

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI
YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN
DI YOGYAKARTA



PERANCANGAN

Oleh:

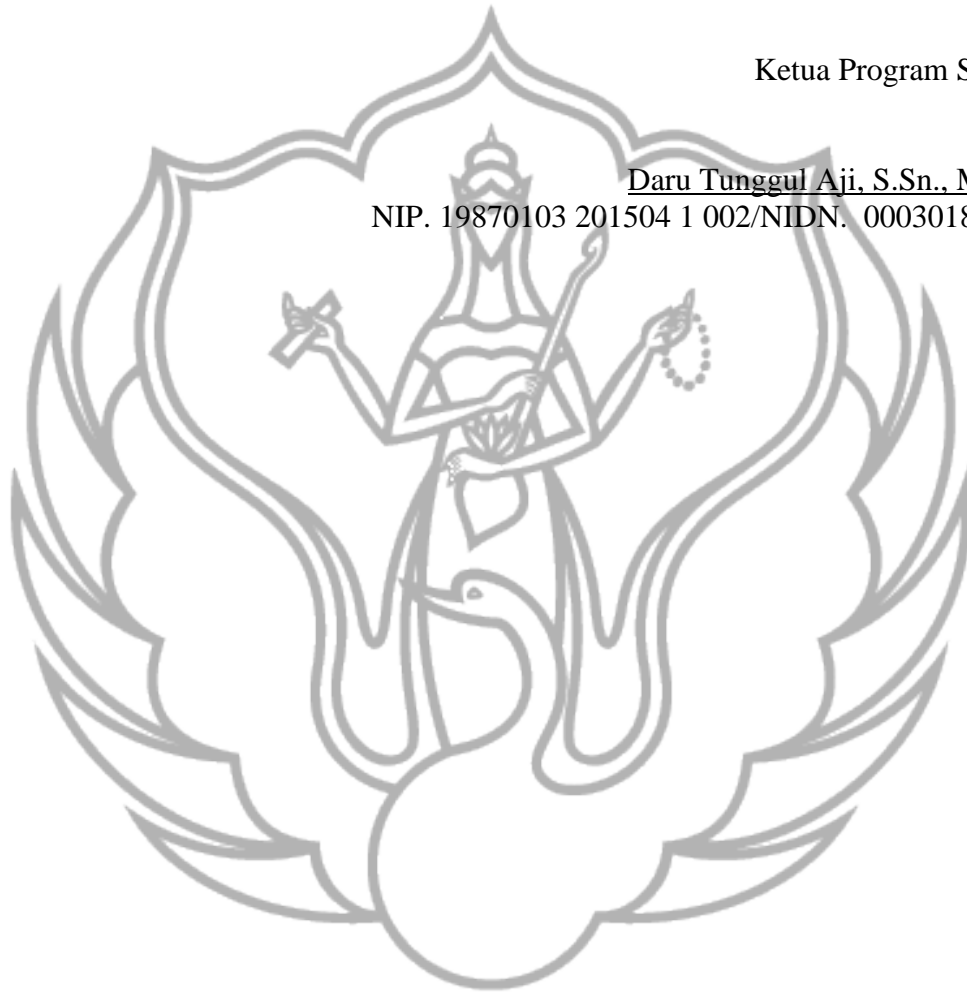
Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih
NIM 1310084124

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021

Jurnal Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:
**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI YANG
MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN DI YOGYAKARTA**
diajukan oleh Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih, NIM 1310084124, Program
Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut
Seni Indonesia Yogyakarta (**Kode Prodi: 90241**), telah dipertanggungjawabkan di
depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Januari 2021 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi

Daru Tunggul Aji, S.Sn., M.A.
NIP. 19870103 201504 1 002/NIDN. 0003018706



PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN DI YOGYAKARTA

Oleh: Hana E. M. Saragih

ABSTRAK

Industri kopi bukanlah hal yang baru di sekarang ini. Di Yogyakarta, industri kopi berkembang cukup pesat. Pada tahun 2014, jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang terdaftar adalah 350 kedai, dan bertambah menjadi 600 kedai di tahun berikutnya, dan terus meningkat hingga mencapai angka 1.100 pada tahun 2018. Berkembangnya industri minuman seperti ini perlu juga diamati dari sisi pelayanan mereka. Di dalam perancangan buku ini, penulis ingin fokus kepada satu aspek, yaitu efek kemasan industri ini terhadap lingkungan.

Gerakan ramah lingkungan sudah mendapatkan perhatian dunia. Kini, orang-orang mulai sadar dengan pilihan konsumsi mereka. Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk merancang suatu media, yang memudahkan masyarakat yang sudah memiliki kesadaran lingkungan, untuk melihat pilihan apa saja yang mereka miliki di Yogyakarta. Selain itu, melalui perancangan ini, peneliti ingin memperlihatkan bahwa industri minuman kopi tidak harus melulu menjadi penghasil limbah dan menjadi lawan gerakan pecinta lingkungan, tetapi turut andil menjadi bagian di dalamnya adalah sangat mungkin dan bisa dilakukan.

Kata kunci: kedai kopi, gerakan ramah lingkungan, kemasan, sedotan.

ABSTRACT

Coffee industry is not a new thing. In Yogyakarta, the coffee industry grew faster than ever. In 2014, 350 coffee shops were registered, and almost doubled in the next year to 600 shops, until it reached the number 1.100 in 2018. The growth in beverage business like this needs to be observed from the service point of view. The making of this book want to focus on one subject, how the packaging of this industry effects the environment.

The go green or eco-friendly movement has captured the world's eyes. Nowadays, many of customers have become aware of their consumptions and what goes with it. Looking and at this phenomenon, it is needed to design medium to compile and deliver just how many options these aware customers have. And secondly, this book will share opinions and hops that the coffee industry should not have to be the enemy of the green movement, but to show that the possibility of becoming part of the movement is there.

Keywords: coffee shops, green movement, eco-friendly packaging, straw.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Perancangan

Industri kopi bukanlah hal yang baru di sekarang ini. Sebelum menjadi tren minuman anak muda saat ini, kopi sudah menjadi komoditas di Ethiopia dan Arab. Biji kopi itu dibawa oleh para pedagang Arab ke Yaman dan akhirnya menjadi komoditas komersil di sana. Setelah perlahan menyebar ke Eropa, di abad ke-17 mereka mulai mengembangkan perkebunan mereka sendiri (Ukers, 1922). Saat mereka menyadari bahwa iklim daerah Eropa tidak cocok untuk tanaman kopi, mereka mulai membudidayakannya di negara-negara jajahan negara Eropa.

Kopi datang ke Indonesia saat Belanda membawa kopi dari Malabar, India ke Jawa. Sejak berkembangnya perkebunan kopi di Indonesia, komoditas kopi pun melesat. Indonesia menjadi pengeksport biji kopi terbesar setelah Brazil. Perkembangan ini juga terjadi pada industri dalam negeri.

Moelyono Soesilo, Manajer Pemasaran PT Taman Delta Indonesia, perusahaan eksportir kopi, membagi tren minum kopi menjadi tiga bagian, yakni sebelum tahun 2000, antara tahun 2000 hingga 2010, dan setelah tahun 2010. Sebelum tahun 2000, produksi kopi biasanya dicampur dengan jagung untuk menekan biaya. Kala itu, harga biji kopi masih mahal. Setelah tahun 2000 terjadi penurunan harga biji kopi, yang mana berefek pada kualitas produksi kopi yang meningkat, karena tidak dicampur jagung lagi. Setelah tahun 2010, tren kopi berubah lagi. Kini mulai banyak orang semakin peduli dengan kualitas seduhan kopi. Kualitas biji, kafe-kafe independen pun berjamur. Hal ini tidak terkecuali terjadi di salah satu kota di Indonesia, yaitu Yogyakarta.

Di Yogyakarta, industri kopi berkembang cukup pesat. Pada tahun 2014, jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang terdaftar adalah 350 kedai, dan bertambah menjadi 600 kedai di tahun berikutnya, dan terus meningkat hingga mencapai angka 1.100 pada tahun 2018 (bernas.id).

Berkembangnya industri minuman seperti ini perlu juga diamati dari sisi pelayanan mereka. Di dalam perancangan buku ini, penulis ingin fokus kepada satu aspek, yaitu efek kemasan industri ini terhadap lingkungan.

Bagaimanakah efek kemasan industri minuman terhadap lingkungan? Jenna Jambeck (2005) menemukan bahwa ada 275 juta ton sampah plastik yang dihasilkan dunia pada tahun 2010. Dari Indonesia sendiri, setiap tahunnya menghasilkan 3,22 juta ton sampah yang tidak dikelola dengan baik. Divers Clean Action, sebuah LSM yang berisikan anak muda yang fokus pada pencemaran laut, menemukan data bahwa pemakaian sedotan plastik di Indonesia menggunakan 93.244.847 sedotan plastik setiap harinya.

Gerakan ramah lingkungan ini sudah mendapatkan perhatian dunia. Kini, orang-orang mulai sadar dengan pilihan konsumsi mereka.

Gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta sendiri sudah mulai menggeliat. Pada hari raya Idul Adha tahun 2019, Dinas Lingkungan Hidup Yogyakarta memberikan imbauan agar tidak menggunakan plastik lagi dalam membagikan daging kurban. Imbauan ini sudah diikuti oleh beberapa masjid dan sekolah di Yogyakarta. Salah satunya, Masjid Margoyuwono di Panembahan Kraton yang menggunakan daun jati, dan Masjid Pathok Negero Plosokuning, Ngaglik, yang menggunakan besek.

Di samping imbauan pemerintah, konsumen sendiri sudah mulai mencari pilihan belanja dan konsumsi yang ramah lingkungan. Di Yogyakarta sendiri mulai

menjamur toko *bulk store*, yakni toko yang menyediakan bahan makanan ecer tanpa kemasan pembeli bisa membeli sesuai jumlah yang diinginkan dan membawa pulang dengan wadah sendiri yang tidak sekali pakai, serta tidak menyediakan kantong plastik. Di toko-toko ini juga terdapat produk alat makan-minum seperti sedotan yang bisa digunakan berkali-kali agar tidak menggunakan sedotan plastik dari restoran.

Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk merancang suatu media, yang memudahkan masyarakat yang sudah memiliki kesadaran lingkungan, untuk melihat pilihan apa saja yang mereka miliki di Yogyakarta. Selain itu, melalui perancangan ini, peneliti ingin memperlihatkan bahwa industri minuman kopi tidak harus melulu menjadi penghasil limbah dan menjadi lawan gerakan pecinta lingkungan, tetapi turut andil menjadi bagian di dalamnya adalah sangat mungkin dan bisa dilakukan.

Rumusan Masalah pada perancangan ini adalah bagaimana merancang buku panduan wisata kedai kopi di Yogyakarta yang sudah mendukung gerakan ramah lingkungan?

Tujuan dari pada perancangan ini adalah untuk menyediakan informasi yang terkurasi bagi pecinta minuman kopi di Yogyakarta agar menemukan pilihan yang sesuai dengan gaya hidupnya dan ramah bumi.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Teori

Guide book yang dalam bahasa Indonesia disebut sebagai buku panduan wisata merupakan buku yang berisikan informasi mengenai destinasi wisata atau tempat-tempat menarik untuk para wisatawan. Biasanya *guide book* berisi informasi mengenai penginapan, restoran, tempat rekreasi, wisata alam, transportasi, kegiatan, dan informasi seputar kebudayaan tempat tertentu. *Guide book* tidak hanya berisikan mengenai hal-hal umum tentang destinasi wisata tertentu, bisa juga mengenai hal spesifik seperti destinasi wisata alam di daerah tertentu.

Tentunya, agar dapat menjadikan sebuah buku mengandung informasi yang baik, diperlukan penjelasan yang menunjukkan bentuk, lokasi, ataupun nilai-nilai lebih lainnya. Berikut merupakan unsur-unsur yang diperlukan:

1. Teks

Teks perlu dibuat dengan sederhana (*simple*) dan langsung mengarahkan (*direct*) agar dapat menyampaikan informasi dengan baik. Saat kata digunakan untuk tujuan representasi atau komunikasi, bahasa memungkinkan orang untuk membuat pesan dengan cara-cara yang sangat kuat.

2. Simbol

Menurut Marcel Danesi (*terj.* Setyarini dan Piantari: 2012) simbol mewakili sumber acuannya dalam cara yang konvensional. Kata-kata pada umumnya merupakan simbol. Tetapi penanda manapun, sebuah objek, suara, sosok dan seterusnya dapat bersifat simbolik. Ikon dalam *guide book* atau pun beberapa jenis buku lainnya sering dipergunakan sebagai pembatas, label, dan sebagainya.

3. Gambar/Fotografi

Menurut Mahon (Mahon, 2010 dalam Wibisono & Artanto, 2018) peran fotografi yaitu dapat menampilkan realita yang nyata seperti menampilkan manusia pada wujud aslinya, tidak seperti menggunakan ilustrasi atau animasi.

4. Tipografi
5. Tata Letak

Layout yang digunakan dalam perancangan buku ini menggabungkan *copy-heavy layout*, yaitu layout yang mengutamakan teks dalam tampilannya dengan multi panel layout, yaitu penggunaan panel bertumpuk.

Kedai kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan produsen dalam melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi (juga makanan) selain didukung dan dibentuk oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2015).

Produk ramah lingkungan (*eco friendly*)/produk hijau (*green product*) memiliki beberapa definisi. Definisi produk hijau menurut Kasali (Kasali, 2005) adalah produk hijau sebagai ilustrasi dari barang atau produk yang dihasilkan oleh produsen yang terkait dengan rasa aman dan tidak menimbulkan dampak bagi kesehatan manusia serta tidak berpotensi merusak lingkungan hidup, sementara Nugrahadi (Nugrahadi, 2002) menyatakan bahwa produk bersih selalu berorientasi pada lingkungan.

Metode Perancangan

Perancangan buku ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposif, dengan teknik pengumpulan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan daripada generalisasi. Metode ini dianggap paling tepat digunakan untuk perancangan ini karena nilai-nilai yang disaring dalam perancangan ini bersifat tak terhitung. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, kepustakaan, dan dokumentasi, dengan populasi kedai kopi yang menyajikan minuman kopi dengan kemasan dan alat pendukung berbahan plastik untuk konsumsi di tempat (*dine-in*) sesuai dengan batasan masalah.

Analisis Data

Analisis data pada perancangan buku ini menggunakan metode analisis 5W+1H. Metode ini dipakai karena dianggap cukup efektif untuk menghasilkan data yang komprehensif.

1. What/Apa

Apa sajakah brand/kedai kopi yang mendukung gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta?

Apa yang telah dilakukan kedai kopi dalam mengusung nilai ramah lingkungan?

2. Who/Siapa

Siapa sajakah pemilik kedai atau penggerak gerakan ramah lingkungan dalam kedai tersebut?

3. Where/Di mana

Di mana kedai kopi bertempat?

4. *When/Kapan*

Kapan kedai mulai terbentuk?

Kapan nilai ramah lingkungan mulai diterapkan?

5. *How/Bagaimana*

Bagaimana kedai kopi menerapkan nilai ramah lingkungan tersebut?

6. *Why/Mengapa*

Mengapa kedai kopi memutuskan mendukung gerakan ramah lingkungan?

Setelah pengumpulan data, maka didapatkan 5 kedai kopi di Yogyakarta yang mendukung gerakan ramah lingkungan, yaitu:

1. Kala Coffee & Society

Kala Coffee & Society adalah kedai kopi yang bertempat di Jl. Damai, Depok, Sleman. Proses wawancara dibantu oleh Ibnu Khamais dan Astrid Nur Anisah selaku pengelola sebagai narasumber. Wawancara diadakan pada 21 November 2020.

2. Balakosa Coffee & Co.

Balakosa Coffee & Co. adalah kedai kopi yang bertempat di Jl. Nologaten, Ngaglik, Sleman. Proses wawancara dibantu oleh Rendy Saputra *Head of Marketing* sebagai narasumber. Wawancara diadakan pada 21 November 2020.

3. Dongeng Kopi

Dongeng Kopi adalah kedai kopi yang bertempat di Jl. Grogolan, Umbulmartani, Sleman. Proses wawancara dibantu oleh Renggo Darsono selaku pemilik sebagai narasumber. Wawancara diadakan pada 21 November 2020.

4. Asoka Coffee

Asoka Coffee adalah kedai kopi yang bertempat di Jl. Kubus, Manukan, Sleman. Proses wawancara dibantu oleh Cindy Theodore Putri A. S. selaku manajer sebagai narasumber. Wawancara diadakan pada 21 November 2020.

5. Bitterway Coffee Co

Bitterway Coffee Co adalah kedai kopi yang bertempat di Jl. Durmo, Manukan, Sleman. Proses wawancara dibantu oleh Alan Fajar. selaku manajer operasional bar sebagai narasumber. Wawancara diadakan pada 21 November 2020.

Dengan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa ada kedai kopi di Yogyakarta yang mendukung gerakan ramah lingkungan, yaitu Kala Coffee & Society, Balakosa Coffee & Co., Dongeng Kopi, Asoka Coffee, dan Bitterway Coffee Co, dengan cara menggunakan sedotan pakai ulang seperti stainless, kaca, dan bambu, atau sedotan sekali pakai berbahan organik, juga dengan mengolah limbah hasil operasional menjadi pupuk, dan mengikuti kegiatan-kegiatan komunitas berbasis lingkungan.

Untuk merancang buku panduan wisata kedai kopi yang mendukung gerakan ramah lingkungan dibutuhkan informasi yang lengkap dan media visual fotografi dokumenter dan portrait untuk menggambarkan suasana tempat yang mampu bercerita, juga menggunakan tata letak yang sederhana namun jelas (*clear*) yaitu *copy-heavy layout*.

Konsep dan Program Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan buku ini adalah untuk menjadi media informasi dan acuan yang menarik dan komprehensif. Audiens target dari buku ini adalah penikmat dan peminum kopi, sekaligus pendukung gerakan ramah

lingkungan, dengan segmentasi masyarakat berusia produktif berumur 16-60 tahun, memiliki latar belakang semua pendidikan dan semua profesi, dan berdomisili di Yogyakarta pada khususnya, Indonesia umumnya. Perancangan ini utamanya mengincar audiens target dengan psikografis primer yang memiliki ketertarikan dengan kopi sekaligus gerakan ramah lingkungan/*go green*, dan sekunder memiliki ketertarikan pada salah satu topik (pecinta kopi saja namun tidak memiliki ketertarikan pada gerakan ramah lingkungan, dan sebaliknya) ataupun masyarakat yang baru mulai tertarik bahkan belum mengetahui tentang kopi dan gerakan ramah lingkungan sebelumnya.

Buku panduan wisata ini akan diberi judul *WHERE TO DRINK COFFEE GREENLY* dan sub-judul Peta Kedai Kopi untuk Kamu yang Sayang Bumi. Judul berbahasa Inggris karena dianggap bisa menarik perhatian masyarakat modern, sedangkan sub-judul langsung kepada nilai yang terfokus pada buku untuk menarik minat audiens target.

Pesan yang ingin disampaikan oleh perancangan buku ini adalah untuk menyediakan informasi tentang keberadaan dan profil kedai kopi yang memiliki nilai lebih yaitu mendukung gerakan ramah lingkungan kepada audiens penikmat minuman kopi, khususnya di Yogyakarta. Informasi itu akan disampaikan berupa: (1) penjelasan tentang perkembangan kedai kopi di Yogyakarta, (2) penjelasan tentang kedai kopi yang mendukung gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta, dan (3) profil dan pernyataan hasil wawancara dari pemilik kedai kopi. Setiap profil kedai kopi juga akan memuat pernyataan dan pandangan pribadi dari pemilik kedai kopi mengenai nilai ramah lingkungan yang mereka percayai.

Bahasa yang digunakan untuk teks pada buku ini adalah bahasa Indonesia baku, dengan sedikit diselipkan bahasa tidak baku (perbincangan) dan bahasa asing. Bahasa tidak baku dihadirkan untuk memberi suasana kasual dalam menyampaikan cerita tentang masing-masing kedai kopi.

Buku ini akan memuat tentang kedai kopi, gerakan ramah lingkungan, dan daftar beserta profil beberapa kedai kopi yang mendukung gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta.

Visual yang dihadirkan di buku ini adalah foto yang telah diolah secara digital. Fotografi akan menjadi visual utama di dalam buku travel guide ini. Foto diambil dengan kamera DSLR. Proses olah foto digunakan untuk menyamakan tingkat brightness dan kontras tiap foto agar tidak berbeda terlalu jauh. Genre fotografi yang digunakan adalah fotografi dokumenter dan portrait. Fotografi dokumenter dianggap mampu menggambarkan situasi dan peristiwa di kedai kopi, agar dapat menyampaikan suasana tempat dengan baik. Fotografi portrait dianggap mampu menyampaikan cerita dan nyawa dari objek fotografi secara jujur dan realistis, dan akan banyak digunakan secara candid saat memotret narasumber. Foto dokumentasi yang telah didapat akan diolah dengan software Adobe Photoshop dan Adobe Lightroom. Setelahnya, teks dan foto dan ditata dengan software Adobe InDesign

Media pendukung dalam perancangan ini adalah pembatas halaman buku. Pembatas halaman akan didesain mengikuti konsep buku.

Bentuk akhir perancangan ini adalah buku fisik sampul hard cover, A5 (210 mm x 148,5 mm) dan dicetak full color.

Perancangan buku ini akan menggunakan *finishing* yang dijahit menjadi satu kesatuan dan menggunakan hard cover. *Finishing* dengan metode jahit dipilih

karena beberapa bagian buku ini menggunakan foto *full spread* yang cara melihatnya perlu membuka buku secara penuh.

1. Alur kerja proses pengerjaan buku ini adalah sebagai berikut:
2. Penulisan gagasan dan perancangan konsep
3. Melakukan pengumpulan data
4. Membuat daftar konten yang akan dimuat dalam buku
5. Mewawancara pemilik kedai kopi dan mendokumentasikan pemilik, produk, dan lokasi kedai kopi dengan foto
6. Melakukan produksi teks, penataan tata letak, dan olah foto dengan teknik digital
7. Proses cetak buku

Hasil Karya

Berikut beberapa hasil karya dari perancangan ini.



Gambar 1 Sampul Depan
(Sumber: Hana E. M. Saragih, 2020)



Gambar 2 Tampilan buku hal. 10-11
(Sumber: Hana E. M. Saragih, 2020)



Gambar 3 Tampilan buku hal. 16-17
(Sumber: Hana E. M. Saragih, 2020)



Gambar 4 Tampilan buku hal. 32-33
(Sumber: Hana E. M. Saragih, 2020)

KESIMPULAN

Minuman kopi bukanlah hal baru di Indonesia. Namun seiring berjalannya waktu, inovasi menu dan penyajian menjadi semakin beragam dan unik. Hal itu berdampak dengan lingkungan karena penggunaan kemasan atau sedotan berbahan plastik yang lebih praktis dan murah. Tidak semua pelaku industri mengikuti langkah yang sama. Beberapa masih memegang prinsip atau mengusahakan inovasi tanpa harus menambah limbah tak terurai di bumi. Melalui proses wawancara, maka ditemukanlah pendapat, panangan, serta kendala dan solusi yang sebaiknya dilakukan agar industri dan lingkungan tidak berjalan berlawanan.

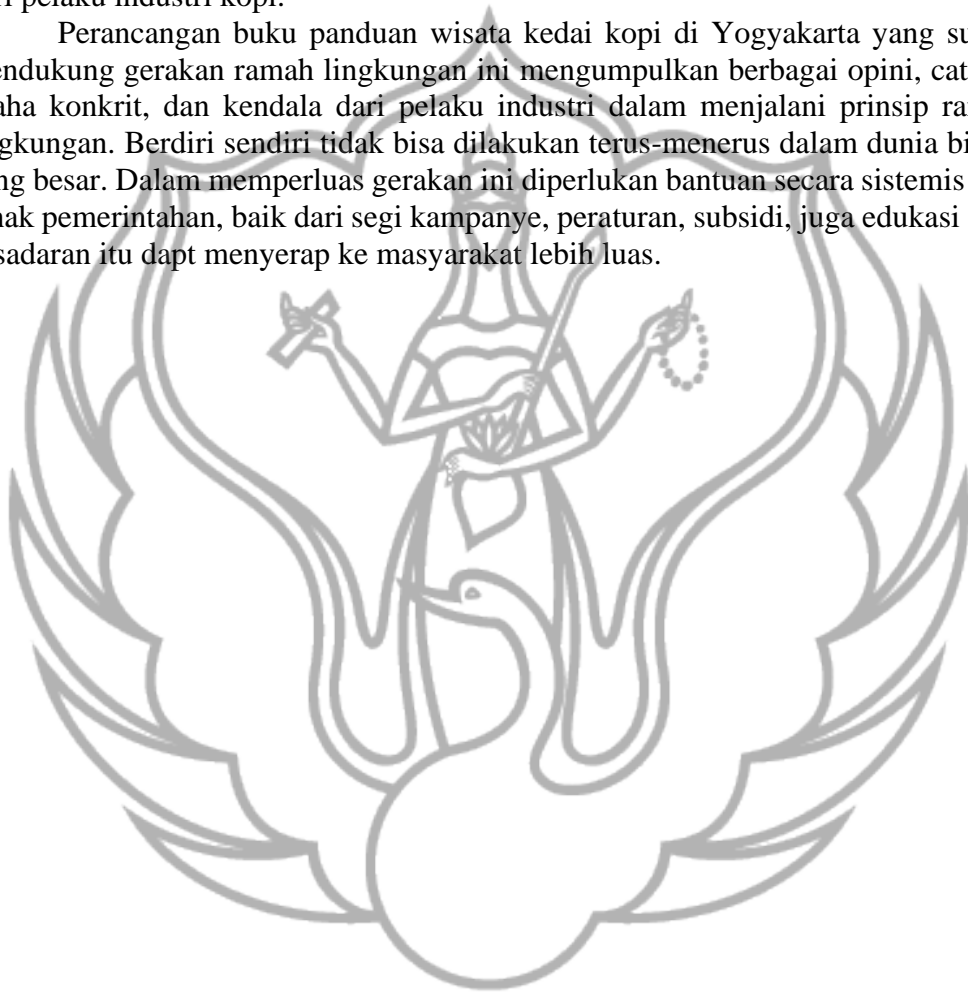
Buku ini dirancang untuk memberikan wawasan yang lebih luas mengenai kedai-kedai kopi di Yogyakarta yang sudah mendukung gerakan ramah lingkungan. Dengan perancangan ini, dapat disimpulkan bahwa untuk merancang buku panduan wisata kedai kopi yang mendukung gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta

dibutuhkan informasi yang lengkap baik menu maupun fasilitas, media visual berupa fotografi, dan narasi cerita dari para pemilik atau pengelola kedai. Selain itu, juga dibutuhkan penataan letak dan desain yang menarik agar dapat dinikmati oleh pembaca.

Terdapat opini dan cerita pribadi dari kedai kopi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam memutuskan ke mana konsumen menikmati kopi. Buku ini juga penuh dengan visual berupa foto juga informasi mengenai lokasi dan kontak kedai agar pembaca dapat mengenal lebih dekat dan tertarik untuk mendatangi.

Data pada perancangan ini didapatkan dari berbagai sumber seperti buku-buku, artikel-artikel yang ditulis oleh ahli dan pakar di bidangnya, serta wawancara dari pelaku industri kopi.

Perancangan buku panduan wisata kedai kopi di Yogyakarta yang sudah mendukung gerakan ramah lingkungan ini mengumpulkan berbagai opini, catatan usaha konkrit, dan kendala dari pelaku industri dalam menjalani prinsip ramah lingkungan. Berdiri sendiri tidak bisa dilakukan terus-menerus dalam dunia bisnis yang besar. Dalam memperluas gerakan ini diperlukan bantuan secara sistemis dari pihak pemerintahan, baik dari segi kampanye, peraturan, subsidi, juga edukasi agar kesadaran itu dapat menyerap ke masyarakat lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Danesi, Marcel (2012). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Jalasutra. Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
- Nugrahadi. (2002). *Perilaku Konsumen Hijau: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran Hijau*. Prenada Media. Jakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Wibisono, A., & Artanto, A., (2018), *Buku Ajar Fotografi: Teori dan Praktik*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo.
- William H. Ukers. (1922). *All About Coffee*. The Tea and Coffee Trade Journal Company. New York.
- Bisnis Warung Kopi di Yogyakarta Cukup Menjanjikan dalam <https://www.bernas.id/63451-bisnis-warung-kopi-di-yogyakarta-cukup-menjanjikan.html/> diakses pada 3 Agustus 2020, 22:00 WIB
- Damarjati, Tunggul (2019). Tinggalkan Plastik, Daging Kurban Gunakan Pembungkus Ramah Lingkungan dalam <https://jogja.idntimes.com/news/jogja/tunggul-damarjati/tinggalkan-plastik-daging-kurban-gunakan-pembungkus-ramah-lingkungan/4>, diakses pada 22 Desemberr 2020, 13:08 WIB
- DLH Kota Yogyakarta Imbau Penggunaan Besek dan Daun Jati Untuk Bungkus Daging Kurban dalam <https://jogja.tribunnews.com/2019/08/06/dlh-kota-yogyakarta-imbau-penggunaan-besek-dan-daun-untuk-bungkus-daging-kurban>, diakses pada 22 Desemberr 2020, 13:07 WIB
- Jambeck, Jenna (2019). Sebegini Parah ternyata Masalah Sampah Plastik di Indonesia dalam <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190721140139-33-86420/sebegini-parah-ternyata-masalah-sampah-plastik-di-indonesia/> diakses pada 4 Agustus 2020, 02:30 WIB
- Wahyuni, Tri. (2015). Tren Kopi dari Masa ke Masa dalam <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151002171133-262-82449/tren-kopi-dari-masa-ke-masa-di-indonesia/> diakses pada 4 Agustus, 04:40 WIB