

## BAB II

### GAMBARAN UMUM DAN PROFIL KLINIK KOPI YOGYAKARTA

#### A. Sejarah Klinik Kopi

Klinik Kopi merupakan salah satu kedai kopi cukup terkenal yang berada di Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta. Klinik Kopi mulai berdiri pada bulan Juli tahun 2013. Kedai yang digagas oleh Firmansyah atau yang biasa dipanggil Pepeng, mengusung inovasi unik dari segi pelayanannya yaitu tidak adanya buku menu yang diberikan untuk pengunjung. Klinik kopi menawarkan banyak pilihan biji kopi arabika yang berasal dari nusantara seperti, kopi Bu Nur Sumatera Barat, Batak Tolu Sumatera Utara, Sari Manih Jawa Barat, Manglayang Jawa Barat dan masih banyak lagi kopi-kopi lainnya.



**Gambar 2.1 Biji Kopi Klinik Kopi**

(<https://www.instagram.com/klinikkopi/>)

Berawal pada saat Pepeng bekerja dibidang *online marketing* sebuah furniture luar negeri dan juga jual beli barang antik, membuatnya sering

*travelling* (hasil wawancara dengan Pepeng). Ketika Pepeng *travelling* ke beberapa daerah di Indonesia, kopi adalah oleh-oleh yang paling mudah ditemui. Hampir setiap kali mengunjungi pulau-pulau di Indonesia, Pepeng menemukan jenis kopi yang berbeda-beda. Tanaman kopi ada hampir di setiap daerah di Indonesia.

Satu hal yang cukup mengejutkan adalah saat itu Pepeng sedang berada di luar negeri. Dalam beberapa perbincangan dengan rekan sejawatnya, ternyata kopi Indonesia sangat dikenal kualitasnya di beberapa daerah seperti Australia, Eropa, dan Amerika. Saat itulah Pepeng baru menyadari potensi kopi di Indonesia. Mulai saat itu rasa penasaran muncul dan Pepeng mulai mempelajari segala hal tentang kopi.

Tahun 2009 Firmansyah belajar meracik kopi dan membeli peralatan untuk produksi dan pembuatan minuman kopi. Tak lama setelah itu, Pepeng memulai profesinya sebagai *barista panggilan*. Pepeng mulai sering diundang untuk *private brewing*, baik oleh perorangan, kelompok, maupun instansi. Perlahan, keahlian Pepeng di dunia perkopian mulai dikenal. Hingga pada tahun 2013 terbentuklah kedai yang diberi nama Klinik Kopi. Kedai Klinik Kopi hadir dengan misi sederhana yaitu untuk mengedukasi para peminum kopi tentang bagaimana minum kopi secara benar dan berbagi cerita tentang kopi yang disajikan. Sehingga konsep “*Story telling*” pada saat melayani konsumen menjadi konsep khas dari kedai Klinik Kopi. Bagi Firmansyah segelas kopi tanpa narasi hanyalah cairan berwarna hitam.

Awal terbentuk, Klinik Kopi memulai menjual kopinya di daerah Gejayan, Kota Yogyakarta dengan menyewa sebuah bangunan, namun hal tersebut tidak berlangsung lama karena terkendala biaya sewa dan lain sebagainya, harga minuman kopi yang ditawarkan pun pada awal Klinik Kopi beroperasi hanya Rp 10.000 untuk satu gelas minuman kopi. Di awal berdirinya, penjualan hanya berkisar 5-10 gelas.

Menurut Pepeng cita rasa kopi kopi terbaik juga dipengaruhi oleh proses *roasting* yang sempurna. Oleh karena itu, sejak April 2014 Klinik Kopi memulai proses *roasting* berskala mikro untuk melahirkan cita rasa kopi *fresh* setiap harinya. Sejak saat itu, Klinik Kopi tidak hanya dikenal sebagai sebuah kedai kopi, tetapi juga *micro roastery*. Klinik Kopi juga mulai menjual *roasted bean* secara luas. Perlahan Klinik Kopi menjadi sebuah *brand* yang cukup di kenal di dunia perkopian. Pada akhir tahun 2015, Pepeng memutuskan untuk memindahkan Klinik Kopi ke rumahnya, yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM 7,5 Yogyakarta.

Klinik Kopi semakin di kenal luas, baik secara *offline* maupun *online*. Hal itu dibuktikan dengan pengunjung Klinik Kopi yang semakin beragam. Pengunjung yang berdatangan tidak hanya anak muda, tetapi juga berbagai usia dari berbagai kalangan. Tidak hanya berasal dari Yogyakarta, melainkan kota-kota lainnya, seperti Solo, Semarang, Surabaya, Bandung, dan Jakarta (hasil wawancara dengan Pepeng).

Klinik Kopi saat ini memiliki konsep bangunan yang sederhana dengan mengusung tema yang identik dengan alam terbuka terutama

tanaman bambu yang ditata sangat rapi dengan alasan agar setiap konsumen yang datang dapat menikmati kopinya dengan santai dan nyaman untuk berinteraksi antar pengunjung lainnya. Saat ini kedai Klinik Kopi telah bertransformasi menjadi kedai pilihan bagi para pencinta kopi-kopi nusantara. Kedai Klinik Kopi terus berbenah dan berinovasi tentunya agar misi yang diusung dapat tercapai, yaitu mengedukasi dan mendekatkan masyarakat akan budaya dan potensi kopi yang dimiliki Indonesia.

Akun social media Klinik Kopi pun semakin banyak dikenal oleh para *netizen*. Informasi yang disampaikan melalui akun-akun tersebut tergolong unik, asik dan mudah dimengerti oleh para pengguna internet. Hingga saat ini, jumlah *follower* instagram Klinik Kopi sudah mencapai 81.800 (diakses dari <https://www.instagram.com/klinikkopi/>), akun twitter 8.329 (diakses dari <https://www.twitter.com/klinikkopi/>). Dengan membaca pesan-pesan akun Klinik Kopi *netizen* mendapat cerita tentang kopi dari hulu ke hilir. *Eksistensi* Klinik Kopi juga dikenal oleh konsumen internasional. Tidak sedikit investor asing maupun dalam negeri menawarkan sebuah kerjasama dengan Klinik Kopi. Akan tetapi, Pepeng menolak ajakan tersebut. Menurutnya, idealisme Klinik Kopi akan hilang jika mendapat campur tangan dari pihak lain (hasil wawancara dengan Pepeng). Bagi Pepeng, Klinik Kopi bukan semata-mata kedai kopi berbasis bisnis yang hanya mengejar keuntungan. Klinik Kopi adalah rumah

tumbuh dimana di dalamnya terdapat nilai-nilai humanisme yang harus dijalankan secara konsisten.

## **B. Lokasi Klinik Kopi**

Lokasi kedai Klinik Kopi tidak berada di pinggir jalan dan tidak memiliki penanda lokasi, pengunjung harus masuk kedalam sebuah gang kecil dengan jarak kurang lebih 100 meter dari jalan utama. Namun hal tersebut tentunya tidak menjadi sebuah halangan berarti mengingat kecanggihan teknologi yang disuguhkan pada saat ini, pengunjung dapat dengan mudah menemukan lokasi dari kedai Klinik Kopi. Lokasi kedai Klinik Kopi berada di Jalan Kaliurang Km 7,5, Sinduharjo, Ngaglik, Sleman tepatnya berada pada Gang Madukoro di belakang gardu PLN Jalan Kaliurang. Secara geografis kedai Klinik Kopi berdekatan dengan dua kampus besar di Provinsi DIY yaitu UII (Universitas Islam Indonesia) berjarak sekitar 6,9 km mengarah ke utara dari lokasi kedai Klinik Kopi dan UGM (Universitas Gajah Mada) berjarak sekitar 3,7 km mengarah ke selatan dari lokasi kedai Klinik Kopi. Pada bagian barat kedai Klinik Kopi mengarah langsung ke Jalan Palagan Tentara Pelajar yang berjarak kurang lebih 2,7 km dari lokasi kedai Klinik Kopi. Sebelah barat kedai Klinik Kopi megarah langsung ke Stadion Sepakbola Maguwoharjo dan tempat wisata Jogja Bay dengan jarak kurang lebih 6 km dari lokasi kedai Klinik Kopi.

Untuk lebih jelasnya, berikut adalah alamat dan sarana komunikasi dari Klinik Kopi :



**Gambar 2.2 Peta Lokasi Klinik Kopi**  
(Sumber : Google Maps, Februari 2018)

Alamat: Jl. Kaliurang Km 7,5 (Gang Madukoro,Sebelah utara Gardu PLN)

Telp : 081392784240

E-Mail : kopiklinik@gmail.com

info@klinikkopi.com

Web : [www.klinikkopi.com](http://www.klinikkopi.com)

(Sumber : Klinik Kopi Yogyakarta)

### **C. Visi dan Misi Klinik Kopi**

Dalam menjalankan bisnisnya, fokus utama Klinik Kopi terletak pada pemberian makna melalui visi, misi, dan nilai yang dianutnya. Upaya pemberian makna memiliki banyak konsekuensi. Salah satunya adalah harus mengedukasi, agar pasar mampu menangkap esensi maknanya. Klinik Kopi mencoba menerapkan visi dan misinya bahwa kenyamanan

dan pelayanan bagi konsumen adalah segalanya. Sehingga Klinik Kopi bekerja secara baik, bersikap ramah dengan pelanggan, dan mampu bekerja dengan benar dalam sebuah kerja tim. Berikut ini adalah visi dan misi Klinik Kopi Yogyakarta :

**Tabel 2.1**

**Visi Misi Klinik Kopi**

<b>Visi Perusahaan</b>	<b>Misi Perusahaan</b>
<p>Membuat konsumen tahu dan paham tentang kopi yang dia minum. Ketika orang datang minum kopi, tidak hanya sekedar memesan kopi, meminumnya hingga habis, lalu pergi begitu saja tanpa mengerti apa yang dia minum. Di Klinik Kopi, konsumen akan diedukasi agar tahu apa kopi yang akan dia minum.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mengedukasi para peminum tentang bagaimana minum kopi secara benar dan berbagi cerita tentang kopi.</li> <li>2) Berbagai kopi <i>single origin</i> Indonesia kepada konsumen.</li> <li>3) Menciptakan atmosfer komunikasi yang komunikatif antara Klinik Kopi dengan konsumen dan konsumen dengan konsumen.</li> </ol>

(Sumber: Data Klinik Kopi Yogyakarta)

#### **D. Logo Klinik Kopi**



**Gambar 2.3 Logo Klinik Kopi Yogyakarta**

(Sumber: Instagram Klinik Kopi)

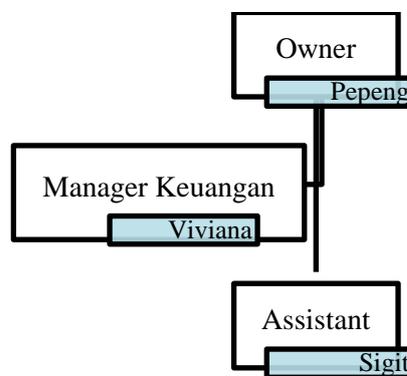
Klinik Kopi memiliki logo yang bisa dibilang sangat *simple*. Dengan gambar cangkir yang di atasnya terdapat gambar biji kopi dengan tulisan klinik dan kopi di sebelah nya. Logo tersebut juga menggambarkan bahwa klinik kopi hanya menyediakan kopi dengan olahan langsung dari biji kopi.

#### **E. Struktur Manajemen Klinik Kopi**

Dalam suatu badan usaha manajemen kepegawaian atau sumber daya manusia sangat penting bagi badan usaha tersebut dalam mengelola, mengatur, dan memanfaatkan pegawai sehingga dapat berfungsi secara produktif untuk tercapainya tujuan perusahaan. Manajemen dilakukan untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kinerja didalam suatu badan usaha agar tercapainya tujuan organisasi (Mangkunegara, 2013).

Eksistensi Klinik Kopi hingga saat ini tidak terlepas dari orang-orang yang terlibat dalam menjalankan kegiatan manajemen Klinik Kopi.

Tim manajemen Klinik Kopi memang berbeda dari kedai kopi atau *coffee shop* lain. Karena memiliki konsep sederhana, struktur manajemen pun hanya melibatkan kelompok kecil. Tidak terlalu banyaknya staff membuat satu orang dapat merangkap beberapa tugas dan tanggung jawab. Berikut adalah penjelasan struktur manajemen yang diterapkan di Klinik Kopi:



**Bagan 2.1 Struktur Manajemen Klinik Kopi**

Dari bagan tersebut, diketahui bahwa tim manajemen Klinik Kopi hanya terdiri dari tiga orang saja. Menurut Pepeng, kuantitas tim manajemen tidak lebih penting dari pada kualitasnya. Untuk mengetahui uraian tugas-tugas dari struktur organisasi pada Klinik Kopi dapat dijabarkan melalui tugas secara individu. Adapun uraian tugasnya adalah sebagai berikut :

**a. Owner**

Secara formal, *Owner* (Pemilik) kedai Klinik Kopi adalah Firmansyah (Pepeng) selaku pemilik, pendiri, dan pemimpin kedai kopi serta berwenang untuk melakukan koordinasi kepada setiap

staff kedai Klinik Kopi. Akan tetapi, Pepeng juga memiliki berbagai macam peran. Pertama, Firmansyah/Pepeng adalah satu-satunya barista yang dimiliki Klinik Kopi. Pepeng melayani konsumen yang datang ke Klinik Kopi setiap harinya. Kedua, Pepeng juga sebagai pihak yang menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran Klinik Kopi. Firmansyah/Pepeng memegang peranan dalam bagian promosi baik melalui media sosial dan secara langsung. Alasan tidak diberikannya staff khusus promosi adalah karena dari awal terbentuk memang menjadi tanggung jawab owner (Pemilik) kedai untuk melakukan tugas tersebut. Firmansyah/Pepeng juga berperan *content writer* dan *social media officer* seluruh akun media sosial dan website yang dimiliki Klinik Kopi.

Selanjutnya owner (Pemilik) juga bertugas untuk menentukan kapan jam operasional kedai berjalan dan juga kapan dilakukannya perjalanan untuk mencari biji kopi yang baru. Pengadaan acara-acara yang melibatkan pengunjung atau masyarakat serta pengadaan merchandise kedai Klinik Kopi juga diatur langsung oleh owner (Pemilik) kedai Klinik Kopi. Secara singkat, Firmansyah/Pepeng memegang kendali penuh atas kegiatan operasional, baik di dalam maupun di luar Klinik Kopi.

## **b. Manager Keuangan**

Apabila posisi *owner* bertanggung jawab atas kegiatan operasional, tugas manajer bertanggung jawab atas kegiatan fungsional. Manajer bertugas membuat rancangan kegiatan yang akan dilakukan Klinik Kopi serta mengatur pengeluaran, pemasukan, upah atau gaji para pegawai kedai Klinik Kopi. Manajer juga berhak untuk memutuskan apakah akan menyetujui atau tidak jika ada pihak yang meminta atau menawarkan akan menggunakan produk jasa Klinik Kopi. Selain itu, manajer juga bertugas untuk mengatur keuntungan dari tiap-tiap produk yang dijual oleh kedai Klinik Kopi seperti keuntungan dari penjualan makanan, biji kopi, merchandise, dan lain sebagainya

## **c. Asisten**

Klinik Kopi hanya mempunyai satu karyawan, yang disebut Pepeng sebagai *assistant*. Assistant bertugas membantu kegiatan operasional Pepeng di Klinik Kopi sehari-hari. Mulai dari membantu Pepeng saat melayani konsumen, membantu *roasting green bean*, membantu *packaging* kopi yang akan dikirim ke konsumen luar Jogja, hingga bertugas membersihkan seluruh area Klinik Kopi. Dalam beberapa kesempatan, Sigit juga turut mendampingi Pepeng saat *coffee trip* ke kebun kopi.

#### **d. Bagian Promosi**

Firmansyah/Pepeng memegang peranan dalam bagian promosi baik melalui media sosial dan secara langsung. Alasan tidak diberikannya staff khusus promosi adalah karena dari awal terbentuk memang menjadi tanggung jawab owner (Pemilik) kedai untuk melakukan tugas tersebut. Firmansyah/Pepeng juga berperan *content writer* dan *social media officer* seluruh akun media sosial dan website yang dimiliki Klinik Kopi.

Tim tersebut adalah tim inti yang bertanggungjawab atas kegiatan Klinik Kopi sehari-hari. Ketika Klinik Kopi memiliki kegiatan yang membutuhkan lebih banyak tim, Pepeng akan menggunakan jasa dari beberapa pihak. Sebagai contoh ketika Klinik Kopi diundang untuk *private brewing* di sebuah acara, Pepeng akan menggunakan jasa seorang fotografer dan videografer, jasa untuk membantu mempersiapkan perlengkapan, dan sejenisnya.

#### **F. Produk dan Fasilitas Klinik Kopi**

Sesuai dengan visi dan misinya, Klinik Kopi tidak hanya menjual produk berupa kopi siap minum akan tetapi Klinik Kopi juga menjual jasa. Berikut adalah berbagai produk dan jasa yang ditawarkan oleh Klinik Kopi.



**Gambar 2.4 Bubuk biji Kopi Siap Seduh**

(sumber: <http://klinikkopi.com/>)

Biji kopi (*roasted coffee beans*) dalam kemasan 250 gram. Biji tersebut tidak dijual dalam bentuk bubuk. Pembelian dapat dilakukan secara *online* maupun *on the spot* (pembelian ditempat). Harga setiap 250 gram biji kopi beragam, berkisar antara Rp120.000,00 hingga Rp 150.000,00 tergantung dari jenis biji kopi itu sendiri. Klinik Kopi melayani pembelian skala nasional dan internasional.

- a. Biji kopi (*roasted coffee beans*) berskala besar. Penjualan biji kopi ini biasanya untuk bisnis seperti hotel, cafe, dan restoran. Klinik Kopi tidak melayani pembelian *green beans*.
- b. Jasa pelatihan brewing untuk hotel, kafe, dan restoran.
- c. Jasa pelatihan pendampingan petani kopi. Berkat tulisan-tulisan Pepeng saat melakukan perjalanan ke kebun kopi dalam memberikan edukasi kepada petani kopi, akhirnya kemampuan Pepeng dalam mengedukasi petani kopi semakin dikenal oleh publik. Awalnya apa yang Pepeng lakukan adalah semata-mata untuk mendapatkan

kualitas biji kopi terbaik yang dapat dinikmati di Klinik Kopi. Lambat laun, pemerintah daerah penghasil kopi tertarik untuk menggunakan jasa Pepeng dalam mengedukasi petani kopi. Beberapa pemerintah daerah juga pernah bekerjasama dengan Klinik Kopi, baik di Jawa maupun luar Jawa.

- d. Jasa *private brewing* atau barista panggilan. Klinik Kopi sering kali diundang dalam berbagai acara, baik di Yogyakarta maupun luar Yogyakarta. Klinik Kopi pernah hadir dalam beberapa acara yang diadakan oleh komunitas dan beberapa institusi. Tarif yang dikenakan relatif, berkisar antara Rp1.000.000,00 hingga Rp3.000.000,00 di setiap sesinya.

Keotentikan konsep Klinik Kopi telah menarik perhatian banyak pihak. Pepeng dan Klinik Kopi juga sering diundang dalam seminar-seminar kampus, terutama yang berkaitan dengan kewirausahaan.



**Gambar 2.5 Event yang Bekerjasama dengan Klinik Kopi**

Bahkan, Klinik Kopi beberapa kali pernah dikunjungi tamu dari luar kota dalam rangka studi banding. Tidak dapat dipungkiri bahwa eksistensi Klinik Kopi sudah dikenal luas oleh publik tidak hanya sebagai kedai kopi, tetapi juga tempat belajar tentang kopi.

Sarana dan prasarana yang disediakan lengkap tentunya menambah nilai plus suatu kedai dimata konsumennya. Fasilitas yang beragam juga kondisi yang baik dari masing-masing fasilitas tentunya menjadi daya tarik bagi setiap konsumen. Selain itu fasilitas diadakan juga untuk membantu memudahkan pekerjaan agar dapat lebih maksimal dalam melayani pengunjung yang datang.

Fasilitas yang diberikan oleh kedai Klinik Kopi antara lain, di bagian dalam terdapat satu buah mesin roasting yang berfungsi untuk memanggang green beans atau biji kopi segar untuk di jual kepada konsumen. Kapasitas mesin roasting yang dimiliki oleh Klinik Kopi adalah 1 kg dan memiliki alat pengecek suhu mesin kopi.



**Gambar 2.6 Mesin Roasting biji kopi Klinik Kopi**

Proses roasting adalah salah satu proses pasca panen dari biji kopi yaitu memanggang biji kopi untuk lebih menguatkan karakter rasa. Pada proses roasting biji kopi akan melewati tiga tahap yaitu *light roast*, *medium roast*, dan *dark roast* dari masing-masing tahap akan menghasilkan karakter rasa yang berbeda. Klinik Kopi biasa memanggang biji kopi pada level light hingga medium roast ditandai dengan biji yang sudah berwarna kecoklatan hingga coklat cenderung gelap, rasa yang akan dihasilkan cenderung asam dan sedikit pahit.

Konsumen dapat melihat mesin roasting pada ruangan yang berada tepat di sebelah kiri dari ruangan konsumen memesan kopi. Ruangan roasting sengaja didekatkan dengan tempat konsumen memesan kopi agar konsumen juga dapat melihat alat roasting dan beberapa biji kopi yang siap untuk roasting. Konsumen hanya dapat menanyakan informasi seputar mesin roasting tetapi tidak untuk menggunakan mesin tersebut dikarenakan hanya staff Klinik Kopi saja yang dapat menggunakannya. Selain itu mesin roasting hanya akan dioperasikan di luar jam operasional, tidak pada saat melayani konsumen.

Selanjutnya ada kursi duduk konsumen di dalam ruangan tempat konsumen memesan dan di ruang roasting, gunanya agar konsumen dapat duduk sambil meminum kopi atau untuk menaruh barang bagi konsumen yang membawa barang bawaan.



**Gambar 2.7 Ruang Tunggu Indoor Pengunjung**

Pada bagian outdoor atau bagian luar Klinik Kopi menyediakan fasilitas ruang tunggu sekaligus ruang untuk konsumen menikmati kopinya. Ada tiga ruangan yang dapat digunakan untuk menunggu dan menikmati kopi yang dapat digunakan konsumen. Ruangan pertama adalah ruangan lesehan dan menjadi ruang favorit konsumen, dikarenakan lebih nyaman dalam berinteraksi.



**Gambar 2.8 Ruang Tengah (Favorit Pengunjung)**

Kedua yaitu ruangan yang lebih menyatu dengan alam dan disediakan kursi dari bambu.



**Gambar 2.9 Ruang yang Lebih Menyatu dengan Alam**

Dan terakhir adalah ruangan yang dikhususkan untuk konsumen yang tidak merokok.



**Gambar 2.10 Ruang Tidak Merokok**

Selain itu juga ada ruangan area private yang berada dilantai 2, hampir 80% ruangan didesain menggunakan bambu sebagai material utama. Mulai dari batang-batang penyangga kap lampu semua menggunakan bambu. Dan sisanya untuk pintu dan jendela menggunakan alumunium. Setiap ruangan memiliki daya tampung yang cukup besar bisa memuat lebih dari 50 orang.



**Gambar 2.11 Area Private Lantai 2**

Fasilitas lainnya yang disediakan oleh kedai Klinik Kopi adalah Infused Water, yaitu sebuah minuman air putih yang dicampur dengan berbagai macam buah-buahan dan aroma dedaunan yang disajikan dengan temperatur dingin, biasanya dicampur dengan buah strawberry, buah lemon, jeruk nipis, daun mint dan lain sebagainya. Fungsi utama dari Infused Water ini adalah untuk meminimalisir kerja lambung. Setelah kita banyak mengonsumsi kopi, kerja organ tubuh dapat meningkat terutama lambung sehingga untuk menjaganya agar tetap baik harus diimbangi dengan meminum banyak air putih dan inovasi yang dilakukan dengan mencampurkan buah-buahan di dalam air putih. Fasilitas Infused Water ini tak banyak dijumpai di kedai-kedai kopi lainnya, biasanya konsumen harus memesan terlebih dahulu, namun beda halnya di Klinik Kopi konsumen dapat menikmatinya secara gratis. Fasilitas tambahan lainnya seperti gitar dan buku-buku tentang kopi dan dunia pertanian juga dapat digunakan oleh pengunjung kedai kopi yang datang.

Konsep yang sederhana, lebih dekat dengan alam khususnya kopi dan agak sedikit jauh dari kata modern tentunya dapat dirasakan oleh pengunjung yang datang, sehingga fasilitas-fasilitas penunjang juga disesuaikan agar misi dan visi Klinik Kopi dapat tercapai. Tidak banyaknya fasilitas yang digunakan, sengaja dilakukan agar konsumen yang datang dapat lebih nyaman untuk berinteraksi satu sama lain sembari menikmati kopi sehingga tidak sibuk dengan smartphone masing-masing.

#### **G. Proses Penyajian Minuman Kopi di Klinik Kopi**

Proses penyajian minuman kopi adalah tahapan yang dilakukan dalam menyajikan biji-biji kopi hingga menjadi minuman kopi yang siap untuk dikonsumsi oleh konsumen. Klinik Kopi terlebih dahulu melakukan roasting atau memanggang biji kopi yang masih fresh, biji-biji kopi tersebut dipesan langsung dari petani di daerah-daerah nusantara. Klinik kopi memilih untuk memasak dan mengontrol rasa biji kopi sendiri, sehingga rasa yang dikeluarkan nantinya adalah rasa yang terbaik.

Biji kopi dimasak hingga level light roast atau medium roast pada level ini biji kopi tidak dimasak terlalu hitam sehingga rasa yang dihadirkan tidak terlalu pahit. Setelah proses roasting selesai maka biji-biji kopi dari berbagai daerah tersebut siap dijual kepada konsumen.

Konsumen yang datang akan terlebih dahulu diarahkan untuk menunggu antrian masuk ke ruang pemesanan dan akan dipanggil oleh staff Klinik Kopi ketika sudah sampai pada nomer antrian konsumen. Pada

saat konsumen berada diruangan pemesanan pasti terjadi interaksi dengan barista. Konsumen ditawarkan beragam jenis biji kopi yang ada dan diceritakan latar belakang dari biji-biji kopi tersebut. Setelah terpilihnya biji kopi yang diinginkan, pembuatan minuman kopi dilakukan dan dapat dilihat langsung oleh konsumen. Penyajian minuman kopi di Klinik Kopi dengan cara sebagai berikut:

- a. Biji kopi dipilih, lalu diambil menggunakan sendok dengan takaran 1 sendok penuh atau 15 mili gram.
- b. Biji kopi tersebut dimasukkan ke dalam mesin penggiling kopi atau mesin grinder. Biji kopi tersebut langsung digiling halus hingga menjadi bubuk kopi siap seduh.
- c. Bubuk kopi tersebut dituangkan ke dalam alat seduh kopi V-60 yang telah diisi dengan kertas penyaring bubuk kopi. Metode ini disebut dengan metode seduh kopi tanpa ampas.
- d. Kemudian tuangkan air panas diatas bubuk kopi tersebut secara perlahan hingga gelas terisi sesuai takaran (Air panas yang disiapkan dengan suhu 80°C).
- e. Kopi murni tanpa gula siap dikonsumsi oleh konsumen.