

## ABSTRACT

### BUSINESS PLAN WEIGHT LOSS CAMP “FATFIT.ID”

**Lauditta Soraya Deswandhya**  
**17/421913/PEK/23490**

*World Health Organization (WHO) has released a report in February 2018 which declared that the world’s population of obesity has nearly tripled between 1975 and 2016. The Indonesian Ministry of Health also confirmed the rise in overweight and obesity population by conducting Riset Kesehatan Dasar (RISKESDAS) in the same year. The study showed that overweight people in Indonesia has increased from 8.6% to 13.6% and obese people has increased from 10.5% to 21.8% between 2007 and 2018. This has triggered an alarm and called out the needs in having an effective solution to mitigate this issue or, at least, to bring this number down. Current solutions available in the market offered temporary and/or non-comprehensive. These factors have prompted the creation of FatFit.id weight loss camp as a more effective and comprehensive solution.*

*This research aimed to evaluate the weight loss camp business feasibility in Indonesia and to develop a business plan based on the study and inputs from the market. FatFit.id weight loss camp offers comprehensive education service and assistance for overweight and obese people in embedding healthy lifestyle and achieving healthy figure that is not yet tapped by other health products available in the market.*

*Interviews of different professionals, market survey through questionnaires, and literature study have been chosen as the research methodology to capture various perspectives. All collected data were then used as reference to build empathy map, value propositions, business model canvas, as well as to construct the business plan of FatFit.id.*

*Further analysis on the business plan including financial aspect showed that building a weight loss camp in Indonesia is feasible and attractive enough for the market. Despite of the capacity-based approach chosen for the business at its early stage, the business is projected to deliver a positive Net Present Value (NPV) of Rp 19,237,906,562, Internal Rate of Return (IRR) of 50%, and Payback Period of 1 year and a half at the moderate scenario (75% occupancy). Sensitivity analysis has confirmed further the feasibility of the business by showing positive NPV and the payback period of 2 years and 5 months for pessimist scenario (25% occupancy) and 1 year and 2 months for optimist scenario (100% occupancy). FatFit.id weight loss camp offers financial benefits to investors so long as effective and efficient operations embedded in daily business activities as described in this thesis.*

*Keywords: obesity, weight loss camp, bootcamp, training, business model canvas, empathy map, business plan*

## ABSTRAK

### RENCANA BISNIS PERKEMAHAN PENURUNAN BERAT BADAN “FATFIT.ID”

**Lauditta Soraya Deswandhya**  
**17/421913/PEK/23490**

*World Health Organization* (WHO) melaporkan pada bulan Februari 2018 bahwa jumlah populasi orang obesitas di dunia ini hampir mencapai 3 kali lipat pada tahun 1975 – 2016. Kementerian Kesehatan RI pun menyatakan hal yang serupa dalam studi mereka yaitu Riset Kesehatan Dasar (RISKESDAS) yang dirilis pada tahun yang sama, dimana angka populasi berat badan berlebih (*overweight*) meningkat dari 8.6% ke 13.6% dan populasi obesitas meningkat dari 10.5% ke 21.8% pada tahun 2007 – 2018. Selain itu, kebanyakan dari solusi yang tersedia di pasar saat ini hanya memberikan hasil sementara dan/atau kurang komprehensif. Aspek-aspek inilah yang kemudian mendorong pembentukan perkemahan penurunan berat badan oleh FatFit.id sebagai salah satu solusi yang lebih menyeluruh dan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis perkemahan untuk penurunan berat badan di Indonesia serta untuk membangun rencana bisnis kamp ini berdasarkan riset sekaligus masukkan dari pasar. FatFit.id menawarkan servis dan bantuan edukasi komprehensif terhadap orang-orang dengan berat badan berlebih untuk dapat menerapkan gaya hidup sehat dan mendapatkan tubuh yang lebih sehat serta menarik yang mana saat ini belum dijadikan fokus utama oleh banyak perusahaan atau produk kesehatan yang saat ini tersedia di pasar.

Wawancara dengan para ahli, survei pasar melalui kuesioner, dan studi literatur merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini agar dapat mencakup masukan dari berbagai perspektif. Seluruh data kemudian digunakan sebagai acuan untuk pembuatan peta empati, proposisi nilai, kanvas model bisnis, serta rencana bisnis dari FatFit.id.

Analisa terhadap rencana bisnis FatFit.id termasuk aspek finansial menunjukkan bahwa bisnis ini layak dijalankan dan cukup menarik bagi pasar Indonesia. Ini dibuktikan dengan proyeksi pencapaian *Net Present Value* (NPV) positif sebesar Rp 19,237,906,562, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 50%, dan *Payback Period* selama satu setengah tahun dengan skenario moderat (okupansi kamp 75%). Sensitivity analysis mengonfirmasi lebih lanjut kelayakan bisnis ini dengan tetap menunjukkan NPV yang positif serta *Payback Period* selama 2 tahun 5 bulan untuk skenario pesimis (okupansi kamp 25%) dan 1 tahun 2 bulan untuk skenario optimis (okupansi kamp 100%). FatFit.id menawarkan manfaat finansial yang sangat menarik bagi para investor selama operasional kamp tersebut dijalankan dengan efektif dan efisien sebagaimana telah dijelaskan dalam tesis ini.

*Kata kunci: obesitas, perkemahan penurunan berat badan, perkemahan pelatihan, pelatihan, kanvas model bisnis, peta empati, rencana bisnis*