan terjadinya konflik, karena setiap individu memiliki perannya masing-masing. Maka itu, dibuatlah sebuah struktur perusahaan untuk menjamin kelancaran berjalannya bisnis MoovPal.



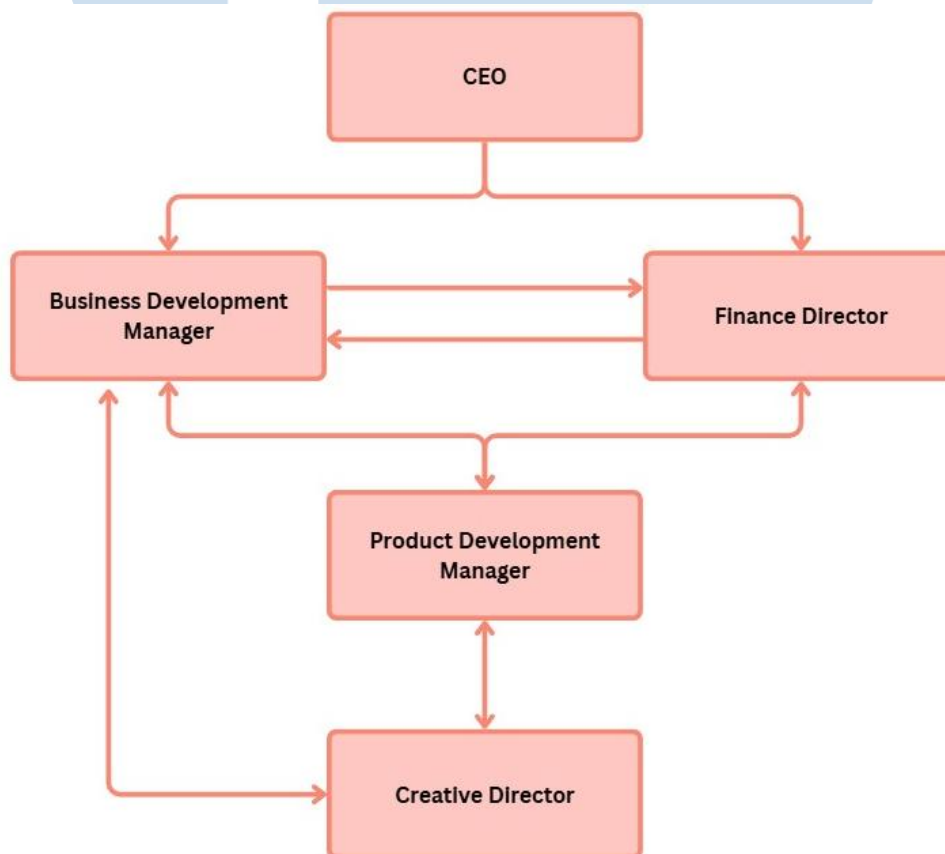
Gambar 2.4 Struktur Perusahaan MoovPal

1. Melvern Sjah, *Chief Executive Officer*: Merumuskan visi, misi, serta strategi jangka panjang perusahaan. Mengambil keputusan strategis, mengawasi operasional perusahaan, serta membangun dan memelihara hubungan dengan eksternal usaha seperti investor, regulator, dan mitra bisnis. Selain itu, memastikan sumber daya perusahaan dikelola secara optimal untuk mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Klarissa Lizardo, *Finance Director*: Bertanggung jawab atas strategi keuangan jangka panjang dan memantau kinerja finansial perusahaan. Mengawasi anggaran, arus kas, investasi, perpajakan, serta memastikan sistem, kebijakan, dan pelaporan keuangan berjalan efektif dan patuh regulasi. Sekaligus menjadi penghubung dengan bank, auditor, dan masyarakat.
3. Cecilia Fredela Fu, *Creative Director*: Mengarahkan konsep kreatif untuk meningkatkan pengalaman pengguna, melalui elemen visual seperti *mascot design*, *social media design*, dan lain-lain. Memimpin pembuatan elemen visual yang akan digunakan sebagai pedoman bagi desainer lainnya.
4. Paramita Adhicitta Liauw, *Product Development Manager*: Fokus kepada pembuatan produk, dalam aspek pengalaman pengguna dan tren pasar yang disesuaikan dengan model bisnis perusahaan. Merancang sebuah produk melalui riset, prototipe, uji pasar, hingga peluncuran produk.

Pembagian struktur di atas ditentukan secara musyawarah oleh penulis dan tim berdasarkan kemampuan tiap anggota. Struktur usaha yang dibuat memastikan bahwa tim berjalan secara efisien. Menghindari terjadinya pekerjaan redundan, karena masing-masing anggota fokus kepada perannya masing-masing.

2.5 Alur Kerja Perusahaan

Diperlukan alur kerja yang terstruktur dalam pengembangan usaha untuk menciptakan lingkungan yang kolaboratif dan efisien. Selama PROSTEP *Entrepreneurship and Innovation Program* berlangsung, alur kerja tim berawal dari *Chief Executive Officer* (CEO) dan berakhir di *Creative Director*. Alur kerja yang digunakan selama perancangan MoovPal berlangsung sebagai berikut:



Gambar 2.5 Alur Koordinasi Tim *Entrepreneurship and Innovation Program*

Proses perancangan aplikasi dimulai dari CEO yang bertanggung jawab atas ide bisnis dan memberikan arahan kepada anggota tim lainnya, terutama *Business Development Manager* dan *Finance Director*. *Business Development*

Manager ditugaskan untuk melakukan validasi ide bisnis, merancang strategi pemasaran, dan mengembangkan strategi bisnis. Sedangkan *Finance Director* berfungsi untuk menciptakan dan mengembangkan sistem monetisasi pada aplikasi serta menghitung keuangan agar bisnis tidak mengalami kerugian. *Business Development Manager* dan *Finance Director* bekerja sama untuk merancang strategi untuk mengembangkan potensi keuntungan aplikasi dan mencatat hal-hal penting yang diperlukan aplikasi dan memberikan arahan kepada *Product Development Manager*, yang bertugas untuk melakukan riset dan membuat fitur-fitur serta mengelola dan memelihara administrasi pada aplikasi dan situs. Terakhir, *Creative Director* dapat mulai mengembangkan elemen visual seperti ilustrasi maskot, *user interface* aplikasi, dan tampilan media sosial MoovPal dengan mempertimbangkan arahan dan masukan dari divisi lainnya. *Creative Director* juga akan bekerja sama dengan *Business Development Manager* untuk mengembangkan media sosial media MoovPal, dengan sisi bisnis mempertimbangkan pemasaran dan sisi kreatif membuat desain konten.

2.6 Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan suatu usaha bisa dihitung dengan *Break Even Point* (BEP). BEP adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. Melalui perhitungan ini, sebuah perusahaan dapat memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk balik modal dan mengetahui jumlah minimal pendapatan yang harus dicapai agar perusahaan tidak lagi mengalami kerugian. Sebelum melakukan perhitungan BEP, dibutuhkan data mengenai *fixed cost*, *variable cost*, dan pendapatan sebuah bisnis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 2.1 Tabel *Fixed Cost*

FIXED COST				
Pengeluaran	Waktu	Qty.	Biaya	Jumlah
Legal				
Pendaftaran PT	Seumur hidup	1	Rp3.249.000	Rp3.249.000
Pendaftaran hak cipta	Seumur hidup	1	Rp.500.000	Rp.500.000
Pendaftaran hak merek	120 bulan	1	Rp.500.000	Rp.500.000
Publikasi Aplikasi				
Pendaftaran <i>developer</i> account di Playstore	Seumur hidup	1	Rp.400.000	Rp.400.000
Pengembangan Aplikasi				
Biaya langganan akun <i>developer</i> Figma	12 bulan	2	Rp2.436.638	Rp58.479.312
Pemeliharaan aplikasi	1 bulan	12	Rp600.000	Rp7.200.000
Biaya langganan Adobe Creative Cloud Pro	12 bulan	2	Rp560.056	Rp13.441.344
Biaya server (Firebase) (penambahan storage 15 Gigabyte)	12 bulan	1	Rp79.157	Rp949.884
Procreate	Seumur hidup	1	Rp195.000	Rp195.000

FIXED COST				
Pengeluaran	Waktu	Qty.	Biaya	Jumlah
<i>Hosting website</i>	12 bulan	1	Rp371.628	Rp371.628
TOTAL Fixed Cost				Rp18.488.178
TOTAL per bulan (rata-rata)				Rp1.540.681

Berdasarkan tabel di atas, MoovPal akan mengeluarkan biaya tetap sebanyak Rp18.488.178 pada tahun pertamanya. Selanjutnya, dibutuhkan perincian mengenai biaya variabel yang akan dikeluarkan tiap transaksi pada aplikasi. Berikut perincian biaya variabel usaha:

Tabel 2.2 Tabel *Variable Cost*

VARIABLE COST				
Pengeluaran	Waktu	Qty.	Biaya	Jumlah
Biaya Langganan				
Biaya layanan Google Play Store (15%)	12 bulan	45	Rp5.250	Rp2.835.000
Potongan harga jasa Xendit (<i>virtual account</i> dan PPN)	12 bulan	45	Rp4.440	Rp2.397.600
Pembuatan Konten Aplikasi dan Pemasaran				
Honorarium <i>personal trainer</i> atau ahli olahraga untuk	2 bulan	6	Rp1.500.000	Rp9.000.000

pembuatan konten informatif aplikasi				
Iklan Instagram	2 bulan	1	Rp2.500.000	Rp2.500.000
Kelas Olahraga				
Biaya sewa tempat	12 bulan	24	Rp1.000.000	Rp24.000.000
Honorarium instruktur	12 bulan	48	Rp750.000	Rp36.000.000
TOTAL Variable Cost				Rp76.732.000
TOTAL per bulan (rata-rata)				Rp6.394.333

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada pendapatan yang diperoleh dari langganan MoovPal, akan dikenakan potongan biaya sebesar Rp5.250 dan Rp4.440 per bulan. Biaya ini akan dipotong langsung dari pendapatan yang dihasilkan langganan aplikasi. Juga terdapat pengeluaran dalam bentuk biaya honorarium *personal trainer* untuk pengembangan aplikasi, iklan pada Instagram, dan sewa tempat dan honorarium instruktur tiap kali menyelenggarakan kelas olahraga.

Tabel 2.3 Tabel Pendapatan MoovPal

PENDAPATAN				
Pendapatan	Waktu	Qty.	Biaya (dengan potongan harga Xendit dan PPN)	Jumlah
Langganan <i>tier</i> 1	12 bulan	20	Rp30.560	Rp7.334.400
Langganan <i>tier</i> 2	12 bulan	15	Rp44.560	Rp8.020.800

<i>In-app purchase</i>	12 bulan	10	Rp12.560 (Harga rata-rata)	Rp1.507.200
Kelas Olahraga				
Pendapatan Kelas Olahraga	12 Bulan (4 sesi per Bulan)	30 (per sesi)	Rp60.000	Rp86.400.000
Iklan				
Pendapatan	Waktu	Pendapatan iklan per 1000 klik.	Perkiraan total Pendapatan	
Iklan Google AdMob	12 Bulan	Rp142.760	Rp750.000	
TOTAL pendapatan				Rp104.012.400
TOTAL per bulan (rata-rata)				Rp8.667.700

Sebelum menghitung BEP per unit dan BEP, juga dibutuhkan data mengenai harga jual per unit. Karena produk yang dijual berupa aplikasi, maka penulis terlebih dahulu menghitung *Average Revenue Per User* (ARPU) untuk menggantikan harga jual per unit dalam rumus BEP per unit. Perhitungan ARPU sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{ARPU} &= \text{Total pendapatan per bulan} / \text{Jumlah Pengguna Aktif} \\
 &= \text{Rp } 8.667.700 / 200 \text{ user} \\
 &= \text{Rp } 43.339
 \end{aligned}$$

Setelah menentukan harga ARPU, maka penulis dapat mulai menghitung BEP *user* dan BEP rupiah. BEP *user* digunakan untuk mengetahui jumlah minimal pengguna dan BEP rupiah mencari minimal pendapatan yang harus dicapai MoovPal. Kalkulasi BEP *user* dan BEP rupiah sebagai berikut:

$$1. \text{BEP } User = \text{Total biaya tetap per bulan} / (\text{ARPU} - \text{Biaya variabel per } user)$$

$$= \text{Rp } 7.104.180 / (\text{Rp } 43.339 - (\text{Rp } 6.394.333/200 \text{ user}))$$

$$= \text{Rp } 7.104.180 / (\text{Rp } 43.339 - \text{Rp } 31.972)$$

$$= \text{Rp } 7.104.180 / \text{Rp } 11.367$$

$$= 625 \text{ user}$$

$$2. \text{BEP Rupiah} = \text{ARPU} \times \text{BEP } User$$

$$= \text{Rp}43.339 \times 625$$

$$= \text{Rp } 27.086.875$$

$$3. \text{Waktu BEP} = \text{BEP } User / \text{BEP Rupiah}$$

$$= \text{Rp}27.086.875 / \text{Rp}8.667.700$$

$$= 3,12$$

Berdasarkan perhitungan di atas, MoovPal harus memiliki setidaknya 625 pengguna, dengan jumlah pendapatan sebesar Rp27.086.875. Dari kedua angka tersebut, dapat dilakukan perhitungan mengenai waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas. Perhitungan menunjukkan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas adalah 3,12 bulan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A