



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi-Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan
Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi
COVID-19.**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Nicholas

6081801120

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi-Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan
Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi
COVID-19.**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Nicholas

6081801120

Pembimbing

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Nicholas
Nomor Pokok : 6081801120
Judul : Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi COVID-19.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 22 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. :

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. :

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius S.AB., M.Si. :

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nicholas
NPM : 6081801120
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi COVID-19.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Juni 2022



Nicholas

ABSTRAK

Nama : Nicholas
NPM : 6081801120
Judul : Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi COVID-19.

Perkembangan teknologi dan informasi semakin maju dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Termasuk dalam bisnis kuliner, dengan kehadiran peran layanan pesan GO-FOOD. Adalah sebuah fitur layanan pesan antar makanan yang dikembangkan oleh GO-JEK sebagai salah satu saluran distribusi yang dilakukan UMKM. Layanan pesan GO-FOOD membantu dalam meningkatkan volume penjualan yang sekaligus meningkatkan omset. Dengan adanya Pandemi COVID-19 layanan pesan GO-FOOD semakin digemari. Terjadinya pola perubahan perilaku tentu menjadi sebuah fenomena khusus. Penelitian menggunakan jenis kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber yang diwawancara adalah pemilik dari Mie Kocok Karapitan 88. Sehingga menghasilkan triangulasi untuk pengujian kredibilitas data. Dan dihasilkan bahwa layanan pesan GO-FOOD memberikan peningkatan pada penjualan di Mie Kocok Karapitan 88 dan membuka peluang baru dalam bentuk pemasaran.

Kata kunci: GO-FOOD, kuliner, penjualan

ABSTRACT

Name : Nicholas

Student ID : 6081801120

Title : Analysis of GO-FOOD Services in Increasing Sales of Mie Kocok Karapitan 88 during the COVID-19 Pandemic.

The development of technology and information is increasingly advanced in supporting economic growth. Including in the culinary business, with the presence of the role of the GO-FOOD messaging service. Is a food delivery message feature developed by GO-JEK as one of the distribution channel services carried. GO-FOOD messaging service helps in increasing sales volume while increasing turnover. With the COVID-19 pandemic, GO-FOOD messaging services are becoming increasingly popular. The occurrence of patterns of behavior change is certainly a special phenomenon. This research uses a qualitative descriptive type with a case study method. Data collection techniques were carried out by interview, observation and documentation. The interviewee is the owner of Mie Kocok Karapitan 88. Produces triangulation for data testing. And the result is that the GO-FOOD messaging service provides an increase in sales at Mie Kocok Karapitan 88 and opens up new opportunities in the form of marketing.

Keywords:GO-FOOD, culinary, sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Layanan Pesan GO-FOOD Dalam Meningkatkan Penjualan pada Mie Kocok Karapitan 88 di Masa Pandemi COVID-19”. Penyusunan skripsi ini ditunjukan untuk memenuhi syarat perolehan gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis berharap penelitian dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan menjadikan sebuah referensi. Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari segala pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan segala kerendahan hati kepada pihak:

1. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, ide, dan dukungan kepada penulis dari awal hingga selesainya penelitian ini.
3. Seluruh jajaran dosen yang telah mengajar di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Mie Kocok Karapitan 88 yang memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melaksanakan penelitian dan memperoleh data.
5. Keluarga yang memberikan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman satu angkatan administrasi bisnis 2018.

Dalam penyusunan skripsi penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat tidak sempurna terdapat beberapa kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritikan agar dapat diperbaiki di masa yang akan datang. Akhir kata,

semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan yang membutuhkan.

Bandung, 16 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the name Nicholas.

Nicholas

DAFTAR ISI

Contents	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1.....	1
PERMASALAHAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Permasalahan.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Objek Penelitian	7
BAB 2.....	9
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	9
2.1 Kerangka Pemikiran	9
2.2 Teori dan Konsep	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2.2 Manajemen Distribusi.....	11
2.2.3 Strategi Distribusi	15
2.2.4 Saluran Distribusi	19
2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi	24
2.2.6 Penjualan.....	26
2.2.7 Teknologi Digital dan Manfaatnya	30
2.2.8 Usaha Mikro Kecil dan Mengengah (UMKM).....	31
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	32
2.4 Metodologi	33

2.4.1 Jenis Penelitian.....	33
2.4.1 Metode Penelitian	34
2.4.2 Model Penelitian.....	35
2.4.3 Instrumentasi Penelitian.....	35
2.4.3 Populasi dan Sampel.....	38
2.4.4 Proses Pengumpulan Data	38
2.4.5 Teknik Analisis Data	40
2.4.6 Pengujian Kredibilitas Data.....	41
BAB 3.....	43
HASIL DAN TEMUAN	43
3.1 Profil Perusahaan.....	43
3.2 Hasil Penelitian.....	46
3.2.1 Hasil Wawancara	48
3.2.2 Hasil Observasi	54
3.2.3 Hasil Dokumentasi.....	56
3.3 Temuan.....	61
BAB 4.....	66
KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI	66
4.1. Kesimpulan.....	66
4.2 Rekomendasi	66
4.3 Implikasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
References	69
Hasil Wawancara.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Menu Mie Kocok Karapitan 88	8
Tabel 2. 1 Instrumen Penelitian	36
Tabel 3. 1 Data Penjualan Mie Kocok Karapitan 88	47
Tabel 3. 2 Data Penjualan Mie Kocok Karapitan pada bulan januari 2022.....	57
Tabel 3. 3 Data Penjualan Mie Kocok Karapitan 88 pada bulan february 2022 ...	58
Tabel 3. 4 Data Penjualan Mie Kocok Karapitan pada bulan maret 2022.....	59
Tabel 3. 5 Tabel kelebihan dan kekurangan dengan layanan pesan GO-FOOD di mie kocok karapitan 88	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 GO-FOOD selalu berinovasi.....	4
Gambar 1. 2 Komentar Instagram Mie Kocok Karapitan 88.....	5
Gambar 1. 3 Mie Kocok Karapitan 88 di aplikasi GO-JEK	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2. 2 Model Penelitian	35
Gambar 2. 3 Macam Teknik Pengumpulan Data.....	39
Gambar 2. 4 Triangulasi.....	41
Gambar 3. 1 Logo Mie Kocok Karapitan 88	43
Gambar 3. 2 Logo Mie Kocok Karapitan 88 di toko	44
Gambar 3. 3 Contoh produk yang ditawarkan	44
Gambar 3. 4 Lokasi Mie Kocok Karapitan 88	45
Gambar 3. 5 Peta Mie Kocok Karapitan 88	46
Gambar 3. 6 Contoh atribut yang diberikan GO-JEK.....	50
Gambar 3. 7 Contoh Pelanggan yang langsung makan di tempat.....	52
Gambar 3. 8 Kuah Kaldu Sapi	55
Gambar 3. 9 Keadaan tempat makan ketika penulis melakukan observasi	55
Gambar 3. 10 Pelaporan Pajak Mie Kocok Karapitan 88	56
Gambar 3. 11 Dokumentasi penjualan yang terjadi di aplikasi GO-JEK	60
Gambar 3. 12 Komentar pada instagram mie kocok karapitan 88.....	61
Gambar 3. 13 Ulasan dari pengguna layanan pesan GO-FOOD	62
Gambar 3. 14 Ulasan dan rating di Mie Kocok Karapitan 88.....	62
Gambar 3. 15 Diskon Mie Kocok Karapitan 88 melalui aplikasi GO-JEK.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara 1	71
-------------------------	----

BAB 1

PERMASALAHAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung adalah Ibukota provinsi Jawa Barat. Merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia bersama dengan Jakarta dan Surabaya. Dari segi kepadatan penduduk, Kota Bandung merupakan kota terpadat ke-2 di Indonesia, dengan jumlah penduduk 2.404.589 jiwa pada tahun 2017. Kota Bandung juga dikenal sebagai Wilayah Metropolitan Jawa Barat. Dengan bertambahnya jumlah penduduk di suatu tempat atau daerah maka pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat. Pemerintah Kota Bandung optimis pada tahun 2022 pertumbuhan ekonomi Kota Bandung dapat meningkat sekitar 5,2%. (Din, 2022) Hal ini tidak terlepas dari peningkatan ekonomi di sektor kuliner.

Awal mulanya makanan hanya menjadi salah satu pelengkap dari kegiatan wisata. Namun dengan berkembangnya zaman telah menjadi salah satu kegiatan wisata mandiri yang biasa disebut dengan wisata kuliner. Wisata kuliner menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah wisata yang dilakukan untuk menikmati aneka ragam masakan dari berbagai daerah. Sedangkan kuliner adalah segala hal yang ‘berhubungan dengan masak-memasak’. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Uno mengatakan bahwa, kuliner merupakan *subsector* penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) pada ekonomi kreatif. (Agmasari, 2021) Kuliner menjadi *subsector* yang menyerap paling banyak tenaga kerja yaitu sebanyak 9,5 juta tenaga kerja. Menurut data KEMENPAREKRAF, *subsector* kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif pada 2020. Selain itu sepanjang tahun 2020 terdapat 3,7 juta UMKM yang berjualan

online, hal tersebut juga dicatat oleh Bank Indonesia (BI), nilai transaksi *e-commerce* pada semester 1 2021 meningkat sebesar 64% kurang lebih menjadi Rp 186,7 triliun.

Kota Bandung terkenal akan destinasi pariwisata kulinernya. Apalagi dengan ditunjuknya Kota Bandung oleh Kementerian Pariwisata (KEMENPAR) bersama dengan lima kota lainnya yaitu Kota Yogyakarta, Kota Solo, Kota Semarang, Kota Bali. (Samparaya, 2018) Indonesia sebelumnya tidak memiliki destinasi wisata kuliner yang pasti. Sedangkan kuliner menjadi hal pertama yang dicari oleh para wisatawan. Oleh karena itu KEMENPAR melihat adanya peluang tersebut. Penetapan destinasi ini didasari oleh kriteria kesiapan, keberagaman makanan, dan komitmen pemerintah daerah. Ditunjuknya Kota Bandung sebagai kota destinasi kuliner di Indonesia. Hal tersebut terbilang sangat wajar apabila dilihat dengan banyaknya jenis kuliner mulai dari yang tradisional hingga yang *modern*. Seperti batagor, surabi, peuyem, cendol, oncom, colenak, karekok, bajigur, hingga mie kocok dan masih banyak lagi. Seiring dengan zaman globalisasi yang berkembang sekarang, perkembangan teknologi informasi juga berkembang dengan pesat. Dengan perkembangan tersebut peran teknologi menjadi sangat penting karena membantu dan mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Salah satunya adalah internet, dengan penggunaan yang tepat internet dapat mempermudah manusia untuk memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan. Internet pun dapat menjadi sarana dalam berkomunikasi. Selain itu internet pun dapat membuat peluang di segi ekonomi dan bisnis.

Pada tanggal 13 Oktober 2010, PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau biasa dikenal dengan GOJEK pertama kali diluncurkan di kota Jakarta. Dengan hanya sekitar dua puluh pengemudi. Untuk memesan layanan GOJEK, konsumen akan diarahkan ke layanan *switchboard*, namun setelah tahun berdiri, GOJEK semakin hari semakin berkembang dengan investasi yang signifikan dari NSI Joint Venture Companies, Sequoia Capital dan Global DST. Hingga pada Januari 2015 GOJEK muncul sebagai sebuah perusahaan transportasi roda dua

yang beroperasi melalui pesanan berbasis aplikasi. Tumbuh menjadi *ondemand mobile platform* dan didalam aplikasi GOJEK menyediakan berbagai macam layanan mulai dari transportasi, pembayaran, logistik, dan lain-lain. Setelah sukses dengan bisnis transportasi ojek online di Indonesia. GOJEK mulai mengembangkan bisnisnya di bidang lain, salah satunya yaitu GOFOOD.

GO-FOOD adalah sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di restoran, tetapi menggunakan *smartphone* dengan membuka layanan fitur GO-FOOD didalam aplikasi GO-JEK. Para calon pembeli bisa memesan makanan dari 100.000 lebih pengusaha kuliner, restoran, *outlet* makanan cepat saji, dan juga pedagang-pedagang makanan kecil (UMKM) yang telah bekerja sama dengan GO-JEK dengan radius maksimal 25 km dari lokasi calon pembeli. Makanan atau minuman yang telah dipesan diantar langsung oleh para *driver* GO-JEK ke konsumen. Dengan adanya banyak *fitur* di GO-FOOD seperti 'Pemesanan Kembali' dan 'Favorit' ditambah adanya fitur pembayaran sendiri yaitu GO-PAY para konsumen bisa mendapat banyak *voucher* dan *cashback* dengan syarat dan ketentuan khusus.

Dengan adanya situasi Pandemi COVID-19 dan diberlakukannya peraturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat banyak tempat makan tidak dapat beroperasi seperti normal. Pemerintah melarang adanya kegiatan makan langsung di tempat / *dine in* sehingga para pengusaha kuliner harus menyusun strategi baru dalam pendistribusian makanan agar bisnis yang dijalankan tidak bangkut. Vice President Corporate Affairs GO-JEK Ecosystem Rosel Lavina menyebutkan bahwa transaksi pesan makanan dari melalui layanan GO-FOOD meningkat 20% selama masa Pandemi COVID-19. Rosel juga menyebutkan bahwa sekitar 94% UMKM yang bergabung dalam ekosistem GO-JEK saat Pandemi COVID-19 adalah berskala mikro atau rumah tangga melalui hasil riset. Dari jumlah tersebut 43% diantaranya adalah pengusaha kuliner pemula yang belum memiliki kapasitas dan keterampilan sebagai pelaku usaha. Bahkan 20% masih berstatus karyawan atau memiliki pekerjaan lain dan

menjadikan GO-FOOD sebagai penghasilan tambahan. Berdasarkan catatan CIPS, layanan pesan antar makanan daring di Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 11.5% dari tahun 2020 hingga 2024. Penjual makanan berkontribusi sebesar 27,85% dari total penjualan *e-commerce* pada 2018, sehingga menjadikan kategori terbesar dalam transaksi *e-commerce*.



Gambar 1. 1 GO-FOOD selalu berinovasi

Sumber: Dok. Humas GO-JEK

Hal serupa dikatakan oleh Christian Miharja sebagai pengusaha di bidang kuliner khususnya pengelola tempat makan Mie Kocok Karapitan 88. Mengatakan bahwa memesan secara online telah menjadi sebuah kebiasaan di masa Pandemi COVID-19. Dengan adanya Pandemi COVID-19 dan keterbatasan sosial seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) menjadi faktor perubahan pola perilaku konsumsi dari offline/ membeli secara langsung berpindah ke online/ membeli dimanapun. Adanya perubahan *new normal*, membuat para pelanggan lebih memilih memesan makanan melalui aplikasi dibandingkan datang langsung ke

tempat. Bahkan ketika pertama kali adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat tempat makan Mie Kocok Karapitan 88 tidak dapat sama sekali menerima konsumen yang ingin makan langsung ditempat. Tentu adanya hal tersebut membuat penurunan diangka penjualan offline/ langsung di tempat. Namun dengan kehadiran dari layanan pesan GO-FOOD diharapkan dapat menunjang kembali penjualan dan menjadikannya salah satu saluran distribusi yang efektif untuk menjangkau pelanggan.



Gambar 1. 2 Komentar Instagram Mie Kocok Karapitan 88

Sumber Instagram @miekokokkarapitan88

Contoh Fenomena bisnis yang terjadi dimasa pandemic COVID-19. Dimana konsumen yang biasanya makan langsung ditempat berubah pola perilakunya karena adanya peraturan dan himbauan dari pemerintah untuk menjaga kontak dengan orang lain. Dengan kehadiran fitur layanan GO-FOOD

1.2. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana peran saluran distribusi penjualan online dengan menggunakan layanan pesan GO-FOOD terhadap penjualan di Mie Kocok Karapitan 88 dimasa Pandemi COVID-19?
2. Bagaimana perbandingan penjualan Mie Kocok Karapitan 88 di layanan pesan GO-FOOD dan penjualan langsung di toko offline?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana peran saluran distribusi penjualan online dengan menggunakan layanan pesan GO-FOOD terhadap penjualan di Mie Kocok Karapitan 88 dimasa Pandemi COVID-19.
2. Mengetahui perbandingan antara penjualan Mie Kocok Karapitan 88 di layanan GO-FOOD dengan toko offline.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca serta pihak-pihak terkait. Bagi penulis sarana untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahan. Serta bagi seluruh pembaca diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang manfaat yang diberikan oleh layanan pesan GO-FOOD, khususnya ketika di masa Pandemi COVID-19. Juga menjadi bahan evaluasi untuk Mie Kocok Karapitan 88 kedepannya untuk berbenah diri semakin baik dalam meningkatkan kualitas.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan ruang lingkup dari penelitian serta menghindari terjadinya penyimpangan dan pelebaran pokok masalah yang

dibahas. sehingga pembahasan lebih terarah dan tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun beberapa batasan masalah penelitian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Objek penelitian adalah aplikasi GO-JEK dengan Fitur Layanan pesan GO-FOOD.
2. Data hasil penjualan Mie Kocok Karapitan 88 selama 3 bulan tahun period januari-maret 2022

1.6 Objek Penelitian

Penelitian berfokus pada Rumah makan Mie Kocok Karapitan 88 adalah sebuah bisnis tradisional yang bergerak dibidang kuliner/restoran yang menjual berbagai macam produk berbahan dasar mie. Mie Kocok Karapitan telah berdiri semenjak 1979 yang telah dipegang oleh 3 generasi.

Mie Kocok Karapitan 88 melakukan aktivitas terpusat di Kota Bandung, Jalan Karapitan no. 90 Cikawao, Kecamatan. Lengkong. Selain itu dapat di temukan di layanan GO-FOOD dengan nama Mie Kocok Karapitan, Lengkong. Lokasi tersebut sangat strategis mengingat lokasi usaha sangat berdekatan dengan tengah kota / Alun-Alun Kota Bandung.

Produk-produk yang diperjual belikan oleh Mie Kocok Karapitan 88 berupa makanan yang berbahan dasar Mie dan berbagai jenis minuman. Konsumen juga bisa menyesuaikan makanan yang ingin dihidangkan atau dihindari/ membuat order sesuai kemauan.

Mie Kocok Karapitan 88 memiliki prinsip bahwa kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat di prioritaskan karena fokus dari restoran adalah menciptakan loyalitas pelanggan melalui produk dan pelayanan yang diberikan. Serta memberikan keuntungan semaksimal mungkin. Di tengah pandemic COVID-19, restoran tetap buka dengan melakukan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Hal ini dilakukan untuk tetap menjalankan bisnis dan menekan angka penularan.

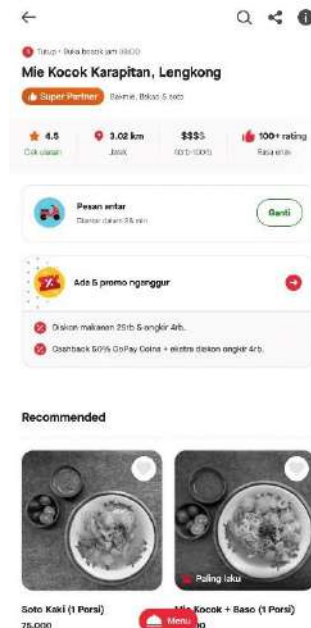
Daftar Menu yang disiapkan oleh Mie Kocok Karapitan 88 kepada pelanggan yang ingin datang langsung ke tempat.

Tabel 1. 1 Daftar Menu Mie Kocok Karapitan 88

Daftar Menu Mie Kocok Karapitan 88 langsung di Tempat		
Jumlah	Menu	Harga
1.	Porsi Mie Kocok	Rp. 38.000
1.	Porsi Mie Kocok + Baso	Rp. 43.000
1.	Porsi Mie Kocok Baso	Rp. 38.000
1.	Porsi Mie Kaki Spesial	Rp. 48.000
1.	Porsi Mie Kaki Spesial + Baso	RP. 53.000
1.	Porsi Nasi + Soto Kaki	Rp. 48.000
1.	Porsi Baso Kuah	Rp. 35.000
1.	Porsi Nasi Putih	Rp. 6.000
1.	Porsi Soto Kaki (Bungkus)	Rp. 60.000
1/2.	Porsi Soto Kaki (Bungkus)	Rp. 40.000
1/2.	Porsi Mie Kocok	Rp. 29.000
1/2.	Porsi Mie Kocok + Baso	Rp. 32.000
1/2.	Porsi Mie Baso	Rp. 29.000
1/2.	Porsi Mie Kaki Spesial	Rp. 36.000
1/2.	Porsi Mie Kaki Spesial + Baso	Rp. 39.000
1/2.	Porsi Baso Kuah	Rp. 18.000

Sumber : Observasi ke tempat makan Mie Kocok Karapitan 88

Tampilan Mie Kocok Karapitan 88 apabila membeli dari aplikasi GO-JEK dengan fitur layanan pesan GO-FOOD.



Gambar 1. 3 Mie Kocok Karapitan 88 di aplikasi GO-JEK

Sumber:Aplikasi GO-JEK