

KEBERLANJUTAN DALAM KETERAMPILAN BARISTA: MONITOR DAN EVALUASI DARI PENGETAHUAN BARISTA TERHADAP KOPI SPESIAL DI *THE COFFEE LAB* DUBAI 2021

Kurniawan Arif Maspul
International Open University, The Gambia
Kurniawan.arif@iou-students.com

Abstract

The number of coffee shops today is inseparable from the third wave in the coffee supply chain, especially the growth of specialty coffee in recent times. Sustainability is a key goal for all sectors, including supply chain soldering standards in coffee shops. Many Baristas don't understand the importance of sustainability in coffee shops and their management. To improve sustainability so that it aligns with ethical business skills and behavior, it is important to apply continuing education to the concept of Baristas thinking, understand their philosophy as coffee makers and connect all stakeholders in the coffee supply chain with consumers who need this information. This curriculum is delivered together with additional coaching, assessment, and interviews at the end of the activity to measure the knowledge of the Barista. The current object for this research is the Barista at The Coffee Lab Dubai, United Arab Emirates. The results give a positive value, where the effectiveness of the curriculum assessment results implemented through this counseling service has a very good impact where all Baristas pass the assessment, with the average practice exam assessment for all Baristas is 87.08, while the total average for the written exam is 84.42. From the interviews conducted with Baristas, most of the Baristas said that further knowledge through "Introduction to Coffee" has had a positive impact on building a sustainability framework in their reflection and practice of their profession.

Keywords: *Specialty Coffee, Barista Skills, Coffee Supply Chain, Quality Control*

Abstraksi

Jumlah kedai kopi saat ini tidak terlepas dari gelombang ketiga dalam rantai pasokan kopi, terutama pertumbuhan kopi spesialti akhir-akhir ini. Keberlanjutan adalah tujuan utama untuk semua sektor, termasuk solder standar rantai pasokan di kedai kopi. Banyak Barista yang belum memahami pentingnya keberlanjutan di kedai kopi dan ranah manajemen mereka. Untuk meningkatkan keberlanjutan sehingga selaras dengan keterampilan dan perilaku dalam bisnis yang etis, penting untuk menerapkan pendidikan berkelanjutan dalam konsep pemikiran Barista, memahami filosofi mereka sebagai pembuat kopi dan menghubungkan semua pemangku kepentingan dalam rantai pasokan kopi dengan konsumen yang membutuhkan informasi ini. Kurikulum ini disampaikan bersamaan dengan tambahan *coaching*, *assessment*, dan *interview* di akhir kegiatan untuk mengukur materi pengetahuan Barista. Objek saat ini untuk penelitian ini adalah Barista di The Coffee Lab Dubai, Uni Emirat Arab. Hasilnya memberikan nilai positif, dimana fektivitas hasil penilaian kurikulum yang diterapkan melalui layanan konseling ini memberikan dampak yang sangat baik dimana Semua Barista lulus dalam penilaian, dengan rata-rata penilaian ujian praktek semua Barista adalah 87,08, sedangkan total rata-rata untuk ujian tertulis adalah 84,42. Dari wawancara yang dilakukan dengan Barista, sebagian besar Barista mengatakan bahwa pengetahuan lebih lanjut melalui "Pengenalan Kopi – Introduction to Coffee" telah berdampak positif membangun kerangka keberlanjutan dalam refleksi dan praktik mereka terhadap profesi mereka.

Kata kunci: *Kopi Spesial, Keterampilan Barista, Rantai Pasokan Kopi, Kontrol Kualitas*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi spesialti di dunia saat ini telah memperkaya industri makanan dan minuman (Borrelli et al., 2015). Hal ini tidak terlepas dari tren yang membawa orang-orang sebelumnya sebagai penikmat kopi klasik dan dimulai di kalangan anak muda yang membawa kopi gelombang ketiga menjadi tren gaya hidup (Fischer, 2017). Rantai kopi warisan kolonial ini, mulai dari supply chain hingga roaster, Barista hingga konsumen, unik di setiap daerah, terutama bagi beberapa kelompok yang mengangkat sustainability, khususnya di lini coffee bar hingga ke konsumen (Lannigan, 2020). Kopi spesial menyajikan kopi dengan grade standar di atas 80+; di sisi lain, juga dikenal dari jalur rantai pasokan dan memahami asal tunggal yang disimpan melalui proses (Daviron et al., 2005).

Umumnya dapat dilihat perkembangan pasar kopi yang ramai, terutama di Uni Emirat Arab, di mana kedai kopi secara global menjadi salah satu kiblat kopi spesial (El-Adly et al., 2015). Dengan cerita melalui berbagai asal-usul tunggal dan mesin yang digunakan dalam produksi kopi itu sendiri. Mesin tercanggih digunakan di pemanggang kopi (*coffee roastery*) dan kedai kopi (*coffee shop*) di Uni Emirat Arab, mulai dari mesin sangrai dan alat yang terkait dengan pengukur kualitas hingga mengekstrak mesin kopi dari espresso hingga *filter* (Eiermann et al., 2020). *Coffee Roaster* atau Barista tidak lepas dari segala jenis alat yang berhubungan dengan kopi dari controller atau operator dalam menggunakannya. Disini kita membutuhkan keterampilan yang baik untuk menghasilkan kualitas yang juga enak dan dinikmati oleh pasar lokal. Dalam hal ini yang berhubungan dengan manajemen bar disebut barista (Singh et al., 2013).

Barista adalah orang inti dari bisnis penjualan kopi, terutama di kedai kopi. Dimana merekalah yang menyiapkan produk kopi mulai dari kalibrasi, penggilingan, ekstrak, hingga penyajian kepada konsumen selama *shift* dari *opening* hingga *closing* (Felton, 2019). Mereka memiliki keterampilan unik setiap hari untuk mengoperasikan mesin espresso dan pembuat kopi filter. Namun, ada beberapa tantangan ketika barista menyajikan kopi kepada konsumen. Namun, terkadang mereka tidak memahami kopi spesial secara umum, mulai dari pemrosesan *single origins* hingga ukuran gilingan yang diekstraksi saat membuat kopi untuk konsumen. Hal ini penting untuk menjaga standar kualitas penyajian kopi spesialti dan menjaga keterampilan Barista karena diminati oleh konsumen kopi spesial (Urwin et al., 2019). Disinilah diperlukan kalibrasi dalam ilmu kopi agar dapat berkelanjutan menjadi seorang barista yang memiliki keterampilan biasa dari pengetahuan hingga membuat kopi yang sesuai dengan daerahnya (Quintão et al., 2015).

Dalam menggali pengetahuan, keterampilan, dan perilaku Barista dalam mengeksplorasi konsep keberlanjutan, diperlukan pengembangan konsep dasar pemikiran tersebut.

Antara Kopi dan Kedai Kopi Spesial

Kopi memiliki sejarah unik yang telah lama dikenal melalui kisah Kaldi, kemudian dimeriahkan oleh Ottoman di Aleppo, Izmir dan Istanbul 350 tahun yang lalu (Ellis, 2008), yang menjadi tempat ramai diskusi dan tempat bertukar pikiran. antara berbagai tingkatan orang dengan berbagai profesi. Kemudian dimeriahkan di abad pertengahan setelah itu berkontribusi melalui perusahaan yang disponsori Levant dan menjadi perdagangan yang diatur dengan Kekaisaran Ottoman (McGowan, 1981). Seiring kemajuan perdagangan, kedai kopi adalah tempat untuk bersosialisasi yang khas (Chadios, 2005). Warisan kopi yang dirasakan saat ini tidak lepas dari penjajahan perbudakan kopi di masa lalu dapat dirasakan melalui salah satu novel karya Eduard Douwes Dekker, Max Havelaar: Atau Lelang Kopi Perusahaan Dagang Belanda (Maspul, 2020). Hingga saat ini, sejarah kopi selalu hitam namun manis untuk dibawa ke area sensorik (Charles et al., 2015).

Dengan perkembangan kopi yang melewati sejarah panjang, maka telah memasuki istilah kopi spesialti yang menjadi gelombang ketiga dari perkembangan kopi itu sendiri (Fitter et al., 2009). Kopi yang sebelumnya hanya dikenal dalam tiga jenis melalui Arabica Robusta dan Liberica menjadi lebih beragam (Orozco-Castillo et al., 1994). Di sini, Arabika memiliki banyak cabang jenis dan keunikan budidaya yang semakin bervariasi, bahkan dengan kemajuannya, memberikan nilai pada jenis kopi, baik untuk Arabika maupun Robusta (Teketay, 1998).

Kini perkembangan kedai kopi menyediakan kopi dengan campuran berbagai varian manis dalam minuman kopi (Bhumiratana et al., 2014). Namun dengan banyaknya konsumen yang menginginkan orisinalitas rasa green coffee yang berkualitas tinggi. Maka bermunculan kedai kopi spesial yang menawarkan konsep kopi berkualitas dengan berbagai *single origin* dari berbagai negara di dunia (Teuber, 2010). Kopi yang disediakan oleh kedai kopi memiliki standar dalam menyeduh; setelah kopi disangrai, rasio brew bervariasi untuk menyesuaikan kualitas rasa dengan batas konsumsi kopi paska sangrai (Santos et al., 2021). Kedai kopi, yang menyediakan kopi spesial, menjual kopi untuk konsumsi dan menjadi pusat bagi orang-orang yang antusias tentang rasa yang dihasilkan oleh pemanggangan artisan dan sensorik di meja cupping produk akhir (Ayöz, 2018). Konsumen merasakan interaksi positif dari Barista melalui produk akhir yang mereka formulasi (Manning, 2008).

Biasanya kedai kopi memiliki suasana yang menyenangkan yang membuat konsumen senang berinteraksi di tempat tersebut (Bäckström et al., 2006). Konsep desain yang variatif dalam memberikan kenyamanan bagi konsumen yang ingin memasukkan espresso dengan cepat atau menjadikannya tempat yang luas untuk bersosialisasi dan melanjutkan tugas kantor (Marcus et al., 1998). Selain sebagai tempat yang nyaman untuk menikmati kopi dan manisan yang umumnya bergaya urban menjadikan kedai kopi sebagai tempat persinggahan antara rumah dan kantor, menjadikannya sebagai tempat ketiga (Harris, 2007). Hal lain yang ditawarkan kedai kopi adalah

produk yang terjangkau untuk dikonsumsi daripada duduk lama di restoran, yang membutuhkan biaya mahal untuk produk dan layanan dari pelayan (Zukin, 1990).

Selain itu, kedai kopi untuk kopi spesial juga menyediakan kopi sangrai artisan yang dijual karena keunikannya dalam menyangrai kopi dan memiliki nilai tambah bagi sebuah kedai kopi (West, 2010). Banyak kedai kopi juga menjual aksesoris brewing yang bisa digunakan konsumen untuk menyeduh kopi di rumah (Ferreira et al., 2021). Alat brewing bervariasi mulai dari pembuatan espresso manual hingga berbagai jenis varian dalam menggunakan penyaring kopi (Pozos-Brewer, 2015).

Keterampilan Barista dan Pengetahuan Berkelanjutan

Seorang barista menyeduh kopi panggang dan menjadikannya berbagai minuman untuk dipesan pelanggan di kedai kopi (Spence et al., 2020). Barista memiliki keterampilan tambahan dari kinerja mereka dalam melayani tamu, dan keahlian mereka dalam beradaptasi dengan pasar, keinginan pelanggan untuk menikmati kopi mereka (Rashid et al., 2015). Barista harus memahami apa yang diinginkan konsumen, dimana masing-masing memiliki varian dalam meminta jenis kopi yang akan disajikan (Plessis, 2018). Umumnya konsumen akan meminta kopi sederhana dengan susu atau espresso, namun barista yang memiliki keahlian akan meminta *single origin* yang akan konsumen coba (Simon, 2009). Ini akan membangun rasa ingin tahu konsumen tentang *single origin* (Putranto et al., 2017). Penjelasan tersebut akan diperdalam oleh Barista baik untuk jenis biji kopi maupun prosesnya serta asal dan karakteristiknya (Ayöz, 2018).

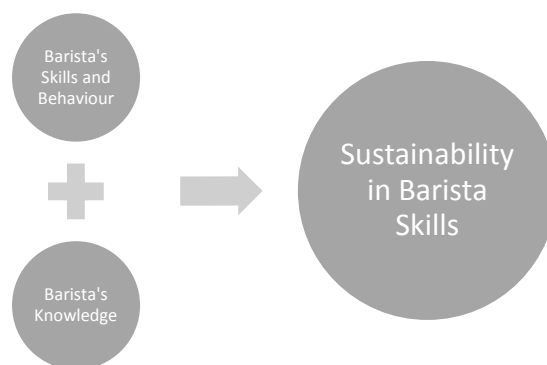
Seperti yang kita pahami dalam pengaruhnya, keberlanjutan memiliki dampak terbaik melalui tiga kaki dasarnya: ekonomi sosial dan lingkungan (Mensah, 2019). Keberlanjutan, saat ini sedang dibahas, memiliki banyak hasil positif untuk membantu masalah pemikiran umum (Vermeir et al., 2006). Masing-masing memiliki ide untuk mengangkat isu global yang telah lama dipromosikan oleh PBB melalui Sustainable Development Goals (World Health Organization, 2017). Pendidikan juga merupakan salah satu tujuan yang diharapkan untuk mencapai hal tersebut. Demikian juga tidak lepas dari pembahasan kopi secara umum yaitu pada bagian rantai pasok dan bagian pelayanan konsumen pada kopi spesialti (Giovannuccia, 2005). Kebutuhan Barista untuk lebih memahami kopi sangat penting, terutama untuk membangun ketahanan dalam keterampilan dan perilaku mereka (Maspul, 2021). Dengan rasa yang berkelanjutan baik dari data maupun informasi yang beredar di lingkungan barista mengenai kopi, Pengetahuan yang berkelanjutan akan memenuhi perilaku Barista dalam hal lingkungan (Frodeman, 2014).

Meskipun merupakan gelombang ketiga dalam sebutan konsepnya, kopi spesial membutuhkan sedikit keahlian dalam meracik kopi dan seberapa banyak pengetahuan yang akan diperoleh seorang barista dalam memperdalam pemahamannya tentang pengetahuan kopi (Li et al., 2020). Merupakan kebutuhan akan kepuasan konsumen untuk mendapatkan informasi yang konsisten dengan apa yang mereka konsumsi dari produk kopi yang mereka jual (Yi, 1990). Selain melayani pelanggan dengan minuman kopi yang dipesan untuk pelanggan, pelatihan harian Barista

untuk menyeduh kopi dapat membangun kepercayaan diri (Rahardjo et al., 2019). Selain itu, konsistensi standar pelayanan Barista akan memberikan nilai lebih bagi kepribadian Barista. Secara bersamaan, kombinasi keterampilan dan perilaku Barista akan membantu kepercayaan diri yang sempurna dalam kinerja mereka dalam menyajikan dan menyeduh kopi untuk pelanggan (Kühn, 2018).

Pada bisnis institusi, keberlanjutan dapat dibuktikan dari upaya perusahaan, mulai dari memberikan pengetahuan kepada konsumen (Jime'nez-Aleixandre, 2010), penghematan konsumsi energi (Chappells et al., 2005), proses bisnis yang transparan (Perez-Batres). et al., 2012), dan penurunan limbah produksi (Liu et al., 2018). Keberlanjutan dapat dilihat dari keempat kontribusi dalam penelitian ini dari tiga kegiatan utama yaitu proses produksi dan konsumsi serta pemasaran dalam bisnis kopi untuk mendorong proses bisnis kopi menjadi lebih berkelanjutan. Selain mendorong perusahaan untuk bertransformasi menjadi perilaku yang lebih berkelanjutan dan konsumen, teruslah menganalisis nilai-nilai berkelanjutan (Onyas et al., 2018).

Dalam praktiknya, Barista juga harus memahami bagaimana cara berpikir berkelanjutan (Lawler III et al., 2011) dalam ilmu yang dikenal sebagai basis informasi pelanggan dan bagaimana menjadi berkelanjutan dalam perilaku cerdas menggunakan kebutuhan dasar penyajian minuman kopi (Wever et al. , 2008). Memahami kehati-hatian dalam menggunakan *single origin* saat mengkalibrasi mesin dan membuat minuman kopi untuk konsumen, menghormati petani yang menggunakan biji kopi yang dipanen (Purnomo et al., 2019).



Bagan 1. Model Konseptual Kopi Berkelanjutan

TUJUAN DAN MANFAAT

Dengan rumusan masalah di atas, maka perlu diberikan langkah-langkah solusi dalam mempromosikan sustainable knowledge dalam kopi bagi Barista. Ini dapat ditelusuri seperti di bawah ini:

- a) Barista perlu penyuluhan untuk memperkuat pengetahuan dan keterampilan yang berkelanjutan di industri kopi.

- b) Penyuluhan dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dasar kepada Barista tentang memahami perjalanan kopi dari asal usulnya di Etiopia hingga menjadi komoditas utama saat ini. Dari pertumbuhan buah kopi melalui grading, roasting, dan brewing di coffee bar.
- c) Memberikan praktek berstandar SCA sebagai tambahan dalam memahami pekerjaannya sebagai Barista.
- d) Memberikan gambaran tentang rantai nilai kopi kepada Barista sebagai pengetahuan dan keterampilan yang berkelanjutan untuk mempromosikan keberlanjutan dalam kopi spesial.

METODE PELAKSANAAN

Untuk mencapai keberlanjutan dalam keterampilan barista, penulis menggunakan studi analisis kualitatif dengan menerapkan masalah yang ditemukan melalui penelitian ini. Pengukuran dengan observasi, wawancara dan dokumentasi melalui pemberian bantuan konseling dalam meningkatkan pengetahuan kopi bagi barista melalui modul “Pengenalan Kopi – *Introduction to Coffee*” pada Program Skill Kopi – *Coffee Skills Program* (CSP) di Specialty Coffee Association sebagaimana didefinisikan di bawah ini:

- a) Kurikulum Pengantar Kopi telah didesain ulang untuk memberikan pelajar gambaran yang lebih komprehensif tentang konsep kritis pengetahuan kopi. Melalui garis besar kursus sistematis yang direstrukturisasi, termasuk tujuan pembelajaran yang lebih jelas dan kegiatan praktis yang disarankan.
- b) Untuk menyukseskan layanan konseling ini, perlu dilakukan kajian penyuluhan yang terstruktur, terprogram, dan berkelanjutan pasca program. Dalam memberikan penyuluhan ini, dibutuhkan waktu minimal 8 jam untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam, yang disini menggunakan standar kurikulum yang dibuat oleh Asosiasi Kopi Spesial (Specialty Coffee Association, 2021).
- c) Penulis adalah *Authorized SCA Trainer* (AST) 2019 - 2022 berlisensi, yang memiliki wewenang untuk mengajar kursus bagi siapa saja yang pernah bekerja di industri kopi atau orang yang mengantri untuk belajar kopi. Lisensi ini dikelola oleh Roaster, Barista, dan siapa saja yang memiliki keahlian di bidang kopi dan telah menyelesaikan satu atau lebih modul program keterampilan kopi di tingkat dasar, menengah, dan profesional. Lisensi itu sendiri perlu dikonfirmasi dan dikeluarkan oleh koordinator lapangan pendidikan SCA, yang diadakan secara lokal di kota mana pun di dunia. Lisensi ini bersifat global dan dapat digunakan oleh AST di mana saja di dunia, selama izin 3 tahun tersebut masih berlaku (Specialty Coffee Association, 2021).
- d) Dari tujuan yang dirumuskan, maka perlu ditentukan target yang tepat disini, dalam hal ini barista yang sudah memiliki skill esensial dalam brewing kopi untuk skill dan brewing barista. Lebih spesifiknya, target layanan ini adalah seluruh barista di The Coffee Lab Dubai, dengan

total 12 orang. Setiap Barista memiliki deskripsi pekerjaan yang berbeda, tetapi tugas utama mereka adalah mengoperasikan mesin kopi dan aksesoris yang digunakan dalam pembuatan kopi.

- e) Setiap Barista telah bekerja di tempat yang sama selama lebih dari satu tahun dengan keahlian membuat kopi dan layanan pelanggan yang baik. Sementara itu, Berkaitan dengan interseksionalitas di sini dapat diklasifikasikan bahwa Barista di sini adalah multi-nasional dari tiga benua, termasuk Afrika, Asia Tenggara, dan Timur Tengah, memperkuat budayanya yang beragam. Bahasa yang digunakan selain bahasa Inggris karena konsumen yang menikmati kopi adalah ekspatriat dan lokal, namun bahasa Arab juga menjadi dasar dalam melayani tamu.
- f) Untuk mempermudah dalam memberikan layanan konseling ini, AST membuat waktu belajar delapan jam dibagi menjadi empat pertemuan. Pada pertemuan terakhir, AST akan menilai seberapa besar dampak hasil pembelajaran selama empat sesi untuk penjangkauan dan praktik. Sekaligus menjadi tolak ukur keberhasilan pendidikan berkelanjutan bagi Barista.
- g) Selanjutnya untuk menyusun langkah-langkah dalam melaksanakan layanan konseling ini, perlu di sini penulis membagi 3 tahapan upaya agar lebih terprogram dan terstruktur, antara lain:
 - 1) Tahap Persiapan
 - 2) Tahap Implementasi
 - 3) Tahap Evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mendefinisikan lebih dalam kegiatan ini dan menerapkan pengetahuan berkelanjutan kepada Barista melalui keterampilan dan perilakunya, perlu ditentukan beberapa fase sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Barista di The Coffee Lab Dubai memiliki tanggung jawab utama membuat kopi untuk konsumen. Ini terdiri dari kalibrasi kopi melalui penggiling espresso otomatis yang menyiapkan lima asal tunggal setiap saat. Selain itu, ada juga empat mesin penggiling filter otomatis untuk empat asal tunggal. Mereka semua bekerja fleksibel dengan satu mesin dengan dua kelompok pegangan yang digunakan untuk mengekstrak espresso.

Barista di The Coffee Lab Dubai memiliki prosedur Barista untuk mengikuti standar pembuatan produk dan perawatan kualitas, dari pembukaan hingga penutupan. Dan poin terpenting dalam memantau kualitas produk adalah menjaga slogan "*clean as you go*". Dalam menjaga konsistensi, Barista tidak diperkenankan mengubah standar penyajian yang telah melewati review dan merupakan standar SCA untuk memastikan kopi spesial. Selebihnya untuk semua Barista memiliki disiplin tinggi, etika karyawan di The Coffee Lab Dubai.

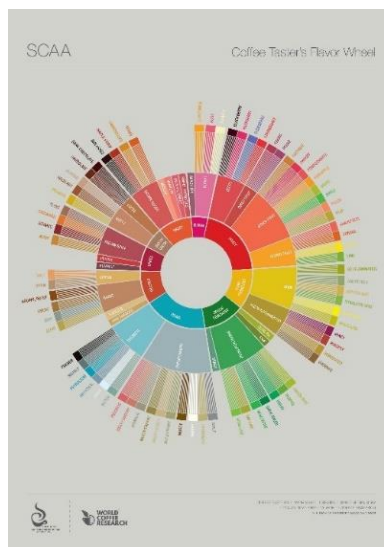
Beberapa jenis produk minuman yang menjadi core sales The Coffee Lab Dubai antara lain *espresso*, *cappuccino*, *flat white*, *latte*, *filter coffee*, dan *cold brew*. Produk minuman ini memiliki standar penyimpanan kopi hijau, penyangraian, penyangraian kopi, dan penggilingan. Ekstraksi itu sendiri akan membuat dasar espresso yang disebut brew ratio dalam mengekstraksi kopi, dilanjutkan dengan milk frothing atau penyaringan kopi sesuai permintaan konsumen.

Tahap Implementasi

Dalam pelaksanaan program ini, terdiri dari empat sesi dalam satu shift, dimana semua Barista dapat mengikuti kurikulum yang diberikan oleh AST, seperti yang dijelaskan pada tanggal berikut:

- 1 – 2 Februari 2021
 - Bagian 1: Pengetahuan Kopi
 - Bagian 2: Pemanggangan Kopi
- 8 – 9 Februari 2021
 - Bagian 3: Kesegaran
 - Bagian 4: Keterampilan Sensorik
- 15 – 16 Februari 2021
 - Bagian 5: Pembuatan *Brew* Kopi
 - Bagian 6: Air
- 22 – 23 Februari 2021
 - Bagian 7: Pembersihan dan Pemeliharaan
 - Bagian 8: Penilaian

Tempat pelatihan dan penilaian ekstensif ini berada di The Coffee Lab Dubai, pada pukul 15.00, yang merupakan pergantian *shift* antara *shift* pagi dan malam, dimana mempermudah AST untuk menyediakan waktu luang untuk konseling dan diskusi.



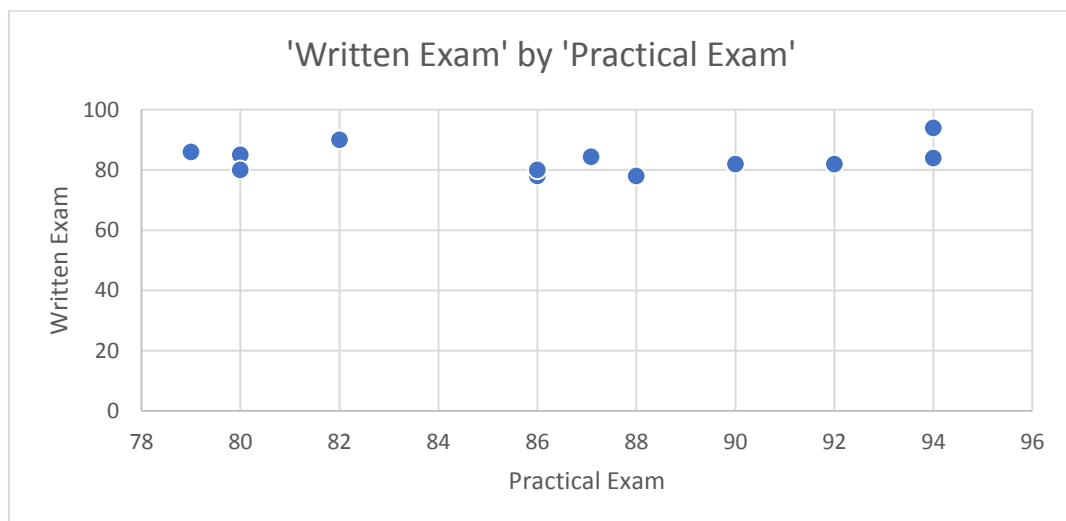
Gambar 1. *Coffee Wheel Flavours* (Sumber: *Specialty Coffee Association*)

Selain materi yang disampaikan, sesi bekam juga dilakukan pada setiap pertemuan untuk mengasah teknik sensorik Barista. Hal ini penting karena Barista memiliki keterampilan dan harus menggambarkan rasa kopi Arabika dari berbagai asal tunggal, baik kering maupun basah. Dalam hal ini standar yang digunakan adalah standar yang tersedia dari Specialty Coffee Association. Beberapa standar terkait Covid-19 juga diterapkan dalam sesi bekam ini untuk menjaga keamanan dalam standar ganda.

Tahap Evaluasi

Setelah dilakukan penilaian untuk Barista yang bekerja di The Coffee Lab Dubai, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

- Jumlah Barista yang mengikuti pelatihan dan penilaian sebanyak 12 orang.
- Semua Barista yang mengikuti pelatihan dan penilaian mendapatkan materi bahasa Inggris offline dan online.
- Setelah mengikuti penyuluhan selama satu bulan, maka penilaian yang diikuti oleh seluruh Barista memiliki nilai signifikan diatas rata-rata.
- Penilaian standar Asosiasi Kopi Khusus untuk "Pengantar Kopi" memberikan standar kelulusan yang lulus 70% baik dalam ujian praktek maupun ujian tertulis.
- Semua Barista lulus penilaian, dengan rata-rata penilaian ujian praktek semua Barista adalah 87,08, sedangkan total rata-rata untuk ujian tertulis adalah 84,42. Tabel berikut menganalisis total rata-rata hasil evaluasi, seperti yang digambarkan di bawah ini:



Tabel 1. Rata-rata Ujian Tertulis dan Praktikum

Dari beberapa wawancara yang dilakukan setelah penilaian, sebagian besar Barista mengatakan bahwa tambahan pengetahuan melalui "Pengenalan Kopi" berdampak positif dalam membangun kerangka keberlanjutan dalam cara berpikir mereka. Ada yang mengatakan bahwa pengalaman lain dari dalam dan kemampuan memperkaya cara untuk lebih berkelanjutan dalam praktik kopi, dan ketika disajikan kepada konsumen, konsumen merasa lebih senang menerima informasi dari barista. Mereka melanjutkan bahwa konsumen puas dengan biaya yang mereka

keluarkan untuk membeli produk dari The Coffee Lab Dubai. Beberapa dokumentasi kegiatan sebagai berikut:



Gambar 2. Keterampilan Barista dalam seni latte



Gambar 3. Keterampilan Barista dalam brewing



Gambar 4. Hasil akhir brewing dan latte



Gambar 5. Penilaian Barista



Gambar 6. Barista di The Coffee Lab Dubai

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berikut ini adalah beberapa poin dalam menyimpulkan penelitian ini, diantaranya seperti yang dijelaskan di bawah ini:

- Mengikuti layanan konseling yang diadakan untuk Barista The Coffee Lab Dubai telah menjaga keberlanjutan melalui pengetahuan yang berkelanjutan dalam profesi Barista.
- Efektivitas hasil penilaian kurikulum yang diterapkan melalui layanan konseling ini memberikan dampak yang luar biasa dimana Semua Barista lulus penilaian, dengan rata-

rata penilaian ujian praktek semua Barista adalah 87,08, sedangkan total rata-rata untuk ujian tertulis adalah 84,42.

- Dari wawancara yang dilakukan dengan Barista, sebagian besar Barista mengatakan bahwa pengetahuan lebih lanjut melalui "Pengenalan Kopi – *Introduction to Coffee*" telah berdampak positif membangun kerangka keberlanjutan dalam refleksi dan praktik mereka terhadap profesi mereka.

Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan di atas, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- Dengan pertumbuhan yang menggembirakan dari Kopi Spesial dalam industri kopi di Uni Emirat Arab, sudah sepatutnya bagi pemilik perusahaan lokal untuk meningkatkan pengetahuan dan perilaku yang berkelanjutan bagi semua profesional kopi yang bekerja di perusahaan mereka.
- Tidak dapat disangkal bahwa bisnis kopi spesial yang masif di Uni Emirat Arab telah memberikan banyak gagasan berbeda tentang sosial ekonomi dan lingkungan yang melanjutkan fondasi keberlanjutan. Selain itu, perdagangan kopi yang sibuk saat ini di Uni Emirat Arab dan kejuaraan kopi skala nasional eksklusif juga menggambarkan pertumbuhan UEA dalam industri kopi, terutama kopi spesial. Sangat disarankan untuk membuat pusat keunggulan kopi di Universitas lokal untuk mempelajari kemajuan dan masa depan kopi di Uni Emirat Arab.
- Tantangan yang akan selalu muncul seiring dengan kemajuan zaman sangat penting untuk memberikan peran para figur kopi dari pemilik usaha, *coffee roaster*, dan barista untuk menghadapi tantangan tersebut sebagai hal yang dapat dipelajari oleh setiap orang. Disarankan untuk mengembangkan ilmu kopi dari setiap pelaku dari rantai pasok kopi secara merata melalui coffee excellence center ini dan menjadi jembatan antara profesional kopi nasional dan profesional kopi internasional mulai dari peneliti hingga barista.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada The Specialty Coffee Association yang masih mempercayakan penulis hingga saat ini untuk mengembangkan penelitian baik dari *Coffee Skills Program* maupun *Coffee Sustainability Program* melalui *Continuing Professional Development* (SCA) di Specialty Coffee Association (SCA) Global. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada The Coffee Lab. Sampai tahun keempat ini, penulis masih dapat memberikan kepercayaan dalam membentuk pelatihan kepada staf dan mempercayakan penulis dalam mengembangkan penjualan baik online maupun offline. Penulis juga berterimakasih kepada staf yang telah bersedia untuk diuji kemampuannya sebagai Barista dan untuk memperkuat skill dan pemahaman terhadap kopi dalam skala luas.

REFERENSI

- André Eiermann, Samo Smrke, Loïc-Marco Guélat, Marco Wellinger, Anja Rahn, Chahan Yeretzian. 2020. "Extraction of Single Serve Coffee Capsules: Linking Properties of Ground Coffee to Extraction Dynamics and Cup Quality." *Scientific Reports* 10. doi:10.1038/s41598-020-74138-1.
- Ayöz, Sila. 2018. *Coffee is the New Wine: An Ethnographic Study of Third Wave Coffee in Ankara*. Thesis, Ankara: The Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University.
- Benoît Daviron, Stefano Ponte. 2005. *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade, and the Elusive Promise of Development*. New York: Zed Books.
- Budi Rahardjo, Rokhani Hasbullah, Fahim M. Taqi. 2019. "Coffee Shop Business Model Analysis." *(Integrated Journal of Business and Economics, Vol. 3* 140-152. doi: 10.33019/ijbe.v3i2.153.
- C. Orozco-Castillo, K. J. Chalmers, R. Waugh, W. Powell. 1994. "Detection of Genetic Diversity and Selective Gene Introgression in Coffee Using RAPD Markers." *Theoretical and Applied Genetics volume* 934-940. doi:10.1007/BF00225787.
- Chadios, Konstantinos. 2005. *The Urban Coffee Shop*. Thesis, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, Dept. of Architecture. <http://hdl.handle.net/1721.1/33031>.
- Charles Spence, Fabiana M. Carvalho. 2020. "The Coffee Drinking Experience: Product Extrinsic (atmospheric) Influences on Taste and Choice." *Food Quality and Preference, Vol. 80* 1-29. doi:10.1016/j.foodqual.2019.103802.
- Clare Cooper Marcus, Carolyn Francis. 1998. *People Places: Design Guidelines for Urban Open Space*. Toronto: John Wiley and Sons.
- Conghu Liu, Wei Cai, Ognjan Dinolov, Cuixia Zhang, Weizhen Rao, Shun Jia, Li Li, Felix T.S.Chang. 2018. "Emergy Based Sustainability Evaluation of Remanufacturing Machining Systems." *Energy, Vol. 150* 670-680. doi:10.1016/j.energy.2018.02.113.
- Daniele Giovannuccia, Stefano Ponte. 2005. "Standards as a New Form of Social Contract? Sustainability Initiatives in the Coffee Industry." *Food Policy* 284-301. doi:10.1016/j.foodpol.2005.05.007.
- Edward E. Lawler III, Christopher G. Worley, David Creelman. 2011. *Management Reset: Organizing for Sustainable Effectiveness*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Ellis, Markman. 2008. "An introduction to the coffee-house: A discursive model." *Language and Communication*, 28 156-164. doi:10.1016/j.langcom.2008.01.004.
- Érica Mendes dos Santos, Lucas Malvezzi de Macedo, Louise Lacalendola Tundisi, Janaína Artem Ataíde, Gisele Anne Camargoc, Rita C. Alvesd, Maria Beatriz P. P. Oliveira, Priscila Gava Mazzolaa. 2021. "Coffee by-products in topical formulations: A review." *Trends in Food Science & Technology, Vol 111* 280-291. doi:10.1016/j.tifs.2021.02.064.
- Fajar Eko Putranto, Herry Hudrasyah. 2017. "Identification of Consumer Decision Journey in Choosing Third Wave Coffee Shop in Bandung by Youth Market Segment." *Journal of Business and Managament, Vol. 6* 88-100.

- Felton, Emma. 2019. *Filtered: Coffee, the Café and the 21st-Century City*. New York: Routledge.
- Fischer, Edward F. 2017. *Quality and Inequality: Taste, Value, and Power in the Third Wave Coffee Market*. Working Paper, Cologne: Max Planck Institute for the Study of Societies. <http://hdl.handle.net/10419/156227>.
- Frodeman, Robert. 2014. *Sustainable Knowledge: A Theory of Interdisciplinarity*. New York: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781137303028.
- Harris, Cathryn. 2007. "Libraries with Lattes: The New Third Place." *Australasian Public Libraries and Information Services*, Vol. 20 145-152. doi:10.3316/ielapa.903493550086364.
- Heather Chappells, Elizabeth Shove. 2005. "Debating the Future of Comfort: Environmental Sustainability, Energy Consumption and the Indoor Environment." *Building Research and Information*, Vol. 33 32-40. doi:10.1080/0961321042000322762.
- Inma Borrellà, Carlos Mataix, Ruth Carrasco-Gallego. 2015. "Smallholder Farmers in the Speciality Coffee Industry: Opportunities, Constraints and the Businesses that are Making it Possible." *IDS Bulletin*, 46 29-44. doi:10.1111/1759-5436.12142.
- Iris Vermeir, Wim Verbeke. 2006. "Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap." *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 169-194. doi:10.1007/s10806-005-5485-3.
- Jennifer Ferreira, Carlos Ferreira, Elizabeth Bos. 2021. "Spaces of Consumption, Connection, and Community: Exploring the Role of the Coffee Shop in Urban Lives." *Geoforum* 21-29. doi:10.1016/j.geoforum.2020.12.024.
- Jime'nez-Aleixandre, Maria-Pilar. 2010. "Knowledge Producers or Knowledge Consumers? Argumentation and Decision Making About Environmental Management." *International Journal of Science Education*, Vol. 24 1171-1191. doi:10.1080/09500690210134857.
- Kristina Bäckström, Ulf Johansson. 2006. "Creating and Consuming Experiences in Retail Store Environments: Comparing Retailer and Consumer Perspectives." *Journal of Retailing and Consumer Services* 417-430. doi:10.1016/j.jretconser.2006.02.005.
- Kühn, Mia Bothma Stefanie. 2018. "The Coffee Shop Dining Experience and Customer Loyalty Intentions: Brewing the Perfect Blend." *Journal of the Southern African Institute for Management Scientists*, Vol. 27. <https://hdl.handle.net/10520/EJC-139fb0ca94>.
- Lannigan, James. 2020. "Making a Space for Taste: Context and Discourse in the Specialty Coffee Scene." *International Journal of Information Management*, Vol 51 1-8. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.013.
- Luis A. Perez-Batres, Van V. Miller, Michael J. Pisani, Irene Henriques, Jose A. Renau-Sepulveda. 2012. "Why Do Firms Engage in National Sustainability Programs and Transparent Sustainability Reporting?" *Management International Review*, Vol. 52 107-136. doi:10.1007/s11575-011-0098-8.
- Mangku Purnomo, Pardamean Daulay, Medea Ramadhani Utomo, Sugeng Riyanto. 2019. "Moderating Role of Connoisseur Consumers on Sustainable Consumption and Dynamics Capabilities of Indonesian Single Origin Coffee Shops." *Sustainability*, Vol. 11. doi:10.3390/su11051319.
- Manning, Paul. 2008. "Barista Rants About Stupid Customers at Starbucks: What Imaginary Conversations Can Teach Us About Real Ones." *Language and Communication*, Vol. 28 101-126. doi:10.1016/j.langcom.2008.02.004.

- Maspul, Kurniawan Arif. 2020. "A Brief Overview Between Coffee and Covid-19 Pandemic." doi:10.5281/zenodo.5199801.
- Maspul, Kurniawan Arif. 2021. "Specialty Coffee Trends Post-Lockdown in the United Arab Emirates." *Academia Letters*. doi:10.20935/al3185.
- Mathilde Charles, Andrea Romano, Sine Yener, Massimo Barnabà, Luciano Navarini, Tilmann D. Märk, Franco Biasolia, Flavia Gasperi. 2015. "Understanding Flavour Perception of Espresso Coffee by the Combination of a Dynamic Sensory Method and in-Vivo Nosespace Analysis." *Food Research International*, Vol. 69 9-20. doi:10.1016/j.foodres.2014.11.036.
- McGowan, Bruce. 1981. *Economic Life in Ottoman Empire*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mensah, Justice. 2019. "Sustainable Development: Meaning, History, Principles, Pillars, and Implications for Human Action: Literature Review." *Cogent Social Science*, Vol. 5 1-21. doi:10.1080/23311886.2019.1653531.
- Mohammed Ismail El-Adly, Riyad Eid. 2015. "Measuring the perceived value of malls in a non-Western context: the case of the UAE." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 43 849-869. doi:10.1108/IJRDM-04-2014-0045.
- Natalia Li, Yoshiharu Sakamoto. 2020. "Trends in Specialty Coffee." *Food Engineering Series* 407-443. doi:10.1007/978-3-030-54437-9_9.
- Natnicha Bhumiratana, Koushik Adhikari, Edgar Chambers. 2014. "The Development of an Emotion Lexicon for the Coffee Drinking Experience." *Food Research International* 83-92. doi:10.1016/j.foodres.2014.03.008 .
- Plessis, Erik Mygind du. 2018. "Serving Coffee with Zizek On Decaf, Half-caf and Real Resistance at Starbucks." *Theory and Politics in Organisation* 551-576. <http://www.ephemerajournal.org/sites/default/files/pdfs/contribution/18-3duplessis.pdf>.
- Pozos-Brewer, Rose. 2015. "Coffee Shops: Exploring Urban Sociability and Social Class in the Intersection of Public and Private Space." Thesis.
- Renee Wever, Jesper van Kuijk, Cesper Boks. 2008. "User-Centred Design for Sustainable Behaviour." *International Journal of Sustainable Engineering* 9-20. doi:10.1080/19397030802166205.
- Robert Fitter, Raphael Kaplinsky. 2009. "Who Gains from Product Rents as the Coffee Market Becomes More Differentiated? A Value-chain Analysis." *IDS Bulletin* 69-82. doi:10.1111/j.1759-5436.2001.mp32003008.x.
- Roland Urwin, Hema Kesa, Erica Sao Joao. 2019. "The Rise of Specialty Coffee: An Investigation Into the Consumers of Specialty Coffee in Gauteng." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 8 1-17.
- Ronan Torres Quintão, Eliane Pereira Zamith Brito, Russell W. Belk. 2015. "The Taste Transformation Ritual in the Specialty Coffee Marke." *Revista de Administração de Empresas* 483-494.
- Sabrina Rashid, Kamal Ghose. 2015. "Organisational Culture and the Creation of Brand Identity: Retail Food Branding in New Markets." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 2-19. doi:10.1108/MIP-10-2013-003.
- Shamsher Singh, Deepali Saluja. 2013. "Customer Satisfaction Study of Barista Coffee." *European Journal of Commerce and Management Research (EJCMR)*, Vol. 2 118-122.

- Simon, Bryant. 2009. *Everything But the Coffee: Learning about America from Starbucks*. Berkeley: University of California Press.
- Specialty Coffee Association. 2021. *Become an Authorized SCA Trainer*. Accessed March 20, 2021. <https://sca.coffee/education/trainers>.
- . 2021. *Coffee Skills Program*. Accessed March 20, 2021. <https://sca.coffee/education/programs/coffee-skills-program>.
- Teketay, Demel. 1998. "History, Botany, Ecological Requirements of Coffee." 28-50. doi:10.10520/AJA00837059_213.
- Teuber, Ramona. 2010. "Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation: The Case of Coffee." *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, Vol. 22 277-298. doi:10.1080/08974431003641612.
- West, Paige. 2010. "Making the Market: Specialty Coffee, Generational Pitches, and Papua New Guinea." *Antipode*, Vo. 42 690-718. doi:10.1111/j.1467-8330.2010.00769.x.
- Winfred Ikiring Onyas, Morven G. McEachern, Annmarie Ryan. 2018. "Co-constructing sustainability: Agencing sustainable coffee farmers in Uganda." *Journal of Rural Studies*, Vol. 61 12-21. doi:10.1016/j.jrurstud.2018.05.006.
- World Health Organization. 2017. *Building resilience: a key pillar of Health 2020 and the Sustainable Development Goals – Examples from the WHO Small Countries Initiative (2017)*. Copenhagen: WHO Regional of Europe.
- Yi, Youjae. 1990. "A Critical Review of Consumer Satisfaction." *Review of Marketing* 68-123.
- Zukin, Sharon. 1990. "Socio-Spatial Prototypes of a New Organization of Consumption: The Role of Real Cultural Capital." *Sociology* 37-56. doi:10.1177/0038038590024001005.