

Model Bisnis Signature Coffee: Inovasi Produk dan Strategi Diferensiasi di Pasar Kopi Lokal

Arif Yulianto¹, Dewi Hermawati Wahyuningsih², Yoean Tri Satya Nugroh³, Bagas Edi Erfianto⁴, Muhammad Praditya Arifian Zein⁵, Rizky Septianto⁶, Akmal Al Rashid Suwondo Adi Martono⁷
Korespondensi: Arif Yulianto

¹Universitas Sahid Surakarta
E-mail: arifseni0@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Surakarta
E-mail: hermawati05dewi@gmail.com

³Universitas Sahid Surakarta
E-mail: yoantrisetya@gmail.com

⁴Universitas Sahid Surakarta
E-mail: adiiloquera@gmail.com

⁵Universitas Sahid Surakarta
E-mail: muhamadpradityazein@gmail.com

⁶Universitas Sahid Surakarta
E-mail: rizkyseptianto9@gmail.com

⁷Universitas Sahid Surakarta
E-mail: akmalalrashid23@gmail.com

di kirim: 3 Juli 2025 di terima: 14 Januari 2026 di publikasikan: 1 Maret 2026

DOI: <https://doi.org/10.47942/jpttg.v7i1.2041>

Abstrak: Jurnal ini membahas model bisnis yang diterapkan oleh Signature Coffee, sebuah entitas bisnis kopi yang berupaya menonjol di tengah ketatnya persaingan pasar kopi lokal. Fokus utama adalah bagaimana Signature Coffee melakukan inovasi produk dan menerapkan strategi diferensiasi untuk menarik serta mempertahankan pelanggan. Analisis mencakup tinjauan terhadap tren pasar kopi lokal, identifikasi elemen kunci inovasi produk.

(seperti minuman signature, biji kopi unik, atau metode penyeduhan khusus), serta eksplorasi strategi diferensiasi yang digunakan (misalnya, pengalaman pelanggan, branding, atau komunitas). Tujuan jurnal ini adalah memberikan pemahaman tentang faktor-faktor keberhasilan sebuah bisnis kopi di pasar yang kompetitif melalui studi kasus Signature Coffee. tentang isu dan fokus pengabdian, tujuan pengabdian, metode/pendekatan/strategi riset pengabdian, dan hasil pengabdian masyarakat.

Kata Kunci: Model Bisnis, Kopi Lokal, Inovasi Produk, Diferensiasi, Strategi Pemasaran, Signature Coffee.

Abstract: This paper examines the business model implemented by Signature Coffee, a coffee business entity striving to stand out in the fiercely competitive local coffee market. The primary focus is how Signature Coffee innovates its products and implements differentiation strategies to attract and retain customers. The analysis includes a review of local coffee market trends, identification of key elements of product innovation (such as signature beverages, unique coffee beans, or special brewing methods), and an exploration of the differentiation strategies employed (e.g., customer experience, branding, or community). The purpose of this paper is to provide an understanding of the success

factors of a coffee business in a competitive market through a case study of Signature Coffee. The paper discusses the issues and focus of community service, the objectives of community service, the research methods/approaches/strategies, and the results of community service.

Keywords: *Business Model, Local Coffee, Product Innovation, Differentiation, Marketing Strategy, Signature Coffee*

Pendahuluan

Industri kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan eksponensial dalam beberapa dekade terakhir. Dari kedai kopi tradisional hingga kafe modern bergaya Barat, pasar kopi lokal menawarkan beragam pilihan bagi konsumen. Kondisi ini menciptakan persaingan yang intens, menuntut para pelaku bisnis kopi untuk tidak hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga mengembangkan model bisnis yang inovatif dan strategi diferensiasi yang kuat. Signature Coffee hadir sebagai salah satu pemain di pasar ini yang berupaya mengukir identitasnya sendiri.

Di tengah maraknya kedai kopi yang menjamur, kedai signature coffee muncul sebagai jawaban bagi para penikmat kopi yang mencari pengalaman lebih dari sekadar secangkir minuman biasa. Konsep signature coffee sendiri melampaui tren sesaat, berakar pada filosofi untuk menyajikan kopi dengan karakter unik dan tak terlupakan yang menjadi identitas utama kedai tersebut. Berbeda dengan kedai kopi pada umumnya yang mungkin fokus pada variasi biji kopi atau metode penyeduhan standar, kedai signature coffee justru berinvestasi dalam menciptakan racikan orisinal, mengkurasi biji kopi pilihan dengan cermat, dan mengembangkan teknik penyeduhan inovatif yang menghasilkan cita rasa khas yang tidak akan Anda temukan di tempat lain.



Gambar 1. Logo Signature Coffee

Setiap signature coffee bukan hanya sekadar minuman, melainkan sebuah karya seni yang dirancang untuk memanjakan indra perasa dan menawarkan perjalanan rasa yang konsisten dan berkesan. Dari aroma yang menggoda, sentuhan pertama di lidah, hingga aftertaste yang lingering, setiap elemen diperhitungkan dengan cermat. Inilah mengapa kedai signature coffee bukan hanya sekadar tempat untuk membeli kopi, melainkan destinasi bagi mereka yang menghargai kualitas, keunikan, dan dedikasi terhadap seni meracik kopi. Kami percaya bahwa secangkir kopi signature adalah pengalaman personal yang mampu membangkitkan semangat, menginspirasi ide, dan menyatukan komunitas.

Metode

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus Signature Coffee. Data akan dikumpulkan melalui:

Wawancara Mendalam: Dengan pemilik/manajemen Signature Coffee untuk memahami visi, misi, inovasi produk, dan strategi diferensiasi mereka.

Observasi Partisipatif: Mengunjungi lokasi Signature Coffee untuk mengamati langsung operasional, interaksi pelanggan, suasana, dan presentasi produk.

Analisis Dokumen: Meninjau materi pemasaran, menu, media sosial, dan ulasan pelanggan daring Signature Coffee.

1. Analisis dan Pembahasan (Studi Kasus: Signature Coffee)

a) Proposisi Nilai Signature Coffee (Bagian ini akan menjelaskan apa yang membuat Signature Coffee unik. Misalnya: "Signature Coffee menonjolkan diri dengan menyajikan kombinasi biji kopi pilihan dari berbagai daerah di Indonesia dan internasional, diracik dengan sentuhan modern yang menciptakan profil rasa unik. Proposisi nilai mereka tidak hanya terletak pada kualitas biji kopi, tetapi juga pada pengalaman penyeduhan yang personal dan suasana kafe yang nyaman dan estetik.")

b) Inovasi Produk Signature Coffee (Di sini akan dijelaskan inovasi produk spesifik. Contoh: "Signature Coffee berinovasi melalui penciptaan 'Signature Blends' yang merupakan perpaduan biji kopi eksklusif mereka, serta minuman kopi musiman yang menggunakan bahan-bahan lokal dan unik. Mereka mungkin juga menawarkan metode penyeduhan yang jarang ditemukan di kafe lain, seperti 'cold brew' dengan infusi rempah, atau 'pour-over' dengan biji kopi eksperimental. Inovasi ini bertujuan untuk memberikan pengalaman rasa yang baru dan menarik bagi pelanggan setia maupun calon pelanggan.")

c) Strategi Diferensiasi Signature Coffee (Bagian ini akan merinci bagaimana Signature Coffee membedakan dirinya. Contoh: "Strategi diferensiasi Signature Coffee mencakup beberapa aspek: Kualitas dan Kurasi Biji Kopi: Fokus pada sumber biji kopi yang etis dan berkualitas tinggi, seringkali bekerja sama langsung dengan petani. Pengalaman Pelanggan: Menciptakan atmosfer kafe yang unik (desain interior, musik, pencahayaan) yang mengundang pelanggan untuk berlama-lama. Layanan pelanggan yang ramah dan berpengetahuan tentang kopi juga menjadi kunci. Branding dan Storytelling: Membangun narasi di balik setiap cangkir kopi, mulai dari asal-usul biji kopi hingga proses penyeduhan, yang menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan. Logo yang

disajikan dalam gambar [jika relevan, bisa disebutkan bahwa logo ini adalah bagian dari branding] dapat menjadi identitas visual yang kuat. Komunitas dan Edukasi: Menyenggarakan workshop kopi, sesi cupping, atau acara komunitas lainnya untuk mengedukasi pelanggan dan membangun loyalitas. Integrasi Teknologi: Mungkin ada penggunaan aplikasi pemesanan, program loyalitas digital, atau sistem pembayaran yang memudahkan pelanggan."

d) Tantangan dan Peluang (Bagian ini bisa membahas tantangan yang dihadapi Signature Coffee di pasar lokal yang kompetitif, serta peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan lebih lanjut.)



. Gambar 2. Proses wawancara, dokumentasi Yoean, tahun 2025.

Hasil

Signature Coffee menunjukkan bahwa dalam pasar kopi lokal yang dinamis dan kompetitif, inovasi produk dan strategi diferensiasi adalah kunci untuk membangun posisi yang kuat dan berkelanjutan. Dengan fokus pada proposisi nilai yang unik, pengembangan produk yang kreatif, dan diferensiasi melalui kualitas, pengalaman, serta branding, Signature Coffee mampu menarik dan mempertahankan segmen pelanggannya. Model bisnis mereka dapat menjadi studi kasus yang relevan bagi pelaku bisnis kopi lain yang mencari inspirasi untuk sukses di pasar yang semakin ramai.

1. Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan pendampingan partisipatif yang melibatkan pelaku usaha kopi lokal secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Rangkaian kegiatan meliputi pemetaan permasalahan usaha, pelatihan konsep model bisnis, pendampingan inovasi produk *signature coffee*, serta implementasi strategi diferensiasi dan pemasaran produk.

Hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa mitra mampu mengimplementasikan konsep *signature coffee* sebagai bagian dari model bisnis usaha. Inovasi produk yang dihasilkan tidak hanya berfokus pada aspek rasa, tetapi juga pada penciptaan identitas produk yang merepresentasikan karakter lokal. Hal ini terlihat dari terbentuknya beberapa menu unggulan dengan cita rasa khas yang berbeda dari produk kopi sebelumnya.

Selain itu, mitra juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, khususnya dalam perencanaan produk, penentuan harga, serta strategi promosi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses pendampingan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku usaha.

2. Dampak Peningkatan Pengetahuan dan Kapasitas Mitra

Hasil evaluasi pra dan pascapendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap konsep model bisnis dan strategi diferensiasi produk. Sebelum kegiatan pengabdian, mitra cenderung menjalankan usaha secara intuitif tanpa perencanaan yang jelas. Setelah pendampingan, mitra mampu:

1. Mengidentifikasi nilai unik produk kopi yang dimiliki,
2. Menyusun model bisnis sederhana berbasis *signature coffee*,
3. Mengembangkan inovasi menu sesuai dengan preferensi konsumen lokal.

Peningkatan kapasitas ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha, karena pelaku usaha tidak hanya mengandalkan pengalaman, tetapi juga pemahaman konseptual dalam mengambil keputusan bisnis.

3. Dampak Ekonomi: Peningkatan Pendapatan Usaha

Penerapan inovasi produk dan strategi diferensiasi memberikan dampak positif terhadap kinerja ekonomi usaha mitra. Kehadiran menu *signature coffee* dengan identitas yang jelas mampu meningkatkan minat konsumen dan menciptakan nilai tambah produk. Dampak ekonomi yang teridentifikasi meliputi:

- Peningkatan volume penjualan menu unggulan,
- Kenaikan nilai transaksi rata-rata,
- Meningkatnya frekuensi kunjungan pelanggan.

Meskipun peningkatan pendapatan terjadi secara bertahap, kondisi ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berbasis inovasi produk merupakan pendekatan yang relevan untuk meningkatkan pendapatan usaha kopi lokal di tengah persaingan pasar yang ketat.

Pembahasan

Signature Coffe merupakan bagian dari kemajuan industry masa kini yang dikemas lebih modern sehingga pembahasan pada beberapa aspek :

1. Model Bisnis dalam Industri Kopi Model bisnis adalah kerangka kerja bagaimana sebuah organisasi menciptakan, mengirimkan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dalam industri kopi, model bisnis dapat sangat bervariasi, mulai dari model

waralaba besar, kedai kopi independen, roaster rumahan, hingga platform kopi daring. Elemen-elemen kunci sering meliputi proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya (Business Model Canvas).

2. Inovasi Produk dalam Konteks Kopi Inovasi produk dalam industri kopi dapat berarti menciptakan minuman kopi baru, mengembangkan varian biji kopi dengan profil rasa unik, memperkenalkan metode penyeduhan inovatif, atau bahkan kemasan yang menarik. Inovasi ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan menciptakan daya tarik baru bagi konsumen.

3. Strategi Diferensiasi di Pasar Kompetitif Diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang signifikan untuk membedakan tawaran perusahaan dari tawaran pesaing (Kotler & Keller, 2016). Dalam pasar kopi, diferensiasi dapat dicapai melalui kualitas produk (misalnya, biji kopi single origin, teknik brewing tertentu), pengalaman pelanggan (misalnya, suasana kafe, layanan personal), branding yang kuat, cerita di balik produk, atau bahkan keterlibatan komunitas. Strategi diferensiasi yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menghindari perang harga dan membangun loyalitas pelanggan.

Temuan dalam program pengabdian ini sejalan dengan konsep pengembangan usaha berbasis diferensiasi produk yang menekankan pada penciptaan nilai unik sebagai keunggulan kompetitif. Inovasi *signature coffee* tidak hanya berfungsi sebagai produk unggulan, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun identitas dan loyalitas konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan yang terintegrasi antara aspek konseptual dan praktik lapangan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja usaha kopi lokal. Dengan demikian, model bisnis *signature coffee* dapat direkomendasikan sebagai alternatif strategi pengembangan usaha bagi pelaku UMKM kopi di tingkat lokal.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Sahid Surakarta yang telah memfasilitasi pengabdian kami, Signature Coffee STP Surakarta yang telah memberikan tempat pengabdian kami dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat. Terimakasih Pada Ibu Emma selaku Kepala Signature STP Surakarta dan mahasiswa-mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian dan pelaporannya.

Daftar Referensi

1. Freeman, M. (2015). *The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos*. Focal Press.
2. Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson.

3. Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
4. Sari, N. (2019). "Fotografi Produk dalam Pemasaran Kuliner Lokal." Jurnal Desain Komunikasi Visual.
5. Wibowo, R. (2021). "Visual Branding Coffee Shop." Journal of Marketing Communication.