

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Cook et al. (2019) mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia ke suatu tujuan di luar tempat kerja dan tempat tinggalnya. Pariwisata mencakup aktivitas yang dilakukan selama menetap di tempat tersebut dan segala fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan mereka. Pariwisata terbagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah *sport tourism*. Standeven dan De Knop (1999) mendefinisikan pariwisata olahraga sebagai segala bentuk keterlibatan aktif maupun pasif dalam kegiatan olahraga. Hal tersebut memungkinkan adanya berpartisipasi dengan cara yang terorganisir untuk non-komersial maupun alasan bisnis atau komersial, yang mengharuskan bepergian jauh dari rumah dan tempat kerja.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, elemen pariwisata terbagi menjadi daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daya tarik wisata atau yang biasa dikenal sebagai atraksi didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut *American Journal of Preventive Medicine* (Halodoc, 2018) berpartisipasi aktif dalam olahraga dapat mengurangi dampak depresi dan *mood swing*. *Department of Health and Human Services* Amerika Serikat juga mengemukakan bahwa manusia dapat mengurangi risiko diabetes dan kanker apabila rajin berolahraga (Iswandiari, 2020). Olahraga sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat Indonesia, hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 yang menunjukkan jenis olahraga yang dilakukan penduduk Indonesia berdasarkan karakteristik demografi.

GAMBAR 1

Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Berolahraga Menurut Karakteristik Demografi dan Jenis Olahraga yang Paling Sering Dilakukan

Karakteristik Demografi	Jenis Olahraga										
	Senam	Atletik	Joging/ gerak jalan	Tenis meja	Bulu-tangkis	Bola voli	Bola basket	Sepak bola/ Futsal	Renang	Besepeda	Lainnya
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Tipe Daerah											
Perkotaan	34,85	5,90	27,01	0,45	3,21	2,91	1,83	14,63	1,73	2,71	4,78
Kelompok Umur											
5-17 tahun	48,90	9,79	7,69	0,28	2,21	5,84	2,39	16,33	1,41	0,82	4,34
7-18 tahun	45,15	10,19	7,81	0,29	2,39	6,71	2,67	18,23	1,46	0,77	4,34
16-30 tahun	22,02	5,45	21,56	0,44	2,89	10,09	2,59	27,51	1,39	1,58	4,48
31-59 tahun	27,02	1,70	46,08	0,83	5,13	3,61	0,27	5,00	0,85	4,86	4,65
60+ tahun	17,05	0,66	66,04	0,21	1,45	0,26	0,05	0,28	0,46	5,95	7,61

Sumber: Statistik Sosial Budaya (2018)

Masyarakat Indonesia khususnya di perkotaan memiliki antusias tinggi terkait seni bela diri. Muay Thai dan MMA merupakan salah satu olahraga seni bela diri yang mampu menaikkan tren kebugaran dan minat dalam olahraga di Indonesia. Bahkan beberapa artis perempuan Indonesia menggemari olahraga seni bela diri ini, seperti Dian Sastrowardoyo, Kartika Putri, dan Nikita Willy. Beberapa alasan mereka menggemari olahraga Muay Thai dan MMA yaitu menjaga kebugaran tubuh dan mampu melepas penatnya rutinitas sehari-hari (Wiratri, 2019).

Ngaoprasertwong dan Chandarasorn (2019) mengungkapkan bisnis Muay Thai *camp* sedang populer di Thailand. Selain itu, penyebaran informasi Muay Thai melalui film, media online dan kompetisi yang diadakan di luar negeri juga berdampak pada perkembangan bisnis muay thai *camp*. Dengan kata lain, tren ini sejalan dengan menjamurnya *training camp* terkait muay thai & MMA di Jakarta. Hal ini menunjukkan jumlah permintaan terhadap layanan pelatihan Muay Thai dan MMA pada penduduk Jakarta cukup tinggi.

TABEL 1
Daftar Muay Thai & MMA *Camp* di Jakarta pada Tahun 2020

No.	Nama <i>Training Camp</i>	Alamat
1.	The Brothers Training Camp	Jl. Tj. Duren Barat I, RT.6/RW.3, North Tanjung Duren, Grogol Petamburan, Jakarta, 11470
2.	Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp	Jl. Daksa I No. 1, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
3.	Sparta Training Camp	Jl. Pluit Putra raya No.5, RT.11/RW.6, Pluit, Kec. Penjaringan, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450
4.	Kai Muay Thai & Training Camp	Jl. Pesanggrahan No.11, RT.10/RW.3, North Meruya, Kembangan, West Jakarta City, Jakarta 11620
5.	Bandit Muay Thai & Training Camp	Ruko Puri Niaga, Jl. Puri Kencana blok K6 No.3R, raya, RT.11/RW.7, South Kembangan, Kembangan, West Jakarta City, Jakarta 11610
6.	Zeus MMA	Ruko, Elang Laut Jl. Pantai Indah Kapuk No.1, RT.3/RW.3, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14470

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

Standeven dan De Knop (1999) mengklasifikasikan *training camp* ke dalam *active sport* yang dapat dilakukan selama hari kerja atau diluar hari liburan. Keduanya juga mendefinisikan pariwisata olahraga sebagai segala bentuk keterlibatan aktif maupun pasif dalam kegiatan olahraga. Dengan begitu,

dapat dikatakan bahwa berolahraga Muay Thai dan MMA di *training camp* merupakan salah satu bentuk keterlibatan aktif dalam *sport tourism*.

Dewasa ini, olahraga Muay Thai dan MMA tidak hanya diminati laki-laki tetapi juga digandrungi kaum wanita (Ichsan, 2016). Beberapa Stadion di Thailand bahkan menyelenggarakan turnamen wanita dengan wanita dari seluruh dunia untuk bersaing. Termuat dari Rahmawati (2019), adanya peralihan dari tren olahraga kardio ke latihan kekuatan pada wanita.

GAMBAR 2 Tanggapan Masyarakat mengenai Olahraga Muay Thai

Salah satunya adalah Sharon Suhartono. Usianya memang baru menginjak 17 tahun, namun untuk urusan olahraga yang identik dengan pukulan, tendangan, siku, dan serangan lutut itu, dia sudah ahlinya.

Ketertarikan Sharon pada Muay Thai bermula setahun lalu. Siswi kelas XII SMA Santa Ursula itu semula bingung mencari olahraga yang sesuai dengan jati dirinya yang dilahirkan dengan pembawaan yang agak kelaki-lakian alias tomboy.

"Awalnya cuma ingin berolahraga saja, lalu aku iseng-iseng buat mencoba dan keterusan hingga akhirnya suka sama Muay Thai. Dari kecil aku memang sudah rada-rada tomboy, jadi sukanya olahraga yang kaya gini," kenang Sharon kepada *Bola.com* di Zealot Muay Thai Kelapa Gading, Minggu (8/10/2017).

Sumber: Harahap (2017)

Hal yang memotivasi kaum wanita tertarik untuk berlatih Muay Thai dan MMA adalah menjaga kebugaran serta berpeluang besar dapat menurunkan berat badan (Anna, 2015). Selain itu, teknik Muay Thai juga dapat digunakan untuk melindungi diri sehingga dapat meningkatkan kewaspadaan diri (Mellissa, 2019). Hal ini sejalan dengan meningkatnya kasus pelecehan seksual dan kekerasan terhadap wanita. Tercatat 431.471 kasus kekerasan terhadap perempuan terjadi pada tahun 2020 (Komnas Perempuan, 2020).

Di sisi lain, kebanyakan perempuan merasa tidak nyaman dan leluasa jika berolahraga dengan lawan jenis. Hal itu juga yang menjadi salah satu alasan

kuat kaum perempuan tidak ingin bergabung di suatu *training camp*. Selain itu, perempuan memiliki kebutuhan olahraga yang berbeda dibandingkan dengan laki-laki. Pada umumnya, perempuan memiliki kebutuhan beban yang lebih ringan dan lebih suka berolahraga berkelompok (Cynthia et al., 2018).

Berdasarkan tren dan permasalahan yang ada, maka timbul gagasan utama untuk mendirikan *training camp* yang akan berlokasi di Jakarta Selatan. *Training camp* tersebut akan dinamakan Sawadee Camp, yang akan menawarkan bentuk rekreasi (bentuk kecil dari pariwisata) di lingkungan sekitar rumah terkait *sport tourism*. Konsep yang akan diaplikasikan akan berbeda dengan konsep *training camp* pada umumnya, dimana hanya akan dikhususkan kaum wanita sehingga tidak ada keraguan lagi bagi perempuan untuk berolahraga. Hal ini dikarenakan olahraga Muay Thai dan MMA melibatkan kontak fisik penuh, dimana lawan saling bertukar pukulan dan tendangan satu sama lain. Dengan begitu, konsep Sawadee Camp yang menawarkan pelatihan khusus wanita dirasa diperlukan untuk kenyamanan kaum wanita. *Training camp* ini akan berfokus melayani perempuan yang berusia produktif 20-24 tahun dengan *ambience* yang nyaman karena akan dilatih oleh *trainers* perempuan. Kelas akan terbagi ke dalam dua jenis, yaitu Muay Thai dan MMA.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Scarborough dan Cornwall (2016) mendefinisikan analisis kelayakan sebagai proses menentukan apakah ide wirausahawan dapat menjadi fondasi

yang layak untuk menciptakan bisnis yang sukses. Berikut dua tujuan penyusunan Studi Kelayakan Bisnis Sawadee Camp.

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Guna mempertimbangkan beberapa aspek terkait dengan rencana bisnis Sawadee Camp sehingga dapat mengurangi resiko yang dapat terjadi di kemudian hari. Aspek-aspek yang terkait yaitu:

a. Aspek Pemasaran

Menganalisa kelayakan bisnis mulai dari target pasar yang akan dituju, kesesuaian produk yang ditawarkan dengan target pasar, penawaran yang dilakukan oleh pesaing, strategi pemasaran yang harus diimplementasikan, dan menganalisa baur pemasaran (8P).

b. Aspek Operasional

Menganalisa kelayakan bisnis mulai dari segi aktivitas, fasilitas, pemilihan lokasi serta produk yang akan diterapkan oleh Sawadee Camp.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisa kelayakan bisnis mulai dari kondisi manajemen, struktur organisasi, perekrutan tenaga kerja, deskripsi pekerjaan, program pelatihan dan pengembangan, serta kompensasi untuk karyawan.

d. Aspek Keuangan

Menganalisa kelayakan bisnis mulai dari jumlah modal yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan ide bisnis, membuat estimasi biaya operasional dan pendapatan usaha, *break-even point*, analisis investasi

dan rasio laporan keuangan, estimasi arus kas dan rugi laba, serta menghitung laporan neraca selama periode tertentu.

2. Sub-Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Mendirikan tempat rekreasi berbasis olahraga dengan konsep *training camp* yang mampu mengubah gaya hidup dan merubah pandangan masyarakat mengenai olahraga bela diri yang membosankan.
- b. Meningkatkan daya tahan tubuh melalui olahraga yang menyenangkan dan menghilangkan kebosanan.
- c. Menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.
- d. Meningkatkan pendapatan daerah melalui pembayaran pajak.

C. Metodologi

Untuk mendukung proses analisis studi kelayakan bisnis Sawadee Camp, diperlukan data yang mendukung untuk mendapatkan suatu kesimpulan terkait layak atau tidaknya bisnis ini jika dijalankan. Berikut beberapa metode pengumpulan data yang diimplementasikan dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini, yakni:

1. Data Primer

Sekaran dan Bougie (2016) menguraikan data primer sebagai informasi yang diterima langsung dari sumber pertama. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui survei, *interview*, *group focus* dan observasi. Berikut

metode pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Sawadee Camp, yakni:

a. Kuesioner

Kuesioner didefinisikan sebagai kumpulan pertanyaan tertulis yang telah disusun untuk memperoleh informasi yang diperlukan dari responden. Kuesioner terbagi menjadi dua jenis, yaitu *personally administered questionnaires* dan *mail and electronic questionnaires*. Sawadee Camp akan mengaplikasikan *mail and electronic questionnaires*. Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan *mail and electronic questionnaires* diartikan sebagai jenis kuesioner yang dipublikasikan melalui berbagai media kepada responden dengan cakupan wilayah geografis yang luas, misalnya *e-mail*, pos, dan lain sebagainya.

Sekaran dan Bougie (2016) menginterpretasi sampel sebagai bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi tersebut. Dengan kata lain, tidak secara menyeluruh, dimana hanya elemen dari populasi yang dapat terbentuk menjadi sampel. Sekaran dan Bougie (2016) juga menguraikan beberapa teknik dari pengumpulan sampel ini, yakni:

1) *Probability Sampling*

Probability Sampling diaplikasikan saat elemen dalam suatu populasi sudah diketahui dan setiap anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut empat metode dalam teknik penentuan sampel, yakni:

a) *Simple Random Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa metode penentuan sampel ini memberikan kesempatan yang sama pada setiap elemen dari populasi untuk dipilih sebagai sampel. Metode ini hendaknya digunakan saat jumlah elemen dalam populasi telah diketahui.

b) *Systematic Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa metode *sampling* ini dilakukan dengan memilih elemen dari populasi secara acak antara 1 dan n . Selanjutnya, dipilih elemen berikutnya dengan jarak yang sama.

c) *Stratified Random Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa metode *sampling* ini dilakukan dengan memilih sampel dari setiap sub-populasi yang terpilih dari metode *simple random sampling* dan *systematic sampling*.

d) *Cluster Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa penetapan sampel ini dilakukan dengan cara membagi target populasi ke dalam kelompok-kelompok sampel, dimana setiap kelompok memiliki karakteristik yang homogen.

2) *Non-probability Sampling*

Non-probability Sampling diaplikasikan saat jumlah elemen dalam suatu populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga

setiap anggotanya tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut dua metode dalam teknik penentuan sampel ini, yakni:

a) *Convenience Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa metode *convenience sampling* mudah untuk diimplikasikan dalam penelitian. Hal tersebut dikarenakan pemilihan sampel dilakukan secara bebas dalam suatu populasi sehingga metode ini terbilang mudah dan cepat.

b) *Purposive Sampling*

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa *purposive sampling* membatasi sampelnya untuk orang-orang tertentu dengan informasi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan penelitian.

Metode kuesioner dinilai akan sangat membantu peneliti mengetahui data demografis kebutuhan dan minat responden terkait rencana pendirian Sawadee Camp. Oleh karena itu, jenis kuesioner yang akan diaplikasikan oleh Sawadee Camp adalah *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Berhubungan dengan itu, terkait penentuan banyaknya sampel akan disesuaikan dengan banyaknya pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Hal ini sejalan dengan teori Hair et al. (2010) yang menjelaskan asumsi sampel $n \times 5$

sampai dengan $n \times 10$ observasi. Dalam Studi Kelayakan Bisnis ini, akan mengaplikasikan penggunaan $n \times 5$ dalam penentuan banyak sampel.

2. Data Sekunder

Data sekunder didefinisikan sebagai data yang telah tersedia, sehingga peneliti hanya perlu mencari dan mengumpulkan (Sekaran & Bougie, 2016). Data ini dapat diperoleh dalam bentuk statistik, publikasi pemerintah, situs daring, internet, dan lain sebagainya. Untuk memperoleh data sekunder, Sawadee Camp memperoleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan Kementerian Pariwisata. Selain itu, peneliti juga memperoleh data dari buku referensi, jurnal ilmiah, *website* resmi dan beberapa sumber lainnya yang mendukung

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa validitas digunakan untuk mengukur seberapa baik instrumen dapat digunakan sesuai dengan batas standar yang ada. Kemudian, Sekaran dan Bougie (2016) juga menjelaskan uji reliabilitas ialah pengukuran yang menunjukkan tidak adanya kesalahan dan memastikan pengukuran yang konsisten dalam waktu maupun instrumen.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Pariwisata dideskripsikan sebagai kegiatan perjalanan tidak lebih dari satu tahun ke suatu tempat yang letaknya diluar lingkungan sehari-hari. Tujuan dari perjalanan ini hendaknya untuk bersantai, bisnis dan tujuan lainnya

(Walker & Walker, 2011). Sementara itu, Cook et al. (2018) mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia ke suatu tujuan di luar tempat kerja dan tempat tinggalnya. Pariwisata dinilai sudah meliputi aktivitas yang dilakukan selama menetap di tempat tersebut dan segala fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan mereka.

Fletcher et al. (2018) menjelaskan bahwa pariwisata memiliki empat komponen penting pada suatu destinasi wisata, yaitu:

a. *Attraction*

Attractions atau daya tarik wisata merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menganalisis suatu objek wisata sehingga pengunjung tertarik untuk mengunjungi objek tersebut. Daya tarik terbagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:

1) *Natural attraction*

Daya tarik alam dideskripsikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan sebagai tempat wisata guna menarik wisatawan, misalnya danau, pegunungan, dan lain sebagainya.

2) *Culture attraction*

Atraksi budaya didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari kreasi manusia, misalnya upacara adat, tarian tradisional.

3) *Man-made attraction*

Atraksi buatan manusia dideskripsikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari hasil buatan manusia dan dapat dijadikan sebagai objek wisata, misalnya *theme park*.

b. *Amenities*

Amenitas dideskripsikan sebagai komponen pendukung yang erat kaitannya dengan berbagai fasilitas yang tersedia di objek wisata. Amenitas terbagi menjadi enam komponen yaitu akomodasi, restoran, toilet umum, tempat parkir, tempat ibadah dan toko oleh-oleh.

c. *Accessibility*

Aksesibilitas didefinisikan sebagai aspek terpenting dalam menganalisis agar suatu destinasi pariwisata dapat dijangkau wisatawan. Hal ini berkaitan dengan sarana transportasi maupun sarana yang tersedia selama perjalanan menuju objek wisata. Aksesibilitas dibedakan menjadi tiga yaitu akses jalan, sarana transportasi dan papan petunjuk.

d. *Ancillary Services*

Layanan penunjang dideskripsikan sebagai hal yang berkaitan dengan ketersediaan lembaga maupun organisasi yang mengelola suatu destinasi wisata. Layanan penunjang terbagi menjadi tiga yaitu buku panduan wisata, pusat informasi turis, dan profil tujuan wisata.

2. *Sport Tourism*

Standeven dan De Knop (1999) mendefinisikan *sport tourism* sebagai segala bentuk kegiatan olahraga yang keterlibatannya bersifat aktif maupun pasif, dan bersistem maupun tidak. Sehubungan dengan itu, Gammon dan Robinson (1997) juga memiliki pendekatan yang sama. Keduanya secara langsung mengklasifikasikan *sport tourism* ke dalam dua bentuk partisipan yaitu “*hard*” dan “*soft*”. *Hard sport tourist* dideskripsikan sebagai seseorang yang berpergian dengan motivasi utama berpartisipasi dalam

olahraga kompetitif. Sebaliknya, *soft sport tourist* dideskripsikan sebagai seseorang dengan tingkat keterlibatan tinggi dalam rekreasi dibandingkan aktivitas kompetitif. Sementara itu, Pitts (1999) mengemukakan dua kategori *sport tourism* jika ditinjau dari perspektif pemasaran dan manajemen olahraga, yaitu:

a. *Sports participation travel*

Sports participation travel didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, rekreasi, atau aktivitas kebugaran.

b. *Sport spectatorial travel*

Sport spectatorial travel didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan untuk menonton pertandingan olahraga, rekreasi, aktivitas kebugaran ataupun *event*.

3. *Training Camp*

Standeven dan De Knop (1999) mengklasifikasikan *training camp* ke dalam *active sport* yang dapat dilakukan selama hari kerja atau diluar hari liburan. *Training camp* merupakan program pelatihan olahraga yang disusun dengan intensitas tinggi dalam satu rentang waktu, dilatih dan diawasi oleh para instruktur atau *personal training*. *American Council on Exercise* meneliti bahwa program pelatihan ini sangat efektif untuk meningkatkan daya tahan tubuh, kekuatan otot, dan kedisiplinan dalam menjalani hidup sehat (Swari, 2018). Inti dari program *training camp* adalah penggabungan antara latihan kardio dan latihan kekuatan dan ketahanan. Namun program latihan ini juga memasukkan unsur bela diri (Mendrofa, 2014).

4. MMA

Mixed Martial Arts (MMA) merupakan seni bela diri campuran yang memanfaatkan tiga taktik yaitu menyerang, menahan, dan mengontrol. MMA digunakan untuk mendeskripsikan seni bela diri modern yang menggabungkan teknik dan teori dari beberapa seni bela diri sportif, misalnya tinju, muay thai, karate, taekwondo dan seni bela diri lainnya (Elite MMA, 2020). Sebagai contoh, mantan legenda kelas menengah UFC Anderson “The Spider” Silva menggabungkan elemen tinju barat dengan tendangan Muay Thai. Dengan kata lain, kita dapat menggabungkan Muay Thai dengan tinju dalam MMA. Berikut tiga seni bela diri utama yang mendominasi kompetisi MMA (Evolve MMA, 2020):

a. Brazilian Jiu-Jitsu

Seni bela diri ini berfokus pada melarikan diri, membalikkan, dan menyerang lawan dari salah satu posisi utama saat di arena.

b. Muay Thai

Muay Thai sering disebut sebagai *the art of eight limbs*. Dalam seni bela diri ini, praktisi belajar menghindari tendangan, pukulan, siku dan lutut.

c. Wrestling

Wrestling atau biasa dikenal dengan gulat berfokus pada menjatuhkan orang lain dan cara menghindari jatuh. Hal ini berarti petarung perlu menekankan control posisi yang baik saat pertarungan.

5. Muay Thai

Muay Thai pertama kali hadir 500 tahun yang lalu sebagai bentuk pertarungan tangan kosong masa perang. Di saat yang sama, orang juga

bertarung dengan pedang, tombak, serta busur dan anak panah. Kemudian, Muay Thai terbagi menjadi dua bentuk yaitu *krabi krabong* (menggunakan senjata) dan *hand-to-hand form* yang kini disebut Muay Thai (Wells, 2012). Termuat dalam Evolve MMA (2020), Muay Thai merupakan salah satu fondasi utama dari seni bela diri (*martial art*) dan berbeda dengan olahraga pertarungan lainnya. Vail (2014) menjelaskan Muay Thai atau *Thai Boxing* sebagai salah satu formasi *kickboxing* yang meliputi seluruh bentuk pertarungan yang memperbolehkan menyentuh semua bagian (*full contact*), yang meliputi gerakan pukulan, tendangan, serangan lutut, dan serangan siku. Meskipun ada ratusan teknik dalam Muay Thai, seni bela diri ini juga dikenal karena kesederhanaannya. Hal itu menjadi alasan kuat bahwa Muay Thai cocok untuk kalangan pria, wanita dan anak-anak.

Selain meningkatkan kondisi fisik, Muay Thai juga membangun kepercayaan diri dan mendorong disiplin pikiran melalui pengendalian emosi dan perasaan. Pasalnya, Muaythai melibatkan pengkondisian pikiran, tubuh, dan jiwa. Kini, Muay Thai telah menjadi salah satu seni bela diri paling terkenal dan dipraktekkan di dunia. Ini telah terbukti efektif, itulah mengapa ini adalah basis serangan paling umum dalam olahraga seni bela diri campuran yang sangat populer dan berkembang pesat (Evolve MMA, 2020).

6. Konsep Bisnis

Saat ini, banyak sekali *training camp* yang sudah menjamur dengan memberikan layanan umumnya untuk laki-laki dan wanita. Sawadee Camp melakukan penyempitan target market yang berfokus pada kalangan

perempuan usia 20-24 tahun. Kelas yang ditawarkan Sawadee Camp adalah kelas muay thai dan MMA yang akan dilatih oleh pelatih perempuan. Berhubungan dengan itu, pelatih akan memberikan pelatihan berintensitas tinggi namun dengan konsep *enjoy and fun*.

Demi kenyamanan *member*, ruangan pelatihan akan dibagi ke dalam 2 area yaitu Muay Thai *area* dan MMA *area*. Di samping itu, Sawadee Camp juga menyediakan ruang loker guna menunjang keamanan barang bawaan *member*. Kemudian, Sawadee Camp menyediakan *shower area* yang bersih dan nyaman dilengkapi dengan *hairdryer*. Sawadee Camp juga menyediakan minuman sehat untuk *post workout*. Tidak hanya itu, tersedia *lounge room* dilengkapi dengan TV sehingga *member* dapat merasa nyaman saat menunggu kelas maupun bersantai setelah kelas.

