

**TINJAUAN KUALITAS PELAYANAN PADA KONSUMEN
MILKY WAY DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*“Diajukan Kepada Tim penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya”*



Oleh:
ANISA SEPTIA
NIM: 21134011

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

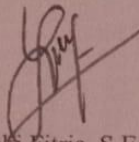
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Milky Way di Kota Padang

Nama : Anisa Septia
NIM : 21134011/2021
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Diketahui Oleh:

Koordinator Program Studi
Diploma Tiga (D3) Manajemen Perdagangan

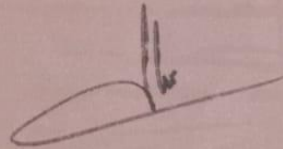


Yuki Fitria, S.E, M.M
NIP. 19820722 20101 22002

Padang, Mei 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Tugas Akhir



Mike Yolanda, SP, MM
NIP. 19890511 202203 2 006

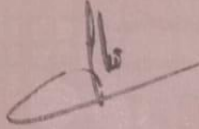
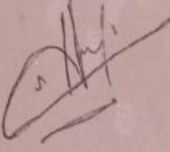
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN KUALITAS PELAYANAN PADA KONSUMEN
MILKY WAY DI KOTA PADANG

Nama : Anisa Septia
NIM/TM : 21134011/2021
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji
Tugas Akhir Program Studi Diploma Tiga (D3) Manajemen
Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Padang*

Padang, Mei 2025

<i>Nama</i>	<i>Tim Penguji</i>	<i>Tanda Tangan</i>
<i>Mike Yolanda, SP, M.M</i>	<i>(Ketua)</i>	
<i>Astri Yuza Sari, SE, M.M</i>	<i>(Anggota 1)</i>	
<i>Fitria Ridhaningsih, SE, M.M</i>	<i>(Anggota 2)</i>	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Septia
NIM/TM : 21134011/2021
Tempat/ Tanggal Lahir : Koto Panai/03 September 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Koto Panai, Air Haji, Pesisir Selatan
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Milky Way di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Mei 2025

Yang menyatakan,



Anisa Septia

ABSTRAK

**Anisa Septia, 2025 : Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan
Milky Way Di Kota Padang
Pembimbing : Mike Yolanda, S.P.,M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan pelayanan Dalam Meningkatkan Penjualan *Milkyway* di Kota Padang. bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisa serta dilanjutkan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk paragraf dan kalimat. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari *Milkyway*. Sedangkan untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 55 orang responden. hasil penelitian pada dimensi *Tangible* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.23 dengan kategori *Baik*, pada dimensi *Reability* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.77 dengan kategori *Baik*, kemudian pada dimensi *Responsiveness* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.55 dengan kriteria *Baik*, begitu juga pada dimensi *Assurance* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.45 dengan kategori *Baik* dan yang terakhir pada dimensi *Empathy* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.46 dengan kriteria *Baik*. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan pada pelanggan Milkyway sudah baik, dan dapat disimpulkan bahwa hasil pelayanan yang baik pada pelanggan milkyway berpengaruh terhadap pembentukan persepsi pelanggan pada Milkyway Padang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya lah maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Milky Way Di Kota Padang**” tugas akhir ini diajukan untuk menyelesaikan pendidikan D3 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam tugas akhir ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

1. .Puji Syukur, Kepada Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT setiap kesulitan ada kemudahan yang menyatakan dalam Surah Al-Insyirah ayat 5-6 yang menyatakan yang artinya “ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.
2. Cinta Pertama dan Panutanku, Ayahanda Asril dan Ibunda Ismaleni yang selalu menjadi penyemangat dalam menulis tugas akhir ini.
3. Terimakasih kepada adik kandung saya bernama Rahmadita yang telah membantu dan memberi support saat menyelesaikan ujin tugas akhir.
4. Bapak Dr. Yudi Antomi Selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang
5. Bapak Prof. Parengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

6. Ibu Yuki Fitria, SE,MM, selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padang.
7. Ibu Mike Yolanda, S.P, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Negeri Padang.
8. Bapak Ridho Ryswaldi, ST,MM selaku Pembimbing Tugas Akhir. Selama proses Teknik Penulisan Tugas Akhir.
9. Bapak Gesit Thabrani, Selaku Dosen Penasehat Mahasiswa Tugas Akhir yang sedang kesulitan dan Memberi arahan selama Penulisan Tugas Akhir.
10. Bapak dan Ibu Dosen, Staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama mengikuti studi.
11. Bapak dan Ibu Dosen, Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
12. Bapak dan Ibu Dosen, Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Sekolah Vokasi
13. Sahabat-sahabat saya yang selalu ada dalam keadaan apapun, saat ada kekurangan mampu melengkapi sampai pencapaian penulisan tugas akhir dengan baik.

14. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penulisan tugas akhir, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk sendiri.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya yang telah diberikan. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini banyak terdapat kekurangan, hal ini bukanlah suatu kesengajaan melainkan karena keterbatasan ilmu Peneliti. Akhir kata dengan kerendahan hati peneliti berharap agar Tugas Akhir ini dapat dilanjutkan ke tahap penelitian.

Padang, Mei 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kualitas Pelayanan	13
B. Pemasaran	20
C. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
D. Jenis dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Definisi Operasional dan Variabel Data.....	47
G. Instrumen dan Skala Pengukuran Penelitian.....	48
H. Teknik Tinjauan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Tinjauan Karakteristik Responden	53
C. Tinjauan Data	59
D. Hasil Penelitian	61
E. Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 UMKM di Provinsi Sumatra Barat tahun 2022-2023	4
Tabel 2 Jumlah Pendapatan Milkyway Pada Tahun 2022-2024	5
Tabel 3 Kriteria UMKM.....	39
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 5. Daftar Skala Jawaban Pertanyaan	49
Tabel 6 Jenis Kelamin Reponden.....	54
Tabel 7 Usia Responden.....	55
Tabel 8 Pekerjaan Responden	56
Tabel 9 Pendapatan Responden.....	57
Tabel 10 Sumber Informasi	58
Tabel 11 Alasan Berkunjung	59
Tabel 12 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 13 Hasil Uji Realibilitas	61
Tabel 14 Distribusi Frekuensi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar harga Milky Way	6
Gambar 2 Aktivitas Di Milky Way Dan Qris Pembayaran	7
Gambar 3 Logo Milkyway	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap Negara. Hal ini disebabkan oleh besarnya sumbangsih UMKM terhadap Negara, khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah. Oleh karena itu, berbagai kebijakan dan program pendukung telah dirumuskan dan diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Kebijakan dan program pendukung tersebut bertujuan untuk melindungi dan mengembangkan UMKM melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif. (Zahra, 2022)

Peran UMKM bukan hanya dirasakan oleh Negara berkembang saja. Negara-negara maju pun mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan oleh karena adanya pertumbuhan UMKM. Sebagai contoh, negara-negara maju di Eropa memiliki proporsi UMKM di atas 90% (Johnson, 2007). Beberapa Negara di Asia Pasifik juga mengalami hal yang sama dengan Negara-negara di Eropa. Sebagai contoh, Negara Taiwan dan Korea juga merasakan pertumbuhan ekonomi yang signifikan oleh karena pertumbuhan UMKMinya. Bahkan Jepang telah mengeluarkan kebijakan untuk terus meningkatkan inovasi UMKM (Zahra, 2022).

UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu

mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Untuk mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia berbagai kegiatan dan program pun dilaksanakan oleh Pemerintah pusat dan daerah. Dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional.

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Berdasarkan data tabel. diatas yang menyatakan UMKM pada dasarnya berdasarkan besarnya modal usaha saat pendirian. Bila modal usahanya mencapai maksimal satu milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), maka dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal usaha lebih dari satu milyar rupiah sampai dengan lima milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal usaha lebih dari lima milyar rupiah sampai dengan sepuluh milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Menengah. Lebih besar dari ini, maka menjadi kelas Usaha Besar.

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi

digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal. Saat ini, Kadin Indonesia dan Pemerintah Indonesia tengah mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional melalui strategi penerapan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global dan berorientasi ekspor.

Perkembangan UMKM di Sumatra barat adalah bukti nyata dari semangat wirausaha dan usaha keras masyarakat setempat. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan sektor ini melalui berbagai program dan inisiatif yang mendukung UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing mereka. Dengan demikian, UMKM di Sumbar dan seluruh Indonesia akan terus menjadi tulang punggung ekonomi negara, memberikan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, diamanatkan juga oleh UU bahwa UMKM diharapkan dapat mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan dengan membantu meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Dengan pencabutan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PPKM) dan meningkatnya aktivitas ekonomi, diprediksi bahwa jumlah UMKM di Sumbar akan terus bertambah pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan perkembangan positif dalam sektor UMKM di Sumbar, yang merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Sementara itu di Provinsi Sumatra Barat, UMKM juga memiliki jumlah yang cukup tinggi, berikut merupakan data jumlah UMKM di Provinsi Sumatra Barat pada tahun 2022-2023 sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Usaha Menurut Skala usaha dan Kabupaten Provinsi Sumatera Barat (Berdasarkan Jumlah Penjualan PP NO.7 Tahun 2021).

Tabel 1 UMKM di Provinsi Sumatra Barat tahun 2022-2023

No	Kabupaten	Skala Usaha			
		Mikro (<2M)	Kecil (2-15M)	Menengah (15-50M)	Jumlah
1	Kab. Kepulauan Mentawai	0	0	0	0
2	Kab. Pesisir Selatan	34.752	2	3	34.757
3	Kab. Solok	14.646	4	2	14.652
4	Kab. Sijunjung	22.578	107	6	22.691
5	Kab. Tanah Datar	20.003	6	2	20.011
6	Kab. Padang Pariaman	18.876	2	0	18.878
7	Kab. agam	21.775	2	1	21.778
8	Kab. Lima Puluh Kota	15.727	10	2	15.739
9	Kab. Pasaman	30.061	5	1	30.067
10	Kab. Solok Selatan	18.679	202	16	18.897
11	Kab. Dharmasraya	20.885	286	36	21.207
12	Kab. Pasaman Barat	23.774	8	4	23.786
13	Kota Padang	111.246	2	4	111.252
14	Kota Solok	8.671	95	5	8.771
15	Kota Sawahlunto	7.966	63	6	8.035
16	Kota Padang Panjang	7.843	94	5	7.942
17	Kota Bukit Tinggi	20.154	215	17	20.386
18	Kota Payakumbuh	15.698	289	21	16.008
19	Kota Pariaman	13.129	132	8	13.269
	Jumlah	426.463	1.524	139	4.281.126

Berdasarkan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pada tahun 2022-2023 menunjukkan pertumbuhan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Sumatra Barat di dominasi oleh Kota Padang. kurang lebih ada sekitar 111.252 unit usaha UMKM di Kota Padang sedangkan jumlah seluruh pertumbuhan UMKM di Provinsi Sumatra Barat mencapai 428.126 usaha. Berdasarkan jumlah UMKM tersebut maka peneliti mengambil penelitian di Kota

Padang dikarenakan Kota Padang merupakan dengan Jumlah UMKM terbanyak dibandingkan Kota/Kabupaten di Provinsi Sumatra Barat.

Tabel 2 Jumlah Pendapatan Milkyway Pada Tahun 2022-2024

Bulan	Pendapatan Tahun 2022	Pendapatan Tahun 2023	Pendapatan Tahun 2024
Januari	10.000.000	3.000.000	1.000.000
Februari	15.000.000	8.000.000	2.000.000
Maret	18.000.000	5.000.000	1.000.000
April	4.000.000	2.000.000	700.000
Mei	5.000.000	7.000.000	1.000.000
Juni	30.000.000	8.000.000	1.500.000
Juli	25.000.000	8.000.000	1.500.000
Agustus	35.000.000	5.000.000	2.000.000
September	11.000.000	8.000.000	2.000.000
Oktober	10.000.000	9.000.000	1.500.000
November	8.000,00	2.000.000	1.000.000
Desember	5.000.000	3.000.000	3.500.000
Jumlah	176.000.000	68.000.000	Rp 18.700.000

Di atas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan pada Milkyway dalam 2 tahun terakhir mengalami penurunan, penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebanyak Rp. 175.000.000 dan tahun 2023 68.000.000. Pemilik menjelaskan bahwa peningkatan penjualan dikarenakan MilkyWay Ikut Serta Acara Bazar Nasional. Kemudian penjualan Milkyway mengalami penurunan yang semakin sedikit, dengan penjualan terendah terjadi pada tahun 2024 sebanyak 18.700.000. Ada beberapa faktor penyebab dalam hal ini diantaranya adalah terhambatnya penjualan pada MilkyWay dikarenakan susu murni yang dipesan sering habis dan Mahasiswa/i libur semester, kedainya masih tidak terlihat, parkir sempit, dan harganya masih dikatakan tidak terjangkau. Berdasarkan kriteria pendapatan maka usaha Milkyway dikategorikan dengan Usaha Mikro sesuai dengan kriteria usaha

berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, dengan asset maksimal 50 juta dan omzet maksimal 300 juta rupiah (Zahra, 2022).

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.



Drink Menu

"Milk Your Way"

TEA SELECTION	H	L
LEMON TEA	7K	10K
LYCHEE TEA	10K	13K
JELLY TEA	10K	13K
THAI TEA ORIGINAL	12K	15K
GREEN TEA THAI TEA	12K	15K
CHOCOLATE THAI TEA	12K	15K
ES SUSUTELANG	12K	15K
HATCHA LATTE	12K	15K
MILK TEA	8K	10K

MILKYWAY SIGNATURE	H	L
KOREAN STRAWBERRY FRESH MILK	2K	2K
KOREAN BLUEBERRY FRESH MILK	2K	2K
TRIPLE CHOCOLATE MILK	2K	2K
HEALTHY CENDOL	7K	7K

MILK IN A BOTTLE	H	L
250ML PLAIN	10K	13K
250ML (ALL VARIANTS)	2K	2K
1 PLAIN (BOTOL PLASTIC)	25K	25K
1 PLAIN (BOTOL KACA) 1MAL	35K	35K
REFILL	20K	20K

MILK IN A CUP	H	L
CHOCOLATE MILK	7K	7K
STRAWBERRY MILK	7K	7K
MANGGO MILK	7K	7K
BUBBLE MILK	7K	7K
RED VELVET	7K	7K
BROWN SUGAR MILK	7K	7K

SMOOTHIES	H	L
STRAWBERRY SMOOTHIES	2K	2K
MANGGO SMOOTHIES	2K	2K
BANANA SMOOTHIES	2K	2K

MILKSHAKE	H	L
VANILLA MILKSHAKE	13K	13K
OREO MILKSHAKE	13K	13K
CHOCOLATE MILKSHAKE	13K	13K
STRAWBERRY MILKSHAKE	13K	13K
TARO BLUEBERRY MILKSHAKE	13K	13K

YOGURT	H	L
STRAWBERRY YOGURT	12K	12K
MANGGO YOGURT	12K	12K
BLUEBERRY YOGURT	12K	12K

HOT DRINKS	H	L
FRESH MILK	7K	7K
CHOCOLATE	9K	9K
STRAWBERRY	9K	9K
SUSU JAHE	9K	9K

COFFEE	H	L
KOP BUSU MILKWAY	2K	2K
KOP BUSU GULA AREH	2K	2K

TOPPING	H	L
GRASS JELLY / JELLY	2K	2K
BOBA	2K	2K
JELLY	2K	2K
CREAM CHESSE	3K	3K

100% Susu Sapi Segar

MilkyWay

Gambar 1. Daftar harga Milky Way

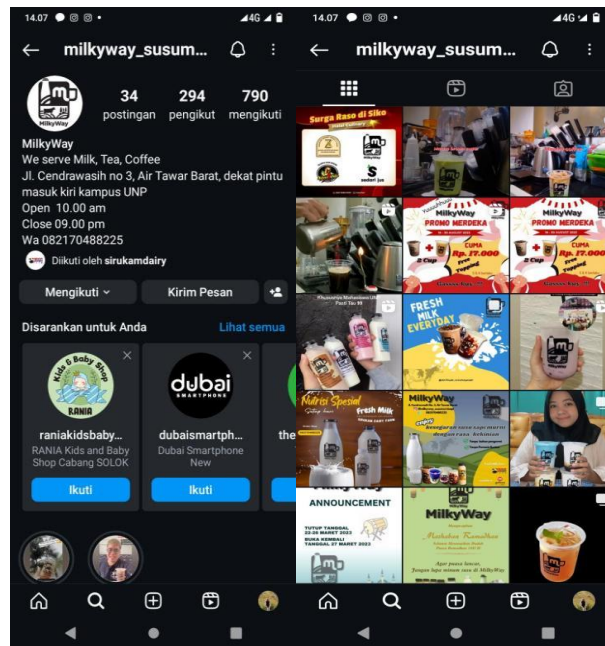
UMKM Milkyway merupakan salah satu brand lokal asal di Jl. Air Tawat Barat, Kota Padang, Sumatra Barat yang terjun dalam usaha minuman olahan susu. Milkyway sangat menjaga kualitas produknya dengan menggunakan bahan-bahan premium. Kedai susu sapi segar yang diproduksi dari peternakan sapi perah yang terkenal di Jl. Solok-Alahan Panjang No. KM 18, Nagari Sirukam, Kec. Payung Sekaki, Kabupaten Solok, Sumatra Barat.



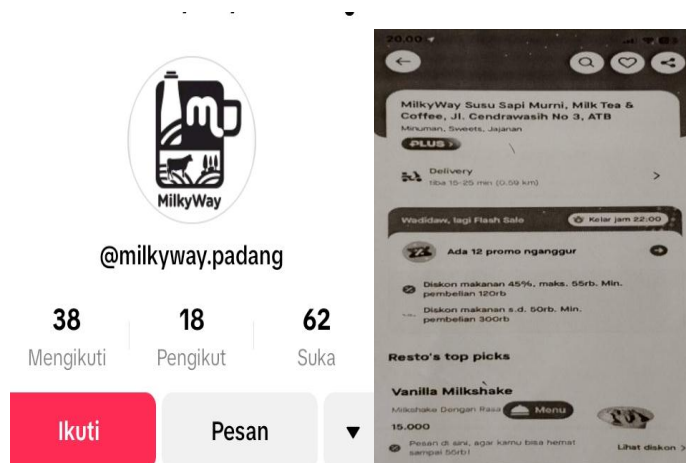
Gambar 2. Aktivitas Di Milky Way Dan Qris Pembayaran

Meskipun harga ditentukan tersebut masih terjual produknya, ternyata masih banyak konsumen merasa saat menikmati masih tidak puas dan mengeluh dengan harga (Hasil Wawancara).

Pada Milky Way ditemukan penggunaan instagram yang dibuat pada tahun 2022 Tiktok 2023, dan Gofood 2023 yang kurang optimal dilihat dari ist feeds pada Aplikasi Gofood tidak ada ratings karena belum mendapatkan 5 rating dan GoFood pesan antar dalam 90 hari belakang, Instagramnya dan Tiktok kurang kreatif dan inovatif dari isi kontennya. Oleh karena itu jika penggunaan Gofood, Instagram, dan Tiktok lebih maksimal maka dapat menumbuhkan minat pelanggan, karena banyak pelanggan yang menggunakan instagram sebagai media rekomendasi tempat akan dikunjungi.



Gambar : Instagram



Gambar : Tiktok dan Go-jek

“Perusahaan milky way masih belum menjadikan promosi sebagai prioritas utama dalam kegiatan pemasaran. Perusahaan tidak banyak menggolontorkan biaya untuk kegiatan periklanan. Periklanan belum menjadi prioritas karena perusahaan yang masih berskala lokal dan agak susah dilakukan, sulit menemukan waktu yg tepat karena produk minuman susu, jadi tidak terlalu intens melakukan kegiatan pemasaran melalui iklan. Selain itu juga disebabkan adanya keterbatasan tenaga dan biaya yang dialokasikan untuk kegiatan”



Dalam upaya meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan, Milky way (Susu Sapi Murni) telah resmi bekerja sama dengan Gojek melalui platform GoFood. Kerja sama ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk kami secara praktis dan cepat melalui layanan pesan antar makanan. Namun, hingga saat ini, hasil dari kerja sama tersebut belum sepenuhnya mencapai target yang diharapkan. Beberapa tantangan seperti visibilitas produk di aplikasi, kebiasaan konsumen dalam memilih produk segar secara daring, serta strategi promosi digital masih terus kami evaluasi dan benahi. Mereka tetap berkomitmen untuk terus memperbaiki layanan, meningkatkan kualitas pemasaran, serta menjalin komunikasi aktif dengan pihak Gojek agar kerja sama ini dapat memberikan dampak positif yang lebih besar di masa mendatang.

Setiap perusahaan diperlukannya perilaku organisasi, dimana perilaku yang dibutuhkan jika ingin menjalin komunikasi yang baik antar individu maupun kelompok dan bisa memahami perilaku individu di dalam sebuah organisasi. Di era digital seperti saat ini, dimana tingkat persaingan bisnis yang sangat tinggi. Setiap perusahaan harus memperhatikan salah satu aspek yang sangat penting dan vital dalam sebuah manajemen perusahaan yaitu dalam bidang pemasaran. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran dalam menjalankan sebuah bisnis, maka akan lebih optimal dalam pengelolaan pemasaran yang terarah atau efektif. Sehingga, dapat diharapkan dalam perusahaan bisa memaksimalkan pencapaian keuntungan baik profit maupun non profit secara maksimal dan bisa menghadapi persaingan yang ada sekaligus dapat meraih keberhasilan dalam bisnisnya bagi perusahaan yang bersangkutan.

Persaingan milky way ada beberapa pesaing ditemui disekitar Jl. Cendrawasih, Air Tawar Barat, Kota Padang, Sumatra Barat sebagai berikut:

1. Komunaj (Thaitea)
2. Seegeer (minuman berbabagai varian rasa)
3. Cholate changer
4. THE ES Umma Aina
5. Mumu Ice Drink
6. Es The Roemah

UMKM yang bisa dikunjungi yaitu Mumu Coffee :

Berdasarkan kriteria pendapatan maka usaha Mumu Coffee dikategorikan dengan Usaha Kecil sesuai dengan kriteria usaha berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, dengan asset maksimal >50 juta-500 juta dengan omzet 300 juta-2-5 miliar.

Suatu perusahaan akan bertahan apabila dapat memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Pengusaha harus mampu mengikuti perkembangan yang ada sehingga dapat menentukan formula terbaik yang bisa dilakukan terhadap penjualan produksi. Selain itu yang harus diperhatikan adalah faktor internal dan eksternal karena hal itu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk serta supaya terciptanya kepuasan pembelian. Branding pada produk juga merupakan cara untuk menciptakan peningkatan penjualan. Produk yang sudah di branding akan membuat pelanggan lebih tertarik untuk menentukan keputusan pembelian oleh karena itu penting untuk sebuah bisnis menentukan hal yang mempengaruhi penjualan.

Oleh sebab itu kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas perusahaan industri. Berdasarkan seluruh uraian diatas, pada penelitian ini Peneliti ingin

mengetahui karakteristik dan kepuasan pelanggan Kedai "Milkyway" terhadap 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu reliabibty, tangibles, responsiveness assurance dan emphaty haik secara parsial maupun menyeluruh.

Berdasarkan permasalahan di atas apakah kualitas perlayanan Milky Way sudah memenuhi kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen atau belum, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Milky Way di Kota Padang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut : “ Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Milky Way di Kota Padang”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kegiatan pelayanan Dalam Meningkatkan Penjualan MilkyWay di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a) Sebagai pengembangan bidang kajian Kualitas Pelayanan.
- b) Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi Mahasiswa/i lainnya yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Study Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang dan memperoleh gelar Ahli Madya, juga untuk menambah wawasan berpikir tentang strategi pelayanan konsumen di dalam menjalankan bisnis dan menambah pengetahuan di bidang manajemen khususnya manajemen perdagangan.

b. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap, bisa menjadi inspirasi para pengusaha untuk berinovasi dan mengeluarkan ide-ide kreatif dalam menciptakan sebuah produk.

Hendaklah penelitian ini digunakan sebagai contoh dan bahan pembelajaran dan sebuah gambaran tata cara melakukan bisnis dengan benar yang sesuai dengan Study Kualitas pelayanan yang efektif dan efisien, sehingga bisnis tersebut dapat berkembang.

c. Bagi Wirausaha

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk mempertimbangkan bagi praktek pelayanan yang efektif dalam upaya menarik minat pelanggan guna meningkatkan pendapatan penjualan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Abdullah, Ismeth, 2004).
2. Objek penelitian yang mana dapat memberikan jawaban/hasil penelitian mengenai Tinjauan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Milky Way di Kota Padang. Karakteristik responden pada penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pekerjaan responden, pendapatan responden, sumber informasi yang diperoleh responden terkait produk, intensitas berkunjung hingga alasan responden berkunjung ke objek penelitian.
3. Berdasarkan tabel diatas dapat diklasifikasi berdasarkan Sumber Informasi, dimana dalam penelitian ini, klasifikasi Sumber Informasi responden dibagi menjadi sosial media, teman dan keluarga/kerabat. dari 3 klasifikasi diatas, responden paling banyak berasal dari sumber informasi yang

diperolehnya melalui sosial media yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 41.8 persen, kemudian informasi yang diperoleh dari teman berjumlah sebanyak 15 orang atau sebesar 27.3 persen. Selebihnya sumber informasi yang diperoleh dari keluarga/kerabat berjumlah sebanyak 17 orang atau sebesar 30.9 persen.

4. Berdasarkan jawaban responden terhadap kualitas pelayanan pada indikator tangible (bukti fisik memiliki skor 178 dengan TCR 0.65 Dengan Kategori Baik, berdasarkan jawaban responden terhadap Kualitas Pelayanan pada indikator Realibility (Keandalan) memiliki skor 208 dengan TCR 0.75 dengan kategori baik, berdasarkan jawaban responden terhadap kualitas pelayanan pada indikator Responsiveness (Daya Tanggap) memiliki skor 196 dengan TCR 0.71 dengan kategori baik, berdasarkan responden terhadap kualitas pelayanan pada indikator Assurance (Jaminan) memiliki skor 190 dengan TCR 0.69 kategori sangat baik, berdasarkan kualitas pelayanan pada indikator empathy (empati) memiliki skor 191 dengan TCR 0.69 dengan kategori sangat baik.
5. Berdasarkan hasil olah data yang disajikan pada table diatas dapat diketahui rangkuman 5 dimensi yang dipakai dalam penelitian ini yang meliputi Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy berikut nilai rata-rata dan nilai TCR dari seluruh dimensi yang diteliti dalam penelitian ini, hasil yang di dapat bahwa nilai rata-rata sebesar 3.49 dan nilai Rata-rata TCR sebesar 70 %.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bab Pembahasan, maka dapat diberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peneliti harus menentukan dan menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini karena dalam menentukan jenis penelitian merupakan suatu hal penting, yang berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal atau valid.
2. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:8) yang menyatakan bahwa Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivism.
3. Metode penelitian ini cocok digunakan untuk meneliti pada jumlah populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan Tinjauan data bersifat kuantitatif atau statistik ”.
4. Berdasarkan hasil penelitian dimensi realibility dengan rata-rata skor yang tertinggi harus dipertahankan sedangkan kualitas pelayanan tangible dengan rata-rata dimensi dari skor dinyatakan terendah dari dimensi lain maka dimensi tangible pada tempat parkir dan jualannya harus mencari yang lebih luas dan strategis yang mudah ditemui oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi Herri 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara.
- Arminsyah, Merri Anitasari (2014) Tinjauan Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Alami Kabupaten Kepahiang.
- Andi Riyanto 2018. Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi.
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Kotler, P. 1994. Dasar-dasar Pemasaran. Midas Surya Grafindo, Jakarta.
- .2002. Manajemen Pemasaran. Prehalindo, Jakarta.
- .2008. Manajemen Pemasaran. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2019. Marketing Manajemen 13. New Jersey: Pearson prentice hall, inc.
- Laurensius Boro Kereta (2014) ”Tinjauan pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur”.
- Lovelock, C and Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Macanan Jaya cemerlang, Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Moha, Sartika, and Sjendry Loindong. "Tinjauan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4.1 (2016).
- Nurlan, Fausiah. Metodologi penelitian kuantitatif. CV. Pilar Nusantara, 2019.
- Purwanto, E., & Nugroho, P. W. (2020). Metodologi penelitian kuantitatif.
- Prajitno, Subagio Budi. "Metodologi penelitian kuantitatif." Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.(tersedia di <http://komunikasi.uinsgd.ac.id>) (2013): 1-29.
- Suminnar, D. 2007. Tinjauan Formulasi Strategi pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Kota Bogor. (SKRIPSI) Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen. IPB. Bogor.

- Renggo, Yuniarti Reny, and S. Kom. "Populasi Dan Sampel Kuantitatif." *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* 43 (2022).
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Tinjauan Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1-12.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT Rieka Cipta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality, & Statisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widyaningrum, R. 2004. Tinjauan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor).
- (SKIRPSI). Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen. IPB. Bogor.
- Wulan Siti Aisah 2004. Tinjauan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor)
- Kosasih, K. (2021). ANALISIS DESKRIPTIF KARAKTERISTIK JIWA WIRUSAHA UMKM DALAM PEMBENTUKAN CLUSTER INDUSTRI. *Ekono Insentif*. <https://doi.org/10.36787/jei.v15i1.501>
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria, dan Konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.