

Tingkat Penjualan antar Coffee Shop Terkait dengan Karakteristik Lokasi di Jakarta Pusat Selama Pandemi Covid-19 = Sales Level between Coffee Shop Related to Location Characteristics in Central Jakaarta During the Covid-19 Pandemic

Sitompul, Samuel Jonathan Ezra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555142&lokasi=lokal>

Abstrak

Biji kopi adalah tanaman yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, hal ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dari kalangan pemuda maupun orang tua. Industri kopi juga menjadi bagian dari pemasukan devisa negara dan mata pencaharian masyarakat. Tahun 2016 total penjualan biji kopi yang dihasilkan oleh Indonesia sebesar 632,00 ribu ton, dan mengalami peningkatan yang cukup besar yaitu 685,79 ribu ton biji kopi dengan persentase sebesar 8,49 persen. (Badan Pusat Statistik, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik lokasi coffee shop sesuai dengan klasifikasi berdasarkan faktor aksesibilitas yang mudah dijangkau, fasilitas yang dimiliki, dan lokasi yang strategis di pusat kegiatan bisnis akan mempengaruhi pola perilaku spasial masyarakat dalam memutuskan untuk membeli suatu produk di coffee shop selama Pandemi COVID-19 dan mengetahui bagaimana tingkat penjualan antar coffee shop yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan cara pengumpulan data yaitu melakukan pengamatan di lapangan, wawancara pelaku usaha serta melakukan validasi data. Setiap coffee shop yang diteliti memiliki karakteristik yang berbeda. Starbucks dan Djournal Coffee sebagai coffee shop dengan klasifikasi Internasional, dikarenakan lokasi yang strategis di pusat kegiatan bisnis dan memiliki banyak Point of Interest yang menjadi potensi pasar. Anomali Coffee dan Coffee Vespa yang berfokus terhadap produk biji lokal dapat diklasifikasikan sebagai Coffee Shop Local. Tingkat penjualan Djournal Coffee dan Starbucks Coffee walaupun dengan adanya pandemi covid tidak mengurangi intensitas penjualan, Sedangkan intensitas penjualan yang diperoleh Coffee Vespa turun secara signifikan.

.....Coffee beans are plants that have a fairly high economic value, this has become a part of people's lives, both young and old. The coffee industry is also part of the country's foreign exchange income and people's livelihoods. In 2016 the total sales of coffee beans produced by Indonesia amounted to 632.00 thousand tons, and experienced a fairly large increase of 685.79 thousand tons of coffee beans with a percentage of 8.49 percent. (Central Bureau of Statistics, 2018). This study aims to determine the characteristics of the coffee shop location according to the classification based on accessibility factors that are easily accessible, the facilities owned, and the strategic location in the center of business activities will affect the spatial behavior pattern of the community in deciding to buy a product at the coffee shop during the COVID-19 pandemic. 19 and find out how the level of sales between the coffee shops under study. This study uses descriptive analysis method by collecting data by conducting field observations, interviewing business actors and validating data. Each coffee shop studied has different characteristics. Starbucks and Djournal Coffee as coffee shops with an international classification, due to their strategic location in the center of business activities and having many Points of Interest that become market potential. Anomali Coffee and Coffee Vespa which focus on local bean products can be classified as Coffee Shop Local. The level of sales of Djournal Coffee and Starbucks Coffee, even though the Covid pandemic did not reduce the intensity of sales, while the intensity of sales obtained by Coffee Vespa fell significantly.