# BAB I

**PENDAHULUAN**

## Latar Belakang

Globalisasi pada abad 21 telah mengalami perkembangan dalam banyak bidang, hal ini dibuktikan dengan adanya globalisasi teknologi,globalisasi ekonomi,globalisasi politik,dan lain-lain. Akibat dari pengaruh globalisasi yakni mempermudah masuknya budaya barat ke Indonesia. Salah satunya adalah budaya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dimaksud adalah perilaku konsumsi kopi yang berhubungan dengan budaya masyarakat konsumsi. Budaya konsumsi kopi ini biasanya terjadi di warung-warung kopi. Namun hal tersebut telah mengalami perubahan, masyarakat mulai menyebut warung kopi dengan istilah kedai kopi. Meminum kopi bukan sekedar untuk selera semata, namun bagi segelintir masyarakat urban minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Sekarang banyak sekali kedai kopi yang dapat ditemukan dimana-mana seperti Starbucks, Excelso, Bengawan Solo,dan lain-lain. Harga yang ditawarkan pun beragam mulai dari terjangkau hingga mahal pun dapat kita temui.

Budaya minum kopi telah mengalami pergeseran yang semula meminum kopi bertujuan untuk menghilangkan rasa kantuk dan meningkatkan fokus serta respon, Namun sekarang ini kebanyakan masyarakat pergi ke kedai kopi dengan tujuan sebagai tempat yang nyaman untuk berkumpul dengan teman dan sebagai tempat proses pergaulan sosial.

Salah satunya adalah produk UMKM Kopi Sayang. Kopi Sayang adalah salah satu brand minuman kopi yang berbasis Kemitraan dan tersebar di Indonesia. Saat ini total cabang yang sudah dimiliki oleh Kopi Sayang adalah 250 cabang. Dikarenakan produk Kopi Sayang ini adalah produk UMKM sehingga kebanyakan gerai Kopi Sayang berbentuk lapak stand di pinggir jalan. Hal ini menyebabkan terganggunya lalu lintas kendaraan bermotor dikarenakan sebagian ruas jalan digunakan untuk tempat parkir motor konsumen Kopi Sayang.

Kopi Sayang memiliki harganya yang terjangkau yakni Rp 5.000 untuk semua varian minuman, selain itu menu minuman yang ditawarkan juga beragam seperti varian rasa coklat, *red velvet*, *matcha*, dll. Sehingga Kopi Sayang cukup disenangi oleh masyarakat khususnya para pelajar bahkan tak jarang menyebabkan antrian yang cukup panjang sehingga mengganggu lalu lintas kendaraan bermotor.

Oleh karena itu diperlukan solusi yang dapat meningkatkan efektivitas pelayanan pada brand Kopi Sayang. Salah satunya dengan menambahkan fitur aplikasi Kopi Sayang. Aplikasi ini memungkinkan konsumen untuk membeli pesanan secara online pick-up. Hal ini dapat meminimalisir terjadinya antrian yang cukup panjang.

Dalam pembuatan aplikasi tentunya diperlukan dua aspek untuk menunjang aktifitas pada suatu aplikasi, yakni UI dan UX. UI biasa disebut dengan *User Interface*, sedangkan UX adalah kepanjangan dari *User Experience*. *User Interface* dalam UI /UX adalah sebuah metode atau sarana yang dapat beinteraksi dengan pengguna (*user*) untuk menggunakan suatu produk atau sistem pelayanan digital. UI adalah tampilan visual suatu *website* atau aplikasi. Sedangkan UX merupakan suatu proses dengan tujuan mewujudkan produk yang dapat memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna (*user*).

Oleh karena itu pada Tugas Akhir ini penulis tertarik untuk merancang desain UI/UX produk UMKM Kopi Sayang dengan menggunakan *software* Figma. Dengan penelitian ini, diharapkan aplikasi Kopi Sayang dapat memperluas pasar serta meningkatkankan efektifitas penjualan produk Kopi Sayang.

## Rumusan Masalah

Masalah yang di dapat melalui penjabaran diatas maka dapat kita simpulkan sebagai berikut :

Bagaimana cara merancang desain user interface produk Kopi Sayang yang menarik dan berkarakter ?

## Tujuan Perancangan

Membuat desain *interface* produk Kopi Sayang menarik dan berkarakter.

## D. Manfaat

1.Manfaat Teoritis

Perancangan adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang UI dan UX agar Hasil yang diteliti ini diharapkan dapat menjadi refrensi mahasiswa dan masyarakat yang ingin mempelajari sebuah perancangan desain *User Interface dan User experience* untuk produk Kopi Sayang. Perancangan UI/UX ini bisa menjadi refrensi bagi pelaku usaha UMKM untuk melakukan perancangan desain UI/UX produk UMKM,

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan bisa di aplikasikan untuk produk UMKM terkait. Selain itu, diharapkan bisa memberikan masukan bagi produk Kopi Sayang sebagai upaya pengenalan kepada UMKM akan pentingnya mempertahankan citra positif dimata konsumen.