

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN UI/UX DESAIN WEBSITE KOPI SOLUSI**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh
Fanisa Suci Arifianita
2390442055

**PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN DESAIN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA**

2026

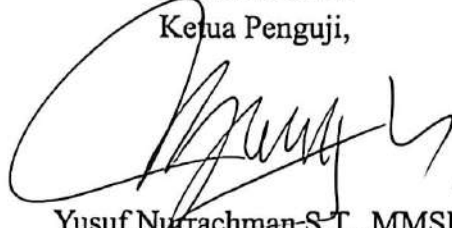
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan UI/UX Desain Website Kopi Solusi
Penulis : Fanisa Suci Arifianita
NIM : 2390442055
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

Tugas akhir ini telah dipertanggung jawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin, tanggal 06 Juli 2026

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Yusuf Nurachman S.T., MMSI

NIP. 197711132010121001

Anggota 1



Angga Priatna, S.DKV., M.Sn

NIP. 198201042023211099

Anggota 2



Rezki Gautama Tanrere, M.Ds

NIDN. 0328038901

Mengetahui,
Ketua Jurusan Desain



Yusuf Nurachman S.T., MMSI

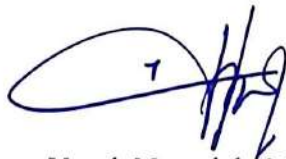
NIP. 197711132010121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan UI/UX Desain Website Kopi Solusi
Penulis : Fanisa Suci Arifianita
NIM : 2390442055
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di
Jakarta, 12 Juni 2026

Pembimbing I



Yayah Nurasiah, M.Pd
NIP. 199308012020122013

Pembimbing II



Rezki Gautama Tanrere, M.Ds
NIDN. 0328038901

Mengetahui,

Koord. Program Studi Desain Grafis



Angga Priatna, S.DKV., M.Sn
NIP. 198201042023211099

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fanisa Suci Arifianita
NIM : 2390442055
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2023

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul: “Perancangan UI/UX Desain Website Kopi Solusi” **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan inii dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Fanisa Suci Arifianita
NIM. 2390442055

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fanisa Suci Arifianita
NIM : 2390442055
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Perancangan UI/UX Desain Website Kopi Solusi” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Fanisa Suci Arifianita
NIM. 2390442055

ABSTRAK

Kopi Solusi is a small business operating within the framework of social enterprise, supported by the Human Initiative, which assists coffee farmers in Sajang Village, East Lombok who have been affected by earthquakes. While Kopi Solusi embodies strong social principles, it encounters difficulties in modernizing its marketing efforts. The existing platforms do not effectively combine premium product details with stories of empowerment. This project aims to create a user-friendly website for Kopi Solusi that enhances brand recognition and transaction efficiency for both individual consumers and business partners. The design draws from graphic design standards and fundamental digital marketing concepts. Methods for gathering information include in-depth interviews, on-site observations at locations in Depok, and a SWOT analysis to identify digital strategies. The design approach followed UI/UX stages, which started with user flow preparation, followed by wireframe creation, and culminated in the development of a high-fidelity website. Key aspects of the design centered on user-friendly navigation, the visual display of impact reports, and providing technical details about coffee. Discussions indicated that a well-structured website profile can boost consumer trust and increase market penetration. This design aims to serve as a digital solution for the Human Initiative, facilitating the advancement of the Kopi Solusi ecosystem and enhancing customer loyalty through clear communication of social impact information.

Keywords: *UI/UX, Website, Kopi Solusi, Social Enterprise, Digital Marketing.*

Kopi Solusi merupakan sebuah usaha mikro yang berfokus pada kegiatan sosial di bawah bimbingan Human Initiative, dengan tujuan memberdayakan petani kopi yang terkena dampak gempa di Desa Sajang, Lombok Timur. Meskipun Kopi Solusi memiliki nilai-nilai sosial yang kuat, mereka menghadapi kesulitan dalam digitalisasi strategi pemasarannya, karena platform yang ada saat ini belum dapat secara efektif menghubungkan profil produk premium dengan narasi pemberdayaan yang menyeluruh. Proyek ini bertujuan untuk menciptakan antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna (UI/UX) website Kopi Solusi yang dapat meningkatkan kesadaran merek serta efisiensi transaksi, baik bagi konsumen individu maupun mitra bisnis (B2B). Proses desain ini mengacu pada prinsip-prinsip desain grafis dan teori-teori dasar pemasaran digital. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara mendalam, observasi di lapangan di toko-toko yang terletak di Depok, dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi digital. Tahapan desain dilakukan melalui proses UI/UX mulai dari mempersiapkan alur pengguna, menciptakan wireframe, hingga mengembangkan website dengan tingkat fidelitas yang tinggi. Penekanan utama desain terletak pada kemudahan navigasi, penyajian visual laporan dampak, dan tersedianya informasi teknis mengenai kopi. Diskusi yang dilakukan menunjukkan bahwa website dengan struktur yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Desain ini diharapkan dapat menjadi solusi digital bagi Human Initiative dalam mengembangkan ekosistem Kopi Solusi dan memperkuat kesetiaan pelanggan melalui transparansi informasi terkait dampak sosial.

Kata Kunci: *UI/UX, Situs Website, Kopi Solusi, Social Enterprise, Pemasaran Digital.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai editor telah menyunting karya produk buku informasi anak tentang Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Perancangan UI/UX Desain Website Kopi Solusi”

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dwi Riyono ST.M.Ak.Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha S.Si. M.Acc.Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Yusuf Nurrachman, S.T., MMSI., Ketua Jurusan Desain.
4. Dr. Yudha Pradana, M.Pd., Sekretaris Jurusan Desain.
5. Angga Priatna, S.DKV., M.Sn., Koordinator Program Studi Desain Grafis.
6. Muhammad Syukri Faiz, M.Ds., Sekretaris Program Studi Desain Grafis.
7. Yayah Nurasih, M.Pd., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam penulisan laporan tugas akhir ini.
8. Rezki Gautama Tanrere, M.Ds., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam pembuatan karya tugas akhir ini.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Dini Asti Wirianti dari Human Initiative, selaku Manager Impact Growth yang telah berkenan menjadi narasumber dalam tugas akhir ini.
11. Muhamad Giri Pribadi dari Human Initiative, telah berkenan menjadi narasumber dalam tugas akhir ini.

12. Luthfi Fadhlurrahman dari Human Initiative, Selaku Barista Kopi Solusi yang telah berkenan meluangkan waktu untuk berbagi ilmu, serta memfasilitasi kebutuhan display dalam tugas akhir ini.
13. Para karyawan Human Initiative yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
14. Keluarga dan orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis hingga saat ini.
15. Teman-teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 12 Juni 2026



Fanisa Suci Arifianita

NIM. 2390442055

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Desain Grafis.....	7
B. Unsur - Unsur Desain Grafis	8
C. Prinsip - Prinsip Desain Grafis	12
D. User Interface (UI)	14
E. User Experience (UX)	15
F. Website	15
G. User Flow dan Wireframe	15
H. Pemasaran Digital	16
I. Pemberdayaan Masyarakat	17
J. Peran Human Initiative	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	20
A. Data/Objek Penulisan.....	20
B. Teknik Pengumpulan Data.....	26
C. Ruang Lingkup	29
D. Langkah Kerja	33

BAB IV PEMBAHASAN.....	35
A. Perancangan Karya.....	35
B. Perancangan Karya Utama	35
C. Pembuatan Karya Utama (Website)	41
D. Pembuatan Karya pendukung.....	50
BAB V PENUTUP	61
A. Simpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Unsur Desain Grafis	8
Gambar 2 Prinsip Desain Grafis	12
Gambar 3 Pemasaran Kopi Solusi	17
Gambar 4 HI Mate Kopi Solusi	17
Gambar 5 Petani Kopi Sajang	18
Gambar 6 Bapak Irmawati (Ketua Petani Desa Sajang)	18
Gambar 7 Festival Kopi Nusantara	19
Gambar 8 Logo Kopi Solusi	20
Gambar 9 FKM Universitas Indonesia	21
Gambar 10 Kopi Solusi Headquarter	21
Gambar 11 Observasi	27
Gambar 12 Wawancara	28
Gambar 13 Mind Mapping	30
Gambar 14 Moodboard	31
Gambar 15 Sitemap Kopi Solusi	36
Gambar 16 Wireframe Kopi Solusi	37
Gambar 17 Jenis Font	38
Gambar 18 Warna Hitam-Putih	39
Gambar 19 Warna Terracotta	39
Gambar 20 Fotografi & Icon	40
Gambar 21 Navigasi Header	41
Gambar 22 Halaman Beranda	42
Gambar 23 Halaman Tentang Kami	42
Gambar 24 Halaman Menu	43
Gambar 25 Halaman Dampak	44
Gambar 26 Halaman Lokasi	45
Gambar 27 Halaman Kolaborasi	46
Gambar 28 Halaman Berita	47
Gambar 29 Halaman Karier	47
Gambar 30 Halaman Kontak	48
Gambar 31 Navigasi Footer	49
Gambar 32 Mockup Tumbler	50
Gambar 33 Mockup Coaster	51
Gambar 34 Mockup Keychain	52
Gambar 35 Mockup Keychain	52
Gambar 36 Mockup Pouch	53
Gambar 37 Mockup Cup Plastic	54
Gambar 38 Mockup Jar Coffee	55

Gambar 39 Mockup Cold Brew Bottle	55
Gambar 40 Mockup Apron Barista	56
Gambar 41 Mockup X-Banner	57
Gambar 42 Mockup Poster	58
Gambar 43 Mockup Leaflet	59
Gambar 44 Mockup Cube Display	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	66
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Penulisan Tugas Akhir.....	67
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Karya Tugas Akhir.....	68
Lampiran 4 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	69
Lampiran 5 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data	70
Lampiran 6 Surat Balasan Permohonan Izin Pengambilan Data	71
Lampiran 7 Transkrip Wawancara	72
Lampiran 8 Bukti Pengerjaan Secara Utuh.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki kemampuan besar dalam sektor pertanian dan perkebunan, terutama dalam produksi kopi, yang menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat di daerah pedesaan. Kopi memiliki fungsi penting tidak hanya sebagai barang ekspor tetapi juga sebagai pendorong perkembangan ekonomi lokal melalui aktivitas pertanian serta pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di desa. Sayangnya, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh petani, terutama dalam aspek pemasaran. Berdasarkan penelitian (Chandra et al., 2023), pendapatan petani kopi di Desa Sajang masih tergolong rendah akibat minimnya strategi pemasaran dan pemanfaatan media modern yang kurang efektif. Kondisi ini berdampak pada harga jual kopi yang tidak mencerminkan kualitas sebenarnya yang dihasilkan oleh para petani.

Desa Sajang yang terletak di Kabupaten Lombok Timur memiliki bentang alam pegunungan dan tanah yang subur sehingga menjadi salah satu kawasan penghasil kopi berkualitas di wilayahnya. Melalui program pemberdayaan petani yang diinisiasi oleh Human Initiative, Kopi Solusi membina dan mendampingi petani Desa Sajang dalam menghasilkan kopi berkualitas yang kemudian dipasarkan dengan identitas merek Kopi Solusi sebagai bentuk kolaborasi pemberdayaan ekonomi masyarakat (Pribadi, 2025). Meskipun memiliki potensi yang besar untuk membuka pasar kopi, upaya promosi dan

pemanfaatan media pemasaran digital yang belum optimal berpotensi menghambat pemasaran Kopi Solusi sebagai produk hasil pemberdayaan petani Desa Sajang sehingga jangkauan pasar dan kesadaran masyarakat terhadap produk tersebut masih terbatas.

Kemajuan dalam teknologi informasi telah mendorong perubahan digital di bidang pertanian serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang meningkatkan efisiensi bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Membangun platform daring yang fokus pada antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna (UI/UX) adalah langkah vital untuk memperkuat pemasaran kopi dari Desa Sajang dan meningkatkan daya saing produk dengan memanfaatkan teknologi digital (Palgunadi, 2025).

Sebagai suatu sarana pemasaran digital, sebuah website memerlukan desain antarmuka dan pengalaman pengguna yang terencana dengan baik untuk meningkatkan kepercayaan perusahaan. Website yang dibuat dengan pendekatan yang benar dalam hal UI/UX dapat menyampaikan informasi tentang produk, keunggulan perusahaan, serta memberikan dukungan kepada petani secara efisien, interaktif, dan mudah dimengerti, sehingga memperbaiki pengalaman pengguna (Binastya Anggara Sekti et al., 2024).

Selain itu, peningkatan nilai tambah produk juga menjadi unsur yang sangat penting. (Novida, 2025) menyebutkan bahwa inovasi pada biji kopi Sajang mampu meningkatkan daya saing dan nilai ekonomis produk. Namun, inovasi pada produk fisik perlu didukung oleh strategi pemasaran digital yang kuat agar keunggulan produk dapat diterima dengan baik oleh para

konsumen. Selain pemasaran digital, peningkatan nilai tambah produk juga menjadi faktor kunci. (Novida, 2025) menyatakan bahwa inovasi pada biji kopi Sajang mampu meningkatkan daya saing dan nilai ekonomis produk. Namun, inovasi produk fisik harus diimbangi strategi pemasaran digital yang efektif agar keunggulan produk tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

Sebagai lembaga kemanusiaan, Human Initiative mendukung para petani kopi di Desa Sajang melalui program pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran mereka. Upaya ini memerlukan dukungan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan.

Dengan memperhatikan kondisi yang telah diuraikan, solusi pemasaran digital yang fokus pada pengguna sangat diperlukan. Rancangan situs web menjadi langkah strategis awal untuk mengembangkan platform digital "Kopi Solusi". Dengan adanya situs web, pengalaman pengguna dapat dinilai dari awal, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan (Khusna et al., 2025).

Dengan demikian, pembuatan halaman web untuk meningkatkan pemasaran "Kopi Solusi" adalah langkah nyata dalam mendukung pemberdayaan petani kopi di Desa Sajang, yang difasilitasi oleh Inisiatif Kemanusiaan. Strategi ini memberikan keuntungan nyata berupa peningkatan efisiensi pemasaran dan memberikan kontribusi pada penelitian antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna (UI/UX) sebagai sebuah pendekatan pemasaran berbasis komunitas.

Berdasarkan hal tersebut, penulis memutuskan untuk merancang halaman web sebagai solusi guna memaksimalkan pemasaran digital "Kopi Solusi" dan memperkuat merek kopi yang didukung oleh Inisiatif Kemanusiaan agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kopi Solusi belum memiliki website resmi yang dapat berfungsi sebagai media informasi dan promosi digital untuk menyajikan informasi produk serta nilai pemberdayaan secara menarik, sehingga jangkauan pemasaran dan akses informasi kepada masyarakat belum optimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas penulis membatasi permasalahan pada masalah Kopi Solusi yang disajikan di dalam website ini difokuskan pada varian Kopi Sajang sebagai komoditas utama yang telah siap secara kualitas hasil panen dan minat pasar. Sementara itu, untuk varian lain binaan Kopi Solusi (Kopi Tujak, Kopi Lembang, Kopi Rawagede, dan Kopi Aceh Gayo yang saat ini masih dalam tahap pemulihan serta proses pemberdayaan pasca-bencana) tidak dimasukkan ke dalam detail perancangan konten website ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dipaparkan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) website Kopi Solusi sebagai media informasi dan promosi digital yang menarik serta minimalist?
2. Bagaimana menyusun struktur konten dan informasi pada website Kopi Solusi agar dapat mengedukasi konsumen mengenai keunggulan komoditas utama Kopi Sajang secara efektif?

E. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah tugas akhir diatas sebagai berikut:

1. Merancang website Kopi Solusi sebagai media pemasaran produk kopi petani Desa Sajang binaan Human Initiative.
2. Menghasilkan rancangan UI/UX situs website yang mampu menyajikan informasi produk dan nilai pemberdayaan petani yang telah dibina oleh human initiative.

F. Manfaat Penulisan

Hasil perancangan ini diharapkan memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak, baik secara teoretis maupun praktis. Manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

Meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan konsep UI/UX pada perancangan situs website pemasaran produk berbasis pemberdayaan masyarakat.

2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif

Menjadi referensi akademik dalam pengembangan kajian desain UI/UX dan media digital kreatif bagi mahasiswa.

3. Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan acuan visual bagi petani Desa Sajang dan Human Initiative dalam mengembangkan situs website sebagai instrumen pemasaran guna meningkatkan daya saing produk lokal.