

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kedai kopi atau lebih dikenal dengan sebutan *coffee shop* telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial masyarakat di seluruh penjuru dunia. Menurut *International Coffee Organization Indonesia* (2017), terjadi kemajuan yang cukup signifikan dalam pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia. Selain itu, beberapa wilayah di Indonesia telah dikenal sebagai lokasi produksi kopi berkualitas tinggi di dunia, seperti Aceh, Toraja, Bali, Lampung, Sumatera Selatan, Sumatera Utara, Jawa Timur, dan Bengkulu. *Coffee shop* telah menjadi tempat favorit bagi kebanyakan orang untuk bersantai, bekerja, atau bahkan mengadakan pertemuan bisnis (Statistik Kopi Indonesia: 2020). Oleh karena itu, bisnis *coffee shop* dalam industri *F&B (Food and Beverage)* membuat pemiliknya menjadi semakin kompetitif dalam memasarkan kedai mereka. *Starbucks* menjadi salah satu *coffee shop* modern yang mengembangkan sayap di kota-kota besar di Indonesia pada tahun 2002. Selain itu, *Starbucks* telah membangun sekitar 300 gerai yang tersebar di Indonesia. Maka dengan kemunculan *Starbucks* ini kemudian memicu beberapa pebisnis untuk menghadirkan *coffee shop* lokal (Utomo, 2023: 61).

Coffee shop tidak hanya digunakan sebagai tempat *nongkrong*¹, tetapi juga menjadi tempat pertukaran informasi dan seringkali menjadi tempat berkumpul kaum terpelajar (Gumulya & Helmi, 2017: 171). Dengan adanya gaya hidup tersebut, menyebabkan peningkatan jumlah konsumsi kopi yang berdampak pada jumlah *coffee shop* yang semakin bermunculan. Hal ini menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat antar *coffee shop*. Oleh karena itu, pemilik usaha *coffee shop* perlu menciptakan pembeda sehingga konsumen tertarik untuk berkunjung ke *coffee shop* mereka (Nurikhsan et al., 2019). Faktor pembeda *coffee shop* di

¹ *Nongkrong* merupakan kegiatan berkumpul dengan teman, orang-orang terdekat; biasanya dilakukan dengan menghabiskan bersama ditempat yang sering dikunjungi.

antaranya terletak pada tempat yang nyaman, inovasi menu, kualitas produk, promo bulanan, dan pelayanan dari barista (Arnawa et al., 2022: 28).

Dengan banyaknya faktor tersebut, terdapat salah satu faktor yang dianggap sebagai ujung tombak dari sebuah *coffee shop*, yaitu barista. Barista dianggap memiliki tanggungjawab untuk menumbuhkan jumlah para konsumen (Ramadhan, 2017: 8). Peran seorang barista tidak hanya pada proses meracik kopi saja. Barista juga memiliki peran sebagai pelayan, kasir, serta tanggung jawab dalam menjaga dan membersihkan peralatan yang digunakan dalam *coffee shop*, seperti gelas, piring, mesin pembuat kopi, dan lain sebagainya (Masdakaty: 2023). Selain itu, menjadi barista juga perlu memiliki pengetahuan dasar tentang kopi, seperti jenis kopi dan prosesnya, serta keterampilan dalam *latte art*², *manual brew*³, *espresso man*⁴, dan *pro-cupping*⁵. Tak hanya itu, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan kerja, kemampuan berkomunikasi dengan baik di lingkungan kerja, serta berperilaku ramah terhadap pelanggan juga merupakan bagian penting dari pekerjaan barista (Pramita & Undiksha, 2020: 73).

Konsep dan kualitas barista harus berjalan beriringan maka dalam *coffee shop* dibutuhkan budaya kerja yang baik (Ramadhan, 2017: 56). Pengelolaan *coffee shop* dengan menerapkan budaya kerja yang baik bertujuan untuk menjaga keberlangsungan *coffee shop* tersebut. Adanya budaya kerja yang baik akan memunculkan identitas bagi perusahaan. Identitas perusahaan ini dibentuk dari sudut pandang pelanggan melalui budaya kerja yang diterapkan karena pelanggan kemudian melihat identitas perusahaan sebagai penilaian positif melalui pelayanan mereka (Hadiprabuono, 2020: 112). Budaya yang ada di dalam perusahaan dianggap sebagai instrumen manajemen yang membantu dalam mencapai sasaran atau tujuan organisasi. (Rosidah, 2014: 55).

² *Latte art* adalah seni dekorasi menggunakan bahan dasar susu yang diuap yang diterapkan di atas secangkir espresso yang berbahan dasar cappuccino atau cafe latte, umumnya disajikan dalam keadaan panas.

³ *Manual brew* yaitu cara membuat atau menyeduh kopi yang dilakukan secara manual; tanpa penggunaan mesin espresso

⁴ *Espresso man* adalah orang yang memiliki tanggung jawab dalam proses mencampur, membuat, menyiapkan, dan menyajikan kopi.

⁵ *Pro cupping* merupakan tahap pengamatan terhadap rasa yang muncul pada kopi sebelum disajikan kepada penikmat kopi.

Budaya organisasi dapat dijelaskan sebagai kumpulan keyakinan, norma, dan nilai-nilai yang membentuk sistem pedoman bagi anggota organisasi, yang kemudian berkembang dalam organisasi tersebut. Hal ini memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan di luar organisasi dan memperkuat hubungan internal agar organisasi tetap relevan (Nurdin, 2012: 8). Organisasi memiliki pengertian sebagai struktur pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja antara sekelompok orang pemegang posisi yang bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan (Tsauri, 2004: 32). Jadi, sebuah budaya penting untuk performa efektifitas organisasi (Schein, 2009: 7).

Pulang Coffee merupakan sebuah *coffee shop* yang berlokasi di Kota Semarang yang menonjolkan kehadiran barista yang tidak hanya terampil dalam menyajikan kopi berkualitas, namun juga menampilkan elemen-elemen yang mencerminkan budaya organisasi yang unik. Salah satu aspek yang mencolok dari budaya kerja mereka adalah penerapan salam hangat atau *greeting* kepada pelanggan saat kedatangan hingga pelanggan meninggalkan tempat. Kehadiran nilai-nilai seperti keramahan ini menjadi manifestasi nyata dari komitmen Pulang Coffee dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan. Terlebih lagi, kebijakan menarik yang diterapkan di sana adalah kesiapan barista untuk memberikan garansi atas produk yang tidak memenuhi harapan pelanggan, mencerminkan tanggung jawab mereka terhadap kepuasan pelanggan.

Penting untuk memahami bahwa budaya kerja yang diterapkan oleh Pulang Coffee dalam konteks penelitian ini memiliki hubungan yang erat dengan budaya organisasi secara menyeluruh. Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas mengenai *coffee shop*, budaya kerja, barista, dan budaya organisasi, belum ada penelitian khusus yang mengulas secara detail studi kasus Pulang Coffee. Hal ini menjadi motivasi bagi penulis untuk melakukan penelitian yang fokus pada budaya kerja para barista di sana. Dalam penelitian ini, penulis menitikberatkan pada budaya kerja barista di Pulang Coffee di Kota Semarang. Melalui penelitian yang berjudul "Studi Kasus Budaya Kerja Barista pada Pulang Coffee di Semarang," diharapkan mampu menggambarkan dengan jelas konsep budaya kerja yang dianggap ideal bagi barista Pulang Coffee di kota tersebut. Tujuannya adalah

memberikan pemahaman mendalam mengenai praktik terbaik yang bisa diterapkan dalam konteks pelayanan barista guna menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi para pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini akan menjawab rumusan masalah di bawah ini, diantaranya:

1. Bagaimana budaya kerja yang diterapkan kepada barista Pulang Coffee?
2. Bagaimana budaya kerja menciptakan keakraban barista Pulang Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, dalam penelitian ini akan mempelajari hal penting untuk memenuhi tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Memahami dan mendeskripsikan budaya kerja yang diterapkan kepada barista Pulang Coffee.
2. Memahami dan mendeskripsikan budaya kerja menciptakan keakraban barista Pulang Coffee

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Ilmiah

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi ilmu antropologi sosial dengan mengisi celah pengetahuan sebelumnya dan memperluas cakupan studi, terutama dalam bidang budaya kerja. Hasil temuan dapat menjadi landasan pengetahuan yang kuat, membuka peluang bagi penelitian lanjutan dalam topik serupa, dan memberikan referensi utama bagi ilmuwan untuk analisis kritis,

khususnya dalam aspek-aspek terkait budaya kerja. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi menjadi pemicu bagi studi-studi antropologis berikutnya, memperkaya pemahaman tentang peran budaya kerja dalam masyarakat modern.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman pembaca mengenai analisis deskriptif mengenai budaya kerja barista pada Pulang Coffee Semarang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar khususnya untuk pengambilan keputusan khususnya bagi calon pengusaha atau penggerak, baik yang sudah lama maupun baru dalam bidang *F&B (Food and Beverages)* dalam bentuk *coffee shop*, ataupun sejenisnya untuk memperhatikan setiap aspek yang dibutuhkan baik saat perencanaan dan maupun dalam keberlangsungan operasional kerja untuk mempertahankan budaya kerja yang baik dalam keberlangsungan sebuah perusahaan.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penulisan diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan bertujuan untuk membuat penelitian yang belum ada sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut:

- a. Reggy Waluti dalam penelitiannya yang berjudul *Budaya Kerja pada Top Fusion Wedding Organizer di Jakarta Selatan* pada tahun 2019 meneliti budaya kerja organisasi yang ada dalam sebuah *wedding organizer* bernama Top Fusion. Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumentasi. Observasi partisipatif dilakukan oleh peneliti dengan terlibat langsung dalam kegiatan penelitian dari bulan Agustus 2017 hingga bulan Maret 2018. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa budaya kerja di Top Fusion dinilai belum optimal oleh peneliti karena terdapat konflik antara para pemimpin organisasi dan anggota tim. Sikap yang

ditunjukkan oleh pemimpin kepada anggota tim memiliki dampak besar terhadap dinamika kerja di organisasi tersebut. Menurut penelitian ini, Top Fusion Wedding Organizer terbentuk budaya kerja yang profesional yang tercermin dalam sikap bekerja yang rajin, berdedikasi, bertanggung jawab, hati-hati, teliti, cermat, dan keinginan untuk terus belajar dalam melaksanakan tugas serta saling membantu sesama rekan kerja sebagai bentuk kepedulian terhadap pekerjaan. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pemilihan fokus penelitian tentang budaya kerja dengan skripsi sebelumnya, namun memiliki perbedaan dalam subjek penelitian yang ditentukan.

- b. Fakhri Ramadhan dalam skripsi yang berjudul *Makna Kerja Bagi Barista* pada tahun 2017 ini mengkaji mengenai makna bekerja bagi *barista* di *coffee shop*. Sebagai salah satu bagian *coffee shop*, barista memiliki peranan yang penting karena bertugas sebagai pembuat kopi untuk konsumen. Penelitian ini dilakukan di beberapa *coffee shop* yang terletak di empat kota, yaitu Jakarta, Bogor, Semarang, dan Yogyakarta. Kesamaan dalam pendekatan penelitian ini terletak pada penggunaan metode kualitatif yang melibatkan pengumpulan data melalui teknik observasi dan wawancara. Narasumber yang diwawancarai terdiri dari sembilan barista yang berasal dari empat kota, yaitu Jakarta, Bogor, Semarang, dan Yogyakarta. Berdasarkan data penelitian yang didapat saat wawancara dan observasi menunjukkan bahwa barista bukan hanya sekedar peracik kopi. Bukan pula sekedar rutinitas untuk menghasilkan uang, barista lebih dari itu. Ada makna lain yang membuat para narasumber tetap memilih bekerja sebagai barista. Menjadi seorang barista, membuat mereka dapat mengembangkan diri dalam kehidupan sosial karena barista adalah teman bagi pelanggannya. Jadi secara tidak langsung para barista belajar mengenai *hospitality*. Hal ini sejalan dengan bagaimana seorang barista memaknai kopi, yaitu kopi dianggap sebagai minuman keakraban. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian.
- c. Bayundaru Hadiprabuono dalam jurnal yang berjudul *Srawung: Implementasi Budaya Perusahaan dalam Pengelolaan Kedai Kopi di Magistra Coffee Yogyakarta* pada tahun 2020 mengkaji mengenai studi yang berkaitan dengan

kopi dalam konteks budaya pada pengelolaan *coffee shop* dengan memasukkan konsep budaya perusahaan dan identitas. *Coffee shop* yang semakin menjamur di berbagai tempat mengakibatkan tingginya persaingan dalam industri ini relasi sehingga membangun relasi antara barista dengan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi pentingnya keterkaitan antara penjual dan pembeli dalam konteks ketahanan *coffee shop* berukuran kecil di tengah persaingan yang ketat. Metode penelitian yang digunakan sama dengan yang diterapkan dalam skripsi, yakni metode etnografi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dan wawancara langsung dengan karyawan dan konsumen di *coffee shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan emosional yang dekat antara penjual dan pembeli terjalin berkat budaya perusahaan yang lebih menekankan pelayanan daripada sekadar produk kopi itu sendiri. Keterhubungan ini membentuk identitas dan reputasi yang secara tidak langsung menciptakan pelanggan setia sehingga memastikan kelangsungan penjualan *coffee shop*. Ini dianggap lebih penting daripada hanya fokus pada peningkatan angka penjualan semata.

- d. M. P. Haniffahrul Alim dalam skripsinya yang berjudul *Transformasi Coffee Shop di Kota Semarang* membahas tentang berkembangnya *third wave coffee* di Antara Kata Coffee Talk yang disebutkan telah melewati proses transformasi *coffee shop*. Proses transformasi ini dipengaruhi oleh *third wave* yang ditandai dengan munculnya segmentasi ruang sosial menjadi dua bagian: ruang publik dan ruang privat, aktivitas pelanggan pun tidak hanya bersifat komunal, muncul aktivitas bersifat privat atau individu yang dilakukan dalam “Antara Kata Coffee Talk”. Penelitian ini menggunakan metode etnografi yang berlokasi di Jalan Durian Raya Nomor 65-67, Srandol Wetan, Banyumanik, Kota Semarang pada tahun 2020. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode etnografi, serta kedai kopi yang berada di Kota Semarang dan perbedaan terletak pada pemilihan lokasi *coffee shop*, dan teori yang digunakan.
- e. Swasono Suryo Wicaksono dalam skripsi yang berjudul *Aspek Sosial-Budaya dalam Manajemen KUD Pringgodani Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak* pada tahun 2019 meneliti bagaimana KUD Pringgodani bertahan dalam

menghadapi dinamika perekonomian sejak koperasi tersebut didirikan. KUD Pringgodani memegang prinsip-prinsip yang tertanam dalam budaya kerja perusahaan yang efektif dalam menjalankan operasional koperasi. Swasono dalam penelitiannya menggunakan pendekatan etnografi, sebuah metode penelitian lapangan yang holistik-integratif dengan deskripsi mendalam, serta analisis kualitatif yang melibatkan observasi-partisipasi, serta wawancara terbuka dan mendalam yang dilakukan dalam kurun waktu yang cukup panjang. Hasil analisis menunjukkan bahwa KUD Pringgodani memegang nilai-nilai mendasar dalam operasionalnya, seperti nilai keagamaan, kepemimpinan, kekeluargaan, dan solidaritas. Kepemimpinan yang kuat dan otoriter dianggap mampu menjamin stabilitas serta mengatasi tantangan yang berasal dari lingkungan luar koperasi. Kegiatan rutin di KUD Pringgodani berperan sebagai penyeimbang untuk meredakan konflik internal dalam organisasi. Aktivitas rutin ini ditetapkan oleh pengurus dan diwajibkan bagi seluruh pengurus dan karyawan sebagai sarana untuk memperkuat penginternalisasian nilai-nilai yang dipegang oleh KUD Pringgodani. Meskipun menggunakan pendekatan dan kajian yang serupa terkait budaya kerja, perbedaan signifikan terdapat pada subjek penelitian.

- f. Nur Indah Puspita dalam skripsi yang berjudul *Spirit Filantropi: Kajian Budaya Organisasi Tanoto Scholars Association Universitas Diponegoro pada tahun 2020* membahas bagaimana proses Tanoto Foundation meng-enskulturasi spirit filantropi kepada Tanoto Scholars Association (TSA) khususnya TSA Universitas Diponegoro. Penelitian ini menerapkan pendekatan fungsionalisme untuk menganalisis struktur budaya organisasi Tanoto Scholars Association di Universitas Diponegoro sebagai elemen inti dari keberadaan organisasi tersebut, serta menguraikan variasi, makna, dan peranan kegiatan organisasional yang dijalankan oleh Tanoto Scholars Association di Universitas Diponegoro. Dalam penelitian ini, metodologi yang digunakan serupa dengan skripsi sebelumnya, yaitu menggunakan metode etnografi sebagai pendekatan riset, dengan teknik pengumpulan data yang mencakup observasi partisipatif, wawancara mendalam, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil analisis penelitian menunjukkan

bahwa tingkat adaptasi Tanoto *Scholars Association* di Universitas Diponegoro, khususnya respons anggotanya terhadap lingkungan eksternal, masih kurang optimal. Selain itu, identifikasi diri terhadap organisasi pada sebagian Tanoto *Scholars* secara internal juga belum sepenuhnya berkembang. Menurut peneliti, hal ini menghambat kinerja dan tingkat partisipasi anggota Tanoto *Scholars Association* di Universitas Diponegoro dalam menjalankan proyek-proyek sosial hingga saat ini belum mencapai potensi penuhnya. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus subjek penelitian yang berbeda.

- g. Gardhika Riza Pradana dalam skripsi yang berjudul *Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karyawan Redrying Bojonegoro (Kareb)* pada tahun 2012 meneliti kinerja karyawan. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh anggota staf di Koperasi Kareb Bojonegoro mempraktikkan sebuah budaya kerja yang efektif guna meningkatkan kinerja di lingkungan kerja mereka. Aspek-aspek seperti kedisiplinan menjadi unsur penting dalam budaya kerja dalam penelitian ini, salah satunya seperti menyelesaikan tugas tepat waktu, patuh terhadap jadwal kerja yang ada, serta memberikan kontribusi yang memuaskan dalam konteks pekerjaan mereka di perusahaan. Selain itu, sikap tegas dalam menjalankan tugas dan kemampuan dalam mengambil keputusan dengan keyakinan juga merupakan bagian dari budaya kerja yang ditekankan di dalam perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis hubungan antara budaya kerja sebagai variabel independen dengan kedisiplinan, sikap tegas, dan rasa percaya diri, kemudian didapati hasil bahwa hal tersebut mempengaruhi kinerja karyawan di Koperasi Kareb Bojonegoro. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila aspek-aspek kedisiplinan, sikap tegas, dan rasa percaya diri dinilai positif dan signifikan, hal ini akan berdampak positif pada upaya peningkatan kinerja karyawan di perusahaan tersebut. Dalam konteks peningkatan kinerja karyawan, kedisiplinan merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan dengan sikap tegas dan rasa percaya diri. Hasil ini mencerminkan fokus perusahaan pada nilai kedisiplinan untuk memastikan kelancaran dan efisiensi dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Meskipun penelitian ini sejalan dengan aspek budaya kerja,

perbedaan utama pada penelitian terdahulu ini terletak pada pendekatan metodologi yang digunakan dalam analisisnya.

1.5.1 Definisi Budaya Organisasi

Pulang Coffee dikategorikan sebagai sebuah perusahaan dalam perusahaan penyedia produk yang memiliki konsumen. Penggunaan istilah budaya organisasi merujuk pada norma-norma yang ada di lingkungan perusahaan, umumnya berada dalam bentuk struktur organisasi, terdiri dari kolaborasi antara individu-individu yang membentuk kelompok atau unit kerja (Kamaroellah, 2014: 1). Budaya organisasi merupakan suatu kekuatan sosial yang tidak tampak, yang dapat menggerakkan orang-orang dalam suatu organisasi untuk melakukan aktivitas kerja. Secara tidak sadar tiap-tiap orang di dalam suatu organisasi mempelajari budaya yang berlaku di dalam organisasinya (Kamaroellah, 2014: 2).

Schein mengemukakan bahwa terdapat keterkaitan erat antara budaya organisasi dan kepemimpinan. Budaya yang terbentuk di dalam suatu perusahaan mencerminkan dampak dari budaya yang sebelumnya diterapkan oleh para pemimpin. Peran pemimpin menjadi kunci dalam pembentukan dan modifikasi budaya yang ada, meskipun bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan budaya dalam suatu organisasi. Hubungan antara budaya organisasi dan kepemimpinan seperti dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Saat budaya tertentu terbentuk, hal tersebut menentukan jenis kepemimpinan yang diperlukan oleh organisasi. Sebaliknya, peran kepemimpinan juga penting dalam mengelola perubahan budaya yang diperlukan terkait dengan dinamika lingkungan yang terus berkembang. (Schein, 2004: 22).

1.5.2 Teori Budaya Organisasi Edgar H. Schein

Budaya Organisasi menurut Edgar H Schein, memiliki 3 bagian, di antaranya:

1. *Artefak*

Budaya organisasi dinilai dalam tiap struktur proses organisasi yang terlihat, didengar, dan dirasakan. Pada tahapan ini, melihat dari ruang fisik, produk, perilaku anggota organisasi, pakaian yang dikenakan, penampilan emosional, mitos, dan lain-lain. Hal tersebut akan membentuk sebuah artefak, dan menciptakan masalah klasifikasi dalam organisasi (Schein, 2004: 25-26).

2. *Nilai dan Kepercayaan*

Pemahaman terhadap budaya organisasi semakin mendalam dengan mempertimbangkan strategi, tujuan, dan nilai-nilai yang ditanamkan di dalamnya. Ketika sebuah organisasi menghadapi masalah, tindakan yang diambil untuk menyelesaikannya didasarkan pada filosofi, misi, tujuan, standar, dan aturan yang ada di dalam organisasi tersebut. Solusi yang dihasilkan umumnya berasal dari individu yang memiliki pengaruh dalam organisasi dan ketika solusi tersebut diimplementasikan berulang kali, hal itu dapat menjadi bagian dari budaya organisasi (Schein, 2004: 28).

3. *Asumsi Dasar*

Bagian terpenting dari budaya organisasi adalah asumsi dasar. Asumsi dasar merupakan dasar dari setiap perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang dalam organisasi dan menentukan cara seseorang merespons setiap situasi yang dihadapi (Schein, 2004: 31-32). Asumsi dasar juga dapat mencakup pandangan seseorang terhadap lingkungan sekitarnya dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi lingkungan tersebut. Asumsi dasar ini meliputi pandangan seseorang terhadap kenyataan yang ada dalam lingkungan, waktu dan ruang, sifat manusia, aktivitas manusia, serta hubungan antar manusia.

Schein juga menyebutkan budaya organisasi dari 3 (tiga) variable dimensi budaya organisasi, yaitu dimensi adaptasi eksternal (*external adaptation tasks*), dimensi integrasi internal (*internal intergration tasks*) dan dimensi asumsi-asumsi dasar (*basic underlying assumptions*), lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Dimensi Adaptasi Eksternal (External Adaptation Tasks)*

Menurut teori Edgar H. Schein, dalam memahami Dimensi Adaptasi Eksternal, faktor-faktor yang akan diobservasi termasuk aspek-aspek seperti misi, tujuan, sumber daya dasar, pengukuran kinerja, dan strategi alternatif.

Dalam konteks organisasi bisnis atau sektor swasta yang berfokus pada keuntungan, misi tersebut merupakan respons terhadap kebutuhan investor, *stakeholder*, penyedia produk-produk yang diperlukan untuk produksi, manajer, karyawan, masyarakat, pemerintah, serta konsumen.

2. *Dimensi Integrasi Internal (Internal Intergration Tasks)*

Aspek Integrasi Internal, variabel-variabel yang akan dijadikan fokus penelitian meliputi: penggunaan bahasa yang seragam, pembatasan dalam kelompok, penentuan status atau kekuasaan, interaksi di antara anggota kelompok, pengakuan, dan cara mengelola hal-hal yang kompleks atau sulit diatur.

3. *Dimensi Asumsi-Asumsi Dasar (Basic Underlying Assumptions)*

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengidentifikasi dimensi asumsi-asumsi fundamental termasuk keterkaitan dengan lingkungan, prinsip-prinsip aktivitas manusia, realitas dan kebenaran, pandangan tentang waktu, penafsiran akan kebenaran manusia, interaksi manusia, serta perbedaan dalam keseragaman atau keberagaman (Schein, 2009: 39-40).

Budaya kerja berperan sebagai elemen penyatuan sosial yang menggabungkan individu-individu dalam upaya mencapai tujuan organisasi melalui aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang menjadi panduan bagi para pekerja. Selain itu, budaya kerja juga berfungsi sebagai mekanisme pengendalian terhadap perilaku para karyawan (Kamaroellah, 2014:12).

Dalam meraih sasaran-sasaran, setiap perusahaan dipengaruhi oleh tingkah laku kolektif yang mencerminkan tingkah laku serta sikap individu yang ada di dalam perusahaan tersebut. Salah satu aspek yang sering dievaluasi dalam lingkungan organisasi adalah prestasi kerja para anggota, yaitu bagaimana mereka menjalankan segala tugas dan tanggung jawab yang terkait dengan pekerjaan, posisi, atau peran mereka di dalam entitas tersebut (Kamaroellah, 2014: 43).

1.6 Batasan Istilah

1.6.1 Budaya

Menurut Clifford Geertz, Budaya adalah suatu sistem makna yang dikembangkan oleh manusia untuk memberikan orientasi pada dunia mereka dan untuk menyusun keteraturan sosial mereka. Budaya adalah kumpulan ide, kepercayaan, simbol, dan kebiasaan yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya, dan berperan penting dalam membentuk pandangan dan pemahaman manusia tentang dunia di sekitar mereka serta mengatur perilaku mereka di dalam masyarakat. Geertz menganggap budaya sebagai suatu konstruksi sosial yang dapat dipahami melalui interpretasi makna yang diberikan oleh individu terhadap tanda-tanda yang terdapat dalam lingkungan sosial mereka (Geertz, 1992: 18-19).

1.6.2 Kerja

Kerja memiliki arti yang penting dalam kehidupan individu karena beberapa faktor. Pertama, kerja memberikan kesempatan untuk pertukaran atau keterjalinan interaksi yang dapat menghasilkan imbalan. Imbalan ini dapat bersifat ekstrinsik seperti uang, sementara imbalan intrinsik bisa berupa kepuasan dalam melakukan pelayanan. Kedua, kerja juga berfungsi secara sosial, di mana lingkungan kerja, seperti perusahaan, berperan sebagai *platform* untuk berinteraksi dengan individu baru dan mengembangkan hubungan sosial. Ketiga, pekerjaan seseorang seringkali mencerminkan posisi atau statusnya dalam masyarakat, serta dapat menjadi sumber perbedaan dan integrasi sosial. Keempat, kerja memiliki nilai psikologis bagi individu karena dapat menjadi landasan identitas, harga diri, dan pencapaian pribadi. (Streers dan Porter: 1983).

1.6.3 Budaya Kerja

Budaya kerja merupakan sebuah sistem keyakinan yang menggambarkan nilai-nilai, karakteristik, rutinitas, dan motivasi yang ditanamkan di dalam suatu komunitas tertentu. Budaya kerja tercermin dalam sikap, tingkah laku, tujuan, perspektif, dan sudut pandang yang muncul dalam konteks aktivitas kerja. (Gering et al., 2001: 7).

1.6.4 Barista

Barista berasal dari Bahasa Italia yang merujuk pada profesi bartender, yang bertugas menyajikan beragam minuman, tidak hanya terbatas pada kopi. Namun, seiring dengan perubahan zaman dan popularitas tren kopi di Amerika dan Eropa, istilah ini kemudian diadopsi dan dikenal seperti yang kita kenal sekarang. Di Italia, istilah "barista" sering digunakan, disebut "baristi" untuk pria atau "bariste" untuk wanita (Masdakaty:2023).

1.6.5 Coffee Shop

Coffee Shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan minuman non-alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan music, melalui pemutar music atau lainnya, dengan desain interior yang khas, pelayanan ramah, dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel (Herlyana, 2012: 190).

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sukmadinata (2011: 73), tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah memberikan gambaran mendetail serta menjelaskan fenomena yang terjadi, baik yang terjadi secara alamiah maupun hasil dari campur tangan manusia. Fokus daripada penelitian deskriptif kualitatif terletak pada sifat-sifat khas, kualitas, dan hubungan antar kegiatan. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel - variabel yang diteliti, namun bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Kegiatan utama dalam penelitian ini adalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui pengamatan, wawancara, dan pengumpulan dokumen.

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Coffee shop di Kota Semarang hampir tersebar luas dan banyak jumlahnya, namun peneliti berfokus pada satu lokasi penelitian, yaitu Pulang Coffee yang termasuk dalam *coffee shop* kopi modern. Lokasi penelitian yang dipilih untuk melaksanakan penelitian ini adalah salah satu *coffee shop* yang menerapkan budaya kerja yang bertempat di Pulang Coffee yang terletak di Jalan Menteri Supeno no. 22 A Semarang. Lokasi dipilih karena merupakan salah satu lokasi yang strategis di tengah Kota Semarang, dekat dengan beberapa perkantoran dan pusat pemerintahan Kota Semarang. Waktu penelitian di Pulang Coffee dilaksanakan pada bulan November 2019 sampai dengan bulan Februari 2022.

1.7.3 Metode Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pendekatan ini digunakan untuk memilih individu-individu yang memiliki relevansi yang signifikan dengan fokus kajian yang sedang dilaksanakan. Dalam hal ini, informan yang menjadi subjek wawancara adalah mereka yang memiliki pemahaman yang dalam terhadap permasalahan yang menjadi inti dari penelitian ini.

Kelompok informan ini melibatkan pemilik, manajer, serta barista yang aktif terlibat dalam aktivitas sehari-hari *coffee shop* yang menjadi fokus penelitian. Dengan partisipasi mereka yang berperan langsung dalam pengelolaan dan operasional, diharapkan data yang diperoleh dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan terperinci terkait dengan tema yang sedang diteliti.

1.7.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan data yang relevan, penulis melakukan beberapa cara untuk memperoleh data primer dan sekunder, diantaranya:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018: 456), data primer merujuk kepada sumber data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data sendiri dari sumber pertama atau lokasi di mana penelitian dilakukan. Sebagai contoh, peneliti memperoleh data primer dengan melakukan wawancara langsung dengan informan mengenai topik penelitian. Data primer tersebut berupa:

a. Observasi Partisipan

Observasi partisipan menurut Sarwono (2006: 223) dengan cara mengumpulkan data dengan terlibat langsung dengan obyek yang diteliti. Observasi partisipan digunakan sebagai data primer. Peneliti menggunakan teknik observasi partisipan yang dilakukan dengan menjadi barista paruh waktu di Pulang Coffee.

b. Wawancara

Menurut Suyitno (2018: 113), wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi komunikasi secara verbal yang terstruktur, semi terstruktur, atau tidak terstruktur. Wawancara digunakan peneliti untuk memperoleh data primer. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap Dewanda Maulana sebagai *owner*⁶, Rifqi Abdi Farhan sebagai *co-owner*⁷ sekaligus *head barista*⁸, Velia Lifiannzha, Muhammad Adibuttaqi, Haidar Andi Dayan, Diana Marlisyse sebagai barista. Wawancara dilakukan oleh peneliti secara langsung yang berlokasi di Pulang Coffee dengan mendalami informasi secara menyeluruh guna mendapatkan hasil yang tepat sesuai kebutuhan.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018: 456), data sekunder dapat dijelaskan sebagai sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen.

a. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018: 329), dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi dalam berbagai format seperti buku, arsip, dokumen, data angka, dan narasi berupa laporan dan penjelasan yang dapat memberikan dukungan kepada penelitian. Dokumentasi dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengambil data dalam bentuk visual dalam bentuk foto yang berguna untuk memberikan gambaran tempat penelitian. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data yang melibatkan analisis dokumen- dokumen yang relevan dengan penelitian. Sebagai contoh, ini mencakup pengambilan foto yang menggambarkan kondisi ruang layanan di Pulang Coffee dan juga mencakup profil *Coffee shop* di Pulang Coffee. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data tertulis yang relevan dengan penelitian.

⁶ *Owner* seseorang yang berada pada puncak struktur organisasi dan memiliki kontrol yang sepenuhnya terhadap seluruh operasional perusahaan.

⁷ *Co-owner* merupakan pemilik bersama.

⁸ *Head barista* adalah orang yang bertanggung jawab atas operasi bar di kedai kopi.

b. *Internet Searching*

Internet Searching atau proses penggunaan komputer untuk mencari informasi melalui internet menggunakan alat atau perangkat lunak pencarian pada server-server yang terhubung dengan jaringan internet di berbagai lokasi di seluruh dunia (Sarwono, 2006: 229). Penggunaan internet melalui *platform Google*, dan *Instagram Pulang Coffee* digunakan sebagai sumber data sekunder oleh penulis yang dapat memberi informasi mengenai data lapangan dari subjek penelitian.