

ABSTRAK

Handai Coffee merupakan *startup* minuman kopi kekinian yang hadir sebagai alternatif rendah indeks glikemik bagi konsumen muda, khususnya mahasiswa. Tugas Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan proses pengembangan bisnis Handai Coffee dari perspektif strategis CEO, mencakup latar belakang pendirian, perumusan model bisnis, hingga perancangan solusi digital melalui desain antarmuka pengguna (UI) aplikasi *mobile*. Strategi bisnis yang diterapkan mengombinasikan model Business to Customer (B2C), Business to Business (B2B), serta skema kemitraan berbasis *reseller*. Dalam rangka meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan, Handai Coffee mengembangkan desain UI aplikasi *mobile* yang dirancang menggunakan pendekatan *design thinking*, dimulai dari identifikasi kebutuhan pengguna hingga pengujian prototipe. Penulisan Tugas Akhir ini mengikuti tahapan identifikasi masalah, analisis pasar, perancangan solusi, dan validasi awal terhadap target pengguna. Handai Coffee juga aktif dalam berbagai program inkubasi yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, Kedaireka, dan Bandung Techno Park. Hasil akhir menunjukkan bahwa kombinasi strategi bisnis berbasis komunitas dan pengembangan UI aplikasi *mobile* yang responsif terhadap kebutuhan pengguna memberikan kontribusi signifikan dalam membangun fondasi *startup* yang relevan, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: kopi, *startup*, antarmuka pengguna, minuman kekinian, indeks glikemik.