



## PPUPIK Pusat Layanan Fisioterapi Olahraga Dan Kebugaran FIKUNP TahapII (Promosi, Kualitas, Ekspektasi)

Endang Sepdanius<sup>1</sup>, Donal Syafrianto<sup>2</sup>, Umar<sup>3</sup>, lit Selviani<sup>4</sup>, Rini Afriani<sup>5</sup>, Septri<sup>6</sup>, April<sup>7</sup>  
1,2,3,4,5,6,7 Universitas Negeri Padang

E-mail: <sup>1)</sup>[endangsepdanius@fik.unp.ac.id](mailto:endangsepdanius@fik.unp.ac.id), <sup>2)</sup>[donalsyafrianto@fik.unp.ac.id](mailto:donalsyafrianto@fik.unp.ac.id), <sup>3)</sup>[umar@fik.unp.ac.id](mailto:umar@fik.unp.ac.id),  
<sup>4)</sup>[iitselviani@fik.unp.ac.id](mailto:iitselviani@fik.unp.ac.id), <sup>5)</sup>[riniafriani@fis.unp.ac.id](mailto:riniafriani@fis.unp.ac.id) <sup>6)</sup>[septri@fik.unp.ac.id](mailto:septri@fik.unp.ac.id), <sup>7)</sup>[april@fik.unp.ac.id](mailto:april@fik.unp.ac.id)

### Abstrak

Tujuan utama dalam program PPUPIK pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran ini adalah untuk mendorong Fakultas Ilmu Keolahragaan menghasilkan produk jasa berupa penatalaksanaan fisioterapi dan kebugaran olahraga bagi semua kalangan. Pada tahun ke dua ini Pusat layanan fisioterapi dan kebugaran lebih memfokuskan pada aspek promosi, kualitas dan pemenuhan harapan dari pengguna jasa ini. Dalam pelaksanaannya digunakan metode pendekatan secara bertahap. Tahap pertama dengan melakukan penjajakan ke instansi-instansi pemerintahan maupun swasta, kedua: mengenalkan fisioterapi olahraga kemudian melakukan penjejukan Mou, tahap ketiga; mengundang atlet-atlet dari kabupaten merasakan layanan fisioterapi olahraga. Tahap keempat: menata manajemen lebih baik lagi dengan merekrut karyawan baru, tahap kelima: melakukan pembaruan promosi menggunakan media baju serta media social yang ada. Hasil yang didapat setelah pelaksanaan kegiatan: 1) Terdapat beberapa stake holder yang ingin melakukan Kerjasama, 2) MoU dengan stake holder, 3) Pelaksanaan fisioterapi bagi atlet yang ada di Sumatera Barat, 4) Penerimaan mahasiswa magang, 5) video promosi dimedia sosial.

**Kata kunci: Pusat Layanan, Fisioterapi, Promosi, Kualitas, Ekspektasi.**

### Abstract

*The main objective in the PPUPIK program for the sports and fitness physiotherapy service center is to encourage the Faculty of Sports Science to produce service products in the form of physiotherapy management and sports fitness for all groups. In this second year, the physiotherapy and wellness service center focuses more on aspects of promotion, quality and meeting the expectations of users of this service. In its implementation, a step-by-step approach is used. The first stage is to conduct an assessment to government and private institutions, the second: to introduce sports physiotherapy and then to track the Mou, the third stage; inviting athletes from the district to experience sports physiotherapy services. Fourth stage: organize better management by recruiting new employees, fifth stage: carry out promotional updates using clothing media and existing social media. The results obtained after the implementation of the activity: 1) There are several stakeholders who want to collaborate, 2) MoU with stakeholders, 3) Implementation of physiotherapy for athletes in West Sumatra, 4) Acceptance of internship students, 5) promotional videos on social media.*

**Key Word: Service Center, Physiotherapy, Promotion, Quality, Expectations**

## **1. Pendahuluan**

Pusat layanan Fisioterapi Olahraga Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Padang telah melaksanakan kegiatan selama lebih kurang satu tahun. Walaupun masih tahun pertama pelaksanaan pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran sudah mulai dikenal oleh olahragawan, masyarakat dan pecinta olahraga. Tercatat sudah ada 21 kunjungan selama tiga bulan terakhir. Diharapkan untuk kedepannya jauh melebihi angka kunjungan ini.

Selama dalam kegiatan pengabdian sepanjang tahun ini, pusat layanan juga selalu berbenah untuk kemajuan ke arah yang lebih baik. Pada tahun kedua penerimaan kegiatan pengabdian dilakukan pembenahan-pembenahan terkait dengan promosi, kualitas dan serta merangkul semua ekspetasi dari pengguna.

Terkait dengan promosi, banyak cara yang dilakukan untuk memberikan informasi yang bisa memengaruhi pengguna. Factor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk adalah harga produk yang ditawarkan, factor yang menentukan konsumen memilih suatu produk adalah factor keunikan produk dan untuk aspek gengsi seseorang dalam memilih barang adalah seberapa besar media memberitakan hal tersebut(Lestiani, 2011). Selain itu, factor fasilitas, pelayanan, lokasi menjadi factor penting dalam mengembangkan sebuah produk usaha(Herminingtyas, 2012). Sangat pentingnya usaha promosi ini disampaikan bahwa seberapa bagusnya suatu produk kalua tidak dipromosikan kepada konsumen maka produk tersebut tidak akan mampu bersaing dengan produk yang sejenis namun kualitas produk masih kurang(Lestari, 2015).

Terkait dengan kualitas dalam pengembangan produk jasa adalah hasil jasa yang mampu membuat para pengguna jasa puas terhadap kegiatan jasa tersebut. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan(Novia et al., 2020). penelitian menunjukan bahwasanya kualitas produk mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli(Sutrisno & Haryani, 2017). Jika produk merupakan jasa layanan maka produk tersebut harus berfokus pada layanan yang baik. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan(Tjiptono, 2014).

Ekspektasi pelanggan merupakan cara yang jitu dalam mendesain layanan jasa sesuai dengan keinginan pengguna. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan intervening positif antara ekspektasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan(Hatane Samuel, 2006). Selain itu, ekspetasi merupakan dasar dari perusahaan untuk membuat produk serta melakukan evaluasi terhadap produk yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh kostumer(Rabiqy, 2019).

Berdasarkan tiga factor ini maka untuk lebih mengembangkan produk jasa yang dihadirkan oleh pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran dilakukan pembenahan dan pengembangan dengan menentukan prioritas utama yang selama ini masih dalam kondisi lemah diantaranya:

1. Masih belum ada peninjakan Kerjasama dengan pihak stake holder dalam usaha memperkenalkan jasa yang diandalkan
2. Belum adanya MoU dengan stakeholder yang membahas Kerjasama pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran

3. Belum adanya pengenalan layanan kepada atlet-atlet Provinsi Sumatera Barat
4. Belum maksimalnya manajemen pelayanan yang saat ini masih bertumpu pada satu orang karyawan

5. Belum maksimalnya promosi yang dilakukan menggunakan media social

Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan peninjauan untuk pelaksanaan kerjasama dengan stakeholder.
2. Melakukan penandatanganan MoU dengan stakeholder.
3. Memberikan pelayanan kepada atlet atlet Sumatera Barat
4. Menerima mahasiswa magang sebagai bentuk persiapan mahasiswa di dunia kerja sekaligus membantu dalam perbaikan manajemen.
5. Melakukan promosi menggunakan produk serta video promosi

## 2. Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya digunakan metode pendekatan secara bertahap. Tahap pertama dengan melakukan peninjauan ke instansi-instansi pemerintahan maupun swasta, kedua: mengenalkan fisioterapi olahraga kemudian melakukan peninjauan MoU, tahap ketiga; mengundang atlet-atlet dari kabupaten merasakan layanan fisioterapi olahraga. Tahap keempat: menata manajemen lebih baik lagi dengan merekrut karyawan baru, tahap kelima: melakukan pembaruan promosi menggunakan media baju serta media sosial yang ada.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### 3.1 Hasil

#### 1. Peninjauan Stake Holder

No	Stake Holder/Mitra	Peninjauan/Penandatanganan	Keterangan
1	ABTI Sumbar	Peninjauan PKS	Kegiatan: Pelaksanaan terapis bagi atlet Handball Sumatera Barat
2	KONI Kab. Padang Pariaman	Peninjauan PKS	Kegiatan: Pelayanan fisioterapi Olahraga bagi atlet Kab. Padang Pariaman
3	KONI Sumatera Barat	Peninjauan PKS	Kegiatan: Terapis Pusat Layanan dipakai dalam kegiatan PON XX PAPUA atas nama <b>Donal Syafrianto, M.Fist.</b>

#### 2. Pelaksanaan kegiatan MOU dengan Asosiasi Bola tangan Sumbar (ABTI Sumbar)

Capaian yang ditargetkan dalam kegiatan pusat layanan fisioterapi dan kebugaran olahraga tahun kedua ini adalah pelaksanaan MOU dengan stake holder se Sumatera Barat. Mulai dari peninjauan dan penggunaan tenaga fisioterapi olahraga untuk kepentingan stake holder.

Berikut data terkait dengan peninjauan dan penandatanganan MOU:

No	Stake Holder/Mitra	Peninjauan/Penandatanganan	Keterangan
----	--------------------	----------------------------	------------

1	ABTI Sumbar	Penandatanganan MOU	MOU
---	-------------	---------------------	-----



Gambar 1. Penandatanganan MOU dengan Stake Holder ABTI Sumbar

3. Pelaksanaan Fisioterapi Bagi Atlet Sumbar

a. Pelayanan di pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran



Gambar 2. Pelayanan atlet Tarung Derajat kab. Padang Pariaman

NO.	NAMA	WAKTU	HARI / TANGGAL
1	Irfan Ahmad Aziz	09.00 – 09.30	Senin / 30 Agustus 2021
2	Afelinus Zulukhu	10.00 – 10.30	Senin / 30 Agustus 2021
3	Fhistry Fitri Mu'izz Maghfirah	11.00 – 11.30	Senin / 30 Agustus 2021
4	Ade Dwi Jayanto	13.30 – 14.00	Senin / 30 Agustus 2021
5	Nofaldi Saputra	14.30 – 15.00	Senin / 30 Agustus 2021
6	Alvi Andra	09.00 – 09.30	Selasa / 31 Agustus 2021
7	Heru Afrian	10.00 – 10.30	Selasa / 31 Agustus 2021
8	Linda Hendra	11.00 – 11.30	Selasa / 31 Agustus 2021
9	Dapit Elpian	13.30 – 14.00	Selasa / 31 Agustus 2021
10	Yuzadi	09.00 – 09.30	Rabu / 1 September 2021
11	Seven Boy	10.00 – 10.30	Rabu / 1 September 2021
12	Irfan Ahmad Aziz	11.00 – 11.30	Rabu / 1 September 2021

13	Afelinus Zulukhu	13.30 – 14.00	Rabu / 1 September 2021
14	Fhistry Fitri Mu'izz Maghfirah	14.30 – 15.00	Rabu / 1 September 2021
15	Ade Dwi Jayanto	09.00 – 09.30	Kamis / 2 September 2021
16	Nofaldi Saputra	10.00 – 10.30	Kamis / 2 September 2021
17	Alvi Andra	11.00 – 11.30	Kamis / 2 September 2021
18	Heru Afrian	13.30 – 14.00	Kamis / 2 September 2021
19	Linda Hendra	09.00 – 09.30	Jum'at / 3 September 2021
20	Dapit Elpian	10.00 – 10.30	Jum'at / 3 September 2021
21	Yuzadi	13.30 – 14.00	Jum'at / 3 September 2021
22	Seven Boy	14.30 – 15.00	Jum'at / 3 September 2021

b. Pelayanan yang dilakukan di Papua saat Tim Sumbar bertanding pada PON XX



Gambar 3. Terapis pusat layanan sedang menjalankan tugas di PON XX PAPUA

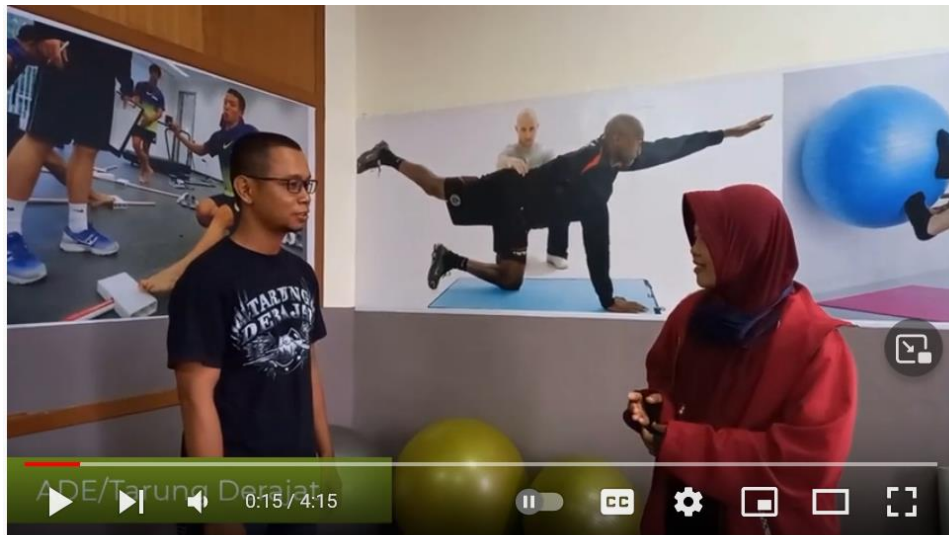
4. Perbaikan Manajemen

Melakukan penambahan karyawan dengan menerima mahasiswa magang dari jurusan Kesehatan dan Rekreasi. Selama kegiatan juga dilakukan pelatihan bagi mahasiswa dalam melayani cedera olahraga. Pelatihan Taping juga dimasukkan untuk menambah skill mahasiswa dalam menangani cedera atlet. Pelatihan sedikalanya akan dilakukan pada bulan Oktober diundur menjadi bulan November dikarenakan terapis pusat layanan sedang menjalankan tugas di Papua sebagai ahli fisioterapi yang dipakai oleh KONI Sumatera Barat.

5. Promosi di media social

Promosi dilakukan secara berkelanjutan dengan membuat dan mendokumentasikan para customer yang menikmati layanan fisioterapi. Membuat testimoni terkait dengan pelayanan. Berikut hasil wawancara yang dilakukan terkait dengan harapan ke depannya untuk fisioterapi UNP:

1. Promosinya lebih diutamakan lagi ke pelatih-pelatih dan stakeholder dengan mengadakan pelatihan-pelatihan
2. Lebih dipublikasikan lagi ke luar daerah agar orang tahu bahwasanya Sumatera Barat memiliki fisioterapi yang lengkap
3. Mengharapkan bahwasanya untuk persiapan PON XXI selanjutnya di Aceh, Fisioterapi UNP harus ada
4. Harus berkembang dan memberikan sedikit ilmu kepada pelatih-pelatih yang ada di Sumatera Barat
5. Harapannya fisioterapi di Sumatera Barat bisa berkembang dan adanya fisioterapi di setiap cabang olahraga.



PENDAPAT ATLET SUMBAR TERHADAP LAYANAN FISIOTERAPI OLAHRAGA FIK UNP (PPUIK TAHUN II)

Gambar 4. Video wawancara dengan atlet-atlet yang menikmati layanan fisioterapi olahraga FIK UNP. Video ini bisa diakses melalui link berikut <https://www.youtube.com/watch?v=8Sx9Zik5vHw&t=64s>.

Melakukan pelayanan dengan menggunakan logo-logo pusat layanan pada baju. Berikut tampilan yang ada pada baju promosi:



Gambar 5. Postingan Pusat Layanan Fisioterapi dan kebugaran pada Instagram manureh official sebagai media promosi

### 3.2 Pembahasan

Tujuan utama dalam program PPUPIK pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran ini adalah untuk mendorong Fakultas Ilmu Keolahragaan menghasilkan produk jasa berupa penatalaksanaan fisioterapi dan kebugaran olahraga bagi semua kalangan. Pada tahun ke dua ini Pusat layanan fisioterapi dan kebugaran lebih memfokuskan pada aspek promosi, kualitas dan pemenuhan harapan dari pengguna jasa ini.

Selama dalam kegiatan pengabdian sepanjang tahun ini, pusat layanan juga selalu berbenah untuk kemajuan ke arah yang lebih baik. Pada tahun kedua penerimaan kegiatan pengabdian dilakukan pembenahan-pembenahan terkait dengan promosi, kualitas dan serta merangkul semua ekspektasi dari pengguna.

Terkait dengan promosi, banyak cara yang dilakukan untuk memberikan informasi yang bisa memengaruhi pengguna. Factor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk adalah harga produk yang ditawarkan, factor yang menentukan konsumen memilih suatu produk adalah factor keunikan produk dan untuk aspek gengsi seseorang dalam memilih barang adalah seberapa besar media memberitakan hal tersebut

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan pengembangan produk jasa yang dihadirkan oleh pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran telah dilakukan pembenahan dan pengembangan dengan menentukan prioritas utama yang selama ini masih dalam kondisi lemah diantaranya:

1. telah terlaksananya penjajakan Kerjasama dengan pihak stake holder dalam usaha memperkenalkan jasa yang diandalkan
2. telah terlaksananya MoU dengan stakeholder yang membahas Kerjasama pusat layanan fisioterapi olahraga dan kebugaran
3. Sudah adanya perkenalan layanan kepada atlet-atlet Provinsi Sumatera Barat

4. telah dimaksimalkannya manajemen pelayananan
5. memaksimalkan promosi yang dilakukan menggunakan media social

## **5. Daftar Pustaka**

- Hatane Samuel. (2006). Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya . Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(2), 53–64. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/16534>
- Hermingtyas, R. (2012). Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang. Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik), 4(3), 1–8.
- Lestari, S. (2015). Pengaruh Brand Equity Terhadap Customer Value Pada Pengguna Telepon Seluler Nokia Di Surabaya.
- Lestiani, M. E. (2011). Faktor-Faktor Dominan Promosi Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen Dalam Membeli Suatu Produk Dengan Menggunakan Metode Ahp. Industri Elektro Penerbangan (INDEPT), 1, 15–20. [https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=26&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj9nKqAaws\\_eAhWNXisKHYIPCyl4FBAWMAV6BAGHEAI&url=http%3A%2F%2Fjip.polinema.ac.id%2Fojs3%2Findex.php%2Fjip%2Farticle%2Fview%2F80%2F79&usq=AOvVaw2sufCT1LlNuHSa\\_Bu4PkQL](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=26&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj9nKqAaws_eAhWNXisKHYIPCyl4FBAWMAV6BAGHEAI&url=http%3A%2F%2Fjip.polinema.ac.id%2Fojs3%2Findex.php%2Fjip%2Farticle%2Fview%2F80%2F79&usq=AOvVaw2sufCT1LlNuHSa_Bu4PkQL)
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Tata Kelola, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Rabiqy, Y. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel Di Banda Aceh. Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 1(1), 53–63. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v1i1.912>
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. Jurnal Lentera Bisnis, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa. Andi Offset.