

PERKEMBANGAN DAN STRATEGI STARBUCKS INDONESIA

Nama: Caysie Nathalia Bulahari
Jurusan/Program Studi: Ilmu Ekonomi/Bisnis Internasional
Pembimbing: Drs.ec. H. Ahmad Zafrullah Tayibnapis, M.S.
Dr.Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Starbucks Galaxy Mall 2 tetap bertahan di era globalisasi yang semakin berkembang. Dengan penelitian fektifitas media dalam mempromosikan suatu produk agar dikenal oleh masyarakat luas dan bagaimana media mempengaruhi masyarakat sampai masyarakat berniat untuk membelinya. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana Starbucks bisa bertahan di tengah banyak nya persaingan perusahaan-perusahaan asing dan bisa menduduki eksistensi sampai sekarang. Hasil penelitian ini menunjukkan dengan strategi yang diterapkan Starbucks Galaxy Mall 2 dapat membuat mereka bertahan dan menjadi salah satu *coffee shop* nomer satu di dunia dan di Starbucks Galaxy Mall 2 memiliki banyak *customer regular* yang selalu setia datang kembali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif berbasis data. Data yang digunakan diperoleh dari Badan Pusat Statistika dan beberapa sumber dan akun resmi serta wawancara. Temuan penelitian menunjukkan bahwa komoditi Kopi di Indonesia sangat berkembang dan Starbucks menggunakan itu sebaik mungkin dan memperkenalkan kopi yang lebih positif kepada konsumen, sehingga walaupun harga yang ditawarkan relatif tinggi tetapi mendapat hasil yang memuaskan.

Kata Kunci : Kopi, Starbucks, Strategi