

**PENGALAMAN BARISTA MENGENAI GAYA HIDUP DAN BEKERJA DI KAFE
(Studi Fenomenologi)**

DZAKIYYA ACHMAD ALFARIID

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: dzakiyya.19099@mhs.unesa.ac.id

Anam Miftakhul Huda

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: anamhuda@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman kerja barista JOKOPI MERR Surabaya, Jawa Timur mengenai gaya hidup dan pola bekerja di kafe, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode penelitian studi fenomenologi. Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan mewawancarai 4 informan yang terdiri dari para barista JOKOPI MERR Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan pengalaman para barista mengenai pola gaya hidup mereka dan alasan memilih profesi barista sebagai pekerjaan utama. Pola gaya hidup yang berubah dan melekat kepada setiap individu barista ketika bekerja atau sedang melakukan aktivitas sehari-hari menjadi sorotan penelitian, guna melihat interaksi yang terjadi ketika bekerja apakah berefek kepada kehidupan sehari-hari yang mereka jalani nantinya.

Kata Kunci: Studi Fenomenologi, barista, gaya hidup

ABSTRACT

This study aims to determine the work experience of JOKOPI MERR Surabaya baristas, East Java regarding lifestyle and work patterns in cafes, this study uses a descriptive qualitative approach using a phenomenological study research method. The data collection method used was by interviewing 4 informants consisting of JOKOPI MERR Surabaya baristas. The results of this study show the experiences of baristas regarding their lifestyle patterns and the reasons for choosing the barista profession as their main job. The lifestyle patterns that change and are attached to each individual barista when working or doing daily

activities are the focus of the study, in order to see the interactions that occur when working whether they have an effect on the daily lives they will live later.

Keywords: *Phenomenological Study, sales promotion, sales targets*

PENDAHULUAN

Pengalaman kerja merupakan suatu pengukuran terkait lamanya waktu ataupun masa kerja yang diperlukan karyawan dalam memahami daftar tugas suatu pekerjaan dan dilaksanakan dengan baik. Bill foster menyatakan pengalaman kerja adalah ukuran mengenai lama waktu atau masa kerja yang ditempuh karyawan dalam memahami tugas pekerjaan serta dilaksanakan dengan baik. Sedangkan Nitisemito Senioritas menyebutkan dengan istilah “lenght of service” atau pengalaman kerja adalah lamanya seorang karyawan mengabdikan pada perusahaan tertentu pekerjaan yang optimal bergantung pada kemampuan, kecakapan dan ketrampilan. Pengalaman kerja merupakan suatu proses dalam membentuk pengetahuan atau keterampilan pada suatu pekerjaan dan karyawan terlibat langsung dalam pelaksanaan tugas pekerjaan (Kumbadewi, 2021).

Pengalaman kerja dibutuhkan dalam upaya peningkatan efektivitas sumber daya manusia di dalam organisasi, yang dimaksudkan untuk mencapai hasil kerja yang efektif dan peningkatan produktivitas kerja karyawan. Semakin lama karyawan bekerja pada suatu perusahaan, akan berbanding lurus dengan semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh karyawan tersebut. Pengalaman kerja dapat menjadi modal penting bagi karyawan itu sendiri yang dapat diperoleh dari suatu proses pembentukan dalam menjalankan

pekerjaan berdasarkan tanggung jawabnya (Situmeang, 2017).

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman kerja adalah lama kerja atau masa kerja seorang karyawan dalam memahami tugas dan kewajiban dalam bekerja. Pengalaman kerja juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja dan tingkat penguasaan keterampilan karyawan. Kinerja diukur dengan hasil kerja yang dicapai seorang karyawan ketika menyelesaikan tugas yang diberikan sesuai dengan tanggung jawabnya (Leatemia, 2018). Karyawan dengan pengalaman kerja yang lama memiliki kemampuan profesional dalam memecahkan berbagai masalah pekerjaan. Pengalaman tersebut akan menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dalam meningkatkan prestasi dan capaian kinerjanya (Rahmawati, 2016)

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 berputar di dunia kopi, tentunya membuat barista memaknai kopi lebih dari pada penikmat kopi biasanya. (Arsana 2016),

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. 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 11 merupakan suatu pekerjaan yang menuntut pengemban 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 (Arsana 2016),

Dalam penelitian ini berfokus kepada framing mengenai suatu tempat kerja atau

lebih tepatnya ialah kafe yang pada jaman sekarang sangat digandrungi oleh para mahasiswa sebagai priotitas mencari pekerjaan. Framing yang dilihat oleh Sebagian orang atau Masyarakat ketika melihat sebuah kafe ialah mahal dan mewah untuk Sebagian orang, namun bagi para beberapa Mahasiswa, bekerja di kafe merupakan salah satu priotitas utama dengan berbagai manfaat seperti yang ada di sosial media.

Manfaat yang sangat diuntungkan ketika bekerja di kafe ialah jam yang fleksibel untuk para pelajar, sehingga membuat mereka bisa mendapatkan uang saku tambahan ketika dengan berkuliah, ataupun hal lain seperti interaksi dengan berbagai orang dan mengenal dunia baru, janji janji untuk mendapatkan relasi, uang lembur dan trend soisal hingga berpakaian terkini membuat para Mahasiswa sangat tertarik terjun kedalam dunia barista tersebut.

METODE

Pada metode penelitian ini menggunakan metode penelitian studi fenomenologi dengan wawancara. Pada fokus penelitian ini terdapat pada fenomena yang sedang terjadi, studi fenomenologi adalah metode penelitian ilmu sosial yang lebih cocok untuk pertanyaan dengan “kenapa” dan “bagaimana” fokus penelitiannya terletak untuk fenomena masa sekarang. (K. Yin, 2011:1).

Pengumpulan data primer melalui teknik tringulasi data, di mana teknik penggabungan dari pengumpulan data dan sumber data menjadi teknik pengumpulan data. Tujuan dari adanya trigulasi adalah bukan hanya mencari kebenaran pada fenomena tersebut, juga untuk meningkatkan pemahaman peneliti oleh apa yang telah ditemukan pada penelitiannya. Peneliti juga menggunakan teknik trigulasi untuk

pengumpulan data pastinya dengan itu peneliti juga mengumpulkan dan menguji integritas data dengan mencari kebenaran data maka akan dilakukan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi yang banyak dengan sumber yang sama

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yakni kondensasi data (penyederhanaan dan seleksi data dari transkrip dan observasi), penyajian data (dalam bentuk narasi), dan penarikan kesimpulan yang didukung oleh bukti kuat hingga mencapai data jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Tujuan Menjadi Barista

Tujuan utama mahasiswa dalam memilih pekerjaan sebagai barista menunjukkan adanya dorongan intrinsik dan ekstrinsik yang beragam, yang mencerminkan kondisi psikologis, sosial, serta kebutuhan ekonomi individu. Dari hasil wawancara, terdapat narasumber yang menyebutkan bahwa bekerja sebagai barista merupakan bentuk upaya memulai pondasi hidup, menjadi pengalaman kerja pertama yang menantang, serta menawarkan fleksibilitas waktu. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya pengalaman kerja sebagai modal masa depan. “Saya ingin membangun pondasi awal, karena saya sadar saya harus punya pengalaman kerja lebih dulu sebelum masuk dunia kerja yang sesungguhnya,” ungkap narasumber pertama (MIM). Dalam konteks teori efikasi diri, sebagaimana dikemukakan oleh Bandura, seseorang dengan efikasi diri tinggi akan percaya bahwa ia mampu menjalankan tugas-tugas tertentu dan

menelola tantangan yang dihadapi. Hal ini terlihat dari bagaimana narasumber pertama menjadikan pekerjaan sebagai barista sebagai bentuk pembelajaran menghadapi tekanan kerja nyata, meningkatkan disiplin diri, dan mengatur waktu dengan lebih baik. Selain itu, fleksibilitas waktu yang ditawarkan menjadi salah satu alasan umum yang disampaikan oleh keempat narasumber. Fleksibilitas ini menunjukkan bahwa pekerjaan barista dinilai mampu diselaraskan dengan kegiatan akademik mereka sebagai mahasiswa, sehingga tidak menjadi beban tambahan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat kebutuhan untuk memperkuat efikasi diri melalui pengalaman kerja langsung, yang juga menjadi cara untuk mengantisipasi tuntutan masa depan di dunia profesional.

Beberapa Mahasiswa (MIM,FA,AMY,APS) juga menyatakan bahwa menjadi barista merupakan pilihan yang selaras dengan minat pribadi, khususnya terhadap dunia kopi dan aktivitas di balik meja barista. Narasumber kedua (FA), mengungkapkan bahwa “Saya memang ingin menekuni dunia kopi, dan menjadi barista adalah salah satu langkah untuk itu.” Motivasi ini mengarah pada orientasi karier jangka panjang, di mana mahasiswa tidak sekadar menjadikan pekerjaan sebagai barista sebagai pekerjaan sambilan, tetapi juga sebagai sarana eksplorasi dan aktualisasi diri. Kecenderungan ini menunjukkan keterikatan kerja (work engagement) yang tinggi, yaitu kondisi psikologis positif yang ditandai dengan antusiasme, dedikasi, dan keterlibatan mendalam terhadap pekerjaan. Hal ini sejalan dengan teori keterikatan kerja menurut Schaufeli dan Bakker, di mana individu yang merasa terhubung dengan pekerjaannya akan menunjukkan gairah,

keterlibatan, dan konsentrasi yang tinggi. Mahasiswa yang ingin mendalami dunia kopi menunjukkan minat intrinsik yang kuat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan komitmen kerja meski dalam konteks part-time. Selain itu, narasumber ini juga menyoroti pentingnya interaksi sosial dengan pelanggan sebagai pengalaman yang memperluas wawasan dan melatih kemampuan komunikasi interpersonal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pekerjaan sebagai barista terlihat sederhana, namun dapat menjadi medium untuk meningkatkan keterampilan lunak (soft skills) yang penting dalam dunia kerja, terutama dalam bidang komunikasi dan pelayanan publik. Oleh karena itu, tujuan bekerja yang didasari oleh passion membuka peluang pembentukan identitas profesional sejak dini.

Aspek ekonomi juga tidak dapat diabaikan sebagai faktor yang mendorong mahasiswa bekerja sebagai barista. Hal ini disampaikan oleh narasumber ketiga (AMY), yang secara eksplisit menyebutkan bahwa motivasi utamanya bekerja adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan. “Saya kerja karena butuh uang, tapi senangnya karena waktunya fleksibel dan bisa ketemu banyak orang juga,” ungkapnya. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa dorongan ekonomi sering menjadi alasan utama mahasiswa memilih pekerjaan sambilan, tetapi juga dapat berkembang menjadi pengalaman yang lebih luas. Dalam konteks efikasi diri, keputusan untuk bekerja guna mencukupi kebutuhan sendiri menunjukkan adanya kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola kehidupan secara mandiri. Efikasi diri menjadi penting karena memengaruhi cara seseorang bertindak dalam mengatasi hambatan dan mengejar tujuannya.

Meskipun awalnya hanya demi penghasilan, pengalaman kerja ini dapat membentuk kedewasaan dan ketangguhan mahasiswa. Selain itu, keinginan untuk bertemu banyak orang memperlihatkan adanya motivasi sosial yang turut berperan. Aspek ini beririsan dengan aktivitas komunikasi interpersonal yang sering terjadi dalam pekerjaan barista, di mana mereka dituntut untuk aktif berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai latar belakang. Komunikasi interpersonal yang intens menjadi ladang pelatihan bagi mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan berbicara, mendengar aktif, dan empati. Dengan demikian, meskipun motivasi awal bersifat material, hasil yang diperoleh dapat berkembang menjadi pengalaman personal dan sosial yang memperkuat karakter.

2. .Pengalaman barista dalam lingkup kehidupan pribadi

Lingkup pengalaman pribadi ialah cerita bebas dari seseorang yang bersifat pribadi atau rahasia yang berisikan tentang cerita yang menarik, sedih, jengkel, marah, sedih, Bahagia dan berbagai ekspresi yang disampaikan melalui cerita tersebut. Penulisan pengalaman pribadi ini menggunakan Bahasa yang personal dan emosional, penyusunan cerita yang kronologis dan adanya refleksi ataupun pembelajaran yang bisa dipetik dalam setiap cerita yang disajikan nantinya, cerita pribadi juga biasanya dilengkapi dengan detail-detail yang membantu memperjelas arah cerita nantinya. Jika disangkutkan dalam lingkup pengalaman pribadi yang dimaksudkan ialah, pengalaman pribadi para barista JOKOPI-MERR Surabaya, yang berisikan mengenai berbagai ekspresi atau pengalaman hidup ketika bekerja serta ditambahi dengan beberapa detail seperti

tempat dan kejadian untuk meruntutkan pengalaman kerja yang disajikan nantinya.

Para barista bekerja pada 3 sift atau pembagian waktu yang berbeda, pada sift pertama dilakukan pada jam 07.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB, untuk sift kedua di jalankan pada jam 12.00 WIB hingga pukul 20.00 WIB, sift ketiga di jalankan pada pukul 14.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Pada sift terakhir lebih berkemungkinan besar terjadinya lembur atau pertambahan jam kerja hingga jam kerja yang dilakukan bisa saja lebih dari 8 jam atau jam normal pekerja.

“kadang kalau ada beberapa anak yang lagi mau ambil cuti dadakan bisa gentian mas sama yang mau tukeran sift, karena disini tanggung jawabnya besar sekali jadi gaboleh ada yang miss ketika bekerja, kecuali ada urusan mendadak untuk mengambil cuti” menurut AMY

Namun lembur pada sift terakhir dibedakan dengan 2 hal yaitu, lembur loyalitas yakni kegiatan bekerja yang melebihi jam normal tanpa adanya penambahan upah pekerja pada saat melakukan lembur, pada hal ini biasanya terdapat kesalahan pada saat melakukan pekerjaan atau adanya beberapa hal yang terlewatkan oleh para barista atau human error, hal ini biasanya disebabkan oleh keteledoran dalam melakukan stok barang atau kehilangan barang. Lembur berbayar yakni, kegiatan bekerja yang melebihi jam normal dengan adanya penambahan upah pada pekerja pada saat melakukan lembur atau penambahan waktu jam kerja, pada hal ini biasanya terdapat penambahan jam kerja karena ramainya pengunjung pada outlet sehingga tidak memungkinkan untuk menutup toko pada jam yang sudah di tentukan, karena ramainya pengunjung

sangat memungkinkan untuk terjadinya transaksi jual beli yang bisa menguntungkan Perusahaan, dengan adanya hal diluar kendali para barista maka bisa dikatakan penutupan outlet toko yang terlambat bukan salah dari pihak barista karena tidak bisa mengendalikan jumlah pengunjung yang datang.

“ya kadang seperti itu mas, memang kalau lembur pas closingan atau pas mau nutup toko memang lama banget kadang. Kita ini tutup jam 11 tapi kita selesainya setengah 12 sampai jam 12an karena kita harus bersihkan toko sampai bersih banget supaya pas buka bisa langsung ngelayanin pelanggan mas” menurut MIM

Jumlah pengunjung yang datang terkadang juga berbeda tergantung jam serta hari atau tanggal berapa para calon pembeli melakukan kunjungan ke dalam kafe, pada hari biasa atau bisa disebut dengan weekdays yakni hari senin, selasa, rabu, kamis, jumat, tidak terlalu banyak kunjungan ke kafe pada hari-hari tersebut, serta rentang kunjungan pada waktu pagi 09.00 WIB pembukaan toko hingga siang hari sekitar pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB masih tergolong sepi tau bisa dikatakan bahwa tidak banyak kunjungan. Namun ketika sore hari pada pukul 14.00 hingga 22.00 kafe bisa dikatakan tergolong sangat ramai yang awalnya pagi hingga siang hari mungkin Cuma ada sekitar 10 hingga 20 pengunjung saja, akan tetapi ketika menjelang sore hingga malam hari bisa mencapai 25 hingga 50 orang di hari yang sama.

Pembahasan

1. Tujuan Dalam Mencapai Target Penjualan

Dalam mencapai target penjualan, orientasi pada tujuan merupakan suatu hal yang sangat penting yakni, harus memiliki tujuan yang jelas dalam mencapai target penjualan. Hal ini bisa dilihat dari peningkatan kesadaran terhadap suatu merek dan penciptaan terhadap stimulus pembelian. Sales promotion harus memiliki strategi yang jelas serta mumpuni dalam mengambil Keputusan dalam setiap keadaan, karena setiap keadaan yang berbeda maka akan memberikan stimulus pembelian yang berbeda kepada konsumen. Stimulus yang diberikan akan berbeda menurut setiap karakteristik konsumen seperti, konsumen yang aktif maupun konsumen yang terbelang pasif.

“Jadi kita sebagai sales itu juga harus berani gitu mas ambil keputusan, kita harus ngasih jalan atau solusi terbaik gitu mas untuk customer itu enakny gimana, kalo lama lama di toko kan jadi sungkan itu customernya mas jadi bisa sama sama ngehargain akhirnya mas, jadi kayak yauda ini aja mbak terlalu lama kasian mbaknya jadinya” (Dwi Ratna Sari)

Proses ini mencakup pelaksanaan atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen, pelayanan yang diberikan yakni, sopan santun terhadap konsumen, pasif atau aktifnya konsumen, para sales promotion wajib memberikan sopan santun serta senyum hangat kepada konsumen yang berkunjung ke toko, serta tidak lupa untuk melihat karakter seperti apa konsumen yang hendak di layani, jika konsumen terbelang cukup pasif, biasanya mereka akan lebih suka untuk melihat produk terlebih dulu tanpa mau diikuti, karena jika mereka diikuti para konsumen cenderung memperlihatkan ekspresi kesal atau marah, ketika terdapat konsumen yang pasif biasanya para sales promotion akan memberi jarak 3 sampai 5

meter dari konsumen serta tetap memantau pergerakan konsumen, dan tetap siap dalam mode fokus untuk datang ketika konsumen ingin menanyakan mengenai produk. Setelah 15 sampai 30 menit para konsumen yang pasif biasanya akan mencari para sales untuk menanyakan produk, di butuhkan kesabaran dan konsentrasi yang tinggi ketika berurusan dengan tipe konsumen pasif, akan tetapi tipe konsumen seperti ini tidak banyak menuntut dan kebanyakan selalu to the point dengan sesuatu yang mereka mau ketika melakukan transaksi.

2. .Pola Barista Dalam Merubah Gaya Hidup

Dalam konteks pengalaman mahasiswa yang bekerja sebagai barista, peran mereka tidak hanya terbatas pada kegiatan menyajikan minuman, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membentuk kedisiplinan dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa sebagai calon pegawai yang mengambil peran sebagai barista memiliki akses langsung pada dunia kerja yang menuntut keterampilan dan tanggung jawab nyata. Pada fase awal ini, mahasiswa mulai membentuk fondasi melalui serangkaian pengalaman kerja. Pengalaman tersebut secara perlahan membentuk kepercayaan diri karena mereka terbiasa menghadapi tekanan waktu, menyelesaikan masalah langsung di lapangan, dan mempraktikkan soft skill seperti komunikasi, empati, serta kerja sama tim. Dalam proses ini, kemampuan manajemen waktu menjadi penting, sebab mereka harus membagi waktu antara jadwal kuliah dan shift kerja. Keseimbangan antara dua peran ini memunculkan kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan waktu yang efektif sebagai bagian dari gaya hidup yang lebih tertata. Dengan demikian, pengalaman sebagai barista bukan sekadar kerja paruh

waktu, melainkan latihan nyata yang membantu mahasiswa menyesuaikan diri dengan tuntutan profesionalisme, membangun percaya diri, dan mengembangkan keterampilan lunak yang esensial dalam membentuk kedisiplinan secara menyeluruh.

Selain pengalaman kerja, indikator penting lainnya yang memengaruhi pola hidup mahasiswa barista adalah aspek ketelitian dan kebersihan. Dunia kerja sebagai barista menuntut perhatian tinggi terhadap detail, mulai dari takaran kopi, penyajian minuman, hingga menjaga kebersihan area kerja dan penampilan diri. Ketelitian menjadi nilai penting karena kesalahan kecil dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan citra tempat kerja. Kebersihan tidak hanya dipahami secara fisik, tetapi juga menjadi refleksi dari tanggung jawab pribadi dan etika kerja yang ditanamkan dalam keseharian. Mahasiswa yang awalnya belum terbiasa dengan lingkungan kerja yang terstandarisasi pun perlahan belajar bagaimana menjaga area kerja tetap bersih dan rapi sesuai SOP yang berlaku. Kebiasaan ini akhirnya terbawa dalam kehidupan pribadi, seperti menjaga kebersihan kamar, meja belajar, atau bahkan konsistensi dalam berpakaian rapi saat kuliah. Secara tidak langsung, rutinitas kerja sebagai barista melatih mahasiswa untuk lebih teliti dan bertanggung jawab dalam hal-hal kecil, yang dalam jangka panjang memperkuat karakter mereka dalam membentuk pola hidup disiplin, tertib, dan terstruktur baik di lingkungan kerja maupun kehidupan akademik dan sosial.

Aspek lainnya yang turut mendukung terbentuknya kedisiplinan mahasiswa barista adalah kemampuan interaksi sosial, baik dengan konsumen maupun sesama rekan kerja. Interaksi ini

menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk belajar bersikap ramah, adaptif, dan responsif terhadap berbagai karakter orang. Sebagai barista, mahasiswa dihadapkan pada dinamika komunikasi dua arah yang melibatkan empati dan keterampilan interpersonal. Hubungan dengan konsumen tidak hanya sekadar melayani pesanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan, yang menuntut mahasiswa untuk mampu mengelola emosi, bersikap profesional, serta menjaga konsistensi pelayanan. Selain itu, interaksi dengan rekan kerja baik sesama barista maupun manajer melatih kemampuan bekerja dalam tim, menyampaikan pendapat, menerima kritik, dan menyelesaikan konflik secara dewasa. Proses ini memperluas pemahaman mahasiswa tentang pentingnya hubungan sosial dalam dunia kerja, sekaligus menanamkan kebiasaan berkomunikasi yang sehat dalam kehidupan sehari-hari. Dari sini, interaksi sosial bukan hanya tentang keterlibatan fisik, tetapi juga menjadi bagian dari pengembangan diri dan penguatan sikap disiplin melalui komunikasi yang efektif, empati, serta kepekaan terhadap kebutuhan orang lain.

3. Tugas Sales Promotion Dalam Mencapai Target Penjualan

Penyebaran informasi, penyebaran informasi merupakan penyebaran informasi adalah pesan yang disebarkan untuk memberikan pengertian tentang pesan yang ingin disampaikan, informasi tersebut disampaikan dengan memberikan fakta yang ada dengan tujuan untuk memberikan pesan yang benar dan jelas.

Penyebaran informasi bisa dilakukan dengan cepat dan meluas untuk mencari calon pembeli yang berpotensi melakukan transaksi jual beli, penyebaran

informasi bisa dilakukan dengan cepat karena para sales promotion akan langsung berpapasan dengan calon pembeli

Interaksi langsung dengan para pembeli, melalui sarana komunikasi face to face membuat kemungkinan penyampaian informasi dengan calon pembeli bisa menjadi lebih maksimal serta beberapa keresahan atau keluhan yang diberikan oleh para calon pembeli bisa langsung dijawab oleh para sales.

Targeting Para Calon Pembeli, para sales harus bisa mengetahui karakteristik setiap calon pembeli dengan sangat cermat, ada berbagai karakteristik di berbagai individu yang sedang mengunjungi toko, seperti pembeli yang tempramen, suka berbicara dengan nada tinggi, suka bercanda hingga pembeli yang terlihat seperti acuh tak acuh.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap empat mahasiswa yang bekerja sebagai barista di Jokopi Merr Surabaya, dapat disimpulkan bahwa keputusan untuk menjadi barista bukan hanya didasarkan pada kebutuhan ekonomi semata, melainkan juga dipengaruhi oleh dorongan untuk membentuk pola hidup yang lebih teratur, mandiri, dan profesional. Secara umum, para narasumber memiliki alasan dan latar belakang berbeda dalam memulai pekerjaan ini. Beberapa di antaranya termotivasi karena ingin membangun pondasi karier dan memperoleh pengalaman kerja pertama. Ada pula yang menjadikan pekerjaan ini sebagai sarana menyalurkan minat terhadap dunia kopi, memperluas relasi sosial, hingga sekadar mengisi waktu luang secara produktif.

Faktor pendukung yang paling menonjol adalah fleksibilitas waktu, yang memungkinkan mahasiswa menyesuaikan jadwal kerja dengan aktivitas akademik. Selain itu, keinginan untuk mendapatkan penghasilan tambahan turut mendorong mahasiswa untuk lebih mandiri secara ekonomi. Dampak dari pekerjaan ini juga terlihat dalam pembentukan sikap disiplin, tanggung jawab, serta keterampilan komunikasi interpersonal, terutama dalam menghadapi pelanggan dengan berbagai karakter. Hal ini selaras dengan teori **efikasi diri**, yang menyatakan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuannya sangat memengaruhi bagaimana mereka mengelola tuntutan hidup. Pekerjaan sebagai barista juga menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk terlibat secara emosional dalam pekerjaannya, mencerminkan konsep **keterikatan kerja** yang mengarah pada dedikasi dan antusiasme terhadap profesi.

Namun demikian, proses perubahan gaya hidup tidak selalu berjalan mulus. Terdapat berbagai faktor penghambat yang dapat mengganggu keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi mahasiswa. Beberapa kendala yang muncul antara lain adalah kelelahan fisik akibat jam kerja yang padat, tekanan emosional dari pelanggan atau atasan, serta konflik antara jadwal kerja dan kuliah. Selain itu, terdapat pula stigma sosial dari lingkungan sekitar yang memandang pekerjaan sebagai barista kurang prestisius. Ketidaksesuaian antara ekspektasi awal dan realita pekerjaan juga berpotensi menimbulkan kekecewaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian

selanjutnya, masyarakat umum dan komunitas barista, serta orang tua dan edukator.

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak pengalaman para sales promotion dalam mendapatkan target penjualan. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat meneliti dampak pengalaman kerja suatu profesi dalam satu sudut pandang tertentu.

2. Bagi Masyarakat Umum

Diperlukan pemahaman yang lebih baik mengenai pengalaman para sales promotion dalam mencapai target penjualan sehingga Masyarakat dalam mengetahui kegiatan di dalamnya.

3. Bagi Sales Promotion

Dianjurkan Untuk para sales promotion harus bisa lebih tegas mengenai masalah broken size yang sudah sering di hadapi, supaya tidak kehilangan kepercayaan pelanggan selama ini.

4. Bagi Orang Tua dan Edukator

Penting untuk memberikam bimbingan dan arahan yang bijak kepada para generasi selanjutnya untuk bisa mengarahkan anak untuk bertindak bijak di dunia pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

Kumbadewi, L. S., Suwendra, I. W., & Susila, G. P. A. J. (2021).Pengaruh umur,pengalaman kerja, upah, teknologi dan lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 9(1), 1-9.

Situmeang, R. R. (2017). Pengaruh pengawasan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Mitra Karya Anugrah. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2(02), 148-160.

Leatemala, S. Y. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Kantor Badan Pusat Statistik di Maluku). *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 1-10.

Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online. In *Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie* (Vol. 2, pp. 712-729).

Arsana, D. G. P. (2016). Tranformasi budaya dalam permainan tradisional menuju game online. *Media Komunikasi FPIPS*, 15(2), 41-45.

Ramadhan, F. (2017). Makna Kerja Bagi Barista.

Von Eckartsberg, R. (1998). Introducing existential-phenomenological psychology. In *Phenomenological inquiry in psychology: Existential and transpersonal dimensions* (pp. 3-20). Boston, MA: Springer US.

Chotimah, K. K. (2022). Program Kampung Matematika Di Desa Bandardawung Dalam Meningkatkan

- Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Matematika Di SDN 1 Bandardawung* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of scientific communication (jsc)*, 1(1).
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian penelitian pendekatan kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Herdiansyah, D. (2012). *Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Dari Pengalaman Pelintas Batas (Studi di Pintu Perbatasan (Border) Entikong, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Yusuf, A. R., & Rais, S. (2023). Peranan Barista dalam Menyajikan Minuman Kopi Berkualitas di Cafe Excelso Vitka Point Tiban Kota Batam. *JURNAL MENATA*, 2(1), 44-49.
- Arindi, A. C., Adhani Budiman, F. N., Rahman, I. Z., & Hidayati, N. (2023). OPTIMALISASI PERANCANGAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR AKTIVITAS KERJA DAN PELAYANAN PELANGGAN (STUDI KASUS: XYZ COFFEE & BOUTIQUE). *Journal of Applied Business & Economics (JABE)*, 10(2).
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1), 19-28.
- Bi, H., Xie, X., Yin, K., Zhou, Y., Wan, S., Ruoff, R. S., & Sun, L. (2014). Highly enhanced performance of spongy graphene as an oil sorbent. *Journal of Materials Chemistry A*, 2(6), 1652-1656.