

MAKNA KERJA BAGI BARISTA

JURNAL SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Fakhri Ramadhan
Nomor Mahasiswa : 13311426
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

MAKNA KERJA BAGI BARISTA

Nama : Fakhri Ramadhan

No. Mahasiswa: 13 311 426

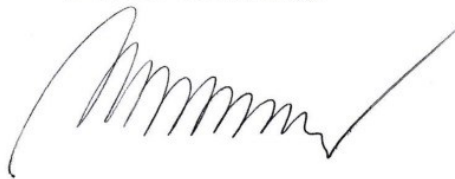
Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

Yogyakarta, 22 Desember 2017

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Achmad Sobirin', with a long horizontal stroke extending to the right.

Achmad Sobirin, Drs., M.B.A., Ph.D., Ak.,

Meaning of Work for Barista

Fakhri Ramadhan

Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia

Email: mr.fakhriramadhan@gmail.com

ABSTRACT

Barista Profession is the most being discussed nowadays. Barista has a great responsibility in coffee industry because barista is dealing directly with customers. Each barista has their own point of view about the response towards their passion in work. The purpose of this research is to know the meaning of work for barista. The research was conducted using qualitative methods with nine interviewees from seven coffee shops in four different cities. Four cities are in Yogyakarta, Jakarta, Bogor, and Semarang. The process of data collection is done using interview techniques and observation of participation.

The results of this research refers to the profession means to them rather than just looking for salary. There is another meaning which makes them endure being a barista, they can gain opportunity to learn about coffee and can obtain support to develop their improvement. Being a barista is not desire since childhood, but after through the time there is a sense of comfort that makes a barista remains with their passionate profession from the interaction with customer and people with same pleasure in coffee.

Keywords: meaning of work, barista

ABSTRAK

Barista saat ini merupakan profesi yang banyak diperbincangkan. Barista memiliki tanggung jawab besar di industri kopi karena barista yang berhadapan langsung dengan pelanggan. Para pelaku barista memiliki pandangan tersendiri terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna kerja bagi barista. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif pada sembilan narasumber dari tujuh kedai kopi di empat kota yang berbeda. Empat kota tersebut adalah Yogyakarta, Jakarta, Bogor, dan Semarang. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi partisipasi.

Hasil dari penelitian ini adalah makna kerja bagi mereka bukan sekedar mencari penghasilan. Ada makna lain yang membuat mereka bertahan menjadi barista, dengan menjadi barista membuat mereka dapat memperoleh kesempatan untuk belajar tentang kopi lebih dalam dan dapat memperoleh dukungan untuk mengembangkan dirinya. Menjadi barista bukanlah cita-cita sejak kecil, namun setelah dijalani terdapat rasa nyaman yang membuat para pelakunya bertahan di profesi tersebut. Rasa nyaman tersebut berasal dari interaksi dengan pelanggan dan teman seprofesi barista.

Kata kunci: makna kerja, barista.

A. Pendahuluan

Kedai kopi terus berkembang dan bertransformasi di Indonesia dari kedai kopi tradisional menjadi kedai kopi modern. Salah satu pemegang peranan penting dalam bisnis kedai kopi modern di Indonesia adalah Starbucks. Gerai kopi yang berasal dari Amerika ini melakukan ekspansi yang tinggi di Indonesia. Menurut Marketeers (2016), Bisnis kedai kopi (*coffee shop*) menjadi sesuatu yang fenomenal di kota-kota urban Indonesia. Begitu banyak kedai kopi membanjiri pasar. Gejala ini tidak hanya diciptakan oleh pengusaha kopi individual, melainkan juga perusahaan besar. Bisa dibayangkan, Starbucks adalah jaringan kedai kopi internasional yang berhasil melakukan penetrasi pasar di dalam negeri. Sejak hadir tahun 2002 lalu, Starbucks telah memiliki 230an gerai (per Desember 2015) yang tersebar di seluruh Indonesia. Setiap tahunnya, kedai kopi yang terafiliasi dengan Grup Mitra Adhiperkasa (MAP) ini biasanya membuka 20-30 gerai baru. Mengapa Starbucks bisa semasif itu? Selain memiliki modal yang besar, Starbucks diuntungkan dengan *bargaining power* yang dimiliki grup ritel terbesar Indonesia, MAP. Maklum saja, mal-mal baru biasanya lebih dulu menawarkan ruang ritelnya ke MAP, mengingat perusahaan ritel itu mengantongi 150 *brand* dengan total 1.870 gerai se-Indonesia (per September 2015).

Selain ekspansi besar-besaran Starbucks di Indonesia dengan kekuatan Grup Mitra Adhiperkasa, terdapat banyak kedai kopi modern dalam skala usaha kecil dan menengah yang tersebar di seluruh Indonesia. Mulai dari ujung barat Indonesia hingga ujung timur Indonesia, tidak terhitung berapa banyak jumlah kedai kopi modern di Indonesia. Meningkatnya kedai kopi di Indonesia menunjukkan tumbuh bidang profesi baru yang kian ramai peminatnya. Profesi sebagai barista atau peracik minuman menjadi profesi yang kian di gemari di kalangan kawula muda di Indonesia. Menurut Fadil (2017), Saat ini ada dua jenis barista:

1. **Home Barista** – Biasanya seseorang yang gemar membuat kopi di rumah sering kali disebut sebagai barista rumahan yang tidak bekerja secara komersil dan biasanya seorang pecinta kopi.
2. **Barista Coffee Shop** – Seseorang yang bekerja pada coffee shop yang memiliki tanggung jawab akan profesinya dalam membuat berbagai jenis kopi untuk disajikan ke pelanggan.

Seiring berkembangnya dunia bisnis kopi di Indonesia, pekerjaan barista semakin banyak diminati. Barista pun semakin dikenal sebagai terminologi khusus untuk orang yang menyeduh atau meracik kopi. Tingginya angka pertumbuhan kedai kopi di Indonesia berdampak pada tingginya permintaan kebutuhan terhadap barista. Di Yogyakarta sendiri, begitu mudah ditemukan kedai kopi baik tradisional maupun modern. Namun, fenomena yang terjadi di lapangan, ternyata di Yogyakarta sendiri masih kekurangan barista. Jumlah barista yang dibutuhkan belum sesuai dengan jumlah barista yang tersedia. Jika meninjau salah satu contoh kedai kopi modern yaitu Starbucks, menurut Bachdar (2016) seiring gerai yang terus bertambah, Starbucks tentu

membutuhkan tenaga kerja baru. Saat ini, Starbucks memiliki 237 gerai di Indonesia. Hingga akhir tahun jumlahnya akan menyentuh lebih dari 240 gerai. Kebutuhan barista pun tak terelakkan. Dari 3500 pegawai Starbucks, 70% -nya adalah barista. Dari angka itu, 30% merupakan barista paruh waktu yang didominasi kalangan anak kuliah.

Kebutuhan tersebut tentunya merupakan angka yang sangat besar. Menurut Agung (2016) potensi ekonomi usaha kedai kopi di Yogyakarta diperkirakan mencapai sebesar Rp 350,4 miliar dalam setahun dari sebanyak 800 kedai kopi di seluruh Kota Pelajar ini. Ditinjau dari artikel tersebut, berarti dibutuhkan ribuan barista untuk memenuhi permintaan kebutuhan dari kedai kopi yang ada. Namun, di Indonesia saat ini barista belum diakui sebagai profesi formal. Saat ini di Indonesia sudah ada sebuah organisasi yang dikhususkan untuk profesi barista yaitu Barista Guild of Indonesia. Saat ini anggota organisasi ini berjumlah sekitar 460 orang di waktu tiga bulan pertama organisasi ini berdiri. Selain itu juga terdapat beberapa komunitas-komunitas kecil para barista yang tersebar di Indonesia. Di Yogyakarta sendiri terdapat komunitas barista yang aktif dalam melakukan kegiatan yaitu Barista Koffie Lover Jogjakarta atau lebih familiar dikenal dengan BKVR Jogja.

Menjamurnya kedai kopi dan budaya meminum kopi di masyarakat menumbuhkan lahan pekerjaan baru. Barista kini tidak lagi dipandang sebelah mata dan hanya dianggap sebagai peracik kopi semata, namun barista juga dapat dikatakan sebagai aktor utama di kedai kopi. Penelitian ini membahas tentang profesi barista, apa itu barista, bagaimana cara menjadi barista, dan bagaimana barista memaknai pekerjaannya.

B. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Hamdi dan Bahruddin (2014) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dapat menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi seseorang atau kelompok terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Hermawan (2009) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih banyak menggunakan kualitas subjektif, mencakup penelaahan dan pengungkapan berdasarkan persepsi untuk memperoleh pemahaman terhadap fenomena sosial dan kemanusiaan.

Metodologi kualitatif eksploratif yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data termasuk wawancara untuk studi percontohan, dan pengumpulan data sekunder untuk membentuk dimensi yang paling menonjol di industri restoran (Murphy & Murrmann 2009). Jenis penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian kualitatif studi fenomenologi, menurut Husserl dalam Raco (2010) fenomenologi adalah studi tentang bagaimana orang mengalami dan menggambarkan sesuatu. Menurut beliau, kita hanya mengetahui sesuatu, karena sesuatu itu dialami. Sehingga hal yang penting untuk diketahui adalah apa yang manusia alami dan bagaimana mereka memaknai serta menafsirkan pengalaman tersebut.

Dalam penelitian ini, narasumber yang diteliti berjumlah sembilan orang barista yang tersebar di empat kota, yaitu Jakarta, Bogor, Semarang dan Yogyakarta. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan metode observasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sebelum ke lapangan, ketika di lapangan dan sesudah di lapangan.

Analisis sesudah di lapangan di paparkan dalam bentuk reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dalam penelitian ini dalam bentuk uji kredibilitas dan uji transferability.

C. Hasil dan Pembahasan

Profesi Barista

Masdakaty (2015) menjelaskan bahwa secara etimologi, kata barista sendiri adalah Bahasa Italia yang berarti *bartender*, yang menyajikan segala macam minuman bukan hanya kopi. Dalam penelitian ini, temuan penulis menjelaskan barista tidak hanya sekedar peracik kopi, barista lebih dari itu. Barista merupakan teman bagi pelanggannya. Barista tidak hanya harus belajar meracik kopi, tapi juga harus melatih *hospitality* dengan menjadi teman bagi pelanggannya. Secara teknis, barista didefinisikan sebagai orang yang meracik kopi dibalik mesin kopi. Barista memiliki pengertian yang berbeda dengan *brewers*. *Brewers* hanya bertugas menyeduh kopi dengan menggunakan alat seduh manual, seperti V60, kalita, dan *frenchpress*. Barista meracik kopi menggunakan mesin kopi dan menyajikan menu lain yang berbahan dasar kopi, barista juga harus menguasai *manual brew*, jadi barista memiliki tugas yang lebih kompleks.

Barista harus memiliki keahlian menyeduh kopi baik menggunakan alat seduh manual maupun menggunakan mesin. Namun barista bukan hanya perkara alat yang digunakan, barista lebih ke proses *delivery*. Barista bertanggung jawab menyampaikan rasa yang ingin disampaikan oleh kopi ke para penikmatnya. Barista juga harus

memiliki pengetahuan yang dalam tentang kopi. Karena barista bertanggung jawab menumbuhkan jumlah para penikmat kopi.

Tidak ada persyaratan khusus untuk menjadi barista, setiap orang, tidak terbatas gender, jenis kelamin, bahkan umur. Syarat menjadi seorang barista ada tiga, yaitu:

1. Niat
2. Siap menjadi penikmat kopi
3. Mau mempelajari rumitnya kopi

Menurut para pelaku barista, tiga hal tersebut adalah syarat utama untuk menjadi seorang barista. Seorang barista harus diawali niat karena dapat menentukan sikap dan proses apa yang kedepannya bakal barista pilih. Contohnya, ada barista yang menekuni profesi karena menjalankan *passionnya*, ada yang berniat untuk memenangkan kompetisi, bahkan ada juga yang hanya ingin mencari keuntungan finansial. Bagi para pelaku barista, tujuan kedepannya bergantung pada niat awal mereka. Barista harus siap menjadi penikmat kopi karena setiap harinya barista berinteraksi dan merasakan kopi. Barista tidak boleh mudah bosan dan jenuh, karena kopi itu sendiri dapat berubah-ubah setiap harinya, jadi barista dituntut untuk jadi penikmat kopi selalu. Keunikan yang dimiliki kopi membuatnya menarik untuk dipelajari setiap harinya. Barista harus siap untuk mempelajari rumitnya kopi setiap harinya.

Sebuah teori umum yang berkembang di kalangan barista namun tidak jelas siapa pencetus awalnya mengatakan, dalam segelas kopi yang enak, terdapat peran barista 10%, *roaster* 30%, dan petani 60%. Peran barista ini sangat kecil sekali, namun bagi para pelaku barista, peran kecil yang mereka lakukan ini memiliki tanggung jawab

yang paling besar. Barista merupakan garda terdepan yang akan berinteraksi langsung dengan pelanggan, jadi barista memiliki tanggung jawab yang paling besar. Tanpa sepuluh persen peran dari barista, kopi yang nikmat tidak akan pernah sempurna hasilnya.

Barista sebagai garda terdepan tentunya memiliki pengaruh yang besar terhadap kesuksesan suatu kedai kopi. Barista harus menunjukkan pelayanan terbaiknya. Selain peran barista, konsep yang dipilih juga mempengaruhi kesuksesan kedai tersebut. Para pelaku barista menilai, konsep dan kualitas barista harus berjalan beriringan, karena komplain sering kali terjadi pada kualitas barista, bukan pada konsep kedainya, oleh karena itu, harusnya konsep dan kualitas barista harus berkembang beriringan.

Setiap hari berkulat di dunia kopi, tentunya membuat barista memaknai kopi lebih dari pada penikmat kopi biasanya. Bagi barista, kopi bukan lagi hanya sekedar cairan hitam yang memiliki banyak khasiat, kopi dimaknai lebih dari itu. Bagi barista, kopi adalah suatu minuman keakraban, masalah apapun dapat dibicarakan dengan ditemani secangkir kopi. Kopi juga dimaknai sebagai sebuah perjalanan, perjalanan panjang kopi hingga menjadi segelas cairan hitam yang nikmat dapat membuat para penikmatnya yang meresapi setiap tegukan tersebut memiliki gairah yang lebih. Bagi barista, kopi bahkan dapat membentuk diri dan pandangan barista tentang kehidupan yang dijalani. Bahkan bagi Utut, kopi dimaknai sebagai hidup. Baginya tidak ada orang tidak suka kopi, yang ada hanyalah orang yang belum suka kopi.

Menurut Arsana (2016), profesi merupakan bagian dari pekerjaan, namun tidak semua pekerjaan adalah profesi. Profesi merupakan suatu pekerjaan yang mengandalkan keterampilan dan keahlian khusus yang didapatkan melalui pengalaman kerja. Profesi

merupakan suatu pekerjaan yang menuntut pengembangan profesi tersebut untuk terus memperbaharui keterampilannya sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi. Dalam penelitian ini barista dianggap bukan lagi sebagai sebuah pekerjaan yang dapat dilakukan oleh semua orang, barista dianggap sebagai suatu profesi baru. Pekerjaan yang dilakukan oleh barista membutuhkan pelatihan-pelatihan dan pengembangan yang tidak semua orang bisa melakukannya. Barista memiliki keahlian-keahlian khusus yang harus dikuasainya. Barista sendiri pun setiap harinya harus terus menambah ilmunya agar tidak ketinggalan. Setiap harinya kopi dapat berubah-ubah rasanya sehingga perlu dipelajari setiap hari.

Makna Kerja

Bagi para pelakunya, barista bukanlah sebuah pekerjaan biasa. Para barista memiliki cara tersendiri memaknai pekerjaan yang mereka lakukan. Menurut Anshori (2013), kerja adalah cara untuk menghasilkan uang dan meningkatkan kesejahteraan, jadi orang bekerja bukan hanya sekedar mendapatkan uang, tetapi juga bagian dari kehidupan sosial, penerimaan, penghargaan, dan sebagainya yang dapat meningkatkan produktifitas mereka. Para barista yang penulis jadikan narasumber mendeskripsikan bahwa mereka bekerja bukan semata-mata untuk uang, tapi juga ada kesejahteraan yang ingin mereka tingkatkan, mereka tidak hanya melihat sisi finansial, lebih dari itu mereka menikmati setiap ilmu yang didapat ketika mereka menjadi barista.

Wiltshire (2015) menjelaskan bahwa, bekerja dalam skema pekerjaan publik tidak hanya memiliki makna sebagai kegiatan ekonomi, rutinitas terstruktur, kepuasan intrinsik, pengalaman interpersonal, status sosial dan aktivitas yang benar secara moral, namun juga gender dan kesempatan pelatihan. Barista memiliki pandangan yang sama.

Adanya kesempatan pelatihan atau kesempatan belajar juga merupakan salah satu makna dari bekerja. Menjadi barista umumnya bagi mereka bukanlah cita-cita sejak kecil, masing-masing memiliki alasannya sendiri. Namun yang menarik adalah bukan alasan mereka memilih bergabung, namun kecintaan mereka pada kopi ketika mereka sudah bergabung. Lebih dari sekedar mencintai kopi, ada kenyamanan yang dirasakan oleh para barista ketika mereka menekuni profesi ini. Rasa nyaman dan kecintaan tersebut yang membuat mereka merasa bahwa menjadi barista adalah *passionnya*.

Passion merupakan suatu kata yang dapat menggambarkan bagaimana para barista menjalani profesinya. Bagi para barista yang penulis jadikan narasumber, mereka memilih bertahan di profesi ini bukan karena finansial, pertimbangan yang paling penting adalah berkaitan dengan kesempatan untuk berkembang dan kenyamanan di lingkungan kedai. Rasa nyaman yang dimiliki oleh barista dan kebutuhan penghargaan tersebut menimbulkan keterikatan antara barista dengan profesi yang digelutinya. Menurut Robinson, Perryman, dan Hayday (2004), keterikatan karyawan (*work engagement*) adalah sikap positif yang dimiliki oleh pekerja terhadap organisasi dan nilai-nilai yang berada di dalamnya. Pekerja yang *engaged* menyadari konteks bisnis dan kerja dengan rekan-rekannya sesama pekerja untuk meningkatkan kinerja dalam pekerjaan untuk kepentingan organisasi. Keterikatan barista dengan organisasi dan nilai-nilai di dalamnya bisa dikatakan sebagai hubungan yang sangat terikat. Hal tersebut yang dapat dikatakan sebagai hasil dari penelitian ini dimana para barista bekerja bukan untuk memenuhi kebutuhan finansial semata, namun barista butuh kesempatan yang besar untuk mempelajari kopi dan dukungan untuk mereka mengembangkan keahlian, kemampuan dan pengetahuan mereka.

D. Kesimpulan

Bagi barista, pekerjaan yang dilakukannya bukan semata-mata sebagai temoat untuk menghasilkan finansial, tapi lebih ke kesempatan untuk mempelajari kopi dan adanya dukugan untuk mengembangkan diri. Barista sendiri memandang pekerjaannya bukan hanya sekedar pelayan dan peracik kopi, lebih dari itu barista adalah teman bagi pelanggannya. Barista bukan sekedar alat yang digunakan, tapi lebih ke bagaimana proses penyampaian makna dari kopi ke para penikmatnya. Barista sendiri tidak boleh cepat puas terhadap ilmu yang dimilikinya, barista harus terus belajar mengembangkan diri karena kopi dapat berubah-ubah setiap harinya dan dapay memberikan ilmu yang baru setiap hari. Siapapun bisa menjadi barista, namun karena barista membutuhkan keahian khusus, setiap orang yang ingin menjadi barista harus melalui beberapa pelatihan-pelatihan khusus mengenai profesi barista.

Daftar Pustaka

- Amstrong, michael dan Baron, Angela. 2005. *Managing Performance: Performance Management in Actions*. UK : CIPD Publishing. Anonim. n.d. Sejarah Kopi di Indonesia. Diakses dari http://www.aeki-aice.org/about_coffee.html
- Anonim. n.d. History of Coffee. Diakses dari <http://www.ncausa.org/About-Coffee/History-of-Coffee>
- Anonim. (2014). Sejarah Coffee Shop di Dunia. Diakses dari <http://kopikeliling.com/news/sejarah-coffee-shop-di-dunia.html>

- Anshori, M. Isa. 2013. Relasi Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Organizational Citizenship behavior (OCB) (Studi Kasus di Poltekes Surabaya), h: 42-50.
- Arsana, I Putu Jati, 2016, Etika Profesi Insinyur: *Membangun Sikap Profesionalisme Sarjana Teknik*, Deepublish: Yogyakarta
- As'ad. 1987. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty.
- Bachdar, Saviq. (2016). Bagaimana Starbucks Merekrut Barista. Diakses dari <http://marketeers.com/bagaimana-starbucks-merekrut-barista/>
- Bachri, Bahtiar S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol. 10 No. 1 hal. 46-62.
- Banks, Mary. Mc Fadden, Christine. Atkinson, Catherine. (2011). The World Encyclopedia of Coffee. Anness Publishing Ltd. Leicestershire
- Bungin, M. Burhan. (2007). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Deb, Tapomoy. 2008. Performance Appraisal and Management. New Delhi : Excel Books.
- Dewa, Restu. (2016). Apa Itu Manual Brewing. Diakses dari <http://kopidewa.com/cerita-kopi/apa-itu-manual-brewing/>
- Dewa, Restu. (2016). Minuman Berbasis Espresso. Diakses dari <http://kopidewa.com/cerita-kopi/minuman-berbasis-espresso/>

- Editor, Marketers. (2016). Kedai Kopi Bejibun, Anda Pilih Mana?. Diakses dari <http://marketeers.com/kedai-kopi-bejibun-anda-pilih-mana/>
- Fadil. (2017). Apa Itu Barista. Diakses dari <http://www.ilmubarista.com/apa-itu-barista/>
- Gaol, CHR. Jimmy L. (2015). A to Z Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Grasindo.
- Gulo, W. (2002). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Grasindo.
- Hartanto, Agung. (2016). Potensi Ekonomi 800 Kedai Kopi di Yogya capai Rp 350,4 Miliar. Diakses dari <https://tirto.id/potensi-ekonomi-800-kedai-kopi-di-yogya-capai-rp3504-miliar-b4TR>
- Hamdi, Asep Saepul., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jampes, Syaikh Ihsan. (2009). *Kitab Kopi dan Rokok*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Masdakaty, Yulinn. (2015). Sekilas Tentang Barista. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/sekilas-tentang-barista/>
- Mathis, Robert L., & Jackson, John H. (2009). Human Resource Management. Jakarta: Salemba Empat.
- MOW International Research Team. (1987). *Organizational and Occupational Psychology: The Meaning of Work*. London: Academic Press Inc Ltd.

- Murphy, K.S. & Murrmann, S., 2009. The research design used to develop a high performance management system construct for US restaurant managers. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), pp.547–555.
- Murya, Adnan dan Sucipto Urip, 2016, *Etika dan Tanggung Jawab Profesi*, Deepublish: Yogyakarta
- Nurcaya, Ipak Ayu H. (2015). Ini Tips Jika Anda Ingin Jadi Barista Hebat. Diakses dari <http://lifestyle.bisnis.com/read/20150122/220/393936/ini-tips-jika-anda-ingin-jadi-barista-hebat>
- Paajanen, Sean. (2017). The Evolution of the Coffee House. Diakses dari <https://www.thespruce.com/evolution-of-the-coffee-house-765825>
- Prasetyo, Arie. (2011). Barista?. Diakses dari <http://herbapucinno.blogspot.co.id/2011/02/barista.html>
- Putri, Meiga Rachmawati. 2015. Tak Kenal Henti, Memberi Cahaya Kehidupan. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Raco, Jozef. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. PT Gramedia Widia Sarana Indonesia. Jakarta
- Reksohadiprodjo, Soekanto, dan Hani Handoko, 1996, *Organisasi Perusahaan: Teori, Struktur dan Perilaku*, Yogyakarta, BPFE.
- Risnandar, Cecep. (2016). Sejarah Kopi. Diakses dari <https://jurnalbumi.com/sejarah-kopi/>

- Robinson, D, Perryman, S, dan Hayday, S. (2004). The drivers of employee engagement. IES Report 408. Brighton: Institute for Employment Studies.
- Rosso, Bernt. (2010). On the Meaning of Work: a theoretical integrations and review. Research in Organizational Behaviour 30.
- Snell, Scott and Bohlander, George. (2013). Managing Human Resources, Sixteenth Edition. South Western, USA; Cengage Learning.
- Stephenson, Tristan. (2015). The Curious Barista's Guide to Coffee. Ryland Peters & Small. New York.
- Sugiyono. 2015. Metode penelitian kuantitatif kualitatif, dan R&D. Bandung; IKAPI
- Thompson, John, & Martin, Frank. (2005). Strategic Management Awareness and Change. 5th Edition. South-Western: Cengage Learning.
- Widjaja, Rudy. (2013). Warung Tinggi Coffee. Jakarta; Bhuana Ilmu Populer.
- Yuliandri, Mustika Treisna. (2015). 6 Profesi Penting dalam Dunia Kopi. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/6-profesi-penting-dalam-dunia-kopi/>
- Yuliandri, Mustika Treisna. (2015). 5 Hal yang Perlu Kamu Ketahui tentang Latte Art. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/5-hal-yang-perlu-kamu-ketahui-tentang-latte-art/>
- Yuliandri, Mustika Treisna. (2017). 4 Kebiasaan Penting yang Bisa Ditiru Barista Pemula. Diakses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/4-kebiasaan-penting-yang-bisa-ditiru-barista-pemula/>