

2022

# RESEPEDIA



Kelompok A5

PM 1 X UI/UX 1

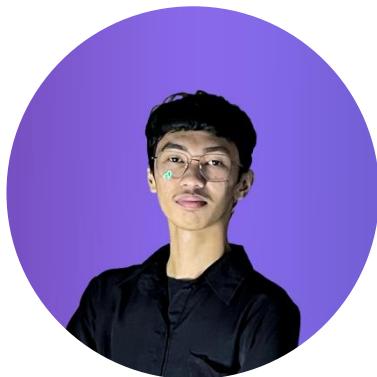
05/12/2022

## PERKENALAN ANGGOTA TIM

### Tim Produk Manajer (PM)



Putri Balqis Assyifa



Muh. Akmal Jaya



Irma Naomi Tampubolon

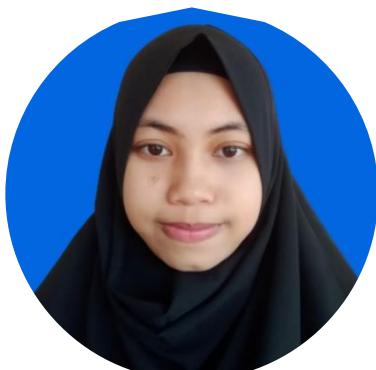
### Tim UI/UX Designer



Muh Fachri Ali Haidar



Nurul Dwi Pajriah



Silviya

### Slogan Tim:

“Apapun yang terjadi, tersenyumlah seperti logo kumon”

## DAFTAR ISI

<b>PERKENALAN ANGGOTA TIM .....</b>	2
<b>DAFTAR ISI.....</b>	3
<b>ELEMEN SPRINT.....</b>	6
<b>Timeline atau Roadmap .....</b>	6
<b>Sprint Backlog.....</b>	7
<b>Tools Management.....</b>	7
<b>Sprint Report Statistic .....</b>	8
<b>EMPATHIZE .....</b>	9
<b>Background Concept .....</b>	9
<b>Vision, Mision, and Goals.....</b>	11
<b>SWOT &amp; Benchmarking Competitor .....</b>	11
<b>Benchmarking .....</b>	11
<b>Swot Analysis.....</b>	16
<b>Business Model Canvas .....</b>	17
<b>Lean Canvas .....</b>	18
<b>North Star &amp; OKR.....</b>	18
<b>Product Metrics.....</b>	20
<b>DEFINE .....</b>	22
<b>Problem Statement.....</b>	22
<b>How Might We .....</b>	22
<b>Quantitative Research (Survey).....</b>	23
<b>Gather the Result Survey .....</b>	23
<b>Qualitative Research (Interviews) .....</b>	25
<b>Empathy Map.....</b>	28
<b>Affinity Mapping.....</b>	28
<b>User Persona.....</b>	29
<b>User Journey Map.....</b>	29
<b>Storyboard.....</b>	30
<b>IDEATE .....</b>	31
<b>Problem &amp; Solution .....</b>	31
<b>Product &amp; Features Scope.....</b>	32
<b>A. ITERASI 1 .....</b>	32

<b>B. ITERASI 2 .....</b>	35
Scoping for MVP.....	36
Prioritization .....	37
• EISENHOWER MATRIX ITERASI 1.....	37
• EISENHOWER MATRIX ITERASI 2.....	39
• RICE FRAMEWORK ITERASI 1 .....	41
• RICE FRAMEWORK ITERASI 2 .....	42
SWOT & Benchmarking Resepedia.....	43
Swot Resepedia.....	43
Benchmarking Aplikasi Sejenis .....	44
User Stories of Features.....	44
User Scenario Testing & Test Case .....	46
Product Requirement Document (PRD) .....	47
Business Requirement Document (BRD).....	47
<b>PROTOTYPING .....</b>	48
User flow / Flowchart.....	48
Mind Maps.....	48
Card Sorting.....	49
Sitemaps / Information Architecture (IA) .....	50
Wireframe & Lo-Fi.....	51
Visual Direction & Design System.....	51
Brand Attributes .....	49
Hi-Fi Screen.....	50
<b>TESTING .....</b>	51
Analyze Result Lo-Fi Testing.....	51
Scenario Block for Hi-Fi Testing .....	52
Analyze Result Hi-Fi Testing .....	53
Mobile.....	53
Website.....	54
Iterasi Hi-Fi .....	57
<b>BUSINESS PERSPECTIVE .....</b>	59
Revenue Management .....	59
COGS / HPP .....	59
Operational Cost .....	60
Cost of Revenue (COR) – Gross Profit .....	60

<b>Cost of Benefit (ROI &amp; BEP) .....</b>	61
<b>Pricing Strategy .....</b>	62
<b>Marketing Plan.....</b>	62
<b>Go To Market Strategy .....</b>	67

## ELEMEN SPRINT

### Timeline atau Roadmap

Waktu yang diperlukan untuk membuat rancangan aplikasi “RESEPEDIA” adalah 3 Sprint, dengan 1 sprint nya berjumlah 2 minggu. Berikut adalah timeline atau roadmap yang sudah kami buat:

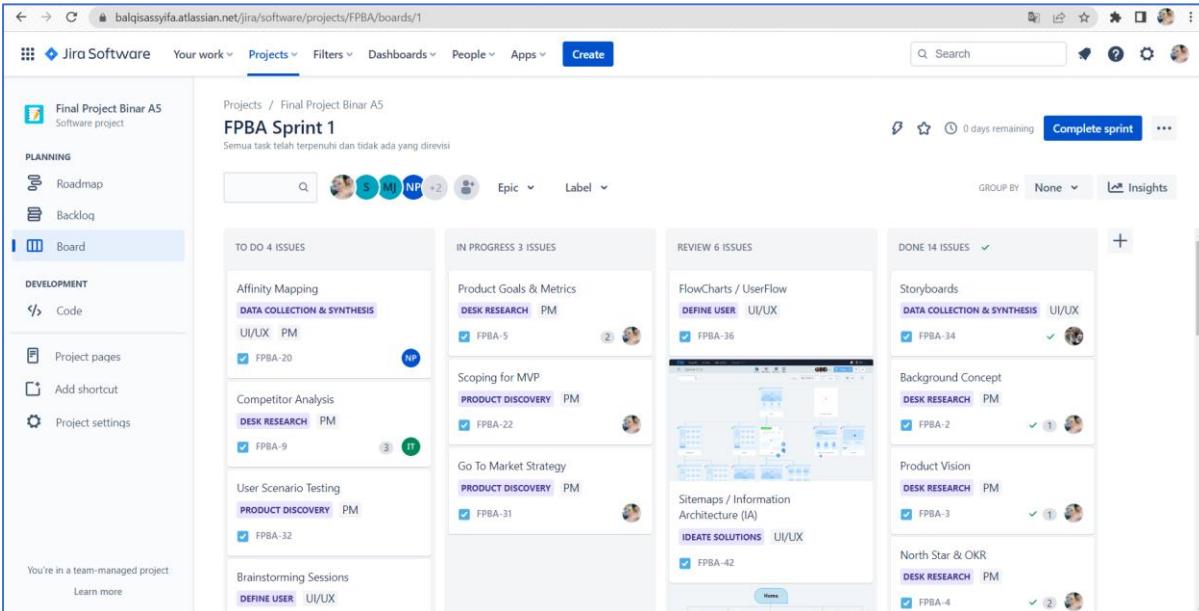
TASK	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6
Empathize & Define	Green	Green	Green	Green	White	White
Ideate & Wireframing	White	White	White	Blue	Blue	Blue
Prototyping & Lo-Fi testing	White	White	White	Green	Green	Green
Hi-Fi design prototype	White	White	White	White	Blue	Blue
Hi-fi screen & Design System	White	White	White	White	Green	Green
Testing & Evaluate	White	White	White	White	Blue	Blue
Final Deck	White	White	White	White	White	Green
PM Documentation	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue

Keterangan:

1. Satu tim terdiri dari 6 Anggota, (3 PM dan 3 UI/UX designer)
2. Terdapat 1 Lead PM dan 1 Lead UI/UX

## Sprint Backlog

Kami membuat pemecahan tugas atau *breakdown task* dan membaginya dengan beberapa task di dalam card, kemudian membuat board seperti pada gambar:



The screenshot shows a Jira Software board for the project 'Final Project Binar A5'. The board is titled 'FPBA Sprint 1' and indicates that all tasks are completed ('0 days remaining'). The board is divided into four columns: 'TO DO 4 ISSUES', 'IN PROGRESS 3 ISSUES', 'REVIEW 6 ISSUES', and 'DONE 14 ISSUES'. Each column contains several cards representing tasks, each with a title, description, status, and assignee. For example, in the 'TO DO' column, there are cards for 'Affinity Mapping' and 'Competitor Analysis'. In the 'IN PROGRESS' column, there are cards for 'Product Goals & Metrics' and 'Scoping for MVP'. In the 'REVIEW' column, there are cards for 'FlowCharts / UserFlow' and 'Sitemaps / Information Architecture (IA)'. In the 'DONE' column, there are cards for 'Storyboards' and 'Background Concept'.

Lihat selengkapnya di link berikut: <https://tinyurl.com/TaskTrackingA5>

## Tools Management

Dalam membuat perencanaan matang serta sistem scrum yang baik pada sprint, kami menggunakan beberapa tools manajemen yang gratis untuk diakses, antara lain



**Jira Software**

Task Tracking Management



**Confluence & Google Docs**

Documentation



**Figma & Miro**

Design & Brainstorming



**Google Sheets**

User Scenario Testing Doc



**Maze & Useberry**

Usability Testing



**Canva & Adobe Illustrator**

Illustrations Media

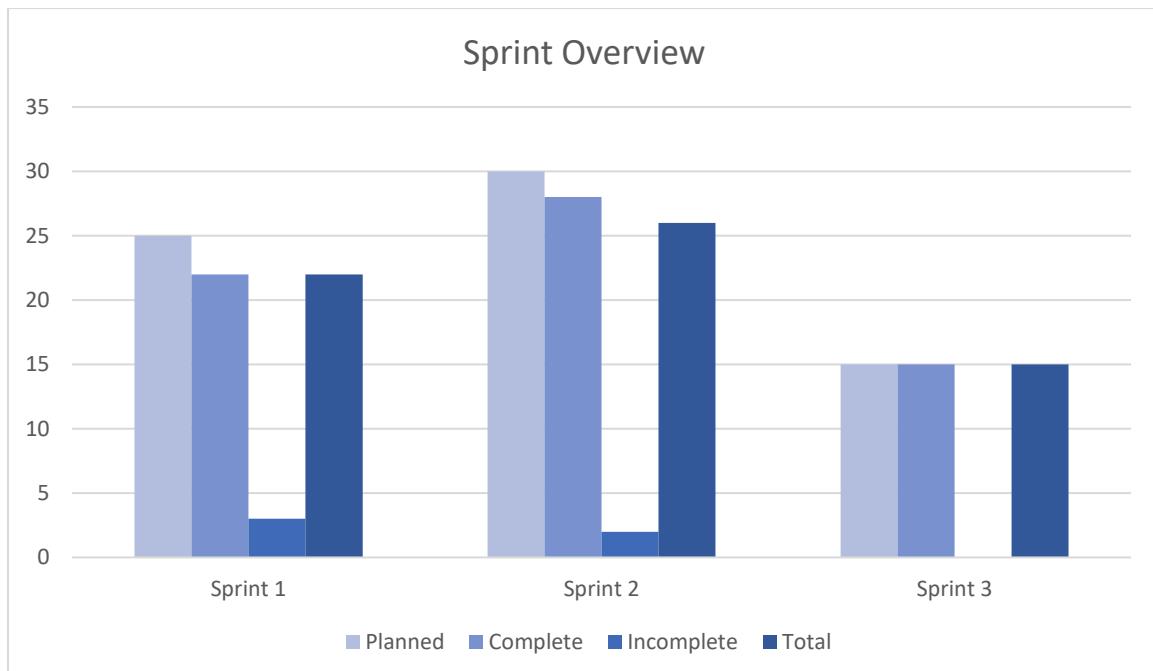


**SlidesGo**

Template Design Deck

## Sprint Report Statistic

Berikut ini merupakan diagram yang menunjukkan kinerja kami pada setiap sprint.



## EMPATHIZE

### Background Concept

Memasak merupakan salah satu kemampuan untuk bertahan hidup karena menyajikan makanan yang diolah menjadi energi untuk tubuh, karena alasan itulah memasak menjadi rutinitas yang tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari. Selain itu, kegiatan ini bisa menjadi hobi yang dapat dilakukan oleh semua gender karena berpeluang sebagai objek rekreasi yang dapat menghilangkan stres bagi sebagian orang.

Antusiasme yang tinggi terhadap dunia kuliner sejalan dengan kemajuan teknologi digital. Ketika banyak orang yang tertarik pada memasak dan makanan, pada saat yang sama sikap praktis juga ikut berkembang, contohnya adalah penggunaan resep. Resep sendiri diciptakan sebagai sarana penuntun proses penyiapan makanan agar hasilnya didapatkan cita rasa yang lezat dan tampilan yang menarik.

Namun, ada beberapa masalah yang sering dirasakan masyarakat di dunia kuliner, antara lain:

#### #Problem 1

Banyak sekali resep makanan yang tersebar di internet, sayangnya tidak semua resep dapat dicoba dan berhasil, kebanyakan hasilnya gagal dan tidak sesuai ekspektasi. Hal ini disebabkan karena kurangnya informasi yang dicantumkan di dalam resep sehingga berdampak pada ambiguitas, seperti takaran yang tidak pas, bahan yang diganti, alat memasak yang tidak sesuai, dan langkah memasak yang terlewat.

#### #Problem 2

Masakan yang gagal atau bersisa akan menjadi salah satu penyumbang meningkatnya jumlah sampah di Indonesia. Selain itu, para ibu rumah tangga yang biasa berbelanja bulanan dengan prinsip “beli bahan lebih dulu, memasaknya kemudian” juga berperan besar dalam permasalahan ini. Pasalnya, bahan makanan yang terlalu lama disimpan di dalam kulkas pun akan mengalami pembusukan, ujungnya harus dibuang dan menghasilkan gas metana pada dunia yang memicu perubahan iklim. Tak hanya itu, kegiatan ini juga menciptakan sikap konsumtif dan boros.

### #Problem 3

Berbicara tentang boros artinya menyangkut tentang kemampuan seseorang mengelola uang. Salah satu hal yang bisa dikaitkan adalah memilih resep yang sesuai kantong. Dari sanalah terbesit sebuah gagasan bagaimana caranya memasak yang tampilan dan cita rasanya ala restoran mahal, tetapi harga bahan dan pembuatannya setara kaki lima. Apalagi untuk ibu rumah tangga maupun remaja kost yang sedang irit biaya di akhir bulan, tetapi tetap ingin menikmati makanan yang lezat dan sehat.

### #Problem 4

Sebagai manusia yang dibekali kemampuan berpikir kreatif, pasti ada saja yang dapat kita lakukan untuk mengatasi permasalahan dalam hal memasak dan menyajikan makanan. Banyak sekali yang merasa bahwa hasil dari ide dan pikirannya perlu dibagikan ke orang lain agar mendapatkan feedback dan membantu orang di luar sana yang mengalami masalah sama, salah satu caranya seperti membuat video memasak di sosial media, menuliskan tips&trik memasak, membuat workshop/pelatihan memasak, serta hal-hal berguna lain di dalam dunia kuliner.

#### Sumber Pendukung:

1. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4665122/7-potret-gagal-orang-saat-memasak-bikin-ngenes-lihatnya>
2. <https://food.detik.com/foto-kuliner/d-4518513/gagal-masak-makanan-makanan-ini-bentuknya-malah-tak-sesuai-harapan>
3. <https://qr.ae/pv0wN7>
4. <https://www.suara.com/health/2019/10/05/050000/tinggi-gas-metana-sampah-makanan-berisiko-picu-perubahan-iklim>
5. <https://mediaindonesia.com/humaniora/282977/wow-1-orang-indonesia-hasikan-sampah-makanan-300-kg-per-tahun.>

## Vision, Mision, and Goals

Setelah mengetahui latar belakang tersebut, produk kami memiliki visi dan misi yang jelas serta kuat dalam menjalankan bisnis ini, antara lain:

### A. Vision

Membuat kegiatan memasak menjadi lebih menyenangkan

### B. Mission

- a. Menyediakan konten yang memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya
- b. Memahami kebutuhan dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan skor kepuasan aplikasi
- c. Memperluas jangkauan pengguna dengan bergabung bersama komunitas
- d. Memberikan inovasi produk dan konten secara berkelanjutan

### C. Goal

1. Menjadi aplikasi edukasi untuk masyarakat di bidang kuliner yang mudah dan terpercaya
2. Berpartisipasi dalam mengurangi persenan angka sampah dapur rumah tangga
3. Berhasil membangun komunitas memasak sendiri

## SWOT & Benchmarking Competitor

Dalam mendirikan suatu bisnis, tentunya kita perlu mengenal siapa dan bagaimana persaingan dari lawan kita di pasaran, agar tidak kalah lebih dulu sebelum berperang. Oleh karena itu, kami menganalisa perbedaan antar kompetitor dibidang yang sama dalam bentuk benchmarking seperti berikut:

### Benchmarking

Ultimate Goal	Upaya deliver kebijakan aplikasi resep masakan untuk menciptakan platform edutech food focused
Existing Platforms in the market (Target of benchmarking)	1. Yummy 2. Cookpad
Objek yang ingin direview	Aplikasi Mobile dan Website
Device 1 (untuk instal aplikasi mobile)	Xiaomi 8A Pro (Android 9)
Device lain (untuk review website)	Asus TUF Gaming FX 505DT (Windows 10)
Tanggal Riset	01 Desember 2022

Aspect			Notes
Found in	2017	1997	Cookpad berdiri lebih lama dari Yummy, berarti dari kestabilan, Cookpad jauh lebih <i>established</i>
Released on	08 Mei 2019	04 September 2010	Cookpad telah lama merilis aplikasinya lebih dulu dalam versi Bahasa Inggris, daripada Yummy App
Latest Version	2.28.5	2.276.1.0-android	Karena berdiri lebih lama, Cookpad jauh lebih banyak upgrade pada aplikasinya daripada Yummy
APK Rating (on Google Playstore)	4,6 dari 22K reviewers	4,7 dari 304K reviewers	Keduanya memiliki Satisfaction score yang baik, tetapi jelas Cookpad mengantongin reviewer lebih banyak daripada Yummy
Downloads	++ 1 Million	++ 10 Million	Jumlah unduhan Cookpad lebih banyak daripada Yummy
In-App Purchase	IDR 3,000.00 - IDR 16,000.00 per item	IDR 9,900.00 - IDR 259,000.00 per item	IAP pada Yummy menargetkan kalangan menengah ke bawah, sedangkan Cookpad untuk kalangan menengah ke atas
Platform	Web: cari resep dan artikel Mobile App: Semua fitur lengkap	Web: cari resep, cooksnap, tulis resep, login Mobile App: Semua fitur lengkap	Keduanya sama-sama bersifat multi-platform, meski fitur lengkap hanya disediakan di aplikasi mobile
Website	<a href="https://www.yummy.co.id/">https://www.yummy.co.id/</a>	<a href="https://cookpad.com/id">https://cookpad.com/id</a>	
Investors	Series B Total Funding Amount: \$19.8M Acquisition: 2 Total Investors: 15  <a href="http://www.crunchbase.com">www.crunchbase.com</a> dari Yummy Corp	Ventures Total Funding Amount: \$352.2M Acquisition: 8 Total Investors: 4  <a href="http://www.crunchbase.com">www.crunchbase.com</a> dari Cookpad Japan	Dapat dilihat bahwa Cookpad mendapatkan funding lebih besar daripada Yummy, meskipun investor Yummy lebih banyak. Cookpad juga lebih banyak mengakuisisi kitchen daripada Yummy

Onboarding Journey	Yummy memiliki ciri khas warna kuning terang dengan font friendly dan ikon UI yang khas. Informasi resep disampaikan pertahapan menggunakan gambar hanya dengan 5 langkah. Websitenya dipakai untuk branding aplikasi serta cari resep & artikel saja. Fitur lainnya seperti membuat akun dilakukan melalui aplikasi mobile.	Cookpad memiliki ciri khas warna oranye dengan topi koki sebagai ikon utamanya. Stylenya seperti font-based dan tidak banyak ikon. Informasi disampaikan melalui tulisan seperti blog/artikel. Websitenya dapat digunakan untuk berselancar seperti pada aplikasi, hanya dibatasi fitur filteringnya saja. Fitur lainnya tetap dapat digunakan.	Cookpad sangat cocok untuk para blogger yang suka berselancar mencari informasi lewat PC nya, sedangkan Yummy menargetkan user mobile karena fitur bagusnya ada di mobileApp. Keduanya sama-sama terintegrasi di dua platform, hanya saja Cookpad lebih baik dalam hal aksesibilitas user
Main Product	Resep Teruji, Resep komunitas	Resep Unggulan, Resep Komunitas	Keduanya sama-sama menjadikan resep berbayar dan resep gratis sebagai produk utama mereka
Additional Product	Artikel memasak, webinar belajar resep	Artikel memasak, Free Online Class, Cookpad Careers	Cookpad menyediakan free online class untuk paid usernya serta lowongan kerja di cookpad sebagai produk tambahan
Mandatory Feature	Mesin pencarian, registrasi dan login, sistem transaksi, fitur masak (konten resep), simpan dan bagikan resep, filtering (bahan, budget, durasi, dan porsi), fitur kategori menu, rating, recook, Upload resep, Follow Akun, Notifikasi, serta Guidance (masukan dan bantuan)	Mesin pencarian, registrasi dan login, sistem transaksi, fitur masak (konten resep), simpan, bagikan, dan print resep, filtering (bahan, alat, negara), fitur kategori menu, rating, recook, Upload resep, upload tips&trik, Follow Akun, Cooksnap, Notifikasi, kirim saran, serta Blog	Fitur utama Cookpad lebih banyak, dapat menulis tips&trik juga tidak hanya resep. Sayangnya, untuk filtering resep Yummy lebih unggul
Additional Feature	Event & Promosi, Referral code + Redeem point	Cookbook, Referral code, Voucher, Event	Tambahan fitur Cookpad lebih bervariasi daripada Yummy. Tetapi, yummy memiliki USP di bagian redeem point
Revenue Stream (Fee)	Platform fee (jual resep per menu), Affiliate fee	Subscription fee (biaya paket premium), Affiliate fee	Yummy fokus pada in app purchasenya di resep teruji, sedangkan Cookpad menjual

			paket langganan untuk mengakses fitur premiumnya. Tetapi, Keduanya sama-sama mendapat keuntungan dari unduhan aplikasi dan afiliasi (iklan)
Publish Receipt	Resep harus terlebih dahulu disetujui oleh chef yummy	Resep dapat langsung dipublikasikan	Cookpad tidak mendapat komisi dari konten yang diupload, sedangkan Yummy dapat point tiap resepnya lulus editor
Charge	Free Admin Charge	Free Admin Charge	Keduanya bebas biaya admin ketika ingin melakukan pembayaran
Potential Partner	<b>Akuisisi:</b> MyBrand, Berry Kitchen  <b>Payment Gateway:</b> XL/Axis, Alfamart, Indomaret, ShopeePay, Dana, Gopay, GooglePlay  <b>Bank:</b> Kartu Kredit & Debit, BSI, Mandiri, DOKU	<b>Akuisisi:</b> Umeebe, cucumbertown, Baby Calendar, Shahiya, Selecture, Dapur masak, Althecooks, Coach United  <b>Payment Gateway:</b> Gopay, ShopeePay  <b>Bank:</b> Kartu Kredit & Debit	Diketahui partner potensial yang diakuisisi Cookpad lebih banyak daripada Yummy. Tetapi, untuk partner pembayaran, Yummy lebih beragam metodenya. Tetapi meskipun sedikit, Cookpad sudah cukup mumpuni dalam hal mensinergikan kinerja dengan mitra-mitranya
Guidance	Teks prosedur step by stepnya di aplikasi dan website, Video	Teks prosedur step by stepnya di aplikasi dan website, Video, Artikel, dan Blog	Panduan Cookpad lebih lengkap dari Yummy
Future Planning	Bekerjasama dengan potensial partner seperti mengakuisisi kitchen untuk produk yummy lainnya yang masih berhubungan dengan food kitchen dan payment gateway agar lebih banyak lagi opsi pembayaran yang dapat dipilih user  Mengadakan event/lomba memasak yang menggunakan review dari usernya agar brand awareness lebih luas tersebar	Mencari lebih banyak lagi potensial partner dari bidang kuliner dengan cookpad careers dan mengakuisisi lebih banyak food kitchen company  Mengadakan event/lomba memasak yang menggunakan review dari usernya agar brand awareness lebih luas tersebar	Untuk Yummy, Future Planningnya lebih kepada mencari mitra yang dapat membantu kemudahan operasi pembayaran, meningkatkan promosi, dan kelengkapan integrasi di website untuk mengundang user pengguna PC agar bergabung  Sedangkan Cookpad future planningnya fokus ke kemudahan operasi

	<p>usernya agar brand awareness lebih luas tersebar</p> <p>Menyediakan lebih banyak promo harga resep agar banyak resep teruji yang diakses user</p> <p>Membuat registrasi dapat dilakukan di website, karena di situsnya Yummy tidak ada tombol Daftar / Register</p>	<p>Menambah payment gateway agar lebih banyak lagi opsi pembayaran yang dapat dipilih user</p> <p>Enhancement fitur filtering agar lebih lengkap</p>	<p>pembayaran, event, enhancement fitur terbaru agar user premium puas dengan fitur unggulan yang diberikan, sehingga retention rate ikut meningkat</p>
--	--	--	---

### User Experience

Content	Landing Page lebih ke branding dan Informasi ditampilkan secara bertahap	Banyak informasi dan menu dalam 1 halaman	Yummy cocok untuk user yang tidak ingin terlalu lama mengeksplor, sedangkan Cookpad cocok untuk user yang baru mulai mengeksplor, dibuktikan dengan banyak filter yang dapat digunakan di 1 page
Interface	Fresh, clean dan simple, icon & photo-based, call to action, dan font cenderung besar	Fresh, clean, atraktif dengan banyak button filter, memakai call to action, font cenderung kecil	Interface keduanya bagus, tetapi Cookpad cocok untuk user pengguna komputer, sedangkan Yummy untuk pengguna mobile
Navigation Mapping	Menggunakan navigasi breadcrumbs	User tidak tahu halaman aktif yang diakses	Yummy lebih baik dalam hal ini
Usability	Good	Overall Good	Yummy perlu download aplikasi jika ingin mengeksplor lebih jauh. Sedangkan Cookpad hanya perlu aktivasi akun. Cookpad lebih baik dalam hal ini
Learnability	Ramah dan mudah dipelajari pengguna baru	Menarik dan informatif	Yummy mudah dipelajari kontennya karena menggunakan gambar tiap stepnya dan spesifik, sedangkan cookpad informatif dari segi teksnya yang lengkap dan hanya

			butuh scrolling untuk akses
Visibility	Overall Good	Good	Yummy lebih baik dalam hal ini, karena tombol yang ada diberikan interaksi warna yang berbeda jika di hover kursor
Design System	Warna kuning muda, menggunakan carousel, bar navigation, card, tipografi yang kurang baik karena terdapat ukuran font yang tidak seragam	Warna oranye terang, menggunakan tampilan yang butuh list scrolling, white space banyak, tipografi cukup baik	Keduanya memiliki design system yang baik dengan kelebihannya masing-masing
Time/Session	Cepat karena menggunakan gambar	Lama karena harus memahami banyak informasi pada halaman	Time/session Yummy lebih cepat karena memang fokusnya ke aplikasi mobile, sehingga di web hanya untuk sekilas saja, berbeda dengan cookpad yang dapat engage user lebih lama di webnya
Ease-of-use rating	Mudah digunakan	Mudah dimengerti dan digunakan	Keduanya sama-sama mudah digunakan user
NPS (net Promoter Score)	Cenderung direkomendasikan untuk mobile user	Cenderung direkomendasikan untuk user PC maupun mobile	NPS Cookpad lebih unggul
Satisfaction rating	Cukup baik, karena kelengkapan fitur yang dimiliki	Cukup baik, karena kemudahan akses yang diberikan	Keduanya punya tingkat kepuasan user yang spesifik
Completion Rates	User seringkali berhenti di tengah proses karena harus pindah ke aplikasi	User berhasil menyelesaikan sampai akhir	Cookpad lebih unggul dari Yummy dalam penyelesaian task user

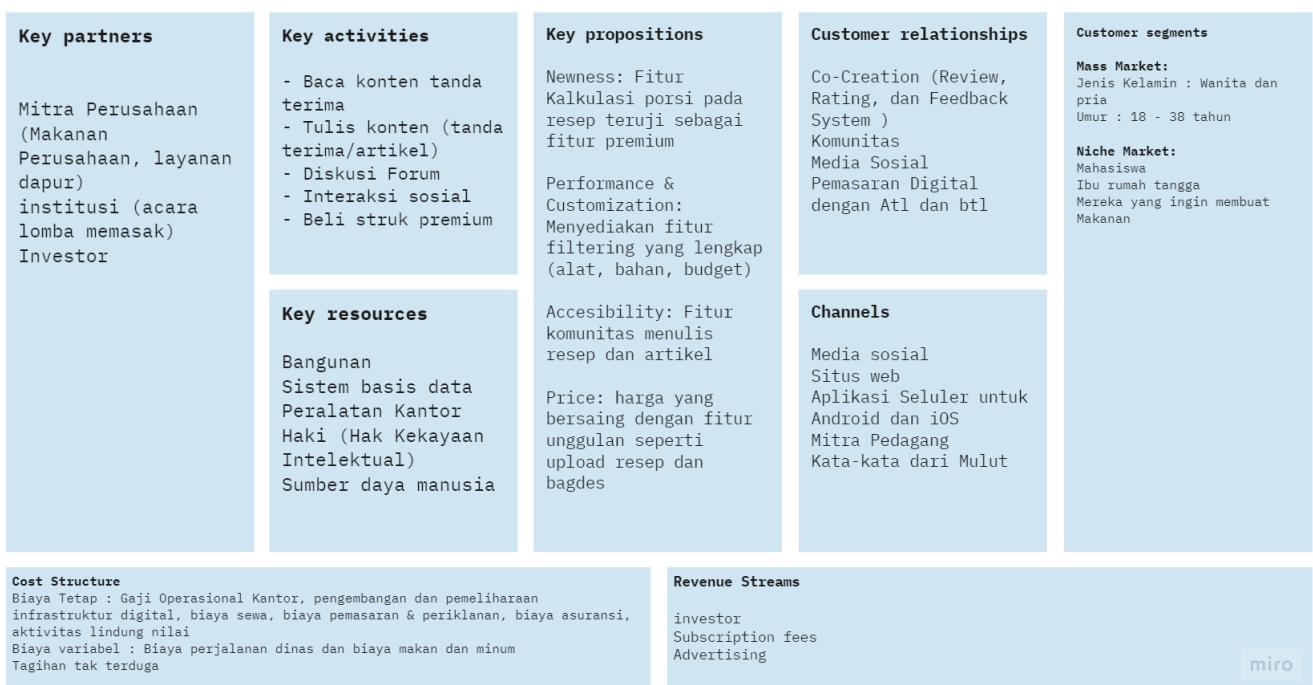
### Swot Analysis

SWOT	Yummy	Cookpad
Kekuatan (S)	In app purchase yang murah dan dapat dijangkau semua kalangan	Komunitas yang besar dan awareness telah tersebar di seluruh dunia

	Menjamin kredibilitas dan kemudahan konten resep	Multi-platform yang memiliki usability baik
Kelemahan (W)	Website tidak terlalu berguna, karena targetnya di mobile, kalah dengan saingannya yang multi-platform	Harga premiumnya untuk kalangan menengah ke atas  Jarang mengadakan promo harga
Peluang (O)	Menambah user dari event dan promosi  Memperluas akuisisi kitchen	Mengadakan event lebih sering agar komunitasnya semakin membesar  Menambah fitur unggulan untuk premium user
Ancaman (T)	Kalah saing dalam hal jumlah komunitas dengan Cookpad	Server down karena banyak pengaksesan dalam satu waktu

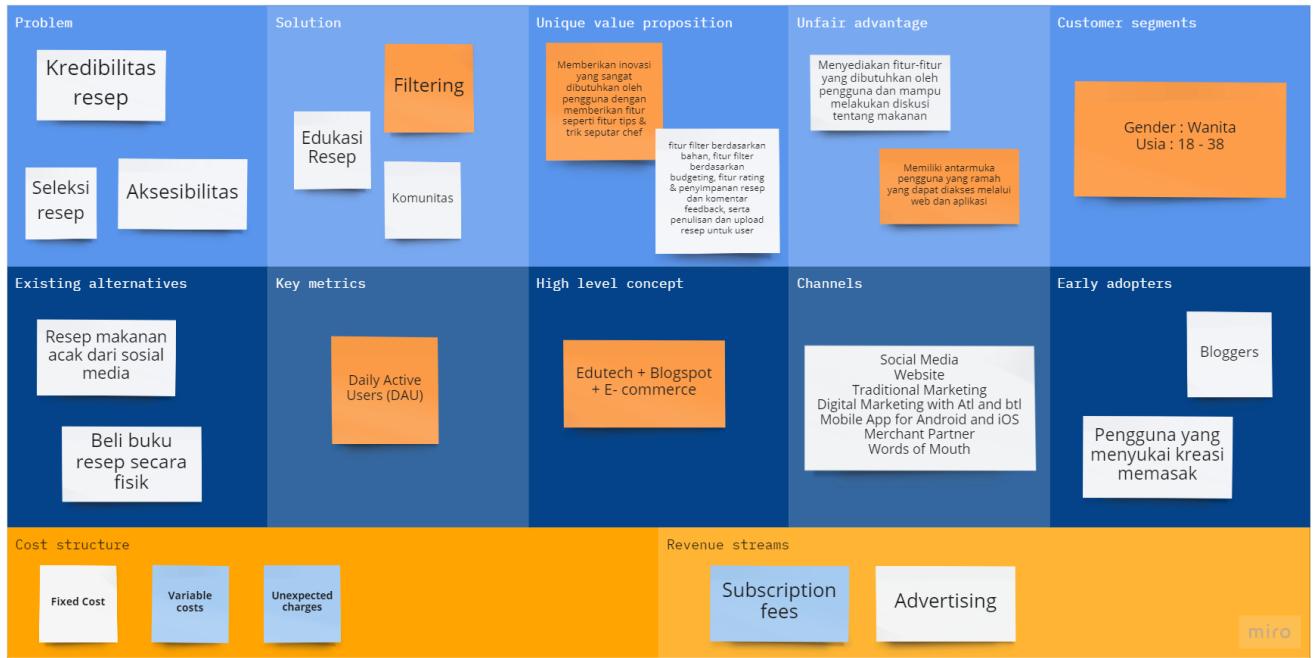
## Business Model Canvas

Setelah melihat kompetitor dan membandingkan antara keduanya, kami dapat membuat bisnis model kami sendiri yang dirangkum dalam canvas seperti berikut:



## Lean Canvas

Kami juga membuat lean canvas dari helicopter view untuk lebih jelas melihat visi aplikasi, yaitu sebagai berikut:



## North Star & OKR

Setelah menentukan model bisnis, kami membuat Objective Key Result atau (OKR) yang selinier dengan North star metrics yang kami tetapkan, kami buat dalam bentuk struktur alur seperti berikut:

- North Star metrics yang kami gunakan mengacu pada kategori Engagement Growth, yaitu keaktifan user dalam menggunakan produk kami. Contohnya adalah Daily Active User (DAU).
- OKR yang diturunkan dari NSM dibagi sesuai bidang pada C-Level, seperti CEO, CMO, CFO, CPO beserta turunannya

Lebih lengkapnya cek disini

<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>

# Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!



miro

## Product Metrics

Untuk menentukan staff/karyawan berhasil mencapai dan memenuhi OKR atau tidak, perlu adanya pengukuran atau indikasi yang spesifik. Produk metrics yang perlu dijadikan acuan keberhasilan.

Kesimpulan berdasarkan success metrics yang ada di dalam PRD masing-masing fitur, dirangkum dalam bentuk tabel seperti ini.

Metrics Framework	Goal	Metrics	Target	Timeframe
Reach	Meningkatkan Jumlah User yang mencapai atau melihat suatu konten atau pesan	Time per Sessions	50% dari 70% DAU	12 bulan
		Users per Actions	70%	
Activation	Meningkatkan tingkat keberhasilan user dalam mengubah suatu aksi menjadi tindakan nyata	Conversion rate	3%	2 quarter
		Completion rate	cari resep: 70-80% simpan ke favorit: 50-60% Recook: 90-100%	
		Adoption Rate	20%	
Engagement	Meningkatkan keterlibatan pengguna aktif	Bounce Rate	30%	12 bulan
		Daily Active Users (DAU)	10.000	
Happiness	Meningkatkan Kebahagiaan dan kepuasan user	Costumer Satisfaction rate (CSAT)	skor 7	1 quarter
		Pengisian NPS	45%	
		# rata-rata NPS	3,5/5	
		Churn Rate	0,16%	
Retention	Meningkatkan waktu penggunaan produk oleh user	Retention rate	15%	1 quarter
		Average revenue per user (ARPU)	Rp. 36.322	
		Referral Rate	10%	

Revenue	Meningkatkan jumlah user yang membayar langganan	CAC	Rp. 38.500	12 bulan
		CLV/LTV	Rp.172.516 - Rp. 799.080	
		ROI	0.23%	
		Number of Transactions	Min. 3000	

Untuk perhitungan jelasnya, ada di page Confluence berikut:

<https://irmatampubolon1801.atlassian.net/l/cp/o0izLUQA>

## DEFINE

### Problem Statement

- **Problem Statement**

Seseorang yang kurang akan edukasi mengenai resep makanan yang sesuai dengan kondisinya.

- Who : Siapa yang terpengaruh oleh masalah? = pekerja/mahasiswa yang ngekos, ibu-ibu.
- What : Apa masalahnya? = kurangnya edukasi mengenai resep makanan yang sesuai kondisi setiap orang. (budget menu masakan, bahan masakan, dll)
- Where : Di mana masalah ini terjadi? = rumah/kos.
- When : Kapan masalah terjadi? = pada masa pemenuhan kebutuhan pangan seseorang.
- Why : Mengapa masalah terjadi? = karena kurangnya informasi mengenai menu masakan yang dapat menyesuaikan kondisi setiap orang, seperti budget/bahan makanan yang menyesuaikan setiap orang. Memasak merupakan salah satu kemampuan untuk bertahan hidup karena menyajikan makanan yang diolah menjadi energi untuk tubuh

- **Research Objective**

1. Mengidentifikasi bagaimana cara seseorang mengatur budgetnya untuk memasak/membuat makanan
2. Mengidentifikasi bagaimana seseorang mengatur bahan makanan yang masih ada di penyimpanan
3. Mengidentifikasi bagaimana seseorang memilih resep makanan sesuai alat masak yang ia miliki
4. Mengidentifikasi seberapa besar aplikasi resep masakan akan berguna untuk target user dalam menyelesaikan masalahnya
5. Mengidentifikasi yang dilakukan user untuk membagikan hasil karya masaknya

- **Research Methodology**

- Kuantitatif (Survei dengan 30 responden)
- Attitudinal kualitatif (Wawancara 1-4 orang)
- Literature (dengan buku, artikel, dan paper)

- **Research Hypothesis**

Terdapat perasaan bingung saat seseorang ingin menentukan menu masakan yang sesuai dengan bahan makanan, alat, atau budget yang ada pada saat itu. Serta perasaan stress karena tidak tahu apa yang harus dilakukan untuk memutuskan resep masakan yang pas.

### How Might We

Bagaimana caranya kita dapat membantu user:

- Untuk menemukan resep menu masakan yang memiliki informasi lengkap sehingga punya kredibilitas dan teruji anti gagal?

- Untuk menemukan resep menu masakan yang sesuai dengan alat yang ada, serta budget yang dimiliki?
- Menangani masalah banyaknya sampah sisa bahan makanan yang belum sempat dimasak?
- Membagikan resep menu masakan yang dimiliki kepada semua orang dengan tepat sasaran?

## Quantitative Research (Survey)

Survei yang kami buat berhasil diisi oleh 30 responden secara online, dengan Kriteria Partisipan : Mahasiswa, ibu rumah tangga. Dewasa muda, orang yang gemar memasak.

- **List Pertanyaan Pembuka**
  1. Pekerjaanmu saat ini
  2. Apakah kamu suka memasak?
  3. Darimana sumber inspirasimu tentang resep makanan?
  4. Apakah kamu tertarik untuk mencoba memasak masakan internasional?
- **List Pertanyaan Utama**
  1. Apakah kamu sering bingung memilih menu masakan padahal bahan makanan masih banyak?
  2. Apa yang kamu lakukan disaat bingung memilih menu masakan?
  3. Bagaimana kamu memutuskan menu masakan yang cocok dengan budgetmu?
  4. Apakah kamu kesusahan ketika mencari menu masakan yang cocok dengan budgetmu?
  5. Bagaimana caramu membagikan resep makananmu yang ingin kamu bagikan ke banyak orang?
- **Link Survei dan Hasil**  
Link Survey : <https://tinyurl.com/SurveyFoodCreation>  
Result : KUISIONER FP (Jawaban) - Google Spreadsheet

## Gather the Result Survey

Setelah didapatkan 30 responden, kami mendapatkan kesimpulan hasil sebagai berikut:



## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

Dengan statistik hasil seperti ini:



Link hasil dalam Spreadsheet:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dtzvlW9SX8StLyw3TR0gg3k1x643io\\_aIuLTznLsPD4/edit?resourcekey#gid=41390402](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dtzvlW9SX8StLyw3TR0gg3k1x643io_aIuLTznLsPD4/edit?resourcekey#gid=41390402)

## Qualitative Research (Interviews)

Interview kami dilakukan oleh 2 orang UI/UX dan 1 orang PM. Metode yang digunakan pun beragam, diantaranya adalah Depth interview dan bertanya secara langsung lewat percakapan WhatsApp. Hasilnya kami rangkum sebagai berikut.

### 1. Interview by Fachri (UI/UX)

Nama : Isnain Ramadon (Video Editor)  
Umur : 24 tahun

Apakah kamu suka memasak?

- Ya, saya sering memasak untuk makan di kos atau buat keluarga kalau sedang di rumah.

Lanjut, dari pertanyaan tadi kan kamu bilang suka memasak? Nah, misal di rumahmu banyak bahan makanan, ada kesulitan tidak ketika menentukan mau masak apa?

- Kesulitan mungkin ndak ada karna bahan di rumah sudah tersedia dan tinggal di pakai dan di olah sesuai kebutuhan

Kamu ada ngerasa menu masakanmu monoton tidak? Jadi menu masakannya terbatas itu-itu saja atau variasinya sedikit.

- Untuk masakanku sendiri sih lebih banyak variasi dan banyak ide ide baru baik dari jenis minyak dan juga bahan siap pakai seperti beberapa jenis saus dan juga kecap

Misal ada aplikasi nih, fiturnya bisa bantu nentuin menu masakan dari bahan2 yang kamu punya di rumah. Menurutmu sangat membantu atau tidak?

- Seandainya ada sih itu akan sangat membantu karna untuk orang orang seperti saya yang suka membuat hal baru terutama masakan, akan sangat mempermudah apalagi jika itu adalah masakan yang asing atau masakan yang ingin di buat akan tetapi kita tidak tahu bumbu apa saja yang harus ada dan takarannya

Kesimpulan : Narasumber merupakan pekerja swasta yang suka memasak untuk memenuhi kebutuhan pangannya. Dari pertanyaan terakhir, bisa disimpulkan bahwa ia suka mencoba menu masakan baru dari bahan makanan yang masih dimilikinya.

### 2. Interview by Nurul (UI/UX)

Nama: Hana Setiawati  
Umur: 21 tahun  
Domisili: Ciamis  
Pekerjaan: Admin

Apakah kamu suka memasak? Mengapa?

- Ya, bahkan memasak sudah menjadi hobi saya mulai dari membuat cemilan atau bahkan kue. Saya 4 bersaudara, dan ibu saya seorang wanita karir yang mengharuskan saya untuk membuat sarapan atau masakan dengan porsi yang besar untuk kakak, adik, bahkan ibu dan bapak.

Darimana sumber inspirasimu tentang resep makanan?

- Scroll Instagram tentang resep masakan atau melihat dari salah satu akun DEBM tentang masakan sehat.

Apakah kamu tertarik untuk mencoba memasak masakan internasional?

- Rasa tertarik mungkin ada, sekarang saya sering membuat mie indomie dengan menambahkan saus carbonara, kaya buat spaghetti ala-ala

Apakah kamu pernah merasa bingung ketika memilih menu masakan padahal bahan makanan masih banyak dan apa yang kamu lakukan pada saat itu?

- Ya, pernah ngerasa bingung ketika bahan masak banyak apalagi kalo misal bahan tersebut yang sering kita masak. Bingung mau dimasak kaya gimana lagi yang akhirnya mencoba menu baru yang bisa dibilang asal masak dan asal jadi (bereksperimen).

Bagaimana kamu memutuskan menu masakan yang cocok dengan budget yang kamu punya, dan apakah hal tersebut menyulitkan dalam menentukan menu masakan yang sesuai budget?

- Memasak dengan budget seadanya sering terjadi, istilahnya the power of kepepet terkadang menjadi andalan. Memasak menu yang dibilang sederhana seperti tahu, tempe dengan sambel geprek pun jadi.

Jika kamu salah satu user yang sering mengunggah resep masakan pada platform kami, feedback seperti apa yang kamu inginkan?

- Jika banyak orang yang recook masakan saya, tentu senang. Apalagi jika orang tersebut menyebarluaskan kembali dan direcook kembali oleh banyak orang. Rating yang mereka berikan, share link, dan komentar dengan hasil recook.

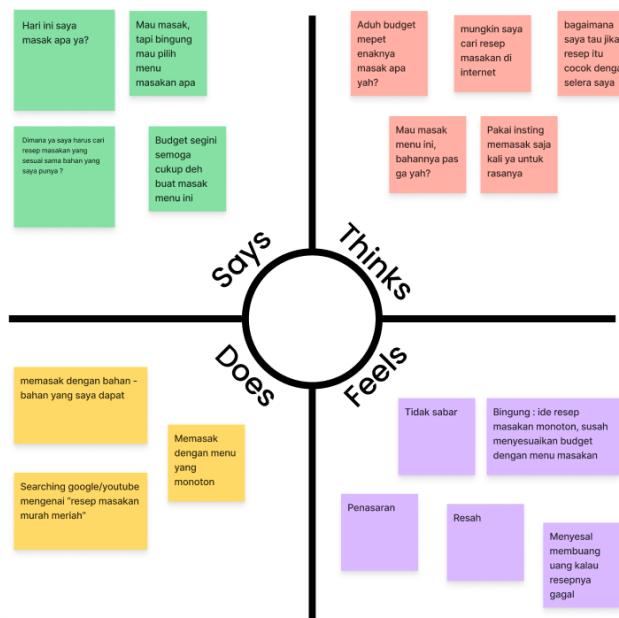
### 3. Interview by Balqis (PM)

Nama: Jernih Maipah	Nama: Sri Wahyuni
Usia: 22 tahun	Usia: 51 tahun
Domisili: Depok	Domisili: Bekasi
Pekerjaan: Mahasiswa Kost	Pekerjaan: Ibu Rumah Tangga
<b>HASIL INTERVIEW</b>	
Apakah kamu suka memasak? Dan seberapa sering? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ya. Suka banget kalo lagi kost terus bosen sama menu warteg</li> </ul>	Apakah kamu suka memasak? Dan seberapa sering? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iya hampir setiap hari. Kan saya masak untuk anak saya. Jadi ya hampir seminggu 6 kali lah. Sisanya kadang-kadang jajan di luar</li> </ul>
Biasanya untuk inspirasi masakan, suka dapat ide darimana? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liat resep di Google atau yt atau campur-campurin aja gitu bahan yg ada, bikin resep sendiri</li> </ul>	Biasanya untuk inspirasi masakan, suka dapat ide darimana? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari youtube sih kadang, tapi kebanyakan turun temurun dari ibu</li> </ul>
Kalo ngelakuin ini, ada tidak keselnya gitu? Misal ternyata gagal pas dicoba? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ooh itu aku emang kalo soal garam gitu aku takar sendiri. Soalnya biasanya kan kalo di</li> </ul>	Kalo ngelakuin ini, ada tidak keselnya gitu? Misal ternyata gagal pas dicoba? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wah iya dong, kan jadi mubazir kalo ga enak. Tapi sebenarnya saya sih kalo masak pasti ada</li> </ul>

<p>Google tu buat makanan satu rumah gitu ya, jadi kebanyakan pasti buat aku yang kost sendiri. Bahanya juga aku sesuaiin sama kebutuhan aku, gak persis ngikut google</p>	<p>icip-icipnya ya, nah disitu bisa nambahin sesuai selera lidah aja gimana. Percobaan sekali emang suka gagal, tapi kedua kali biasanya berhasil. Yah intinya butuh mubazir dulu lah kalo ga jago nakarnya</p>
<p>Pernah ga cari masakan dari aplikasi resep?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gak pernah. Gak tau malah ada aplikasinya taunya web khusus masak-masak begitu</li> </ul>	<p>Pernah ga cari masakan dari aplikasi resep?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nggak. Gak tau ada aplikasi gituan. Biasanya mah dari youtube aja atau anak-anak pada request</li> </ul>
<p>Kalau dari web tadi, biasanya sering ke website yang mana?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cookpad.com, mamasuka.com</li> </ul>	<p>Kalau dari youtube tadi, nama channelnya biasanya apa?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wah, ga inget saya. Random aja sih. Minusnya jadi rasanya macem-macem tergantung siapa yang masak. Beda orang yang kasih resep, beda juga takaran seleranya</li> </ul>
<p>Kalo liat dari web itu, Anda liat perkiraan budgetnya atau liat bahan yang ada di kulkas?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahannya aja sih</li> </ul>	<p>Kalo liat dari youtube itu, Anda liat perkiraan budgetnya atau liat bahan yang ada di kulkas?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Semua hal sih, bahan iya, budget iya. karena kita para ibu-ibu itu ada jatah bulanan ya. Terus juga liat alat sih, kadang-kadang anak saya minta bikinin brownies yang pake oven kebanyakan, jadi saya terpaksa beli aja di toko daripada harus beli oven</li> </ul>
<p>kalo misalnya ada aplikasi resep makanan yang punya fitur filtering resep berdasarkan bahan, alat, dan harga yang anda input, menurut anda bakal berguna ga?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berguna banget itu.</li> </ul>	<p>kalo misalnya ada aplikasi resep makanan yang punya fitur filtering resep berdasarkan bahan, alat, dan harga yang anda input, menurut anda bakal berguna ga?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocok banget itu buat saya</li> </ul>
<p>Jika kamu salah satu user yang sering mengunggah resep masakan pada platform kami, feedback seperti apa yang kamu inginkan?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Likes, komentar, sama banyak yang coba resepnya (recook)</li> </ul>	<p>Jika kamu salah satu user yang sering mengunggah resep masakan pada platform kami, feedback seperti apa yang kamu inginkan?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komentar sama tanda suka sih</li> </ul>

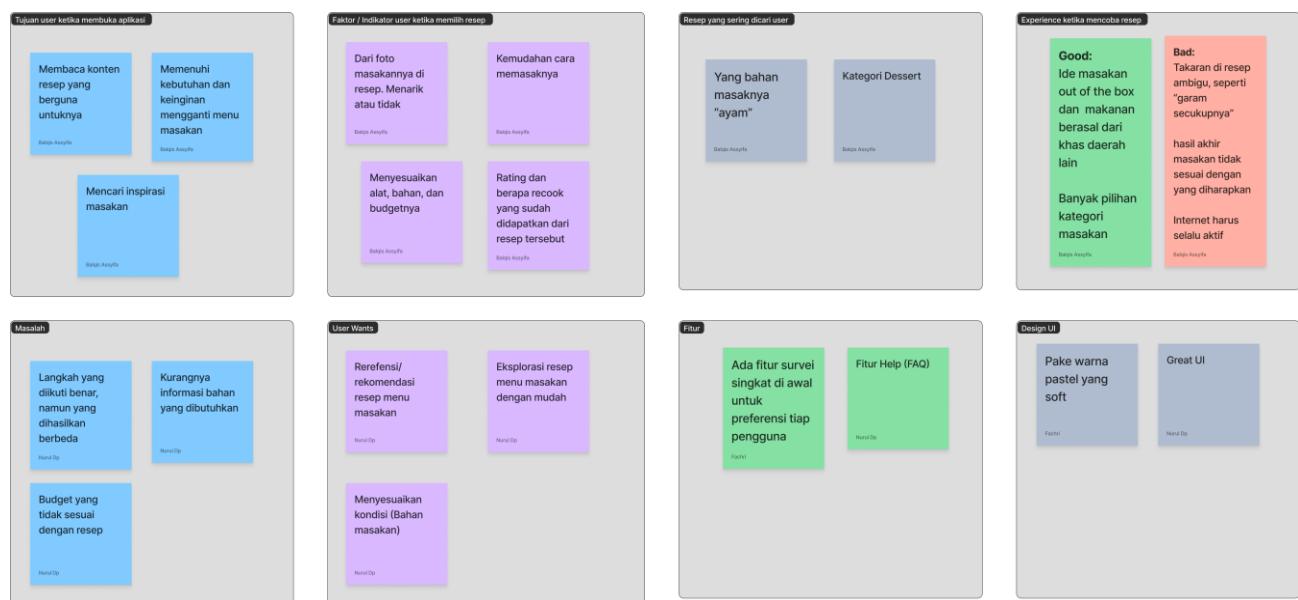
## Empathy Map

Dari keempat interview di atas, kami mengumpulkan hasilnya dalam satu map seperti berikut:



## Affinity Mapping

Selain empathy map, kami juga membuat pemetaan afinitias yang didapatkan dari hasil survei dan wawancara, serta menganalisis alur kompetitior seperti Yummy dan Cookpad. Lalu didapatkanlah hasil seperti ini.

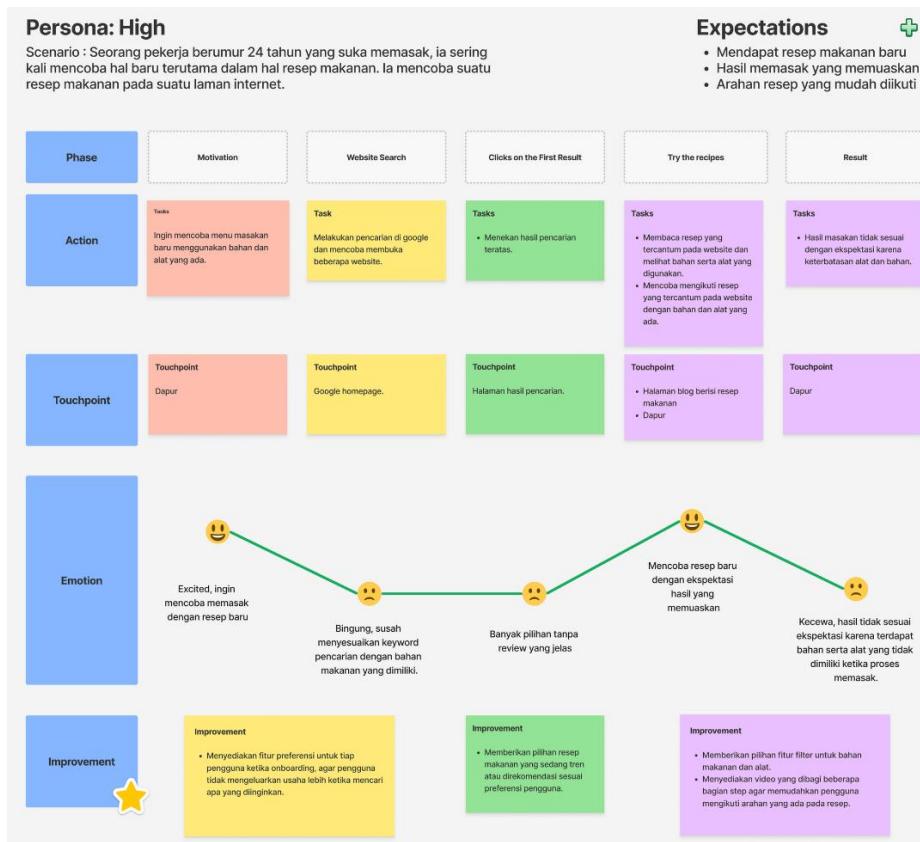


## User Persona

Low	Medium	High
 <p><b>Umur :</b> 19 <b>Jenis Kelamin :</b> Perempuan <b>Pekerjaan :</b> Mahasiswa</p> <p><b>BIO</b> Dia adalah seorang mahasiswa yang senang sekali dengan memasak jika sedang luang dan tidak ada kegiatan di kampus setidaknya ia selalu berekperimen untuk mencoba resep baru yang sedang trend di sosial media.</p> <p><b>GOALS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mendapatkan resep masakan yang bisa digunakan dengan bahan - bahan yang dimiliki</li> <li>Mengetahui resep masakan yang dapat di masak dengan cepat agar dapat menghemat waktu</li> <li>Menemukan resep masakan yang cocok dengan selera</li> </ul> <p><b>NEEDS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya preferensi resep makanan pada tiap homepage pengguna.</li> </ul> <p><b>PAINS/FRUSTRATIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menemukan banyak resep masakan namun bahan yang digunakan tidak ada</li> <li>Tidak mengetahui takaran dari setiap bahan dan berapa banyak makanan yang dapat diperoleh dengan bahan tersebut</li> <li>Menguras banyak waktu hanya untuk mencari resep</li> </ul>	 <p><b>Umur :</b> 25 <b>Jenis Kelamin :</b> Perempuan <b>Pekerjaan :</b> Admin</p> <p><b>BIO</b> Hana adalah seorang yang bekerja sebagai admin di salah satu perusahaan CV. Diandalkan menjadi juru masak dirumah membuat Hana harus pintar-pintar membuat menu masakan yang berbeda setiap harinya, untuk menghindari menu masakan yang itu-itu saja. Mencari inspirasi pun terkadang tidak sesuai dengan bahan yang ada akhirnya jadi bingung sendiri.</p> <p><b>GOALS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari menu masakan yang mudah dan cepat dengan bahan seadanya.</li> </ul> <p><b>NEEDS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat rekomendasi mengenai resep makanan dengan bahan yang dimiliki.</li> </ul> <p><b>PAINS/FRUSTRATIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak ada inspirasi dan hilangnya selera untuk masak karena bahan yang itu-itu saja, akhirnya membuat menu masakan yang tidak jauh berbeda dengan hari sebelumnya.</li> </ul>	 <p><b>Umur :</b> 28 <b>Jenis Kelamin :</b> Laki-laki <b>Pekerjaan :</b> Senior Video Editor</p> <p><b>BIO</b> Dia adalah seorang pekerja kreatif di bidang editing video. Saat ini dia sedang menyewa kos untuk bekerja di kota Surabaya. Ia sering kali lebih memilih memasak daripada membeli makanan karena bahan masak seperti bumbu/sayuran yang dia miliki masih tersimpan di tempat penyimpanannya. Jika di rumah, ia kerap kali memasak untuk orang tuanya yang ada di rumah dengan bahan yang ada pada saat itu. Ia suka mencoba hal baru seperti mencoba memasak menu masakan yang asing baginya.</p> <p><b>GOALS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mudah dalam eksplorasi resep menu masakan baru yang sesuai dengan ketersediaan bahan/alat masakan yang dimilikinya.</li> </ul> <p><b>NEEDS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menu masakan yang sesuai dengan kondisi ketersediaan bumbu/bahan makanan.</li> </ul> <p><b>PAINS/FRUSTRATIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mendapat hasil yang tidak sesuai ekspektasi ketika mencoba suatu resep baru.</li> </ul>

## User Journey Map

Selain menentukan persona, kami juga membuat peta perjalanan user ketika menggunakan aplikasi resep masakan, divisualisasikan seperti gambar berikut.



## Storyboard

Tahap definisi yang terakhir, kami membuat alur story yang menggambarkan scenario user dalam menemukan aplikasi kami.



**Scene 1:** Rama seorang pekerja kreatif yang bekerja di luar kota, ia menyewa kamar kos untuk beristirahat karena rumah orang tuanya jauh dari tempat kerjanya. Saat pulang ke rumah orang tuanya, Rama berinisiatif memasak untuk kedua orang tuanya. Ia memikirkan apa yang harus dimasaknya, saat itu ia ingin memasak menu masakan baru dengan bahan serta alat yang ada di rumahnya.

**Scene 2:** Rama mencoba melakukan pencarian pada internet mengenai aplikasi memasak yang dapat memenuhi keinginannya tersebut.

**Scene 3:** Rama menemukan aplikasi "..." yang memiliki banyak fitur yang dapat memudahkan aktifitas memasaknya. Aplikasi tersebut menampilkan resep yang dapat menyesuaikan alat serta bahan yang dimiliki tiap pengguna menggunakan fitur filterasi. Selain itu, di dalam setiap resep terdapat tahapan-tahapan berbentuk video dan tulisan yang dapat diikuti Rama dengan mudah.

**Scene 4:** Setelah mencoba salah satu resep pada aplikasi, Rama memberikan feedback berupa rating dan foto dari masakan yang ia buat untuk keluarganya.

**Scene 5:** Rama dan keluarga memakan masakan yang sudah dimasak dengan resep dari aplikasi tersebut.

## IDEATE

### Problem & Solution

Dari hasil empathize dan define user di atas, kami membuat list validasi masalah untuk mengideasikan sebuah solusi, antara lain sebagai berikut:

#No	Problem Description	Solution	Related to Product
#1	Tidak semua resep yang beredar di internet dapat teruji keberhasilannya, karena informasi yang dicantumkan di dalam resep tidak spesifik sehingga berdampak pada ambiguitas	Konten Edukasi memasak yang memiliki jaminan kredibilitas	<p>Fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Resep Teruji: Konten resep yang ditulis dengan takaran yang spesifik oleh chef professional (B2B/key partner) yang memuat video, foto, dan tulisan terkait cara pembuatan suatu masakan</li> <li>2. Kalkulasi porsi: fitur yang menghitung jumlah takaran bahan berdasarkan porsi yang ingin kita sajikan (khusus untuk resep teruji saja)</li> <li>3. Rating: Pemberian bintang pada konten resep</li> <li>4. Recook: Fitur yang dapat mengupload feedback berupa foto dan komentar dari hasil memasak resep orang lain, sebagai tanda keberhasilan resep tersebut. Lalu foto pada recok akan terdapat di profile page si komentator</li> <li>5. Fitur Bayar: Fitur yang digunakan user untuk berlangganan paket premium di aplikasi</li> </ol>
	Tidak semua resep yang beredar di internet dapat dicoba karena keterbatasan alat masak	Filterisasi	<p>Fitur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filter Tools: Fitur yang merekomendasikan resep ke user berdasarkan minimal 1 alat masak yang diinput</li> </ul>
#2	Banyaknya sampah makanan dari dapur rumah tangga karena prinsip “beli bahan lebih dulu, memasaknya	Filterisasi	<p>Fitur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filter Bahan: Fitur yang merekomendasikan resep ke user</li> </ul>

	kemudian”		berdasarkan minimal 2 bahan yang diinput
#3	Bagaimana caranya memasak yang enak, tetapi harga bahan dan pembuatannya dapat diatur sesuai isi kantong	Filterisasi	<p>Fitur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filter Budget: Fitur yang merekomendasikan resep ke user berdasarkan range harga yang dipilih</li> </ul>
#4	Bagaimana cara yang tepat membagikan hasil kreasi masakan agar bermanfaat dan mendapatkan feedback yang sesuai target?	Komunitas	<p>Fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tulis Resep: Fitur yang dapat membuat user menulis sendiri resepnya untuk di upload (dengan template penulisan tertentu)</li> <li>2. Tulis Artikel: Fitur seperti blogspot yang dapat membuat user menulis artikel tips&amp;triknya sendiri dan di upload</li> <li>3. Fitur Follow: Fitur sosial media seperti Instagram yang dapat mengikuti sebuah akun agar tidak tertinggal update konten dari user tersebut</li> <li>4. Badges: fitur peringkat untuk active user yang sering menulis dan memberikan feedback di dalam aplikasi</li> </ol>

## Product & Features Scope

Berikut adalah penjelasan tiap fitur yang ingin kami ciptakan:

### A. ITERASI 1

#### 1. On Boarding

- **Splash Screen**

User melihat tampilan onboarding screen sebelum masuk ke aplikasi untuk pertama kalinya. Berisi tentang keunggulan aplikasi dalam bentuk gambar dan teks singkat, serta tombol lewati dan tombol lanjutkan.

- **Daftar/Register**

User mengisi beberapa KYC Field seperti username, usia, gender, email, password, dan identitas lain yang dibutuhkan untuk membuat suatu akun

- **Masuk/Login**

User perlu mengisi KYC Field email/username dan Password, dan mengklik tombol SSO Google

- **Quick Survei/Survei singkat**

Khusus untuk new user, akan diberikan survei singkat terkait kategori masakan yang disukai, agar kita dapat mengumpulkan informasi mengenai interest mereka, serta membantunya menemukan rekomendasi resep yang sesuai preferensinya

- [Homepage/Beranda](#)

User akan sampai ke halaman beranda dan memulai eksplorasi aplikasi

## 2. Produk Resep Komunitas

- Judul/Nama Resep
- Foto masakan / step memasak (total file yang diunggah berukuran max 2MB)
- Video memasak (max 2 menit)
- Keterangan Porsi
- Keterangan Harga/budget
- List Alat
- List Bahan
- Cara Pembuatan
- Tag resep
- Rating
- Recook Feedback
- [Favorit/Simpan Resep](#)

## 3. Produk Resep Teruji

- Judul/Nama Resep
- Foto masakan / step memasak (no limit file size from B2B partner)
- Video memasak (no limit duration of video)
- Kalkulasi Porsi
- Keterangan Harga/budget
- List Alat
- List Bahan
- Cara Pembuatan
- Tag resep
- Rating
- Recook Feedback
- [Favorit/Simpan Resep](#)

## 4. Fitur Rating

Fitur ini digunakan user untuk menilai seberapa baik resep yang dikomentari. Fitur ini terdapat juga di page recook. Rating dibuat menggunakan persentase bintang, dengan deskripsi:

- Bintang 1 = 20% (Buruk Sekali / resep gagal)
- Bintang 2 = 40% (Cukup Buruk / Kurang jelas informasinya)
- Bintang 3 = 60% (Lumayan / cukup berhasil)
- Bintang 4 = 80% (Baik / Enak)
- Bintang 5 = 100% (Sangat Baik / Resep berhasil dan sangat enak)

## 5. Fitur Recook

Fitur ini digunakan oleh user untuk memberikan feedback terhadap resep dalam bentuk media dan komentar. Fitur ini juga terhubung dengan profile page sehingga

tiap user melakukan recock dan mengunggah foto, foto tersebut juga akan muncul di List history recock pada halaman profil. Isinya sebagai berikut:

- Unggah Foto
- Isi komentar
- Tombol Kirim
- Tombol Bagikan via/salin link

## 6. Fitur Pembayaran

- Halaman pemesanan yang berisi pilihan paket premium
- Metode Pembayaran (e-wallet dan Bank)
- Konfirmasi pembayaran
- Bukti Pembayaran

## 7. Fitur Filterisasi Alat

Fitur ini digunakan untuk mencari resep berdasarkan alat yang diinput/dipilih oleh user, kemudian akan keluar resep-resep yang sesuai dengan inputannya tersebut. Contohnya seperti:

- Dandang
- Teflon
- Oven, dll

## 8. Fitur Filterisasi Bahan

Fitur filterisasi yang dapat memilih resep berdasarkan bahan yang ada di kulkas user. Dapat mengkombinasikan minimal 2 bahan

## 9. Fitur Filterisasi Budget

Fitur filterisasi yang dapat memilih resep berdasarkan budget yang dipilih. Opsi harga disediakan dalam rentang harga seperti berikut:

- < Rp. 10.000
- Rp. 10.000 – Rp. 30.000
- Rp. Rp. 30.000 – Rp. 50.000
- Rp. 50.000 – Rp. 70.000
- Rp. 70.000 – Rp. 100.000
- > Rp. 100.000

## 10. Fitur Tulis Resep/Artikel

Fitur ini digunakan user yang ingin membagikan hasil kreasi masaknya atau tips dan trik dalam memasak. Keduanya diberikan template yang berbeda, antara lain:

- **Menulis Resep**
  - Judul Resep
  - Deskripsi Resep
  - Unggah Foto (total max 2MB)
  - Unggah Video (total durasi 2 menit)
  - Isi detail; porsi, pengeluaran memasak (budget), Kandungan (babi/alkohol)
  - Kolom Alat
  - Kolom Bahan
  - Kolom cara memasak
  - Input Tag Resep
  - Tombol Publish/Upload

- Tombol Draft
- [Menulis Artikel](#)
  - Judul Artikel
  - Unggah Foto (total max 2MB)
  - Tulis konten (max 700 kata)
  - Input Tag Penulisan
  - Tombol Publish/Upload
  - Tombol Draft
- [Membaca dan Mengomentari Artikel](#)
  - Judul Artikel
  - Konten/isi artikel
  - Kolom Komentar
  - Tombol Unggah komentar
  - Jumlah komentar

## 11. Fitur Follow

Fitur ini berada di profile page user yang menjadi penanda berapa banyak user yang mengikuti update-an konten seseorang. Fitur ini terhubung dengan notifikasi

- Tombol Follow
- Notifikasi muncul

## 12. Fitur Badges

Fitur ini dibuat untuk memberikan apresiasi bagi user yang aktif menulis di aplikasi dan memberikan engagement terbanyak. Kategori Badges dapat berdasarkan jumlah resep dan artikel yang ditulis, serta jumlah recook yang diupload. Berikut tingkatan lencananya:

- Bronze = User baru
  - ❖ Resep: 0
  - ❖ Artikel: 0
  - ❖ Recook: 0
- Silver
  - ❖ Resep: 20
  - ❖ Artikel: 20
  - ❖ Recook: 20
- Gold
  - ❖ Resep: 50
  - ❖ Artikel: 40
  - ❖ Recook: 60
- Diamond = Berpeluang menjadi B2B / key partner
  - ❖ Resep: 80+
  - ❖ Artikel: 60+
  - ❖ Recook: 100+

## B. ITERASI 2

### 13. Fitur Profile Menu

Fitur ini memiliki menu tersendiri di navbar, merupakan bagian penting yang memberi pengguna akses mudah ke fitur dan fungsi yang diperlukan untuk mengelola

akun dan menyesuaikan pengalaman pengguna dengan produk. Isi dari profile menu antara lain:

- Edit Profil (ganti foto dan masukkan deskripsi diri)
- Informasi tentang aplikasi (Definisi aplikasi, syarat dan ketentuan, kebijakan privasi, dan sebagainya)
- Keluarkan akun dari aplikasi (Log Out)

#### 14. Fitur Notifikasi

Fitur yang menginfokan tentang peristiwa penting atau pembaruan yang terkait dengan aplikasi, serta meningkatkan nilai retensi dan keaktifan, kami memerlukan fitur yang menjadi pemberitahuan dari sistem kepada user. Isinya menampilkan:

- Peristiwa penting yang terjadi, seperti pembayaran berhasil, upload berhasil, akun diikuti user lain, dan sebagainya
- Rekomendasi konten yang relevan
- Promo dan diskon menarik

#### 15. Fitur Saved/Favorit

Fitur yang dapat menyimpan item/konten di dashboard usernya untuk memudahkan mereka membuka konten tersebut sewaktu-waktu. Berada di navbar dan membuat beberapa inputan:

- Tombol dengan ikon Love untuk menyimpan dan membatalkannya (Unsaved)
- Halaman khusus konten tersimpan (Saved/Favorit Page)

#### 16. Fitur Search Bar

Fitur yang digunakan pengguna untuk mencari informasi dengan mengetik kata kunci pada bar pencarian. Fitur ini terdapat di Page Jelajah/pencarian bersamaan dengan menu filtering.

### Scoping for MVP

MVP atau *Minimum Viable Product* pada aplikasi ini adalah User dapat mengakses konten edukasi memasak berupa resep masakan, serta dapat melihat nilai dari resep tersebut untuk memancing kepercayaan mereka terhadap konten resep.

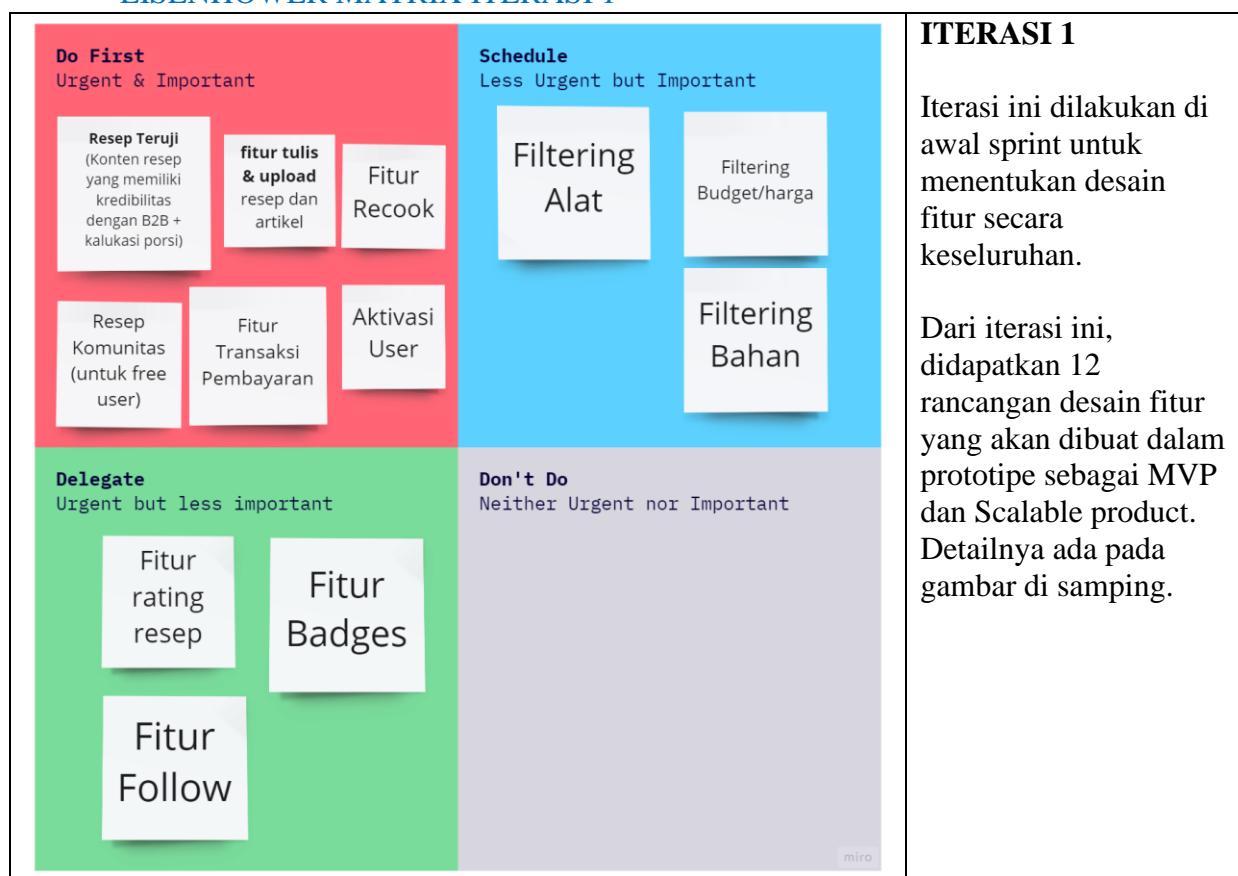
- Features:
  1. On Boarding (Aktivasi User)
  2. Produk Resep Komunitas
  3. Produk Resep Teruji
  4. Fitur Recook
  5. Fitur Tulis Resep/Artikel
  6. Fitur Pembayaran
- Benefits:
  1. Mendapatkan nilai acquisitions & activation rate pada user yang mendaftarkan akunnya di aplikasi mobile, sedangkan di web akan menambah jumlah visit
  2. Meningkatkan jumlah engagement user per-action tiap click resep komunitas
  3. Kepercayaan user dapat diukur berdasarkan media berupa foto yang diberikan user lain

4. Mengundang para penulis dan chef blogger untuk menjadi user aplikasi dengan fitur tulis resep/artikel yang mudah untuk memosting konten. Dengan begitu, produk resep komunitas akan semakin bervariasi
  5. Meraih revenue dari user dengan menjual fitur premium seperti kalkulasi porsi pada produk resep teruji
- Value:  
Dengan MVP yang terpenuhi, maka aplikasi RESEPEDIA sudah berhasil memenuhi nilai value berikut:
    1. Kredibilitas, terjawab dengan adanya Resep Teruji
    2. Aksesibilitas, karena disediakan secara multi-platform
    3. Komunitas, dengan fitur tulis resep/artikel dan recook

## Prioritization

Selanjutnya, untuk menentukan Scalable Product dan Optimized Product, kami melakukan prioritisasi fitur menggunakan beberapa framework, antara lain:

- EISENHOWER MATRIX ITERASI 1



Iterasi 1 tersebut dibuat dengan pertimbangan IMPACT dan URGENT seperti berikut:

## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

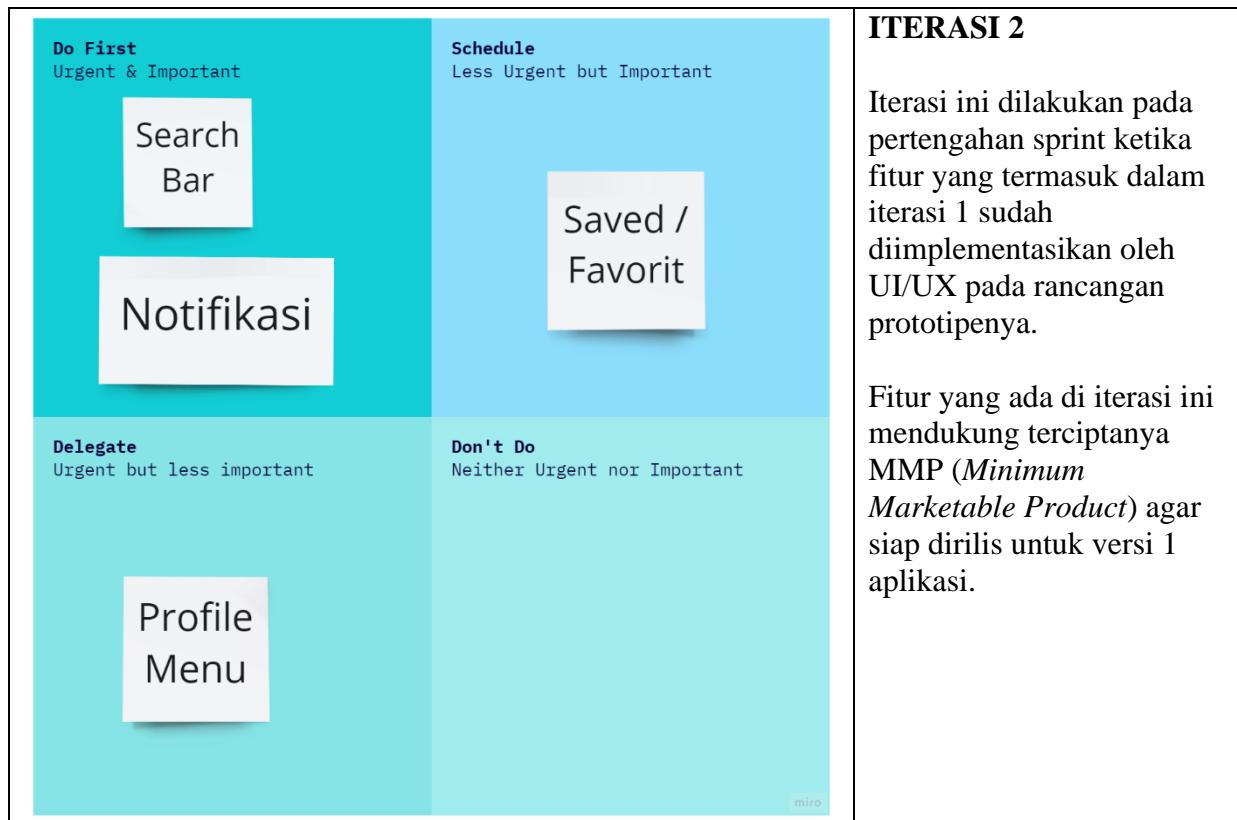
Feature	Description Problem	Important (Give Outcome & Achieve Goals)	Urgency (Demand & Hard Deadline)	Quadrant in Eisenhower Matrix
Resep Teruji (Konten resep yang memiliki kredibilitas dengan B2B + kalkulasi porsi)	Beberapa user ingin menemukan konten memasak yang memiliki jaminan kredibilitas dan takaran yang spesifik	Ini penting untuk diselesaikan, karena termasuk fitur premium pada aplikasi dan menjadi VP dan USP pada produk	Ini termasuk urgent dan perlu diselesaikan karena fitur ini termasuk MVP product	Do
Resep Komunitas (untuk free user)	Beberapa user ingin melihat hasil resep dan/atau mengunjungi resep penulis lain untuk mencari inspirasi	Ini penting, karena fitur inilah yang menjadi jantung aplikasi serta akan menggaet banyak free user	Tanpa adanya fitur ini, aplikasi akan sulit mendapatkan attraction dari user	Do
<b>fitur tulis &amp; upload resep dan artikel</b>	beberapa user ingin membagikan kebahagian mereka dalam memasakan dengan cara tulis resep dan tips & trik	Dengan adanya tulis resep dan Tips&trik dapat membuat hubung interaksi pengguna di komunitas dan dapat menjangkau free user 2x lebih banyak	Ini menjadi urgent dan masuk MVP product, karena tanpa ada ini, produk resep komunitas tidak dapat berjalan	Do
Fitur Pembayaran	bussines membutuhkan income	Ini penting untuk diselesaikan, dengan adanya fitur pembayaran aplikasi dapat menghasilkan income	Masalah ini mendesak karena dapat membuat user tidak bisa mengakses resep Teruji	Do
Fitur Recook	user membutuhkan interaksi antara pengguna berupa foto dan komentar dari hasil memasak resep orang lain	Ini penting untuk diselesaikan, untuk mendatangkan user lain serta membangun kepercayaan, mempengaruhi user untuk mencoba resep dengan review positif (kredibilitas)	masalah ini mendesak sebab user sangat bergantung pada feedback yang diberikan oleh customer lewat media yang di attach sebagai bukti nyata	Do
Fitur Aktivasi User	akses utama masuk ke aplikasi serta akses account sebelum melihat halaman home page aplikasi	ini penting untuk menjaga keamanan dari suatu aplikasi	Masalah ini mendesak karena dapat membuat user kurang percaya terhadap aplikasi apabila tidak memiliki fitur on boarding. menurunkan retention rate dan costumer satisfaction score, yang berakibat pada turunnya rating dan hilangnya pengguna	Do  miro

Feature	Description Problem	Important (Give Outcome & Achieve Goals)	Urgency (Demand & Hard Deadline)	Quadrant in Eisenhower Matrix
Filtering Budget/harga	Memberikan fitur range harga dapat memudahkan user dalam menentukan masakan yang dapat iya buat dari uang yang ia miliki		Fitur filter range harga ini menjadi value proposition yang tidak dimiliki oleh second competitor	Schedule
Fitur Filtering Alat	Beberapa user hanya memiliki sedikit alat masak karena menggunakan alat yang berbeda membuat masakan memiliki yang yang cenderung berbeda dari resep		Fitur ini akan bermanfaat bagi user yang memiliki keterbatasan terhadap alat masak yang ia miliki	Schedule
Filtering Bahan	user memiliki kebingungan dalam memasak sehingga dengan adanya fitur bahan masakan dapat membuat user lebih terbantu dalam mencari masakan dari bahan masakan yang user punya		Fitur filter bahan makanan merupakan VP dari produk yang menjadi latar belakang masalah sampah sisa makanan	Schedule  miro

## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

Feature	Description Problem	Important (Give Outcome & Achieve Goals)	Urgency (Demand & Hard Deadline)	Quadrant in Eisenhower Matrix
Fitur Rating	beberapa user membutuhkan penilaian langsung yang dapat menggaet kepercayaan mereka secara cepat	Ini penting untuk diselesaikan, Dengan adanya fitur rating menjadi salah satu cara untuk melihat kredibilitas terhadap keberhasilan resep tersebut		Delegate
Fitur Follow	User akan mendapatkan update terbaru dari orang yang diikuti di akunnya, agar terus mengetahui konten terbaru dari orang tersebut	Seperti halnya sosial media, fitur ini dinilai menaikkan nilai engage user dan number of session tiap user membuka aplikasi		Delegate
Fitur Badges	user memiliki kecenderungan menulis terus menerus apabila diberikan apresiasi dari aplikasi	fitur badges memiliki impact terhadap daily activity pengguna serta Visit Duration pengguna		Delegate miro

- EISENHOWER MATRIX ITERASI 2



Iterasi 2 tersebut dibuat dengan pertimbangan IMPACT dan URGENT seperti berikut:

PERTIMBANGAN URGENT DAN IMPACT UNTUK EISEN HOWER FITUR DI ITERASI 2				
Feature	Description Problem	Important (Give Outcome & Achieve Goals)	Urgency (Demand & Hard Deadline)	Quadrant in Eisenhower Matrix
Profile Menu	beberapa user membutuhkan akses mudah ke fitur dan fungsi yang diperlukan untuk mengelola akun dan menyesuaikan pengalaman mereka dengan produk		Fitur ini memenuhi kategori Minimum Marketable Product (MMP)	Delegate
Search Bar	beberapa user malas untuk mengekplor seluruh aplikasi dan ingin mencari informasi dengan mengetik kata kunci pada bar pencarian	Ini penting untuk diselesaikan, karena akan memudahkan user menemukan konten dalam aplikasi	Ini genting untuk diselesaikan karena bersinggungan dengan fitur filtering	Do
Notifikasi	User ingin diinfokan tentang peristiwa penting atau pembaruan yang terkait dengan aplikasi	Penting untuk membuat user selalu kembali ke aplikasi (tingkat retensi tinggi)	fitur ini terhubung dengan semua fitur, seperti pembayaran, follow, tulis& upload	Do
Saved / Favorit	User ingin menyimpan item/konten di dashboardnya untuk memudahkan mereka membuka konten tersebut sewaktu-waktu	Fitur ini penting karena meningkatkan kenyamanan user, personalisasi, data collection, dan engagement user di dalam aplikasi		Schedule miro

- RICE FRAMEWORK ITERASI 1

### Reach x Impact x Confidence

= RICE SCORE

#### Effort (weeks)

Feature	Reach	Impact	Confidence	Effort (Weeks)	Total	Urutan
Resep Teruji (Konten resep yang memiliki kredibilitas dengan B2B + kalkulasi porsi)	3k	2	100%	1	600K	8
Resep Komunitas (untuk free user)	10k	3	100%	1	3M	2
Fitur tulis & upload resep dan artikel	10k	3	100%	1	3M	3
Fitur Transaksi Pembayaran	3k	3	100%	1	600K	9
Fitur Aktivasi User	10k	3	100%	1	3M	1
Fitur ReCook	10k	3	100%	1	3M	4
Filtering Budget/harga	48K	2	50%	3	1,6M	5
Filtering Alat	48K	2	50%	3	1,6M	6
Filtering Bahan	48k	2	50%	3	1,6M	7
Fitur Follow	10k	1	80%	2	400K	11
Fitur Badges	10k	1	80%	2	400K	12
Fitur Rating	10k	1	80%	2	400K	10

- **RICE FRAMEWORK ITERASI 2**

### Reach x Impact x Confidence

= RICE SCORE

#### Effort (weeks)

RICE FRAMEWORK UNTUK FITUR DI ITERASI 2						
Feature	Reach	Impact	Confidence	Effort (Weeks)	Total	Urutan
Search Bar	48k	3	100%	1	144,400k	1
Notifikasi	10k	3	80%	2	1,2M	2
Profile Menu	10k	1	100%	1	1M	3
Saved/ Favorit	10k	2	80%	2	800k	4

#### Keterangan:

 MVP atau yang perlu dibuat lebih dulu karena membuat point yang besar

 Filtering dibuat schedule, sesuai dengan point terbesar setelah MVP

 Resep Teruji dan pembayaran dibuat untuk menjadi scalable product, karena membuat perusahaan mendapatkan revenue

 Nice to have jika ada fitur badges, follow, dan rating bintang di aplikasi, sehingga up to optimize product dan siap rilis

 Fitur MMP atau Minimum Marketable Product, yang membuat suatu aplikasi siap dirilis dan memenuhi market.

#### Reach:

- 48K untuk pengguna web dan mobile yang dapat mencoba fitur tersebut tanpa perlu melakukan aktivasi
- 10K merupakan jangkauan untuk Active user, baik untuk free user maupun paid user, sama-sama dapat mengakses fitur tersebut. Karena syaratnya hanya mendaftarkan akun
- 3K merupakan target jumlah paid user dari 10K active user

#### Impact:

- 3 untuk MVP
- 2 untuk Scalable product
- 1 untuk Optimize product

### Confidence:

- 100% (kepercayaan tinggi) karena resource yang ada dan impact ke aplikasi tinggi
- 80% (kepercayaan sedang) karena memiliki resource yang baik, tetapi kurang yakin akan digunakan secara maksimal oleh user
- 50% (kepercayaan rendah) karena effort yang dikeluarkan lebih besar nilainya daripada impact

### Efforts:

- 1 = mudah dibuat karena resource sudah ada
- 2 = resource sudah ada, tetapi perlu sinkronisasi dan testing berulang kali
- 3 = untuk pembuatan fitur dengan effort sebesar ini butuh riset dan testing.

## SWOT & Benchmarking Resepedia

Dengan penentuan MVP tersebut, kami dapat kembali melakukan analisa SWOT yang kami miliki untuk aplikasi, serta membandingkan enhancement fitur kami dengan kepunyaan competitor untuk mendapatkan Unique Selling Point (USP) dan Value Proposition (VP).

### Swot Resepedia

Kekuatan (S)	Peluang (O)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada pilihan resep lezat dari chef terpercaya</li> <li>2. Multi-platform (Web &amp; Mobile)</li> <li>3. Konten edukasi memasak lewat artikel/blog</li> <li>4. Fitur Filtering yang lengkap (Alat, Bahan,</li> <li>5. Budget)</li> <li>6. Komunitas &amp; badges (lencana user)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi platform edutech food-focused</li> <li>2. Media digital dengan fitur terlengkap</li> <li>3. Menambah B2B di bidang lain</li> </ol>
Kelemahan (W)	Ancaman (T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sulit menemukan komunitas atau pengguna yang tepat untuk meningkatkan penggunaan aplikasi</li> <li>2. Maintenance yang besar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. High-level competition atau banyaknya aplikasi sejenis</li> <li>2. Red Ocean</li> </ol>

### Benchmarking Aplikasi Sejenis

Fitur Aplikasi				Resepedia
Konten Resep	✓	✓	✓	✓
Tips & Trik	✓	✓	✓	✓
Tulis Resep / Artikel	✓	✓	✗	✓
Filtering Alat	✗	✓	✓	✓
Filtering Bahan	✓	✓	✓	✓
Filtering Budget	✓	✗	✗	✓
Komunitas	✓	✓	✗	✓
Multi-platform	✓	✓	✓	✓

### User Stories of Features

Setelah menentukan prioritas fitur yang akan dibuat terlebih dahulu, selanjutnya kami mendefinisikan user stories yang menjadi dasar dibuatnya fitur tersebut, yaitu sebagai berikut.

Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...
On-Boarding	Splash Screen	Dikenalkan terlebih dahulu dengan keunggulan aplikasi	Yakin untuk lanjut dan mendaftarkan akun
	Register/Daftar	Membuat akun baru di aplikasi	Bisa leluasa meng-explor fitur dengan identitas akun saya sendiri
	Login/Masuk	Langsung bisa masuk ke aplikasi hanya dengan mengklik SSO Button Google	Dapat menghemat waktu dan tidak frustasi mengisi KYC field
		Masuk ke aplikasi dengan menginputkan username / email dan password saja	Bisa masuk ke akun saya
	Quick Survey	Memberikan keinginan saya terhadap masakan untuk diimplementasikan di resep nanti	Mendapatkan rekomendasi resep sesuai preferensi tanpa harus mencari secara manual

Konten Edukasi	Resep Komunitas	Melihat konten resep yang berasal dari user lainnya	Bisa melihat banyak resep yang baru dan inovatif
	Resep Teruji	Mendapatkan konten resep dari chef professional yang isinya spesifik dan lengkap	Dapat percaya pada kredibilitas konten tersebut bahwa masakan saya akan berhasil sesuai resep
	Kalkulasi Porsi	Menggunakan premium dengan fitur unggulan yang dapat menspesifikasi takaran saji pada makanan	Dapat menghitung jumlah takaran bahan berdasarkan porsi yang ingin disajikan
	Rating	Melihat dan mendapatkan penilaian terhadap konten resep	Dapat mengetahui seberapa baik isi dan keberhasilan resep tersebut untuk orang lain
	Recook	Menunjukkan hasil percobaan masak saya kepada orang lain dalam bentuk visual dan komentar	Dapat mengapresiasi hasil masakan saya dari suatu resep, serta memberikan feedback terhadap si penulis resep
Transaksi	Pembayaran	Melakukan transaksi pembelian paket berlangganan di aplikasi secara instan	Dapat mengakses fitur unggulan dan menjadi pengguna premium
Filtering	Alat (Tools)	Menyaring konten resep berdasarkan preferensi alat masak	Dapat melihat konten resep dengan tenang tanpa perlu memikirkan keterbatasan alat masak yang dimiliki saat itu
	Bahan (Ingredients)	Menyaring konten resep sesuai dengan list bahan yang diinput	Tidak bingung dan kesulitan dalam memaksimalkan bahan yang ada di kulkas
	Harga (Budget)	Menyaring konten resep sesuai dengan budget yang dimiliki saat itu	Dapat terus berkreasi dengan masakan tanpa perlu khawatir budget kurang/tidak cukup
Komunitas	Tulis Resep/Artikel	Menuliskan ide resep atau tips&trik memasak	Bisa mendapatkan feedback dari orang lain

		dimiliki kepada yang lainnya	dan terus mengembangkan kreatifitas di bidang kuliner
	Follow User	Mengikuti akun sesama user lainnya yang menarik untuk diikuti	Dapat terus melihat upgrade konten yang diunggah di aplikasi
	Badges	Mendapatkan achievement atau apresiasi dari kegiatan yang dilakukan di aplikasi	Memiliki alasan untuk terus engage atau bertahan menggunakan aplikasi dalam jangka waktu yang lama
Fitur Tambahan pelengkap Aplikasi	Profile Menu	Disediakan menu yang berkaitan dengan profil saya	Dapat memutuskan sesuatu untuk akun saya
	Notifikasi	Mendapatkan pemberita huan tentang aplikasi terhadap aktivitas akun	Tidak tertinggal info apapun dan menemukan value dari produk
	Saved/Favorit Konten	Bisa menyimpan konten ke dashboard akun saya	Dapat langsung melihat konten tersebut kapan saja tanpa perlu mengeksplor aplikasi terlebih dahulu untuk menemukannya
	Search Bar	Mencari konten di aplikasi dengan menginput kata-kata yang saya inginkan	Dapat menemukan konten yang sesuai dengan cepat dan mudah

## User Scenario Testing & Test Case

Untuk memudahkan UI/UX membuat flow, kami membuat requirement dan expected result yang didokumentasikan dalam User Scenario Testing, kami membuatnya di Google Spreadsheet untuk memudahkan tracking secara bersamaan.

Berikut Link UST aplikasi kami:

<https://tinyurl.com/FolderUSTResepedia>

## Product Requirement Document (PRD)

Hasil akhir seorang PM adalah PRD. Untuk itulah kami membuat PRD perfitur dimana menjadi dokumentasi semua hal yang telah disebut di atas. Berikut pembagiannya:

Putri Balqis Assyifa	Muh Akmal Jaya	Irma Naomi Tampubolon
Resep Teruji + Kalkulasi Porsi	Resep Komunitas	On Boarding
Recook	Rating	Transaksi Pembayaran
Follow	Tulis & Upload	Filtering Alat
Badges/Lencana	Search Bar	Filtering Bahan
Profile Menu	Kolom Komentar Artikel	Filtering Budget
Notifikasi		
Saved/Favorit Resep		

PRD akan kami attach sebagai lampiran, tetapi jika ingin melihat langsung, kami juga mendokumentasikannya dengan rapi di link Google Drive berikut:

<https://tinyurl.com/PRDResepedia>

## Business Requirement Document (BRD)

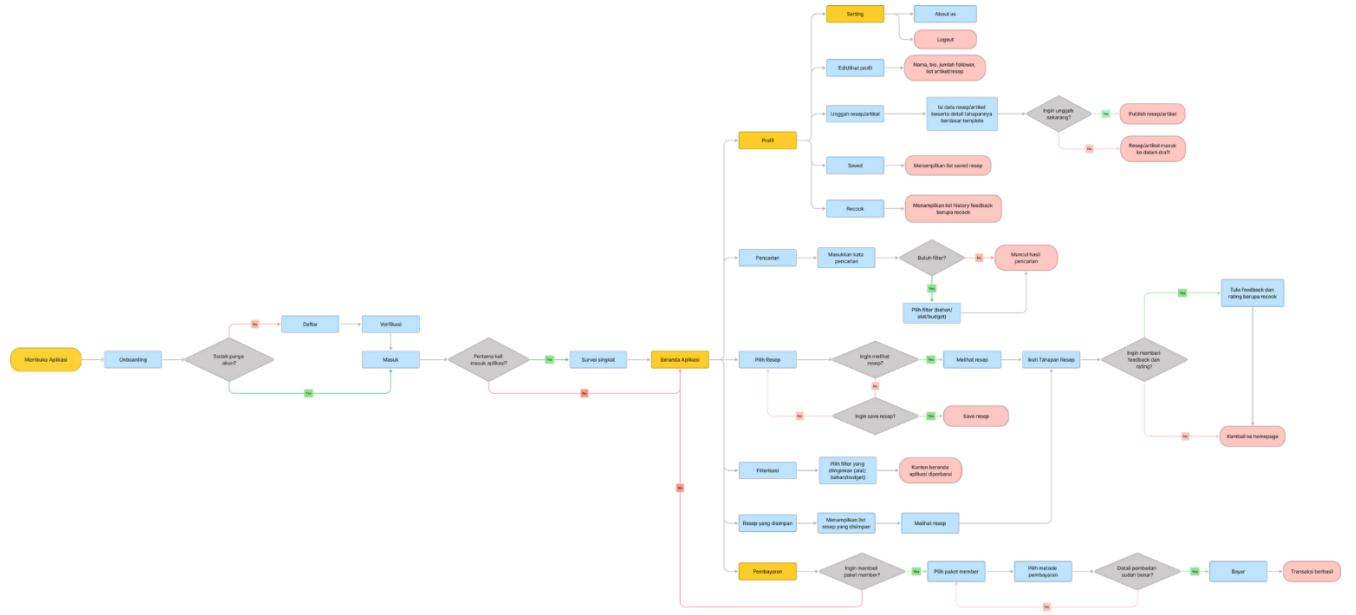
Selain itu, kami juga membuat BRD untuk melengkapi kualitas rancangan desain kami. Hasilnya dapat dilihat di link Google Drive berikut:

<https://tinyurl.com/BRDResepedia>

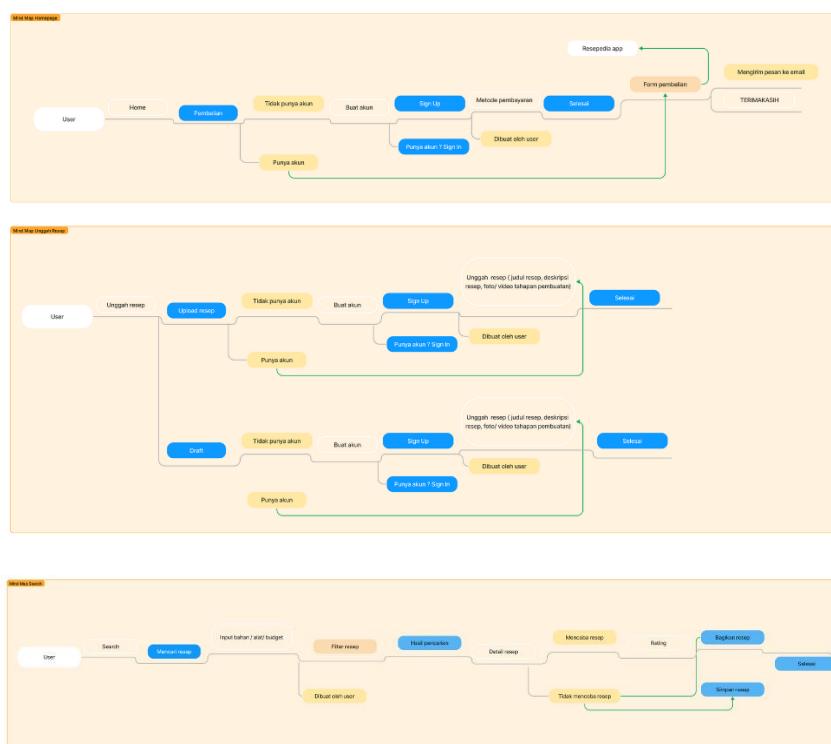
## PROTOTYPING

### User flow / Flowchart

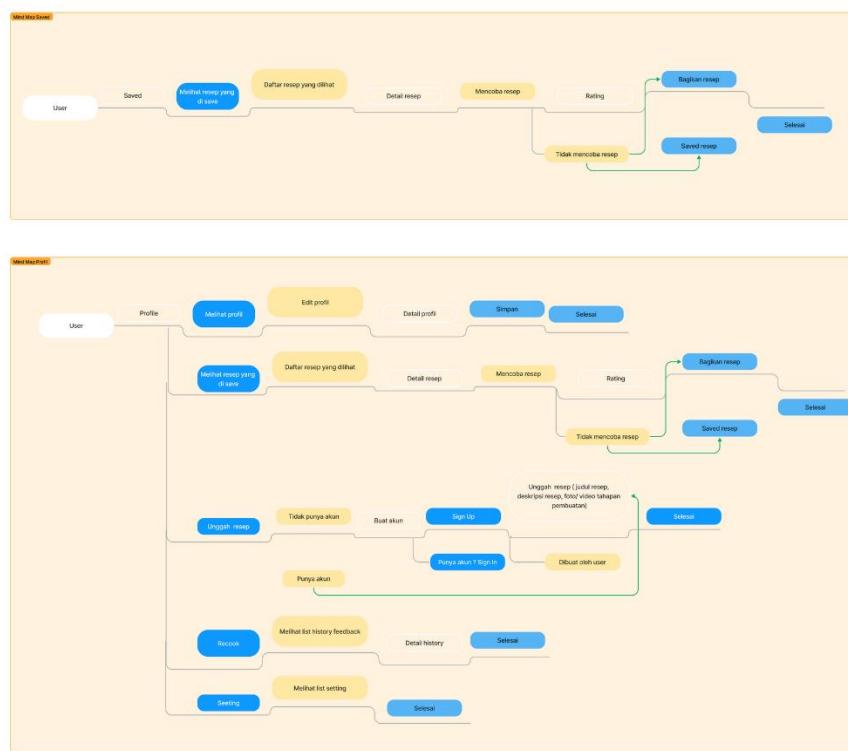
Setelah melakukan tahap ideasi, selanjutnya adalah membuat rancangan purwarupa dari ide tersebut. Sebelum mendesain, kami memulai dari pembuatan flowchart secara helicopter view untuk Mobile App maupun Website, gambarannya seperti berikut.



### Mind Maps



## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!



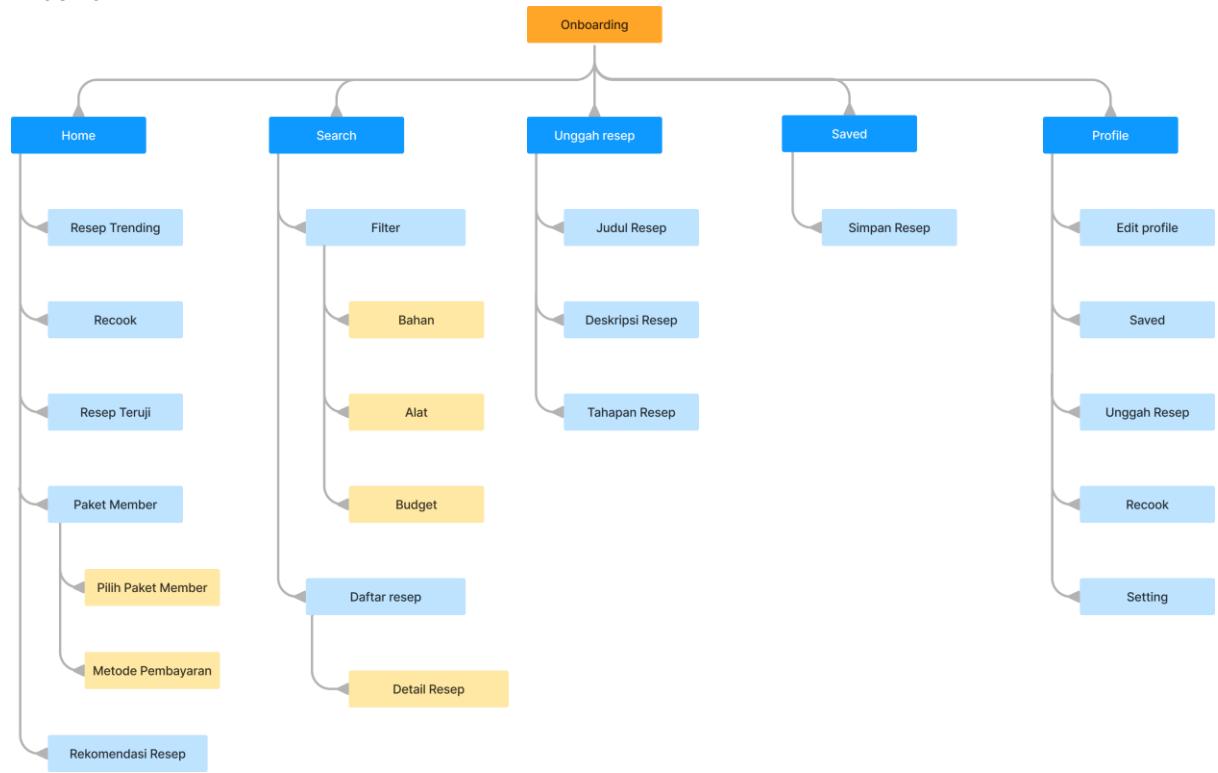
## Card Sorting

Memilih dan menyortir apa saja yang ada di halaman nanti

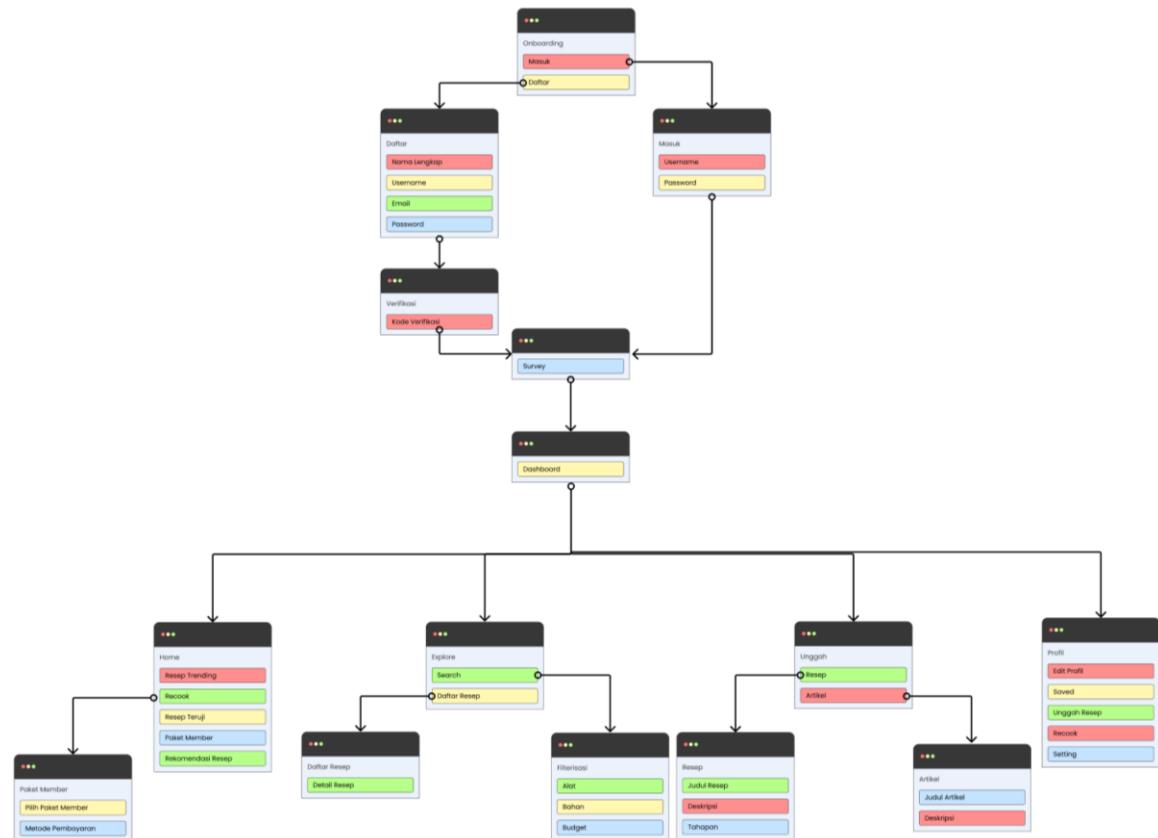
Onboarding	Beranda	Resep	Tulis Resep/ Artikel	Profile
Login	Rekomendasi resep berdasar preferensi	Nama resep	List nama resep/artikel	Nama, bio, profile picture
Daftar	List resep	List alat dan bahan, tahapan resep	Input template detail resep/ artikel	Follow button
Lupa password	Tips & trick	Video mengolah resep	Tag resep/ artikel	Jumlah follower
Survei singkat	Search bar	Rating	List draft resep/artikel	Lencana User (Badges)
	Notifikasi	Feedback (Recook)		List resep buatan/artikel
	Saved resep			List history Recook

## Sitemaps / Information Architecture (IA)

- Mobile



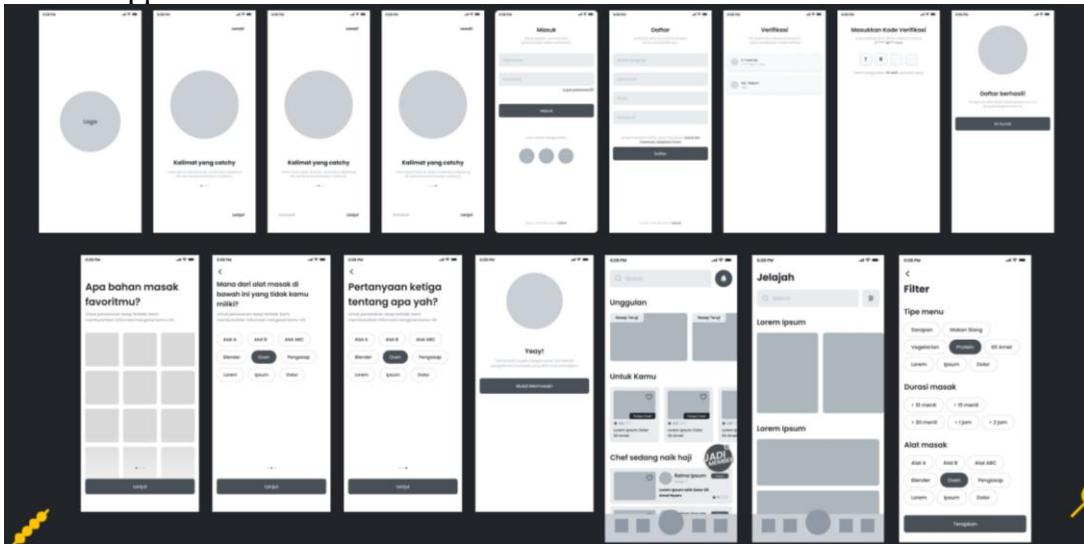
- Website



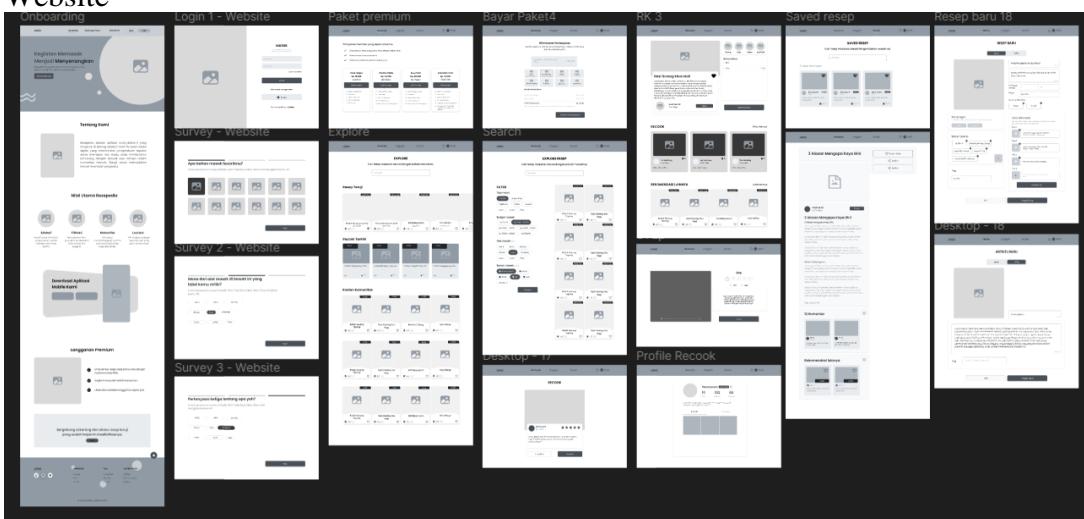
## Wireframe & Lo-Fi

Membuat kerangka desain prototype untuk Mobile dan Website.

- Mobile App



- Website



## Visual Direction & Design System

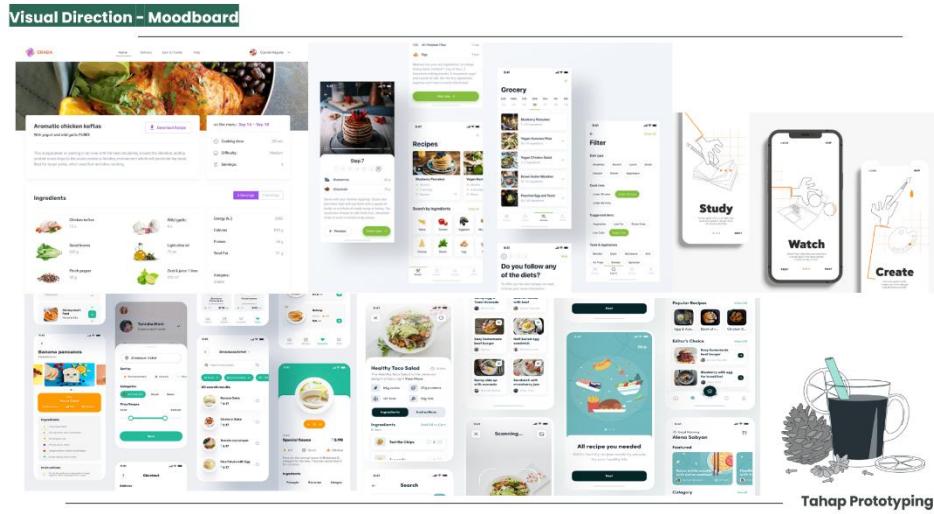
Brainstorming warna dan elemen yang tepat dari hasil rancangan Lo-Fi untuk ditingkatkan ke Hi-Fi prototype.

- Moodboards

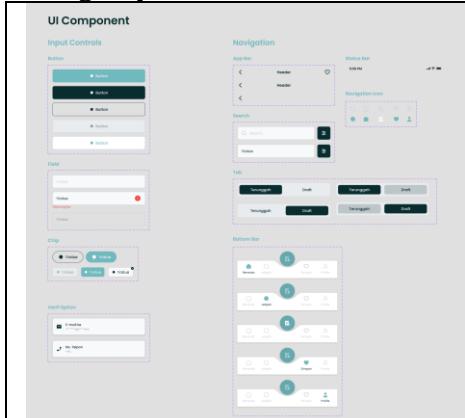
Memuat fitur berikut dalam bentuk gambar:

1. On Boarding
2. Resep Komunitas
3. Resep Teruji
4. Transaksi Bayar
5. Recook Feedback & Rating
6. Tulis Resep
7. Tulis Artikel
8. Filtering
9. Profile Menu & badges
10. Notifikasi dan Favorit

## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!



- Design System



Lihat Visual Direction selengkapnya disini:  
<https://tinyurl.com/DesignSystemResepedia>

## Brand Attributes

Brainstorming tentang logo, brand, ikon, dan maskot untuk aplikasi.

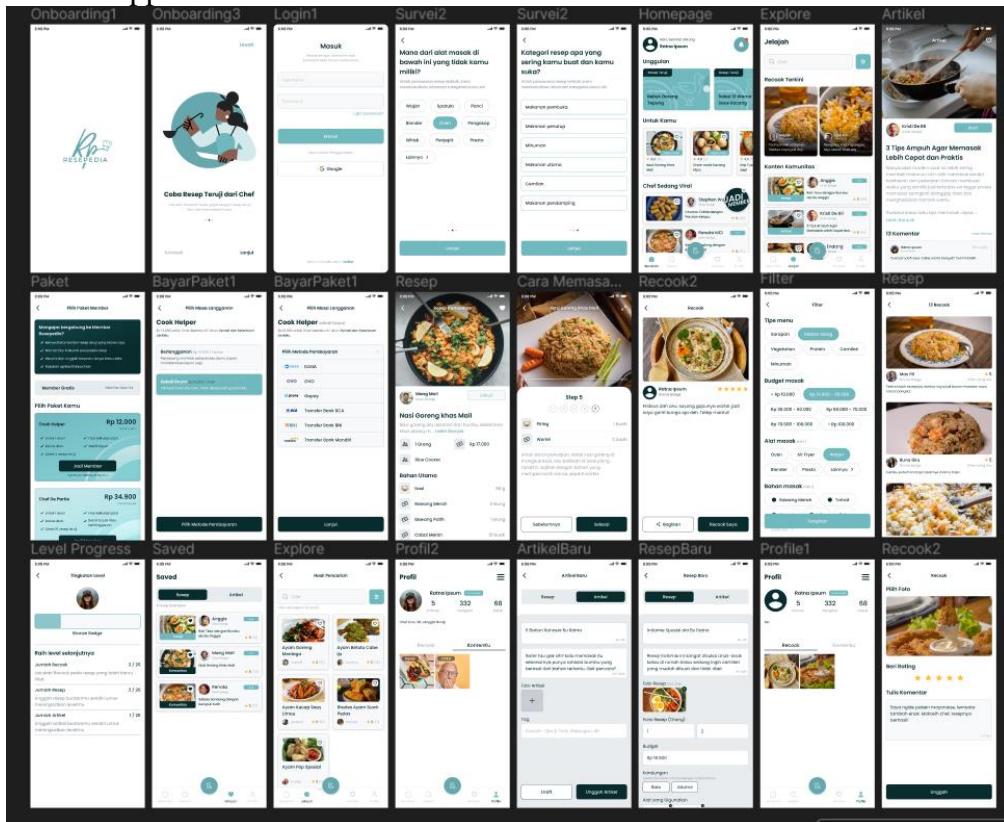
	<p><b>Tulisan RP</b> merupakan singkatan dari Resepedia</p> <p><b>Topi Koki</b> menggambarkan bahwa aplikasi ini seputar memasak dan dunia kuliner</p> <p><b>Warna Biru pastel</b> menggambarkan ketenangan, kenyamanan, dan menyenangkan</p> <p><b>Makna:</b> Kami ingin user yang menggunakan aplikasi resepedia ketika membuka konten resepnya akan merasa nyaman dan tenang sehingga dapat mengimplementasikan resep ke dunia nyata dengan perasaan gembira.</p>
--	--

## Hi-Fi Screen

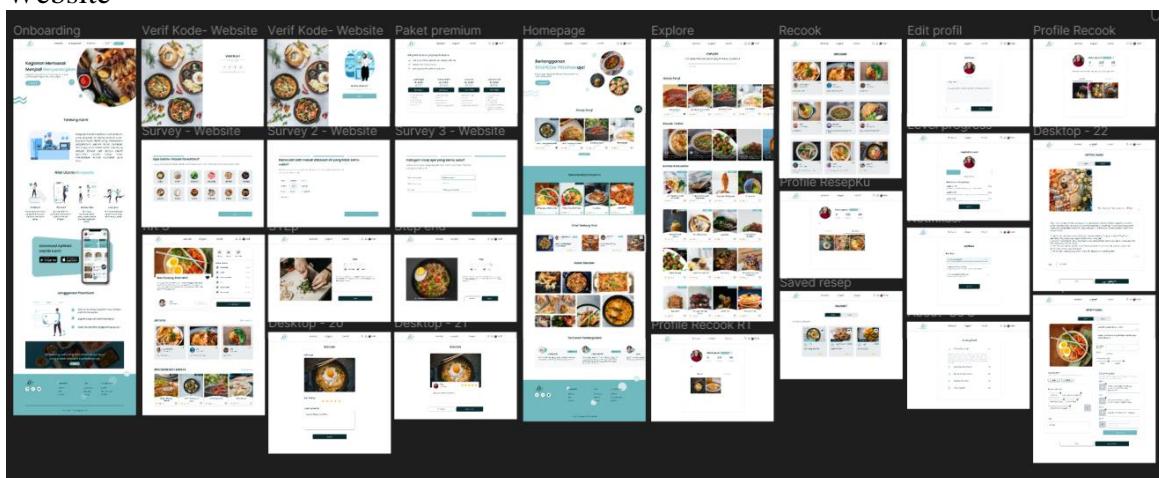
Implementasi dari Design System pada Lo-Fi design yang sebelumnya, sehingga sudah menjadi prototype yang utuh, end-to-end, dan siap untuk di testing ke pihak eksternal.

Board Hi-fi design:

- Mobile App



- Website



Link Prototype Mobile App: <https://tinyurl.com/PrototypeMobileResepediaA5>

Link Prototype Website: <https://tinyurl.com/PrototypeWebResepediaA5>

## TESTING

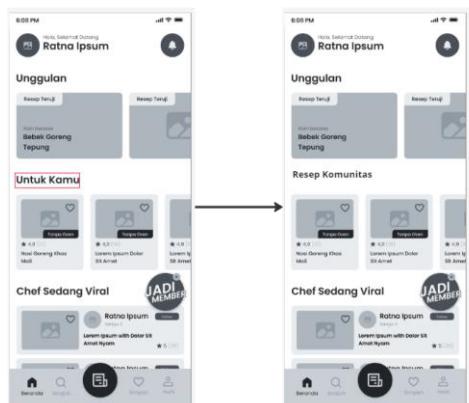
### Analyze Result Lo-Fi Testing

Hasil analisa dari percobaan prototipe lo-fi design (MVP) ke user adalah sebagai berikut.

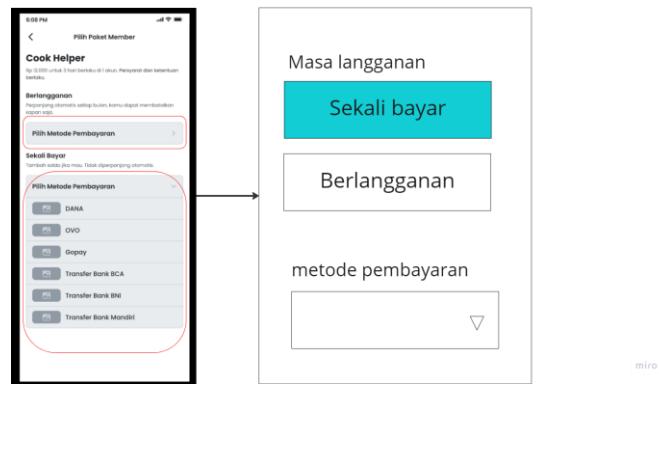
Tahap	Opinion Scale	Komentar
On-Boarding (Splash Screen, Login, Register, Quick Survey)	1 = 2 = 25% 3 = 4 = 50% 5 = 25%	Kurang clickable dan user bingung memilih button/opsi yg ingin dia plih krn tdk clickable
Akses Resep Komunitas	1 = 2 = 3 = 25% 4 = 75% 5 =	Pas awal saya bingung resep komunitas itu yg mana, mungkin bisa lebih diperjelas lagi dari penamaan
Akses Resep Teruji dan proses pembayaran	1 = 2 = 3 = 25% 4 = 50% 5 = 25%	Penamaan yang perlu diperjelas, seperti Unggulan → Resep Teruji. Untuk Kamu → Resep Komunitas  Alur transaksi yang bingung karena ada dua kali tab “pilih metode pembayaran”
Tulis & Unggah Resep dan Artikel	1 = 2 = 25% 3 = 50% 4 = 25% 5 =	Alur penulisan Alat dan Bahan yang ambigu. Takaran bisa tiba-tiba terdeteksi (jadi tulisan abu-abu). Ini akan sulit diimplementasikan ke FE nanti
Seberapa mudah kamu dalam melakukan semua skenario task dengan tampilan tadi?	1 = 2 = 3 = 50% 4 = 50% 5 =	50% Memahami 50% kurang memahami
Seberapa suka dan familiar kamu dengan tampilan / UI design pada aplikasi kami?	1 = 2 = 3 = 4 = 100% 5 =	perlu di improve beberapa ukuran font dan juga step seperti transaksi tadi

## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

Penamaan lebih jelas, kata "Untuk Kamu" diganti aja jadi "Resep Komunitas", atau kalo gamau diubah, pake tulisan di card resepnya

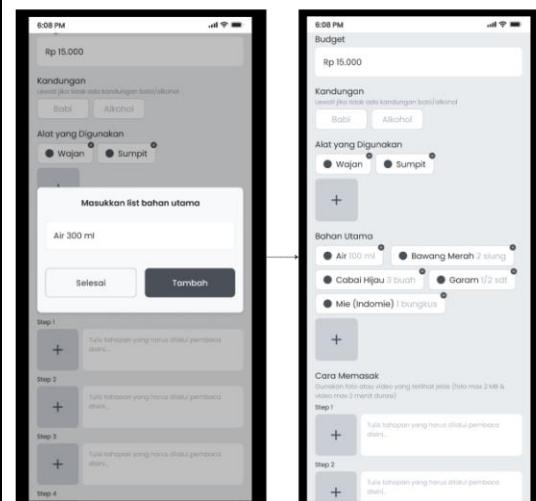


Fitur Bayar diperbaiki, masa langganan digabungkan saja, jadi pilih metode bayarnya cukup sekali saja (1 dropdown menu aja gais)

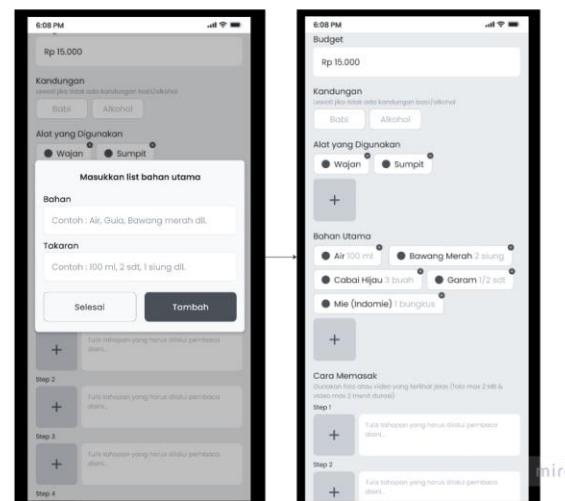


Fitur tulis resep ambigu di bagian penulisan bahan, pisahkan kolom takaran dan nama bahannya. Kalo bisa yang Alat juga modelannya begini, biar seragam aja sih dan lebih gampang juga UX nya

**BEFORE**



**After**



## Scenario Block for Hi-Fi Testing

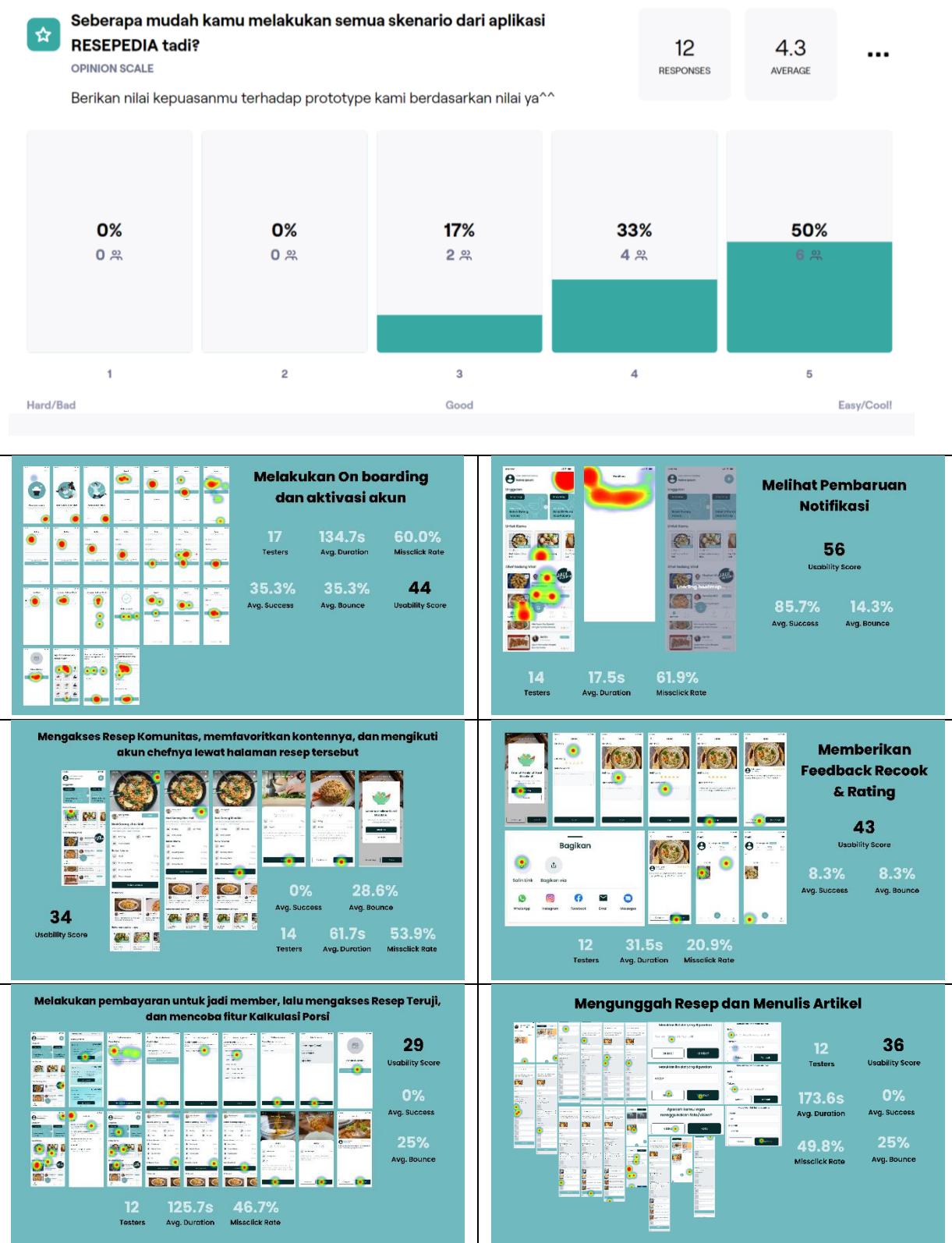
Skenario yang kami buat di Maze untuk hi-fi testing adalah sebagai berikut:

1. Melakukan On boarding dan aktivasi akun
2. Melihat Pembaruan Notifikasi
3. Mengakses Resep Komunitas, memfavoritkan kontennya, dan mengikuti akun chefnya lewat halaman resep tersebut
4. Memberikan feedback Recook dan Rating
5. Melakukan pembayaran untuk jadi member, lalu mengakses Resep Teruji, dan mencoba fitur Kalkulasi Porsi
6. Mengunggah resep dan Menulis Artikel
7. Mengeksplor konten dengan search bar dan fitur filtering
8. Mengomentari artikel
9. Melihat konten yang difavoritkan, serta mengikuti akun user lain
10. Melihat menu di halaman profil (Sunting profil, Tingkatan Level (badges), Tentang kami, hingga melakukan log out)

## Analyze Result Hi-Fi Testing

Hasil analisa dari percobaan prototipe High fidelity design ke user adalah sebagai berikut.

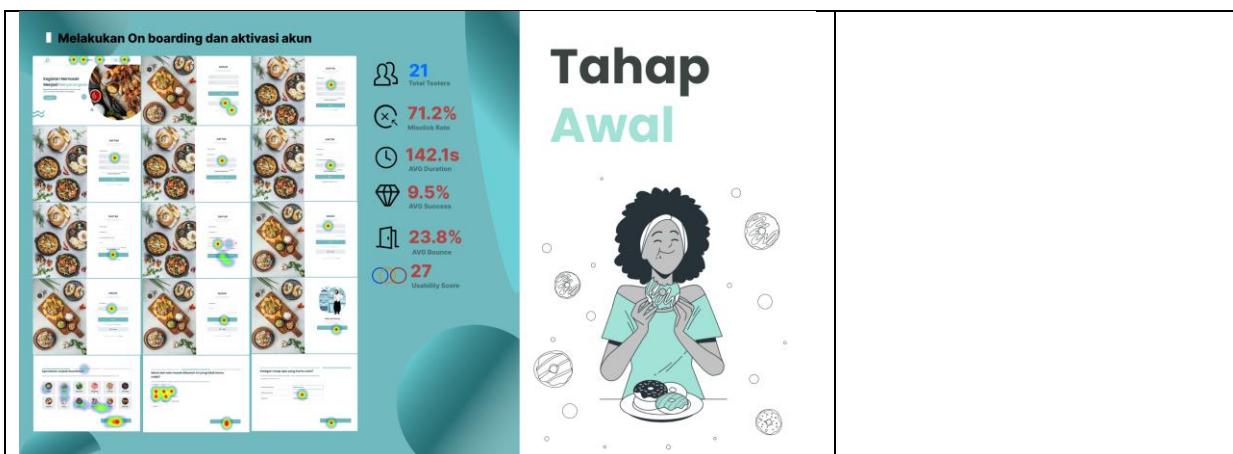
### Mobile



## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!



## Website





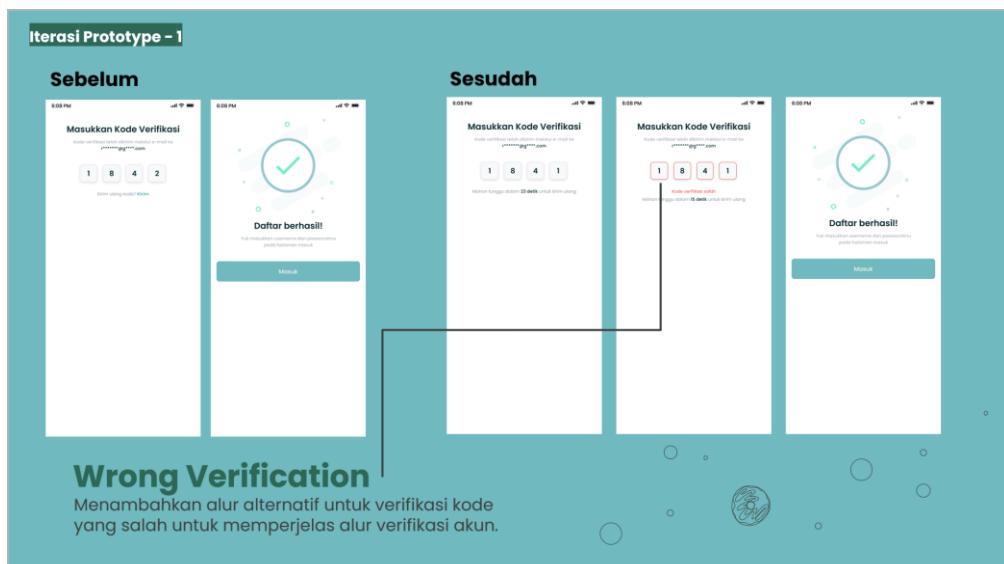
## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

<p>■ Memberikan feedback Recook dan Rating</p> <p>10 Total Testers    40.0% AVG Success    20.6s AVG Duration 7.9% Misclick Rate    0.0% AVG Bounce    68 Usability Score</p>	
<p>■ Saved resep &amp; Melihat Konten Favorit</p> <p>9 Total Testers    37.9% Misclick Rate    20.6s AVG Duration 0.0% AVG Success    11.1% AVG Bounce</p>	<h2>Tahap Retain</h2>
<p>■ Lihat Profile Menu &amp; Lihat Level Progress Badges</p> <p>9 Total Testers    0.0% AVG Success    94.0s AVG Duration 51.6% Misclick Rate    22.2% AVG Bounce    27 Usability Score</p>	<h2>Tahap Akhir</h2>
<p>Lebih jelasnya lihat disini <a href="https://app.maze.co/report/Resepedia-UT-WEB/jmnhg14ilc4i88cj/intro">https://app.maze.co/report/Resepedia-UT-WEB/jmnhg14ilc4i88cj/intro</a></p>	

## Iterasi Hi-Fi

Worked	Changes
Tampilan interface clean, simple dan terisi	Design System untuk Tag, dari type menjadi chip
Button dan icon jelas serta familiar	Design system untuk scroll up button pada web, dari biasa menjadi freeze (melayang mengikuti layar)
Questions	Ideas
Warna button untuk survey dibedakan ketika posisi enable atau disable	Alur untuk tombol “Lupa Password”
Perubahan ikon pada expand di menu “Tentang Kami” ketika dalam posisi ditutup/buka di web	Menambah alur verifikasi salah atau Menambah tombol “batal” dan “lanjutkan” pada verification page
Critical	
Flow scenario di maze terlalu menumpuk karena Block yang disediakan maze versi gratis sangat terbatas, akibatnya sedikit mendapatkan persentase direct success.	

### Perubahan yang diimplementasikan:



## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

### Iterasi Prototype - 2

#### Sebelum

#### Sesudah

**Perubahan ikon Expand**  
Menanggapi question dari user feedback untuk membedakan bentuk ikon expand ketika dibuka dan ditutup

### Iterasi Prototype - 3

#### Sebelum

#### Sesudah

**System Button Scroll Up**  
Mengimplementasi Change dari user feedback untuk membekukan tombol scroll up pada web ketika user melakukan scrolling

### Iterasi Prototype - 4

#### Sebelum

#### Sesudah

**Design System Tag**  
Pengguna merasa bingung dengan format input "Tag" pada form unggah resep. Kami mengubah visual pada form unggah resep bagian "Tag" agar dibuat menjadi format chip.

## BUSINESS PERSPECTIVE

### Revenue Management

Setelah rancangan desain sudah rampung, tugas PM selanjutnya adalah menentukan financial projection dan manajemen revenue dari produk tersebut. Seperti menentukan COGS/HPP, Profit margin/BEP, dan melakukan Pricing Strategy.

Kami mendokumentasikannya di Google Sheet pada link berikut:

<https://tinyurl.com/ManagementCost>

### COGS / HPP

Menghitung berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat aplikasi Resepedia selama 3 Sprint, mulai dari biaya sumber daya manusia yang membuat aplikasi (developer), hosting, pemberian lisensi pada aplikasi yang dibayar sekali, dan biaya perawatan yang selanjutnya menjadi biaya operasional dan dibayarkan tiap tahunnya.

Category	Items	Qty	Amount/Quantity	Total Amount / Month	Total Amount / Week	
Cost of Development	Product Manager	3	Rp 9,500,000.00	Rp 28,500,000.00	Rp 7,125,000.00	
	Tech Lead	1	Rp 10,300,000.00	Rp 10,300,000.00	Rp 2,575,000.00	
	UX Designer (UX)	1	Rp 5,000,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 1,250,000.00	
	UI Designer (UI)	2	Rp 5,000,000.00	Rp 10,000,000.00	Rp 2,500,000.00	
	Front-End Engineer (FE)	2	Rp 7,200,000.00	Rp 14,400,000.00	Rp 3,600,000.00	
	Back-End Engineer (BE)	2	Rp 9,300,000.00	Rp 18,600,000.00	Rp 4,650,000.00	
	Android Developer	1	Rp 7,700,000.00	Rp 7,700,000.00	Rp 1,925,000.00	
	iOS Developer	1	Rp 16,000,000.00	Rp 16,000,000.00	Rp 4,000,000.00	
	Quality Assurance (QA)	2	Rp 4,300,000.00	Rp 8,600,000.00	Rp 2,150,000.00	Total Amount / 3 Sprint
		15		Rp 119,100,000.00	Rp 29,775,000.00	Rp 178,650,000.00
Cost of Hosting	Hosting & Web Server	1 lot	Rp 100,000.00	Rp 100,000.00	Rp 25,000.00	Total Amount/3 Sprint
	Processing / DB Server	1 lot	Rp 100,000.00	Rp 100,000.00	Rp 25,000.00	Rp 900,000.00
	Cloud Computing	1 lot	Rp 400,000.00	Rp 400,000.00	Rp 100,000.00	Total Amount / Year
				Rp 600,000.00	Rp 150,000.00	Rp 7,200,000.00
Cost of Licencing	Google Play	1 kali	Rp 391,575.00	Rp 391,575.00	Rp 391,575.00	sekali seumur hidup
	App Store	12	Rp 1,550,000.00	Rp 129,166.67	Rp 32,291.67	Total Amount / Year
				Rp 520,741.67	Rp 423,866.67	Rp 1,550,000.00
Cost of Support & Maintenance	Biaya perbaikan bug, penambahan fitur, integrasi sistem, pembaharuan dokumentasi dan panduan, pelatihan & dukungan teknis ke user, pengujian, dan kelancaran aplikasi jika memiliki uptime yang tinggi	12	Rp 150,000,000.00	Rp 12,500,000.00	Rp 3,125,000.00	Rp 150,000,000.00
<b>COGS Monthly</b>				Rp 132,720,741.67		
<b>COGS Weekly</b>				Rp 33,473,866.67		

## Operational Cost

Menghitung biaya yang dikeluarkan untuk menghidui operasional perusahaan. Biaya ini akan dihitung pertahun, mulai dari biaya sumber daya manusia yang mendukung jalannya perusahaan, promosi, sewa Gedung, asuransi karyawan, dan sebagainya. Namun, ada biaya yang dibayarkan hanya sekali seumur hidup, seperti Legal cost yang hanya dibayar untuk pendaftaran brand saja.

Category	Items	Qty	Amount/Quantity	Total Amount / Month	Total Amount / Week
Cost of Supporting Resources	HRD	1	Rp 7,000,000.00	Rp 7,000,000.00	Rp 1,750,000.00
	Finance	1	Rp 12,000,000.00	Rp 12,000,000.00	Rp 3,000,000.00
	Business Analyst	1	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00	Rp 3,750,000.00
	System Analyst	1	Rp 10,000,000.00	Rp 10,000,000.00	Rp 2,500,000.00
	Operator & Administration	2	Rp 3,500,000.00	Rp 7,000,000.00	Rp 1,750,000.00
	Office Boy/Girl	1	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 625,000.00
		7		<b>Rp 53,500,000.00</b>	<b>Rp 13,375,000.00</b>
Rent / Biaya Sewa Gedung Perusahaan	Harga sewa per m2	500	Rp 150,000.00	<b>Rp 75,000,000.00</b>	<b>Rp 18,750,000.00</b>
Office Supplies	Listrik	1	Rp 2,000,000.00	Rp 2,000,000.00	Rp 500,000.00
	Air	1	Rp 300,000.00	Rp 300,000.00	Rp 75,000.00
	Wifi	1	Rp 500,000.00	Rp 500,000.00	Rp 125,000.00
	ATK	1	Rp 800,000.00	Rp 800,000.00	Rp 200,000.00
				<b>Rp 3,600,000.00</b>	<b>Rp 900,000.00</b>
Insurance Cost	Asuransi Karyawan	30	Rp 15,000.00	<b>Rp 450,000.00</b>	<b>Rp 112,500.00</b>
Legal Cost	biaya pengajuan paten atau hak cipta	1	Rp 575,000.00	Rp 575,000.00	Rp 143,750.00
	biaya pendaftaran perusahaan	1	Rp 5,000,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 1,250,000.00
	biaya pendaftaran merek dagang	1	Rp 1,800,000.00	Rp 1,800,000.00	Rp 450,000.00
				<b>Rp 7,375,000.00</b>	<b>Rp 1,843,750.00</b>
Promotion	Sales	1	Rp 4,724,000.00	Rp 4,724,000.00	Rp 1,181,000.00
	Marketing	1	Rp 5,500,000.00	Rp 5,500,000.00	Rp 1,375,000.00
	Advertising/Campaign	1	Rp 4,500,000.00	Rp 4,500,000.00	Rp 1,125,000.00
				<b>Rp 14,724,000.00</b>	<b>Rp 3,681,000.00</b>
<b>Operation Cost First Month (With Legal Cost)</b>				Rp 154,649,000.00	Total Amount / Year
<b>Operation Labor Monthly (Without Legal Cost)</b>				Rp 147,274,000.00	<b>Rp 1,767,288,000.00</b>
<b>Operation Cost Weekly</b>				Rp 38,662,250.00	

## Cost of Revenue (COR) – Gross Profit

Menghitung biaya yang masuk ke perusahaan dan menjadi keuntungan. Biaya ini terbagi menjadi dua alur, yaitu dari user berlangganan (premium) dan user gratis (Free users). Untuk user gratis, revenue yang didapatkan dibantu oleh biaya iklan tampilan atau CPM, dimana semakin banyak usernya, maka biaya iklan yang dipasang dapat semakin mahal.

Type	Package	Qty/3 month	Amount/Qty	Total Amount/Quarter	Total Amount/Year (Q1-Q4)
Subscription	Cook Helper (per 3 day)	7918	Rp 12,000.00	Rp 95,016,000.00	Rp 380,064,000.00
	Chef De Parties (per month)	1863	Rp 39,400.00	Rp 73,402,200.00	Rp 293,608,800.00
	Sous Chef (per month)	2610	Rp 49,900.00	Rp 130,239,000.00	Rp 520,956,000.00
	Executive Chef (3 month)	1314	Rp 79,900.00	Rp 104,988,600.00	Rp 419,954,400.00
<b>Total Revenue from Premium Users</b>				<b>Rp 403,645,800.00</b>	<b>Rp 1,614,583,200.00</b>
Type	Platform	Total User	Biaya Iklan	Jumlah Tayangan Iklan (3 x total user)	CPM Ads Cost
Free User	Mobile App (DAU)	10000	Rp 100,000.00	30000	Rp 3,333.33
	Website (Hit monthly)	48000	Rp 250,000.00	144000	Rp 1,736.11
<b>Kalkulasi</b>					
Client	Platform Type	Qtw Raw	Amount/month	Total Amount/Year	Menghitung total revenue dengan menjumlahkan keuntungan dari subscription + hasil iklan
Client A	Mobile	5	Rp 500,000.00	Rp 6,000,000.00	
Client B	Website	5	Rp 1,250,000.00	Rp 15,000,000.00	
Client C	Mobile & Website	3	Rp 1,050,000.00	Rp 12,600,000.00	
Client D	Mobile & Website	1	Rp 350,000.00	Rp 4,200,000.00	
Client E	Mobile & Website	5	Rp 1,750,000.00	Rp 21,000,000.00	
<b>Total Revenue / Year from Free Users</b>			<b>Rp 4,900,000.00</b>	<b>Rp 58,800,000.00</b>	

Total Revenue From Free + Premium Users		
Yearly	<b>Rp 1,673,383,200.00</b>	
Monthly	Rp 139,448,600.00	
Weekly	Rp 32,180,446.15	

## Cost of Benefit (ROI & BEP)

Hasil perhitungan di atas, diimplementasikan ke dalam perhitungan berikut:

	Year						
	Start in 2023	Year-1	Year-2	Year-3	Year-4		Total
Increased Sales (revenue year)	Rp 1,673,383,200.00	Rp 1,991,326,008.00	Rp 2,369,677,949.52	Rp 2,819,916,759.93	Rp 3,355,700,944.32		
<b>TOTAL BENEFITS:</b>	<b>Rp 1,673,383,200.00</b>	<b>Rp 1,991,326,008.00</b>	<b>Rp 2,369,677,949.52</b>	<b>Rp 2,819,916,759.93</b>	<b>Rp 3,355,700,944.32</b>		
<b>PV of BENEFITS:</b>	<b>Rp 1,624,643,883.50</b>	<b>Rp 1,877,015,748.89</b>	<b>Rp 2,168,591,010.86</b>	<b>Rp 2,505,459,517.40</b>	<b>Rp 2,894,657,112.33</b>	<b>Rp 11,070,367,272.97</b>	
<b>PV of ALL BENEFITS:</b>	<b>Rp 1,624,643,883.50</b>	<b>Rp 3,501,659,632.39</b>	<b>Rp 5,670,250,643.24</b>	<b>Rp 8,175,710,160.64</b>	<b>Rp 11,070,367,272.97</b>		
Cost of Development (6 weeks)	Rp 178,650,000.00	0	0	0	0	0	
Cost of Hosting (6 weeks)	Rp 900,000.00	0	0	0	0	0	
Licensing Google Play (forever)	Rp 391,575.00	0	0	0	0	0	
Licensing App Store (per year)	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	
Cost of Support & Maintenance (year)	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	
<b>TOTAL DEVELOPMENT COSTS:</b>	<b>Rp 331,491,575.00</b>	<b>Rp 151,550,000.00</b>	<b>Rp 151,550,000.00</b>	<b>Rp 151,550,000.00</b>	<b>Rp 151,550,000.00</b>	<b>Rp 151,550,000.00</b>	
Cost of Hosting (per year)	0	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	
Legal Cost (forever)	Rp 7,375,000.00	0	0	0	0	0	
Operational Labor (year)	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	
<b>TOTAL OPERATIONAL COSTS:</b>	<b>Rp 1,774,663,000.00</b>	<b>Rp 1,774,488,000.00</b>	<b>Rp 1,774,488,000.00</b>	<b>Rp 1,774,488,000.00</b>	<b>Rp 1,774,488,000.00</b>	<b>Rp 1,774,488,000.00</b>	
<b>TOTAL COSTS:</b>	<b>Rp 2,106,154,575.00</b>	<b>Rp 1,926,038,000.00</b>	<b>Rp 1,926,038,000.00</b>	<b>Rp 1,926,038,000.00</b>	<b>Rp 1,926,038,000.00</b>	<b>Rp 1,926,038,000.00</b>	
<b>PV of COSTS:</b>	<b>Rp 2,044,810,266.99</b>	<b>Rp 1,815,475,539.64</b>	<b>Rp 1,762,597,611.30</b>	<b>Rp 1,711,259,816.79</b>	<b>Rp 1,661,417,297.86</b>	<b>Rp 8,995,560,532.57</b>	
<b>PV of ALL COSTS:</b>	<b>Rp 2,044,810,266.99</b>	<b>Rp 3,860,285,806.63</b>	<b>Rp 5,622,883,417.92</b>	<b>Rp 7,334,143,234.72</b>	<b>Rp 8,995,560,532.57</b>		
<b>Total Project Benefits - Costs:</b>	<b>-Rp 432,771,375.00</b>	<b>Rp 65,288,008.00</b>	<b>Rp 443,639,949.52</b>	<b>Rp 893,878,759.93</b>	<b>Rp 1,429,662,944.32</b>		
<b>Yearly NPV:</b>	<b>-Rp 420,166,383.50</b>	<b>Rp 61,540,209.26</b>	<b>Rp 405,993,399.56</b>	<b>Rp 794,199,700.60</b>	<b>Rp 1,233,239,814.47</b>	<b>Rp 2,074,806,740.40</b>	
<b>Cumulative NPV:</b>	<b>-Rp 420,166,383.50</b>	<b>-Rp 358,626,174.24</b>	<b>Rp 47,367,225.32</b>	<b>Rp 841,566,925.92</b>	<b>Rp 2,074,806,740.40</b>		
<b>Return on Investment:</b>	0.23%						
<b>Break Even Point (BEP)</b>	1.883330061 (break even occurs in year 2)						
		<b>2 years</b>					

Didapatkan hasil ROI sebesar **0.23%** dengan perkiraan BEP selama kurang lebih **2 tahun** berjalannya perusahaan.

### Pricing Strategy

Strategi kami dalam menentukan harga berdasarkan Competitor + value Based Pricing, dengan pertimbangan berikut:

<b>Yummy</b>	<b>Cookpad</b>	<b>Resepedia</b>
Menjual resep Teruji dengan harga 20.000/resep, suka menawarkan diskon sebesar 75% hingga menjadi Rp. 5.000	Berlangganan selama sebulan dengan harga Rp. 22.000	Menyediakan paket langganan yang beragam (7 hari, 1 bulan, hingga 3 bulan) dengan range harga yang lebih tinggi dari kompetitor, karena menawarkan value yang lebih banyak pada aplikasi dan websitenya.

Hasil perincian harga per paketnya adalah sebagai berikut.

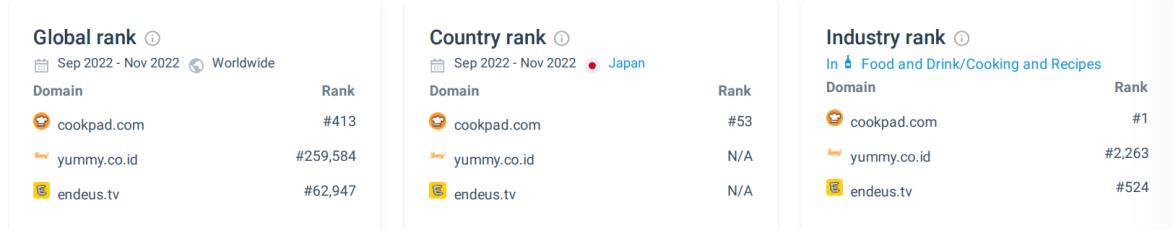
<b>Cook Helper</b>	<b>Chef De Partie</b>	<b>Sous Chef</b>	<b>Executive Chef</b>
Rp. 12.000 / akun	Rp. 34.900 / akun	Rp. 49.900 / akun	Rp. 79.900 / akun
7 Hari	1 Bulan	1 Bulan	3 Bulan
Bebas Iklan	Bebas Iklan	Bebas Iklan	Bebas Iklan
Akses 3 Resep Teruji	Akses 15 Resep Teruji	Akses 40 Resep Teruji	Akses 60 Resep Teruji
Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi
Sekali bayar	Sekali bayar atau berlangganan	Sekali bayar atau berlangganan	Sekali bayar atau berlangganan
			Download resep dalam bentuk e-book
			Tulis dan upload resep dan artikelmu tanpa maksimal batas kata

### Marketing Plan

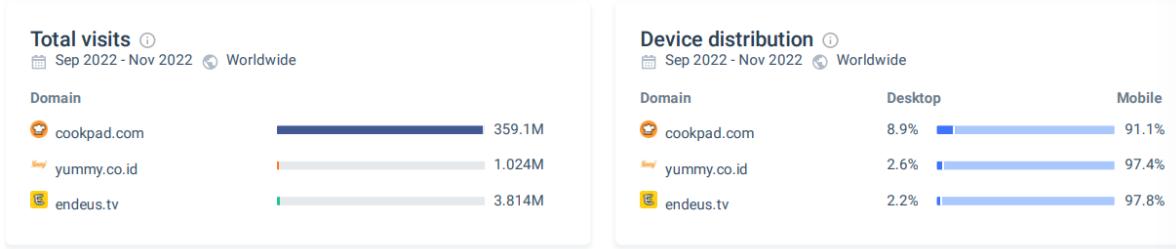
Langkah selanjutnya ketika finansial sudah rampung adalah menentukan strategi marketing dan penjualan produk aplikasi tersebut. Dari mulai mencari marketing channel hingga marketing mix untuk promosi.

## Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

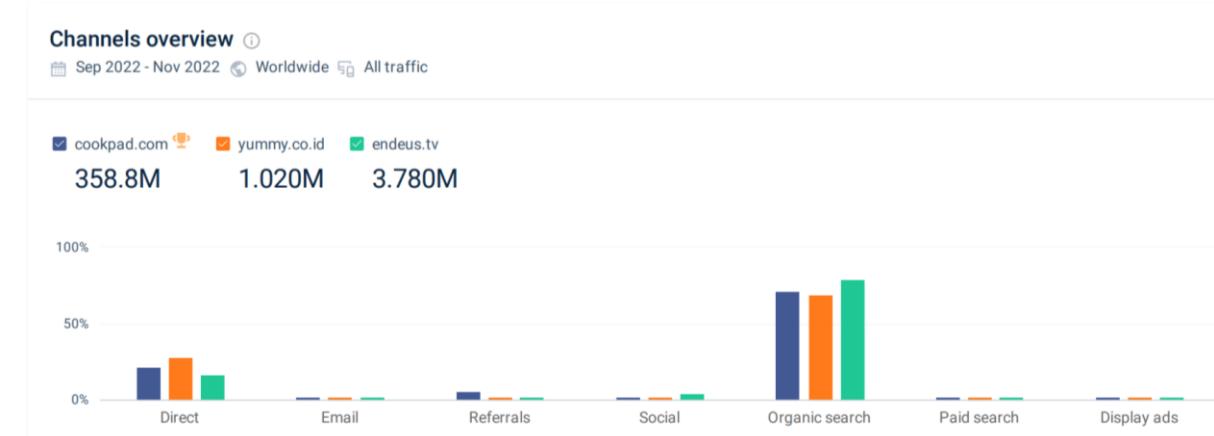
Untuk menentukan marketing seperti apa yang akan ampuh untuk perusahaan ini, kami perlu membandingkan dan meriset metode marketing yang dilakukan oleh kompetitor dan market leadernya, yaitu Cookpad, Yummy, dan Endeus. Kami menggunakan tools analitik data seperti Similarweb, hasilnya seperti berikut.



### Traffic & Engagement



### Marketing Channels



# Resepedia Jadi Chef Bintang Lima dengan Resepedia!

## Social



Hasil analisis data di atas adalah sebagai berikut:

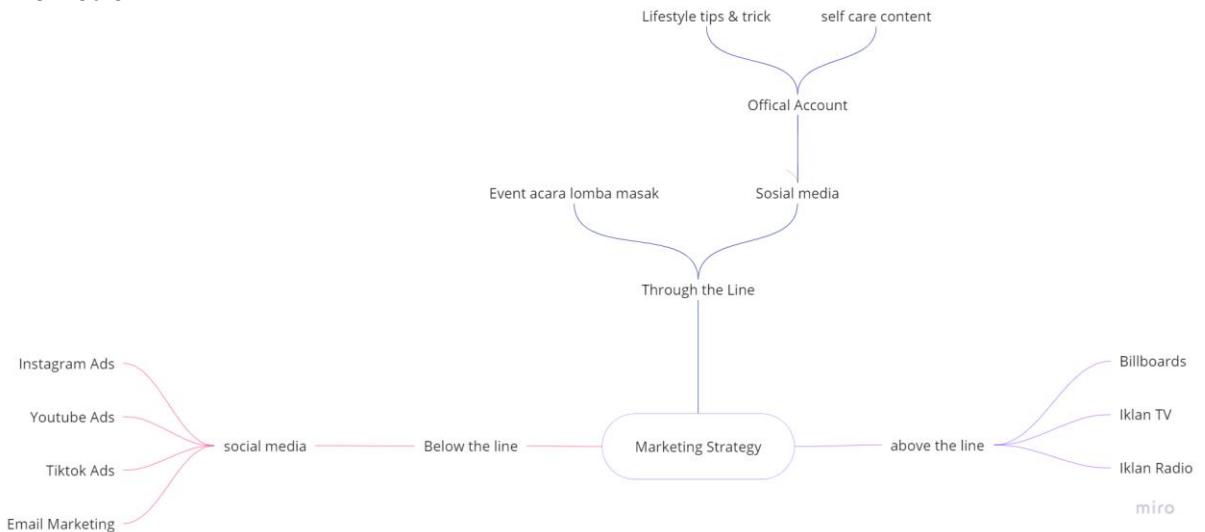
Traffic & Engagement	Dimenangi oleh Cookpad yang distribusinya sudah ke berbagai negara. Kemudian disusul Endeus, lalu Yummy di posisi terakhir. Penyebaran devicenya lebih banyak ke mobile application
Marketing Channel	Ketiganya sama-sama mudah ditemukan dengan metode Direct dan Organic Search, sisanya hanya berpengaruh sedikit
Social Traffic	Cookpad memiliki jaringan sosial yang lebih luas dibandingkan Endeus dan Yummy. Banyak mendapatkan reach dan awareness dari Pinterest dan Facebook, lalu disusul Youtube dan Twitter setelahnya
Customer Segmentation	Ketiga aplikasi memiliki banyak user dari gender Wanita dengan rentang usia pertama 25-34 tahun. Kemudian disusul rentang usia kedua yaitu 18-24 tahun

Dari hasil analisa tersebut, kami dapat merumuskan Marketing Mix untuk aplikasi Resepedia sebagai berikut.

## 1. Product

Membuat aplikasi edukasi food focused multi-platform yang berisi resep masakan dan tips memasak. Dengan menyediakan layanan berbayar untuk berlangganan dan menikmati fitur premium, seperti kalkulasi porsi dan resep teruji.

## 2. Promotion



Berdasarkan marketing channel kompetitor, kami melihat bahwa mengirimkan pesan marketing kepada audiens akan lebih efektif jika:

### A. Lewat Direct search

Yaitu mengirimkan tautan yang dapat diklik secara langsung kepada audiens yang telah terdaftar atau teridentifikasi secara spesifik.

Melalui ...	Dengan Cara ...
Email Marketing	Mengirimkan promosi yang disertai tautan aktif lewat email user
Tautan Afiliasi	banner iklan, tautan teks, atau tautan gambar yang mengarah ke situs web atau pemasaran terpusat
Iklan Berbayar	(Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok) Ads
Pemasaran Event dan terpusat	Media Sosial
Push Notification (untuk pengguna yang telah menjadi active user)	Mengirimkan promosi lewat notifikasi aplikasi dari device mereka

### B. Lewat Organic Search

Yaitu menemukan informasi atau situs web di internet dengan menggunakan mesin pencari seperti Google. Saat Pengguna mengetik kata kunci di mesin pencari, mesin pencari akan menampilkan hasil pencarian yang relevan dengan kata kunci yang dimasukkan.

Melalui ...	Dengan Cara ...
SEO (Search Engine Optimization)	memperbaiki struktur situs web dan aplikasi agar mudah diindeks oleh mesin pencari
Content Marketing	Blogging dengan mengumpulkan review dan testimonial user
Influencer Marketing	Endorsement
Public Relations	Hubungan baik dengan media dan layanan publikasi
Brand Awareness	Campaign/Event, Giveaway
Sosial Media Marketing	Membuat akun sosial media dan aktif mengupload konten

### C. Pemilihan Media Sosial yang spesifik

Karena adanya iklan berbayar dan sosial media marketing, maka penting untuk menentukan media seperti apa yang dapat mendatangkan traffic tertinggi. Jika dilihat dari hasil kompetitor, sosial media yang paling banyak digunakan antara lain:

Media Sosial	Penyebaran dalam bentuk
Facebook	Grup Page Komunitas Memasak, Official Account, Content Marketing (Event, poster, video), blog menulis
Pinterest	Foto Resep Masakan
Youtube	Video Ads
Twitter	Official Account, Thread Resep dan Tips
Tiktok & Instagram	Video Konten memasak, Event (giveaway, campaign, Endorse)

### D. Menargetkan Costumer Segmentation

Dengan strategi di atas, kami dapat menargetkan pesan marketing kami kepada pengguna:

1. Dewasa dalam rentang 25 – 34 tahun sebagai *main persona*. Promosi yang aktif adalah Through The Line (TTL) karena pada usia tersebut pengguna cenderung mendapatkan sesuatu dari sumber yang biasa mereka kunjungi saja, lebih menyukai komunitas dan *demand* terhadap timbal baliknya tinggi. Dalam hal ini penyebaran Facebook, Youtube, email, iklan berbayar, push notification, serta Afiliasi cocok untuk mereka.
2. Remaja-dewasa muda dalam rentang usia 18 – 24 tahun sebagai *second persona*. Promosi yang aktif berupa Below The Line (BTL) karena pada usia tersebut pengguna masuk ke masa aktifnya mengeksplor sesuatu dari tempat mana saja yang praktis dan dianggapnya menarik, serta membawa keuntungan. Dalam hal ini adalah penyebaran lewat SEO, Influencer, Public

relations, Pinterest, Tiktok, Instagram, dan Campaign (Giveaway/Event) akan cukup menarik minat mereka untuk menggunakan aplikasi

3. Rentang usia sisanya seperti 34 – 65+ lebih condong ke marketing Above The Line (ATL) karena pada usia tersebut, pengguna cenderung tidak ingin menghabiskan waktu eksplorasi terlalu lama dan minim timbal balik ke aplikasi. Namun, pengguna tipe ini cocok untuk membantu perusahaan menyebarkan awareness. Maka, marketing seperti iklan di surat kabar, iklan televisi, baliho, radio, dan billboards cocok untuk hal ini.

### 3. Placement

Karena aplikasi merupakan *intangible product*, maka yang menjadi inti placementnya adalah penyebaran/area penjualan produk. Untuk lokalisasi, kami baru menargetkan pengguna dari Indonesia terlebih dahulu, karena itulah Bahasa yang disetel adalah Bahasa Indonesia. Jika sudah masuk tahap Growth, barulah diperbarui menjadi Bahasa Inggris dan dapat disebar ke negara lain.

### 4. Price

Harga dibuat perpaket dengan pilihan masa langganan 7 hari, 1 bulan, dan 3 bulan. Pemisahan harga yang berbeda tergantung waktu aktif akun seperti ini dibuat agar dapat menjangkau pengguna kategori *Middle to low* dan *Middle to High*.

## Go To Market Strategy

Merupakan kesimpulan dari acquisition strategy atau strategi marketing dan bisnis untuk menyukseskan penjualan produk, diringkas sebagai berikut.

Awareness	Download	Activation	Retain
Digital Marketing	Initial Point	Promotion	Upgrade
Above The Line (ATL)	Gratis akses 3 Resep Teruji untuk pengguna baru di aplikasi mobile	Diskon dan promo pembayaran	Survei Kepuasan User
Below The Line (BTL)		Event Masak Kolaborasi	Masukan dan Bantuan (FAQ)
Through The Line (TTL)			Enhancement Fitur
<b>Tujuan</b>			
Reach: 60K	Install: 10K	Minimum Number of Transactions: 3K	Active User: 10K
Impression: 100K			NPS: 40%
Views: 1000K			



# Tim Product Manager



**Putri Balqis  
Assyifa**



**Muh Akmal  
Jaya**



**Irma Naomi  
Tampubolon**

# Tim UI/UX Designer



**Muh Fachri Ali  
Haidar**



**Nurul Dwi  
Pajriah**



**Silviya**



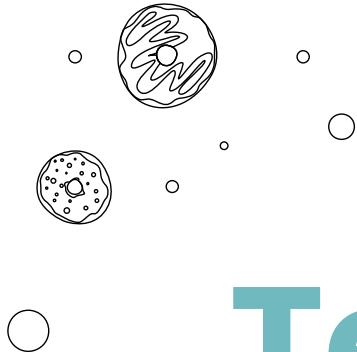
# Daftar Isi

- 01 Tentang Kami
- 02 Masalah & Solusi
- 03 Analisa Pasar
- 04 Produk & Perusahaan
- 05 Prototipe & Pengujian
- 06 Strategi Sales & Marketing



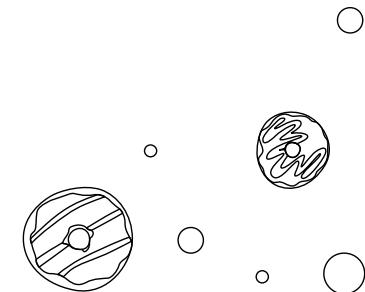
---

## SECTION 1



# Tentang Kami

Mengenal Aplikasi Resepedia dan proses developmentnya

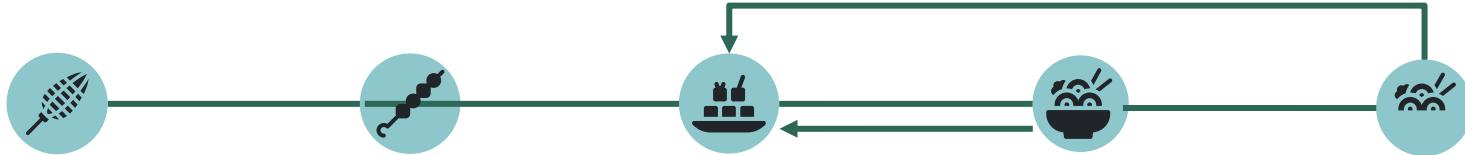


# Definisi Aplikasi

Resepedia adalah aplikasi multi-platform yang bergerak di bidang edutech food-focused media digital yang memberikan pengetahuan seputar dunia memasak dan resep, serta membuatmu terhubung dengan banyak user lainnya dalam komunitas menulis (blog) untuk menciptakan inovasi memasak yang baru.



# Proses Desain



## Empathize

Market Research  
User Research (Data Collection)  
Set Stages

## Define

Product Discovery  
Define the user

## Ideate

Sketch  
Card Sorting  
Sitemap (IA)  
User Flowchart

## Prototyping

Wireframing  
Lo-Fi Screen  
Hi-Fi Screen

## Testing

Feasibility Study  
Usability Testing  
Feedback Iterations

Sprint 1

Sprint 2

Sprint 3

1 Sprint = 2 Weeks

Kelompok A5

# Roadmap | Timeline

Task	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6
Empathize & Define	7 days					
Ideate & Wireframing		4 days				
Prototyping & Lo-Fi testing			4 days			
Hi-Fi design prototype				3 days		
Hi-fi screen & Design System					3 days	
Testing & Evaluate					8 days	
Final Deck						2 days
PM Documentation	PRD, MoM, Business Perspective, and so on.					

# Tools Management



Jira Software

Task Tracking Management



Confluence & Google Docs

Documentation



Figma & Miro

Design & Brainstorming



Google Sheets

User Scenario Testing Doc



Maze & Useberry

Usability Testing



Canva & Adobe Illustrator

Illustrations Media

# Sprint Backlog & Task Tracking

Lihat selengkapnya di link berikut:

<https://tinyurl.com/TaskTrackingA5>

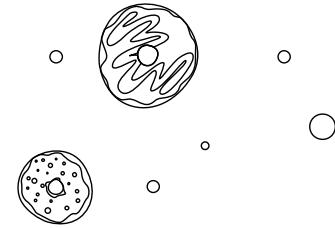
The screenshot shows a task tracking application interface for the 'FPBA Sprint 1' project. The top navigation bar includes 'Projects / Final Project Binar A5', a search bar, user icons (S, MJ, NP, +2), and dropdown menus for 'Epic' and 'Label'. The main area is divided into two columns: 'TO DO 4 ISSUES' on the left and 'IN PROGRESS 3 ISSUES' on the right.

**TO DO 4 ISSUES**

- Affinity Mapping
  - DATA COLLECTION & SYNTHESIS
  - UI/UX PM
  - FPBA-20
- Competitor Analysis
  - DESK RESEARCH PM
  - FPBA-9
- User Scenario Testing
  - PRODUCT DISCOVERY PM
  - FPBA-32
- Brainstorming Sessions
  - DEFINE USER UI/UX

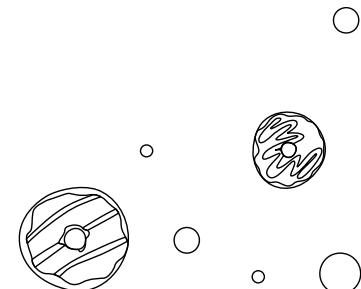
**IN PROGRESS 3 ISSUES**

- Product Goals & Metrics
  - DESK RESEARCH PM
  - FPBA-5
- Scoping for MVP
  - PRODUCT DISCOVERY PM
  - FPBA-22
- Go To Market Strategy
  - PRODUCT DISCOVERY PM
  - FPBA-31



# Masalah & Solusi

Menganalisa Permasalahan dan mengidentifikasi solusinya



# Latar Belakang



## Gagal Masak! Makanan-makanan Ini Bentuknya Malah Tak Sesuai Harapan

Istimewa - detikFood

Minggu, 21 April 2019 08:40 WIB

0 komentar

BAGIKAN

Jakarta - Memasak atau membuat kue, memang membutuhkan keahlian khusus. Jika kurang latihan atau teliti, hasil makanan dan kue jadi gagal total.



## 7 Potret Gagal Orang Saat Memasak, Bikin Ngemes Lihatnya

Camelia

23 Sep 2021, 07:03 WIB

Share 38



Senin 13 Januari 2020, 12:00 WIB

## Wow, 1 Orang Indonesia Hasilkan Sampah Makanan 300 Kg Per Tahun

mediaindonesia.com | Humaniora



Singgih Octafianto · ikuti

Project Manager (2016-saat ini) · 2thn

• X

Resep masakan sebetulnya menyimpan banyak celah informasi yang hilang. Dari bumbu saja sudah menimbulkan perbedaan jumlah. Satu siung, satu cm, satu ruas itu tidak diketahui berat aslinya.

Kedua lama mengolah bumbu, seringkali tidak disebut spesifik. Tumis sampai layu, tumis sampai sampai kecoklatan, tumis sampai harum. Disemprot parfum?

Ketiga dari satuan besar api dan bahan. Api sedang, tungkunya yang seberapa besar. Tumis atau rebus 5 menit. Direbus dengan wajan apa: aluminium, stainless, atau wok besi.

Selamat memasak, jangan putus asa. Kalau sudah sukses undang teman teman di sini.

5

miro

HEALTH / Women / Men / Parenting / Konsultasi

## Tinggi Gas Metana, Sampah Makanan Berisiko Picu Perubahan Iklim

M. Reza Sulaiman | Dini Afrianti Efendi

Sabtu, 05 Oktober 2019 | 09:15 WIB



Tahap Empathize

## Problem Statement

Seseorang yang kurang akan edukasi mengenai resep makanan yang sesuai dengan kondisinya.

**Who :** Pekerja, mahasiswa kost, ibu rumah tangga

**What :** kurangnya edukasi mengenai resep makanan yang sesuai kondisi setiap orang. (budget menu masakan, bahan masakan, dll)

**Where :** Tempat tinggal mereka (rumah/kost)

**When :** Pada masa pemenuhan kebutuhan pangan seseorang

**Why :** Kurangnya informasi mengenai menu masakan yang dapat menyesuaikan kondisi setiap orang

## Research Methodology

- Kuantitatif (Survei dengan 30 responden)
- Attitudinal kualitatif (Wawancara 1-4 orang)
- Literature (dengan buku, artikel, dan paper)

## Research Hypothesis

Bingung menentukan resep yang sesuai dengan bahan, alat, atau budget yang ada. Serta perasaan stress karena tidak tahu cara memutuskan resep masakan yang pas.

## Research Objective

1. Mengidentifikasi bagaimana cara seseorang mengatur budgetnya untuk memasak/membuat makanan
2. Mengidentifikasi bagaimana seseorang mengatur bahan makanan yang masih ada di penyimpanan
3. Mengidentifikasi bagaimana seseorang memilih resep makanan sesuai alat masak yang ia miliki
4. Mengidentifikasi seberapa besar aplikasi resep masakan akan berguna untuk target user dalam menyelesaikan masalahnya
5. Mengidentifikasi yang dilakukan user untuk hasil karya

Tahap Empathize



# Survei (Google Form)

<https://tinyurl.com/SurveyFoodCreation> - 30 Responden

**83,3%**

Menyukai kegiatan  
memasak

**50%**

Inspirasi resep  
didapatkan dari  
Media Sosial

**42,9%**

Inspirasi resep  
melalui video  
(Youtube)

**80%**

Bingung memasak  
dengan bahan yang  
ada

**43,4%**

Kesusahan mencari  
resep berdasarkan  
budget

**30 orang**

Membagikan kreasi  
masakannya ke  
sosial media



# In-Depth Interview

“Besok masak apa ya?  
Bosen menunya itu-itu  
terus”

“mau nyoba resep di  
internet, tapi takut gagal.  
Soalnya banyak yang  
takarannya ga spesifik”

“banyak resep nih, tapi  
pas diliat bahan sama  
alatnya itu pake  
sesuatu yang kita ga  
punya”



4 orang

**Mahasiswa  
Wanita Karir  
Dewasa Muda  
Ibu Rumah  
Tangga**

“Pengen sharing  
seputar pengalaman  
masak deh biar dapat  
saran”

“aku tidak tahu cara  
memilih bahan  
sayuran yang bagus  
untuk dimasak”

“Aduh budget  
mepet enaknya  
masak apa yah?”

### Say

- Hari ini saya masak apa ya?
- Dimana ya saya harus cari resep masakan yang sesuai sama bahan yg saya punya ?
- Mau masak, tapi bingung mau pilih menu masakan apa
- Budget segini semoga cukup deh buat masak menu ini

### Think

- Aduh budget mepet enaknya masak apa yah?
- mungkin saya cari resep masakan di internet
- bagaimana saya tau jika resep itu cocok dengan selera saya
- Mau masak menu ini, bahannya pas ga yah?

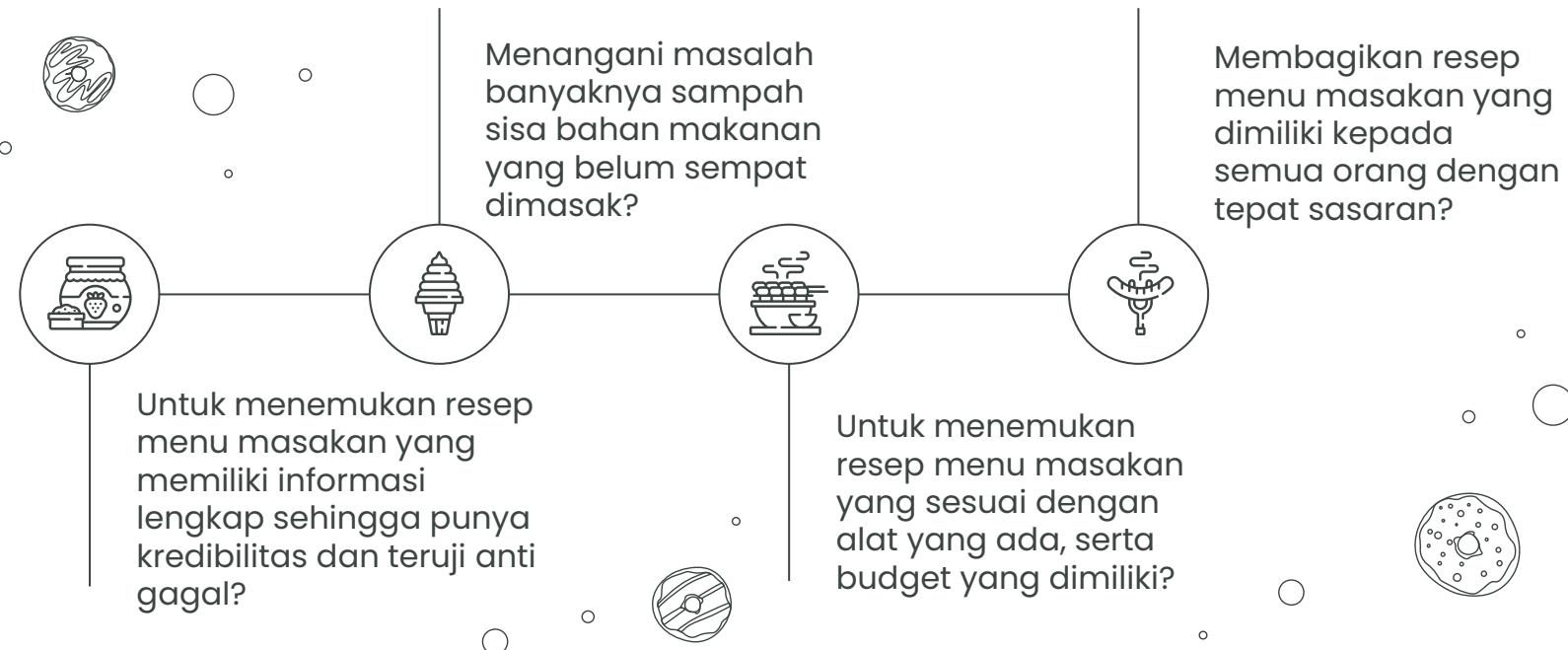
### Does

- memasak dengan bahan - bahan yang saya dapat
- Memasak dengan menu yang monoton
- Searching google/youtube mengenai "resep masakan murah meriah"

### Feel

- Bingung : ide resep masakan monoton, susah menyesuaikan budget dengan menu masakan
- Tidak sabar
- Penasaran dengan menu baru
- Resah, takut masakan gagal

## Bagaimana caranya kita dapat membantu user ...



Tujuan user ketika membuka aplikasi

Mencari inspirasi masakan

Membaca konten resep yang berguna untuknya

Memenuhi kebutuhan dan keinginan mengganti menu masakan

Indikator user ketika memilih resep

visual/foto makanan di resep

Kemudahan cara memasaknya

Rating dan jumlah recock

Menyesuaikan alat, bahan, dan budgetnya

Resep yang sering dicari user

bahan masak yang umum

sesuai rekomendasi dari sistem

Pengalaman ketika mencoba resep

**Good:** Banyak resep dari ide yang out of the box dari berbagai kategori menu

**Bad:** takaran yang ambigu, hasil akhir tidak sesuai, internet harus selalu aktif

miro





### Masalah

Budget tidak sesuai dengan resep

Kurangnya informasi bahan yang dibutuhkan

langkah yang diikuti benar, namun yang dihasilkan berbeda

### Keinginan User

Referensi/rekomendasi resep

eksplorasi resep dengan mudah

Menyesuaikan kondisi (bahan masakan)

### Fitur

Fitur Masukan Bantuan

Fitur survei singkat untuk preferensi tiap pengguna

### Desain UI

Warna tampilan pastel yang soft

Great UI

**Low**

**Umur :** 19  
**Jenis Kelamin :** Perempuan  
**Pekerjaan :** Mahasiswa

**BIO**

Dia adalah seorang mahasiswa yang senang sekali dengan memasak jika sedang luang dan tidak ada kegiatan di kampus setidaknya ia selalu berekspresi untuk mencoba resep baru yang sedang trend di sosial media.

**GOALS**

- Mendapatkan resep masakan yang bisa digunakan dengan bahan - bahan yang dimiliki
- Mengetahui resep masakan yang dapat di masak dengan cepat agar dapat menghemat waktu
- Menemukan resep masakan yang cocok dengan selera

**NEEDS**

- Adanya preferensi resep makanan pada tiap homepage pengguna.

**PAINS/FRUSTRATIONS**

- Menemukan banyak resep masakan namun bahan yang digunakan tidak ada
- Tidak mengetahui takaran dari setiap bahan dan berapa banyak makanan yang di dapatkan dengan bahan bahan tersebut
- Menguras banyak waktu hanya untuk mencari resep

**Medium**

**Umur :** 25  
**Jenis Kelamin :** Perempuan  
**Pekerjaan :** Admin

**BIO**

Hana adalah seorang yang bekerja sebagai admin disalah satu perusahaan CV. Diandalkan menjadi juru masak dirumah membuat Hana harus pintar-pintar membuat menu masakan yang berbeda setiap harinya, untuk menghindari menu masakan yang itu-itu saja. Mencari inspirasi pun terkadang tidak sesuai dengan bahan yang ada dan akhirnya jadi bingung sendiri.

**GOALS**

- Mencari menu masakan yang mudah dan cepat dengan bahan seadanya.

**NEEDS**

- Terdapat rekomendasi mengenai resep makanan dengan bahan yang dimiliki.

**PAINS/FRUSTRATIONS**

- Tidak ada inspirasi dan hilangnya selera untuk masak karena bahan yang itu-itu saja, akhirnya membuat menu masakan yang tidak jauh berbeda dengan hari sebelumnya.

**High**

**Umur :** 28  
**Jenis Kelamin :** Laki-laki  
**Pekerjaan :** Senior Video Editor

**BIO**

Dia adalah seorang pekerja kreatif di bidang editing video. Saat ini dia sedang menyewa kos untuk bekerja di kota Surabaya. Ia sering kali lebih memilih memasak daripada membeli makanan karena bahan masak seperti bumbu/sayuran yang dia miliki masih tersimpan di tempat penyimpanannya. Jika di rumah, ia kerap kali memasak untuk orang tuanya yang ada di rumah dengan bahan yang ada pada saat itu. Ia suka mencoba hal baru seperti mencoba memasak menu masakan yang asing baginya.

**GOALS**

- Mudah dalam eksplorasi resep menu masakan baru yang sesuai dengan ketersediaan bahan/alat makanan yang dimilikinya.

**NEEDS**

- Menu masakan yang sesuai dengan kondisi ketersediaan bumbu/bahan makanan.

**PAINS/FRUSTRATIONS**

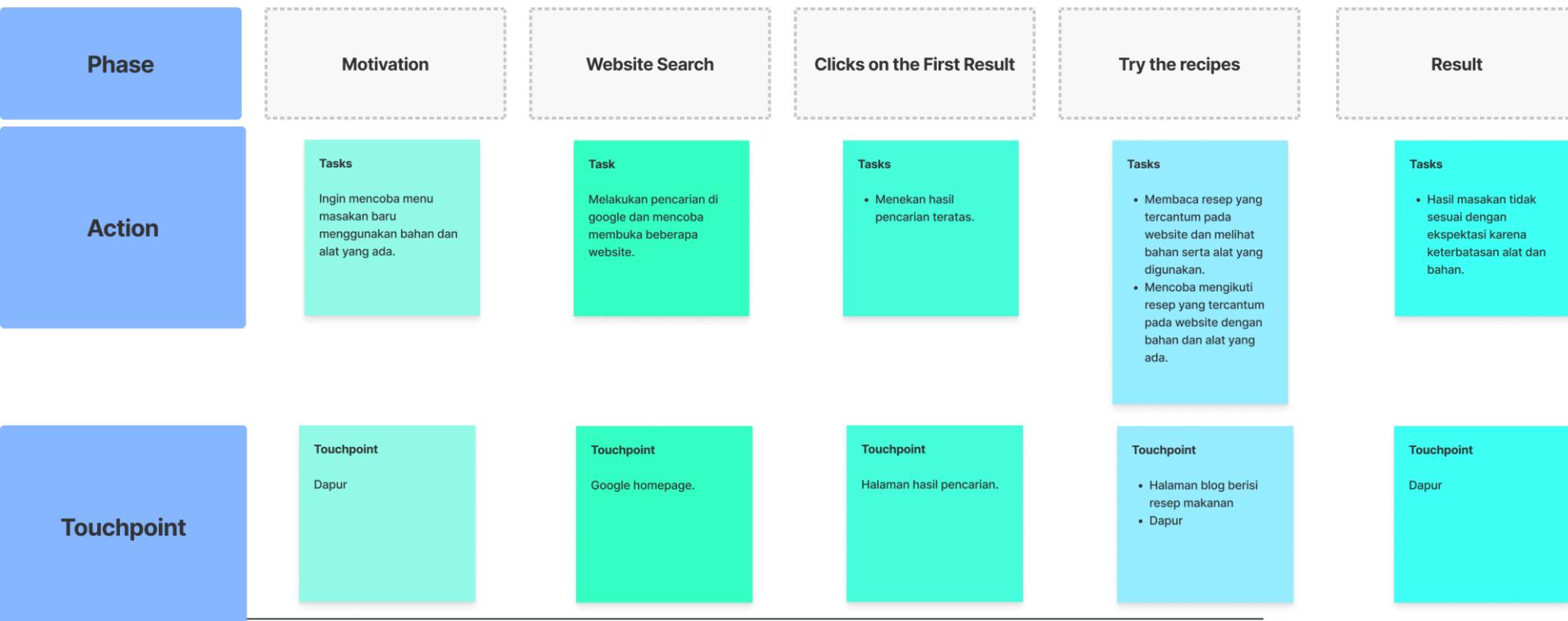
- Mendapat hasil yang tidak sesuai ekspektasi ketika mencoba suatu resep baru.

**Persona: High**

Scenario : Seorang pekerja berumur 24 tahun yang suka memasak, ia sering kali mencoba hal baru terutama dalam hal resep makanan. Ia mencoba suatu resep makanan pada suatu laman internet.

**Expectations**

- Mendapat resep makanan baru
- Hasil memasak yang memuaskan
- Arahan resep yang mudah diikuti



**Emotion****Improvement****Improvement**

- Menyediakan fitur preferensi untuk tiap pengguna ketika onboarding, agar pengguna tidak mengeluarkan usaha lebih ketika mencari apa yang diinginkan.

**Improvement**

- Memberikan pilihan resep makanan yang sedang tren atau direkomendasikan sesuai preferensi pengguna.

**Improvement**

- Memberikan pilihan fitur filter untuk bahan makanan dan alat.
- Menyediakan video yang dibagi beberapa bagian step agar memudahkan pengguna mengikuti arahan yang ada pada resep.

## Sampah Makanan

Meningkat karena prinsip “beli bahan dulu, dipakainya kemudian”



## Kredibilitas

Kredibilitas konten resep yang tidak spesifik dan ambigu

## Kesesuaian

Sulit mencari resep yang sesuai dengan alat dan budget yang dimiliki



## Feedback

Butuh saran dan pendapat orang lain di bidang yang sama untuk memberikan masukan

# Resepedia Solusinya!



## Edukasi

Konten yang memuat pengetahuan seputar masakan dan dunia kuliner

## Filterasi

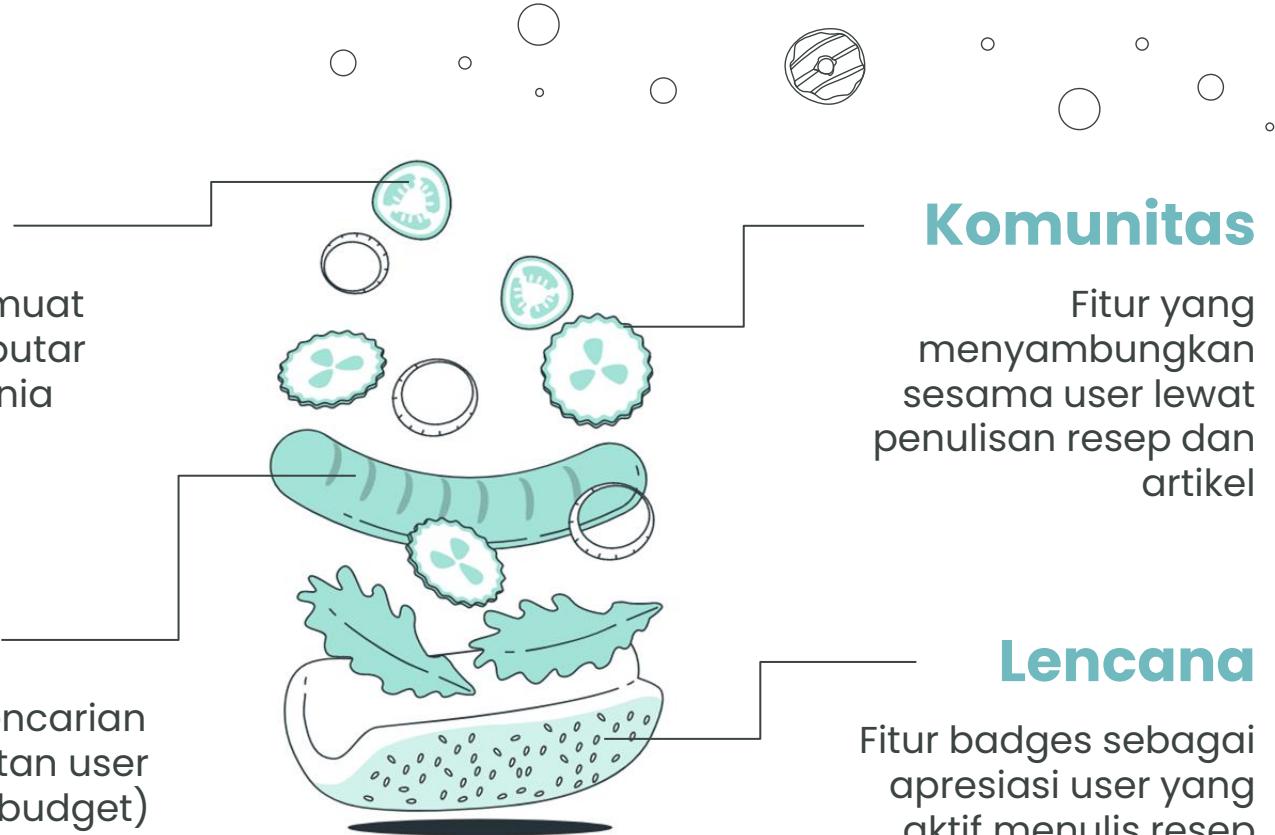
Fitur penyaring pencarian berdasarkan inputan user (alat, bahan, dan budget)

## Komunitas

Fitur yang menyambungkan sesama user lewat penulisan resep dan artikel

## Lencana

Fitur badges sebagai apresiasi user yang aktif menulis resep



## User Stories – Fitur Utama

Tahap Ideate

Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...	Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...
On-Boarding	Splash Screen	Dikenalkan terlebih dahulu dengan keunggulan aplikasi	Yakin untuk lanjut dan mendaftarkan akun	Konten Edukasi	Resep Komunitas	Melihat konten resep yang berasal dari user lainnya	Bisa melihat banyak resep yang baru dan inovatif
	Register/Daftar	Membuat akun baru di aplikasi	Bisa leluasa meng-explor fitur dengan identitas akun saya sendiri		Resep Teruji	Mendapatkan konten resep dari chef professional yang isinya spesifik dan lengkap	Dapat percaya pada kredibilitas konten tersebut bahwa masakan saya akan berhasil sesuai resep
	Login/Masuk	Langsung bisa masuk ke aplikasi hanya dengan mengklik SSO Button Google	Dapat menghemat waktu dan tidak frustasi mengisi KYC field		Kalkulasi Porsi	Menggunakan premium dengan fitur unggulan yang dapat menspesifikasi takaran saji pada makanan	Dapat menghitung jumlah takaran bahan berdasarkan porsi yang ingin disajikan
		Masuk ke aplikasi dengan menginputkan username / email dan password saja	Bisa masuk ke akun saya		Rating	Melihat dan mendapatkan penilaian terhadap konten resep	Dapat mengetahui seberapa baik isi dan keberhasilan resep tersebut untuk orang lain
	Quick Survey	Memberikan keinginan saya terhadap masakan untuk diimplementasi kan di resep nanti	Mendapatkan rekomendasi resep sesuai preferensi tanpa harus mencari secara manual		Recook	Menunjukkan hasil percobaan masak saya kepada orang lain dalam bentuk visual dan komentar	Dapat mengapresiasi hasil masakan saya dari suatu resep, serta memberikan feedback terhadap si penulis resep

Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...
Filtering	Alat (Tools)	Menyaring konten resep berdasarkan preferensi alat masak	Dapat melihat konten resep dengan tenang tanpa perlu memikirkan keterbatasan alat masak yang dimiliki saat itu
	Bahan (Ingredients)	Menyaring konten resep sesuai dengan list bahan yang diinput	Tidak bingung dan kesulitan dalam memaksimalkan bahan yang ada di kulkas
	Harga (Budget)	Menyaring konten resep sesuai dengan budget yang dimiliki saat itu	Dapat terus berkreasi dengan masakan tanpa perlu khawatir budget kurang/tidak cukup
Transaksi	Pembayaran	Melakukan transaksi pembelian paket berlangganan di aplikasi secara instan	Dapat mengakses fitur unggulan dan menjadi pengguna premium

Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...
Komunitas	Tulis Resep/Artikel	Menuliskan ide resep atau tips&trik memasak dimiliki kepada yang lainnya	Bisa mendapatkan feedback dari orang lain dan terus mengembangkan kreatifitas di bidang kuliner
	Follow User	Mengikuti akun sesama user lainnya yang menarik untuk diikuti	Dapat terus melihat upgrade konten yang diunggah di aplikasi
	Badges	Mendapatkan achievement atau apresiasi dari kegiatan yang dilakukan di aplikasi	Memiliki alasan untuk terus engage atau bertahan menggunakan aplikasi dalam jangka waktu yang lama

Epic	Fitur	Sebagai User saya ingin ...	Sehingga saya ...
Fitur Tambahan pelengkap Aplikasi	Profile Menu	Disediakan menu yang berkaitan dengan profil saya	Dapat memutuskan sesuatu untuk akun saya
	Notifikasi	Mendapatkan pemberita huan tentang aplikasi terhadap aktivitas akun	Tidak tertinggal info apapun dan menemukan value dari produk
	Saved/Favorit Konten	Bisa menyimpan konten ke dashboard akun saya	Dapat langsung melihat konten tersebut kapan saja tanpa perlu mengeksplor aplikasi terlebih dahulu untuk menemukannya
	Saved/Favorit	Mencari konten di aplikasi dengan menginput kata-kata yang saya inginkan	Dapat menemukan konten yang sesuai dengan cepat dan mudah

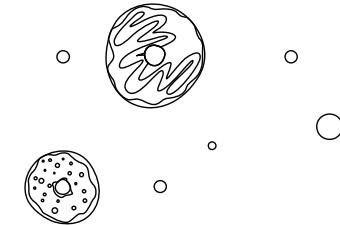
## STORYBOARD APLIKASI RESEPEDIA

The storyboard illustrates the user journey through the Resepedia application:

- Initial Interaction:** Rama, a creative worker living outside the city, is looking for a room to rent in Surabaya.
- Discovering the App:** Rama finds the Resepedia app, which offers many features and is easy to follow. The app displays various dishes.
- Planning the Meal:** Rama visits her mother's house in Lamongan to ask for help in preparing a new dish. She uses the app to search for recipes.
- Preparation:** Rama tries out a recipe from the app, cooking the dish in the kitchen.
- Sharing and Feedback:** Rama and her family enjoy the meal, and she provides positive feedback and a rating for the app.

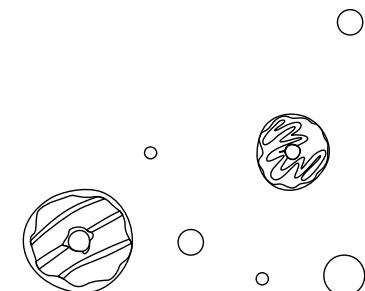
---

## SECTION 3



# Analisa Pasar

Melakukan market research dengan analisa SWOT & benchmarking kompetitor



# Berdasarkan Iterasi Fitur

Fitur Aplikasi				
Konten Resep	✓	✓	✓	✓
Tips & Trik	✓	✓	✓	✓
Tulis Resep / Artikel	✓	✓	✗	✓
Filtering Alat	✗	✓	✓	✓
Filtering Bahan	✓	✓	✓	✓
Filtering Budget	✓	✗	✗	✓
Komunitas	✓	✓	✗	✓
Multi-platform	✓	✓	✓	✓

# Planning Benchmarking & SWOT Analysis

Ultimate Goal	Upaya deliver kebijakan aplikasi resep masakan untuk menciptakan platform edutech food focused
Existing Platforms in the market (Target of benchmarking)	1. Yummy 2. Cookpad
Objek yang ingin direview	Aplikasi Mobile dan Website
Device 1 (untuk instal aplikasi mobile)	Xiaomi 8A Pro (Android 9)
Device lain (untuk review website)	Asus TUF Gaming FX 505DT (Windows 10)
Tanggal Riset	01 Desember 2022

## Benchmarking Umum

## Tahap Ideate

Aspect	Yummy	Cookpad	Notes
Found in	2017	1997	Cookpad berdiri lebih lama dari Yummy, berarti dari kestabilan, Cookpad jauh lebih established
Released on	08 Mei 2019	04 September 2010	Cookpad telah lama merilis aplikasinya lebih dulu dalam versi Bahasa Inggris, daripada Yummy App
Latest Version	2.28.5	2.276.1.0-android	Karena berdiri lebih lama, Cookpad jauh lebih banyak upgrade pada aplikasinya daripada Yummy
APK Rating (on Google Playstore)	4,6 dari 22K reviewers	4,7 dari 304K reviewers	Keduanya memiliki Satisfaction score yang baik, tetapi jelas Cookpad mengantongin reviewer lebih banyak daripada Yummy
Downloads	++ 1 Million	++ 10 Million	Jumlah unduhan Cookpad lebih banyak daripada Yummy
In-App Purchase	IDR 3,000.00 - IDR 16,000.00 per item	IDR 9,900.00 - IDR 259,000.00 per item	IAP pada Yummy menargetkan kalangan menengah ke bawah, sedangkan Cookpad untuk kalangan menengah ke atas
Platform	Web: cari resep dan artikel Mobile App: Semua fitur lengkap	Web: cari resep, cooksnap, tulis resep, login Mobile App: Semua fitur lengkap	Keduanya sama-sama bersifat multi-platform, meski fitur lengkap hanya disediakan di aplikasi mobile
Website	<a href="https://www.yummy.co.id/">https://www.yummy.co.id/</a>	<a href="https://cookpad.com/id">https://cookpad.com/id</a>	

## Benchmarking Produk

## Tahap Ideate

Aspect	Yummy	Cookpad
Onboarding Journey	Informasi resep disampaikan pertahapan menggunakan gambar hanya dengan 5 langkah. Websitenya dipakai untuk branding aplikasi serta cari resep & artikel saja. Fitur lainnya seperti membuat akun dilakukan melalui aplikasi mobile.	Informasi disampaikan melalui tulisan seperti blog/artikel. Websitenya dapat digunakan untuk berselancar seperti pada aplikasi, hanya dibatasi fitur filteringnya saja. Fitur lainnya tetap dapat digunakan.
Main Product	Resep Teruji, Resep komunitas	Resep Unggulan, Resep Komunitas
Additional Product	Artikel memasak, webinar belajar resep	Artikel memasak, Free Online Class, Cookpad Careers
Mandatory Feature	Mesin pencarian, registrasi dan login, sistem transaksi, fitur masak (konten resep), simpan dan bagikan resep, filtering (bahan, budget, durasi, dan porsi), fitur kategori menu, rating, recook, Upload resep, Follow Akun, Notifikasi, serta Guidance (masukan dan bantuan)	Mesin pencarian, registrasi dan login, sistem transaksi, fitur masak (konten resep), simpan, bagikan, dan print resep, filtering (bahan, alat, negara), fitur kategori menu, rating, recook, Upload resep, upload tips&trik, Follow Akun, Cooksnap, Notifikasi, kirim saran, serta Blog
Publish Receipt	Resep harus terlebih dahulu disetujui oleh chef yummy	Resep dapat langsung dipublikasikan
Guidance	Teks prosedur step by stepnya di aplikasi dan website, Video	Teks prosedur step by stepnya di aplikasi dan website, Video, Artikel, dan Blog
Revenue Stream (Fee)	Platform fee (jual resep per menu), Affiliate fee	Subscription fee (biaya paket premium), Affiliate fee
Charge	Free Admin Charge	Free Admin Charge

Aspect	Yummy	Cookpad
Content	Landing Page lebih ke branding dan informasi ditampilkan secara bertahap	Banyak informasi dan menu dalam 1 halaman
Interface	Fresh, clean dan simple, icon & photo-based, call to action, dan font cenderung besar	Fresh, clean, atraktif dengan banyak button filter, memakai call to action, font cenderung kecil
Navigation Mapping	Menggunakan navigasi breadcrumbs	User tidak tahu halaman aktif yang diakses
Usability	Good	Overall Good
Learnability	Ramah dan mudah dipelajari pengguna baru	Menarik dan informatif
Visibility	Overall Good	Good
Design System	Warna kuning muda, menggunakan carousel, bar navigation, card, tipografi yang kurang baik karena terdapat ukuran font yang tidak seragam	Warna oranye terang, menggunakan tampilan yang butuh list scrolling, white space banyak, tipografi cukup baik
Time/Session	Cepat karena menggunakan gambar	Lama karena harus memahami banyak informasi pada halaman
Ease-of-use rating	Mudah digunakan	Mudah dimengerti dan digunakan
NPS (net Promoter Score)	Cenderung direkomendasikan untuk mobile user	Cenderung direkomendasikan untuk user PC maupun mobile
Satisfaction rating	Cukup baik, karena kelengkapan fitur yang dimiliki	Cukup baik, karena kemudahan akses yang diberikan
Completion Rates	User seringkali berhenti di tengah proses karena harus pindah ke aplikasi	User berhasil menyelesaikan sampai akhir

<b>SWOT</b>	<b>Yummy</b>	<b>Cookpad</b>
Kekuatan (S)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. In app purchase yang murah dan dapat dijangkau semua kalangan</li> <li>2. Menjamin kredibilitas dan kemudahan konten resep</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunitas yang besar dan awareness telah tersebar di seluruh dunia</li> <li>2. Multi-platform yang memiliki usability baik</li> </ol>
Kelemahan (W)	Website tidak terlalu berguna, karena targetnya di mobile, kalah dengan saingannya yang multi-platform	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga premiumnya untuk kalangan menengah ke atas</li> <li>2. Jarang mengadakan promo harga</li> </ol>
Peluang (O)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah user dari event dan promosi</li> <li>2. Memperluas akuisisi kitchen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan event lebih sering agar komunitasnya semakin membesar</li> <li>2. Menambah fitur unggulan untuk premium user</li> </ol>
Ancaman (T)	Kalah saing dalam hal jumlah komunitas dengan Cookpad	Server down karena banyak pengaksesan dalam satu waktu

## Strengths

- Ada pilihan resep lezat dari chef terpercaya
- Multi-platform (Web & Mobile)
- Konten edukasi memasak lewat artikel/blog
- Fitur Filtering yang lengkap (Alat, Bahan, Budget)
- Komunitas & badges (lencana user)

## Weakness

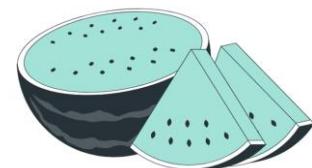
- Sulit menemukan komunitas atau pengguna yang tepat untuk meningkatkan penggunaan aplikasi
- Maintenance yang besar

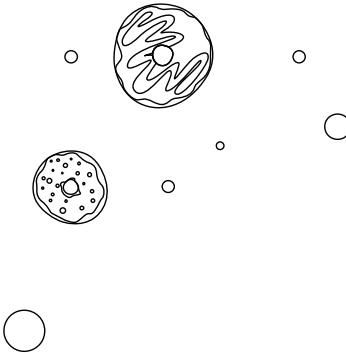
## Opportunity

- Menjadi platform *edutech food-focused* media digital dengan fitur terlengkap
- Menambah B2B di bidang lain

## Threat

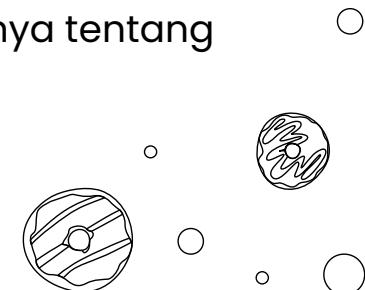
- High-level competition atau banyaknya aplikasi sejenis
- Red Ocean





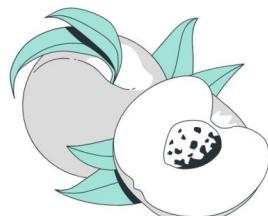
# Produk & Perusahaan

Membuat target/tujuan produk, prioritas fitur berdasarkan framework, ukuran kesuksesan penjualan, dan segalanya tentang perusahaan



**01****Vision**

Membuat kegiatan memasak menjadi lebih menyenangkan

**02****Mission**

1. Menyediakan konten yang memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya
2. Memahami kebutuhan dan pengalaman pengguna untuk meningkatkan skor kepuasan aplikasi
3. Memperluas jangkauan pengguna dengan bergabung bersama komunitas
4. Memberikan inovasi produk dan konten secara berkelanjutan

**03****Goals**

1. Menjadi aplikasi edukasi untuk masyarakat di bidang kuliner yang mudah dan terpercaya
2. Berpartisipasi dalam mengurangi persenan angka sampah dapur rumah tangga
3. Berhasil membangun komunitas memasak sendiri

# Business Model Canvas (BMC)

Tahap Ideate

## Key partners

Mitra Perusahaan  
(Makanan  
Perusahaan, layanan  
dapur)  
institusi (acara  
lomba memasak)  
Investor

## Key activities

- Baca konten tanda terima
- Tulis konten (tanda terima/artikel)
- Diskusi Forum
- Interaksi sosial
- Beli struk premium

## Key resources

Bangunan  
Sistem basis data  
Peralatan Kantor  
Haki (Hak Kekayaan Intelektual)  
Sumber daya manusia

## Key propositions

Newness: Fitur Kalkulasi porsi pada resep teruji sebagai fitur premium  
  
Performance & Customization:  
Menyediakan fitur filtering yang lengkap (alat, bahan, budget)

Accesibility: Fitur komunitas menulis resep dan artikel

Price: harga yang bersaing dengan fitur unggulan seperti upload resep dan bagdes

## Customer relationships

Co-Creation (Review, Rating, dan Feedback System )  
Komunitas  
Media Sosial  
Pemasaran Digital dengan Atl dan btl

## Channels

Media sosial  
Situs web  
Aplikasi Seluler untuk Android dan iOS  
Mitra Pedagang  
Kata-kata dari Mulut

## Customer segments

**Mass Market:**  
Jenis Kelamin : Wanita dan pria  
Umur : 18 - 38 tahun

**Niche Market:**  
Mahasiswa  
Ibu rumah tangga  
Mereka yang ingin membuat Makanan

## Cost Structure

Biaya Tetap : Gaji Operasional Kantor, pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur digital, biaya sewa, biaya pemasaran & periklanan, biaya asuransi, aktivitas lindung nilai

Biaya variabel : Biaya perjalanan dinas dan biaya makan dan minum Tagihan tak terduga

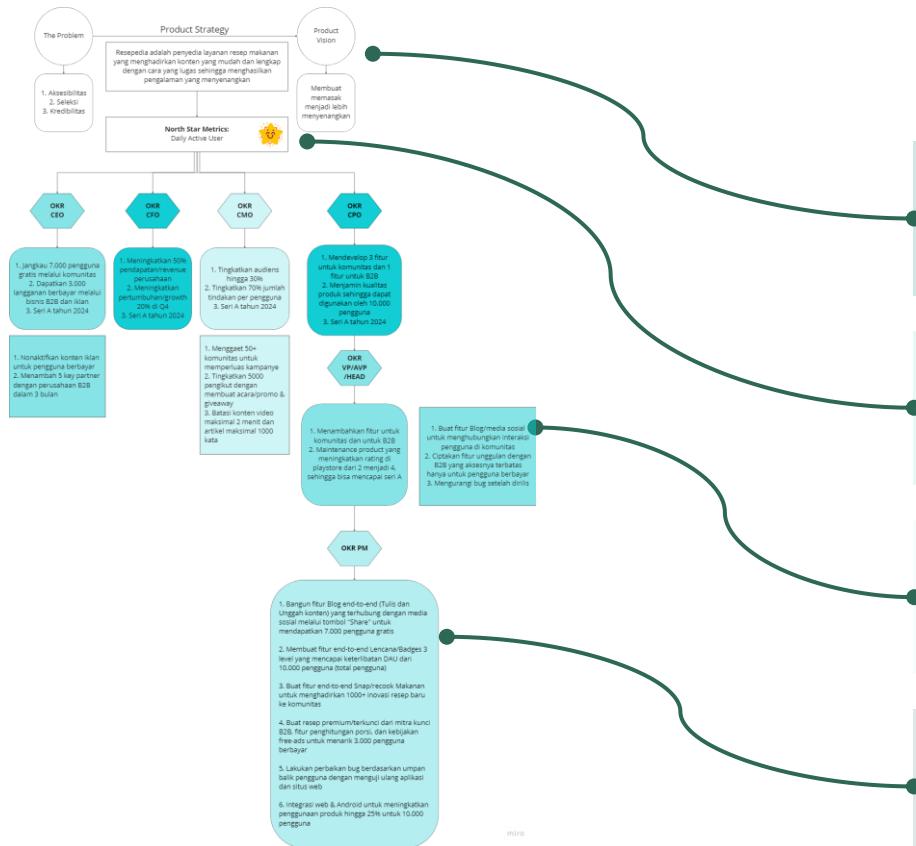
## Revenue Streams

investor  
Subscription fees  
Advertising

# Lean Canvas

## Tahap Ideate

Problem	Solution	Unique value proposition	Unfair advantage	Customer segments
Kredibilitas resep  Seleksi resep  Aksesibilitas	Edukasi Resep  Filtering  Komunitas	Memberikan inovasi yang sangat dibutuhkan oleh pengguna dengan memberikan fitur seperti fitur tips & trik seputar chef  fitur filter berdasarkan bahan, fitur filter berdasarkan budgeting, fitur rating & penyiapanan resep dan komentar feedback, serta penulisan dan upload resep untuk user	Menyediakan fitur-fitur yang dibutuhkan oleh pengguna dan mampu melakukan diskusi tentang makanan  Memiliki antarmuka pengguna yang ramah yang dapat diakses melalui web dan aplikasi	Gender : Wanita Usia : 18 - 38
Existing alternatives	Key metrics	High level concept	Channels	Early adopters
Resep makanan acak dari sosial media  Beli buku resep secara fisik	Daily Active Users (DAU)	Edutech + Blogspot + E-commerce	Social Media Website Traditional Marketing Digital Marketing with Atl and btl Mobile App for Android and iOS Merchant Partner Words of Mouth	Bloggers  Pengguna yang menyukai kreasi memasak
Cost structure		Revenue streams		
Fixed Cost	Variable costs	Subscription fees	Advertising	miro
Unexpected charges				



## Product Strategy

Aplikasi resep yang mudah, lugas, dan profesional

## North Star Metrics

Daily Active User (DAU)

**OKR**  
dibagi sesuai bidang pada C-Level, seperti  
CEO, CMO, CFO, CPO beserta turunannya

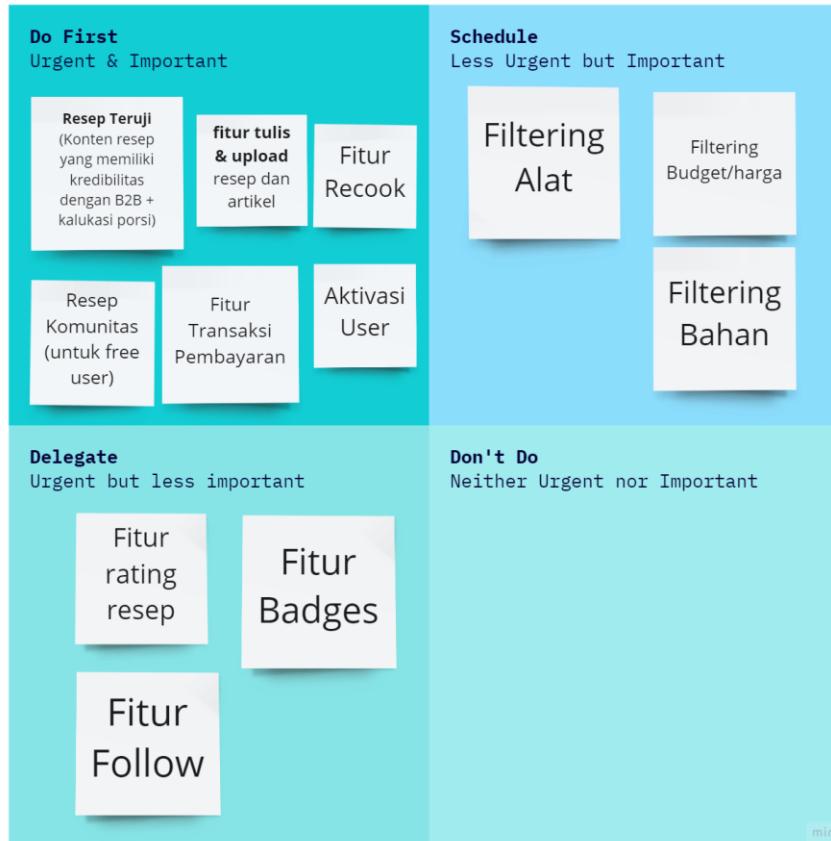
Lihat Selengkapnya di link ini:  
<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>

## Product Goals & Metrics

Metrics Framework	Goals	Metrics	Target	Time frame
Happiness	Meningkatkan Kebahagiaan dan kepuasan user	Costumer Satisfaction rate (CSAT)	skor 7	1 quarter
		Pengisian NPS	45%	
		# rata-rata NPS	3,5/5	
		Churn Rate	0,16%	
Retention	Meningkatkan waktu penggunaan produk oleh user	Retention rate	15%	1 quarter
		Average revenue per user (ARPU)	Rp. 36.322	
		Referral Rate	10%	
Revenue	Meningkatkan jumlah user yang membayar langganan	CAC	Rp. 38.500	12 bulan
		CLV/LTV	Rp.172.516 – Rp. 799.080	
		ROI	0.23%	
		Number of Transaction	Min. 3000	

Metrics Framework	Goals	Metrics	Target	Time frame
Reach	Meningkatkan Jumlah User yang mencapai atau melihat suatu konten atau pesan	Time per Sessions	50% dari 70% DAU	12 bulan
		Users per Actions	70%	
Activation	Meningkatkan tingkat keberhasilan user dalam mengubah suatu aksi menjadi tindakan nyata	Conversion rate	3%	2 quarter
		Completion rate	cari resep: 70-80% simpan ke favorit: 50-60% Recook: 90-100%	
		Adoption Rate	20%	
Engagement	Meningkatkan keterlibatan pengguna aktif	Bounce Rate	30%	12 bulan
		Daily Active Users (DAU)	10.000	

Untuk perhitungan jelasnya, lihat disini: <https://irmatampubolon1801.atlassian.net/l/cp/o0izLUQA>



## ITERASI 1

Iterasi ini dilakukan di awal sprint untuk menentukan desain fitur secara keseluruhan.

Dari iterasi ini, didapatkan 12 rancangan desain fitur yang akan dibuat dalam prototipe sebagai MVP dan Scalable product. Detailnya ada pada gambar di samping.

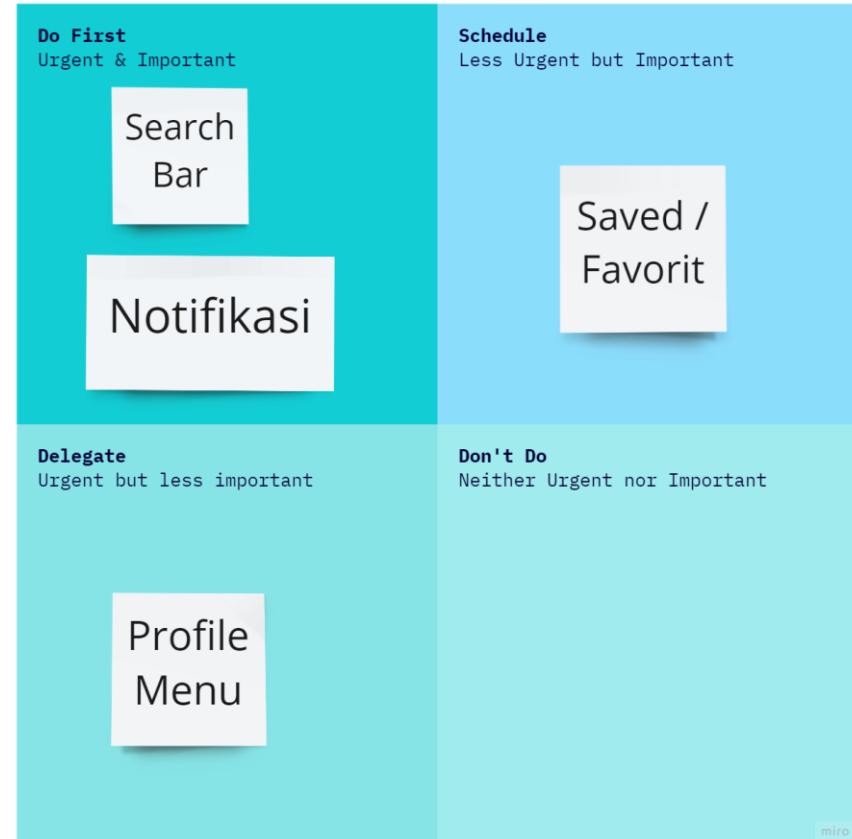
**Lihat Selengkapnya di link ini:**  
<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>

## ITERASI 2

Iterasi ini dilakukan pada pertengahan sprint ketika fitur yang termasuk dalam iterasi 1 sudah diimplementasikan oleh UI/UX pada rancangan prototipenya.

Fitur yang ada di iterasi ini mendukung terciptanya MMP (Minimum Marketable Product) agar siap dirilis untuk versi 1 aplikasi.

**Lihat Selengkapnya di link ini:**  
<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>



### Reach x Impact x Confidence

= RICE SCORE

#### Effort (weeks)

miro

Feature	Reach	Impact	Confidence	Effort (Weeks)	Total	Urutan	Filtering Alat	48K	2	50%	3	1,6M	6
Resep Teruji (Konten resep yang memiliki kredibilitas dengan B2B + kalkulasi porsi)	3k	2	100%	1	600K	8	Filtering Bahan	48k	2	50%	3	1,6M	7
Resep Komunitas (untuk free user)	10k	3	100%	1	3M	2	Fitur Follow	10k	1	80%	2	400K	11
fitur tulis & upload resep dan artikel	10k	3	100%	1	3M	3	Fitur Badges	10k	1	80%	2	400K	12
Fitur Transaksi Pembayaran	3k	3	100%	1	600K	9	Fitur Rating	10k	1	80%	2	400K	10 miro
Fitur Aktivasi User	10k	3	100%	1	3M	1							
Fitur Recook	10k	3	100%	1	3M	4							
Filtering Budget/harga	48K	2	50%	3	1,6M	5							

Lihat Selengkapnya di link ini:  
<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>

RICE FRAMEWORK UNTUK FITUR DI ITERASI 2						
Feature	Reach	Impact	Confidence	Effort (Weeks)	Total	Urutan
Search Bar	48k	3	100%	1	144,400k	1
Notifikasi	10k	3	80%	2	1,2M	2
Profile Menu	10k	1	100%	1	1M	3
Saved/ Favorit	10k	2	80%	2	800k	4 mico



## Keterangan:

- MVP atau yang perlu dibuat lebih dulu karena membuat point yang besar
- Filtering dibuat schedule, sesuai dengan point terbesar setelah MVP
- Resep Teruji dan pembayaran dibuat untuk menjadi scalable product, karena membuat perusahaan mendapatkan revenue
- Nice to have jika ada fitur badges, follow, dan rating bintang di aplikasi, sehingga up to optimize product dan siap rilis
- Fitur MMP atau Minimum Marketable Product, yang membuat suatu aplikasi siap dirilis dan memenuhi market.

**Lihat Selengkapnya di link ini:**  
<https://tinyurl.com/MiroFinalProjectA5>

## Pembagian PRD per fitur dengan 3 PM

Putri Balqis Assyifa	Muhammad Akmal Jaya	Irma Naomi Tampubolon
Resep Teruji + Kalkulasi Porsi	Resep Komunitas	On Boarding
Recook	Rating	Transaksi Pembayaran
Follow	Tulis & Upload	Filtering Alat
Badges/Lencana	Search Bar	Filtering Bahan
Profile Menu	Kolom Komentar Artikel	Filtering Budget
Notifikasi		
Saved/Favorit		

Lihat Selengkapnya di link ini:

<https://tinyurl.com/PRDRsepedia>

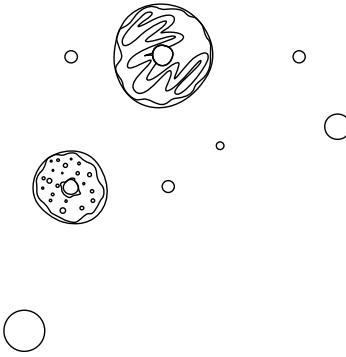
DAFTAR ISI

1.	Fungsional & Spesifikasi Kebutuhan Bisnis	4
1.1.	Spesifikasi Kebutuhan Bisnis	4
1.2.	Fungsional & Proses	4
2.	Usability and Performance Requirements	13
2.1.	Usability and Humanity Requirement	13
2.1.1.	Ease of use requirement	13
2.1.2.	Personalization and Internalization requirement	13
2.2.	Performance Requirement	13
2.2.1.	Speed and Latency Requirements	13
2.2.2.	Reliability and Availability Requirements	13
2.2.3.	Robustness or Fault-Tolerance Requirements	13
2.3.	Maintainability and Support Requirements	14
2.3.1.	Maintenance Requirements	14
2.3.2.	Supportability Requirements	14
3.	Security and Legal Requirements	14
3.1.	Security Requirements	14
3.1.1.	Access Requirements	14
3.1.2.	Integrity Requirements	14
3.1.3.	Audit Requirements	14
3.1.4.	Security Requirements	14
3.2.	Legal Requirements	14
3.2.1.	Compliance Requirements	14
3.2.2.	Standards Requirements	15

Lihat selengkapnya disini:  
<https://tinyurl.com/BRDResepedia>

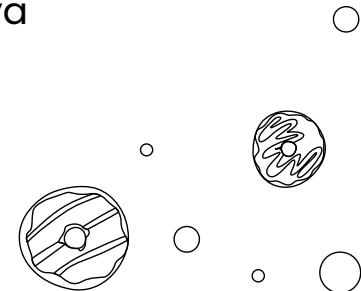


A teal-colored rectangular card with rounded corners. In the top right corner is a white circle containing two interlocking gears. Below the circle, the text "UST Document" is written in a large, bold, dark gray sans-serif font. At the bottom of the card is a white rounded rectangle containing the URL "https://tinyurl.com/FolderUSTResepedia".

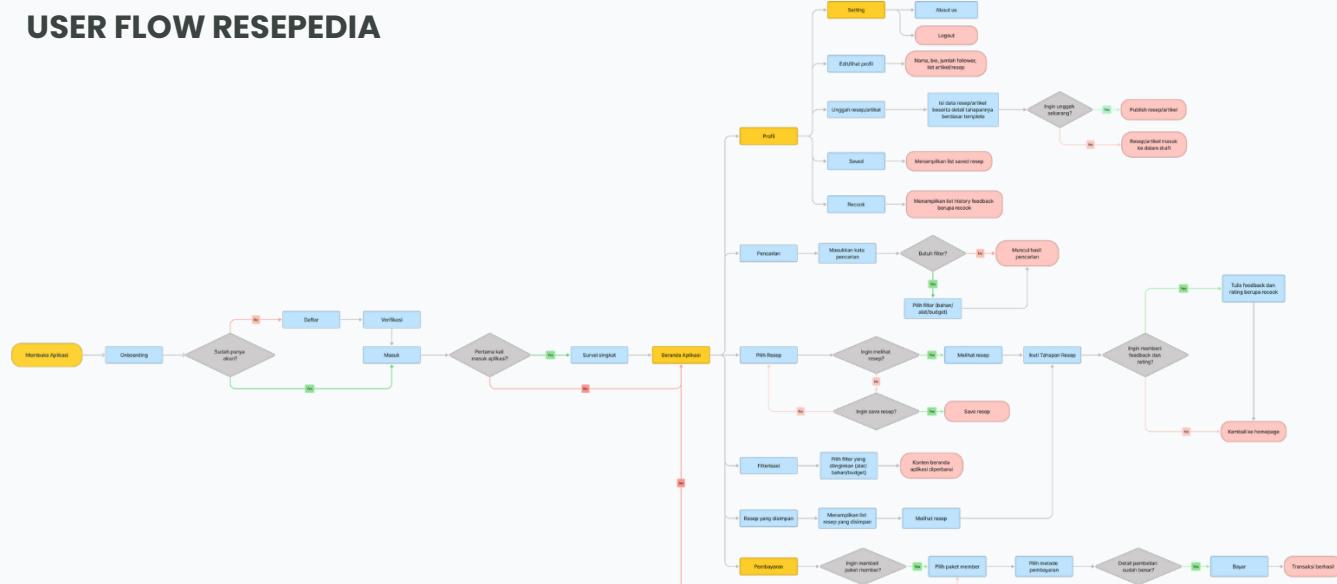


# Prototipe & Pengujian

Membuat wireframe hingga prototipe hi-fi dari rancangan desain aplikasi Resepedia beserta hasil pengujiannya



## USER FLOW RESEPEDIA



## Card Sorting

### On Boarding

Login

Daftar

Lupa Password

Quick Survey

### Beranda

Rekomendasi resep

List Resep

Tips & Trick

Search Bar

Notifikasi

Saved Resep

Search Bar

### Resep

Nama resep

List resepnya

Media resep

Rating

Recook Feedback

Rekomendasi resep

### Profile

Nama, Bio, DP

Follow BUtton

Jumlah follower

Lencana (Badges)

List resep buatan

List history recook

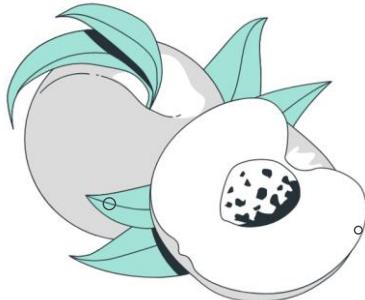
### Tulis & Upload

Nama resep/artikel

Tag Konten

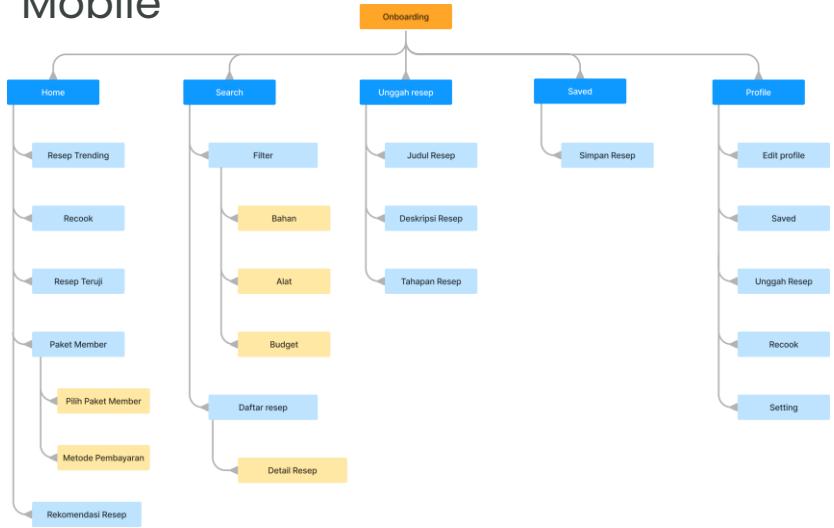
Input template penulisan

List draft dan terunggah

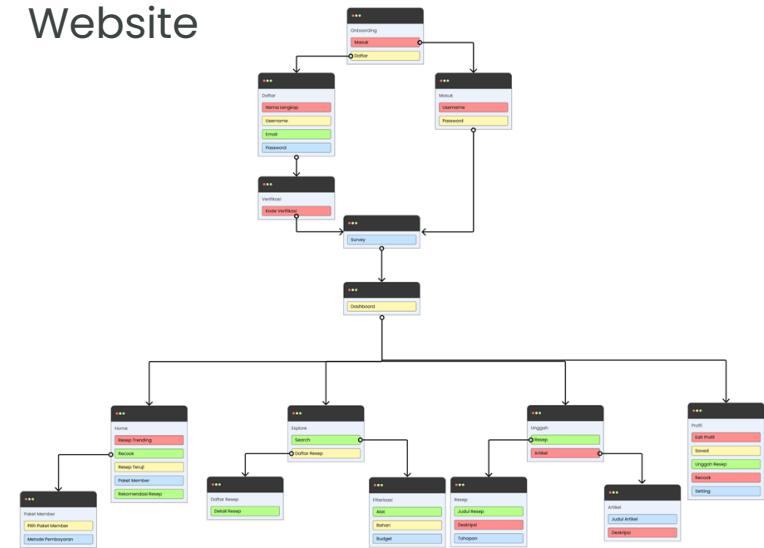


## Mindmaps & Sitemaps

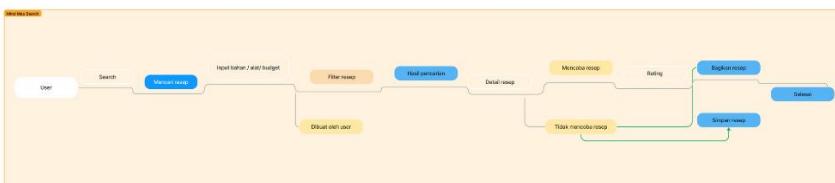
### Mobile



### Website



### Mindmap

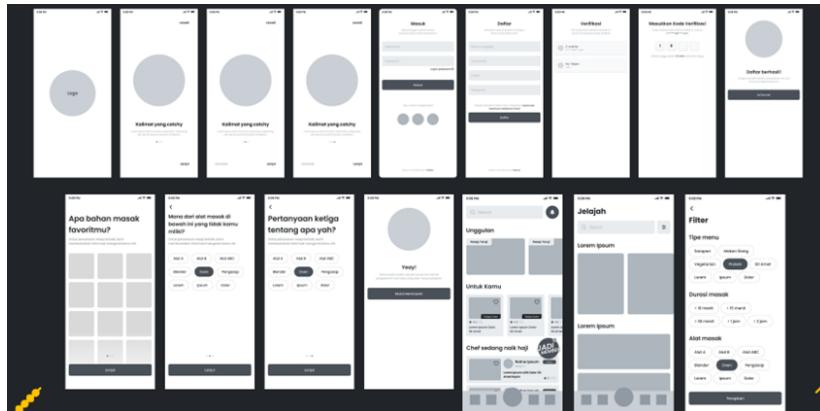


**Lihat Selengkapnya di link ini:**  
<https://tinyurl.com/UXSprint1>

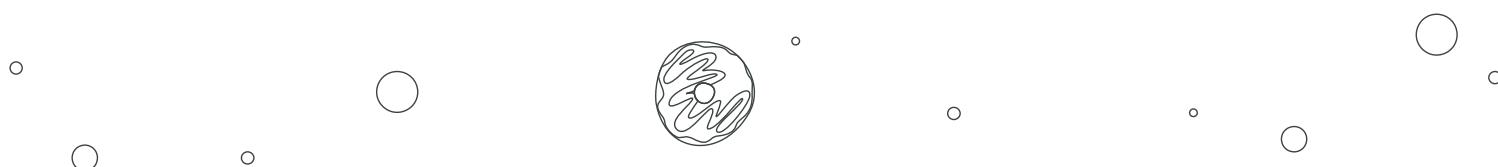
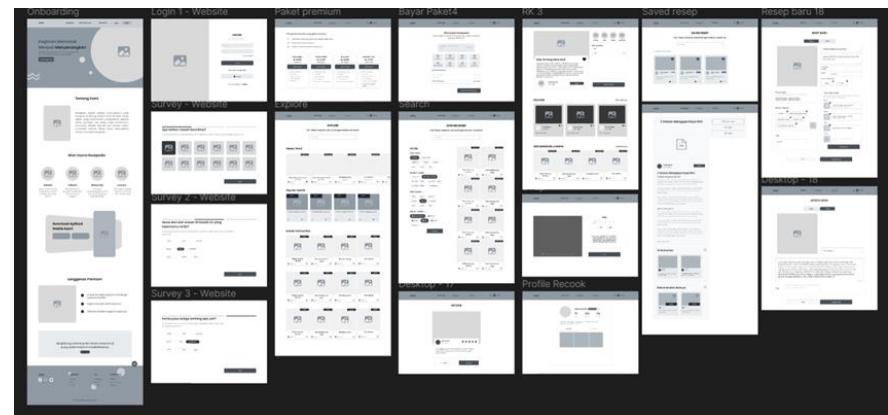
Tahap Prototyping

# Lo-Fi desain untuk Web dan Mobile

Mobile



Website



Tahap Prototyping

### User Task:

- Scenario 1: Melewati tahap on boarding (termasuk aktivasi akun)
- Scenario 2: Mengakses Resep Komunitas
- Scenario 3: Mengakses Resep Teruji sebagai free user
- Scenario 4: Melakukan transaksi pembelian paket
- Scenario 5: Mengakses Resep Teruji
- Scenario 6: Memberikan Feedback berupa recock dan rating
- Scenario 7: Menulis Resep
- Scenario 8: Menulis Artikel



Maze & Useberry  
Usability Testing



Tahap Prototyping

# Analyze Lo-Fi Testing

7 Testers



Tahap	Opinion Scale	Komentar
On-Boarding (Splash Screen, Login, Register, Quick Survey)	1 = 2 = 25% 3 = 4 = 50% 5 = 25%	Kurang clickable dan user bingung memilih button/opsi yg ingin dia plih karena tidak clickable
Akses Resep Komunitas	1 = 2 = 3 = 25% 4 = 75% 5 =	Pas awal saya bingung resep komunitas itu yg mana, mungkin bisa lebih diperjelas lagi dari penamaan
Akses Resep Teruji dan proses pembayaran	1 = 2 = 3 = 25% 4 = 50% 5 = 25%	Penamaan yang perlu diperjelas, seperti Unggulan → Resep Teruji. Untuk Kamu → Resep Komunitas  Alur transaksi yang bingung karena ada dua kali tab "pilih metode pembayaran"

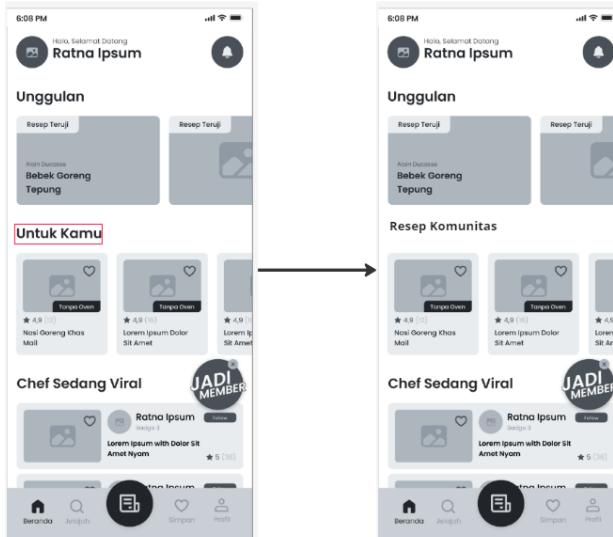
## Analyze Lo-Fi Testing



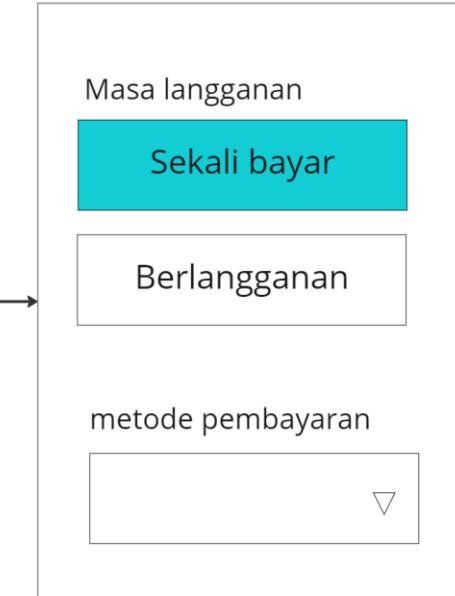
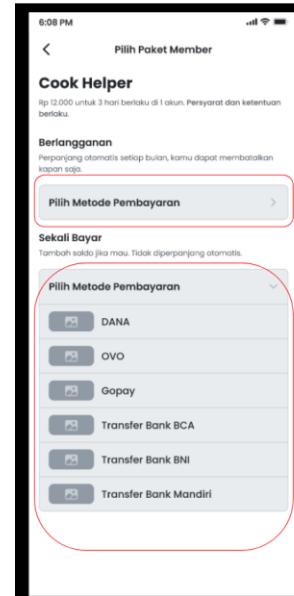
Tahap	Opinion Scale	Komentar
Tulis & Unggah Resep dan Artikel	1 = 2 = 25% 3 = 50% 4 = 25% 5 =	Alur penulisan Alat dan Bahan yang ambigu. Takaran bisa tiba-tiba terdeteksi (jadi tulisan abu-abu). Ini akan sulit diimplementasikan ke FE nanti
Seberapa mudah kamu dalam melakukan semua skenario task dengan tampilan tadi?	1 = 2 = 3 = 50% 4 = 50% 5 =	50% Memahami 50% kurang memahami
Seberapa suka dan familiar kamu dengan tampilan / UI design pada aplikasi kami?	1 = 2 = 3 = 4 = 100% 5 =	perlu di improve beberapa ukuran font dan juga step seperti transaksi tadi

## Analyze Result Lo-Fi Testing

Penamaan lebih jelas, kata "Untuk Kamu" diganti aja jadi "Resep Komunitas", atau kalo gamau diubah, pake tulisan di card resepnya



Fitur Bayar diperbaiki, masa langganan digabungkan saja, jadi pilih metode bayarnya cukup sekali saja (1 dropdown menu aja gais)



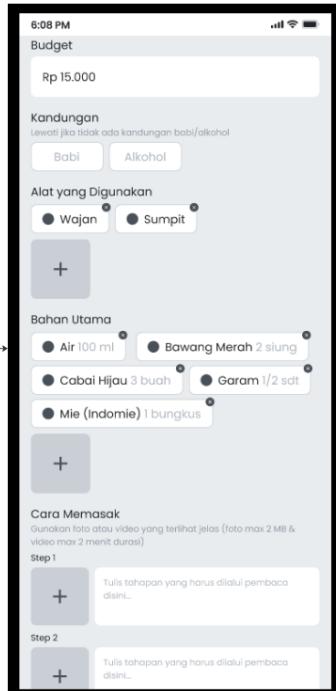
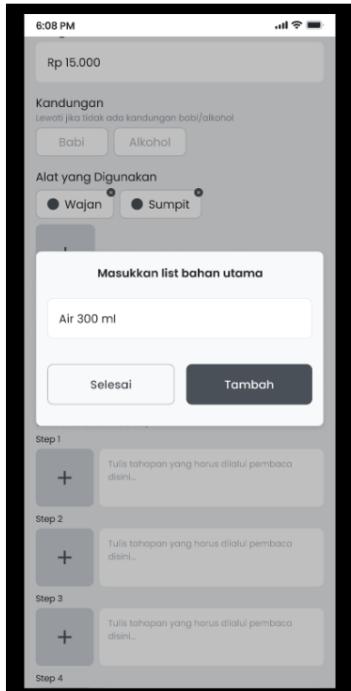
miro

Tahap Prototyping

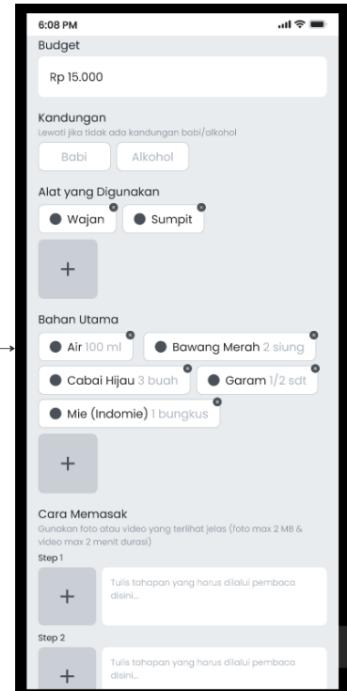
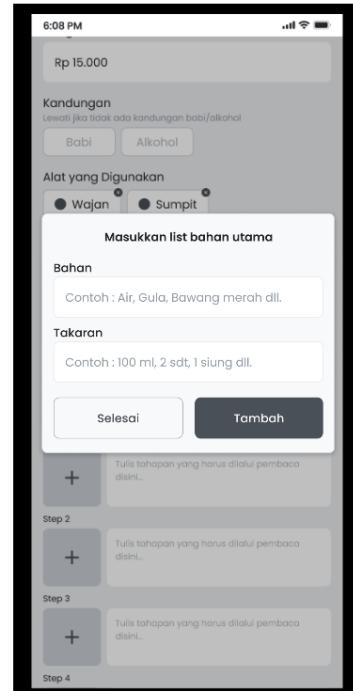
## Analyze Result Lo-Fi Testing

Fitur tulis resep ambigu di bagian penulisan bahan, pisahkan kolom takaran dan nama bahannya. Kalo bisa yang Alat juga modelannya begini, biar seragam aja sih dan lebih gampang juga UX nya

### BEFORE



### After



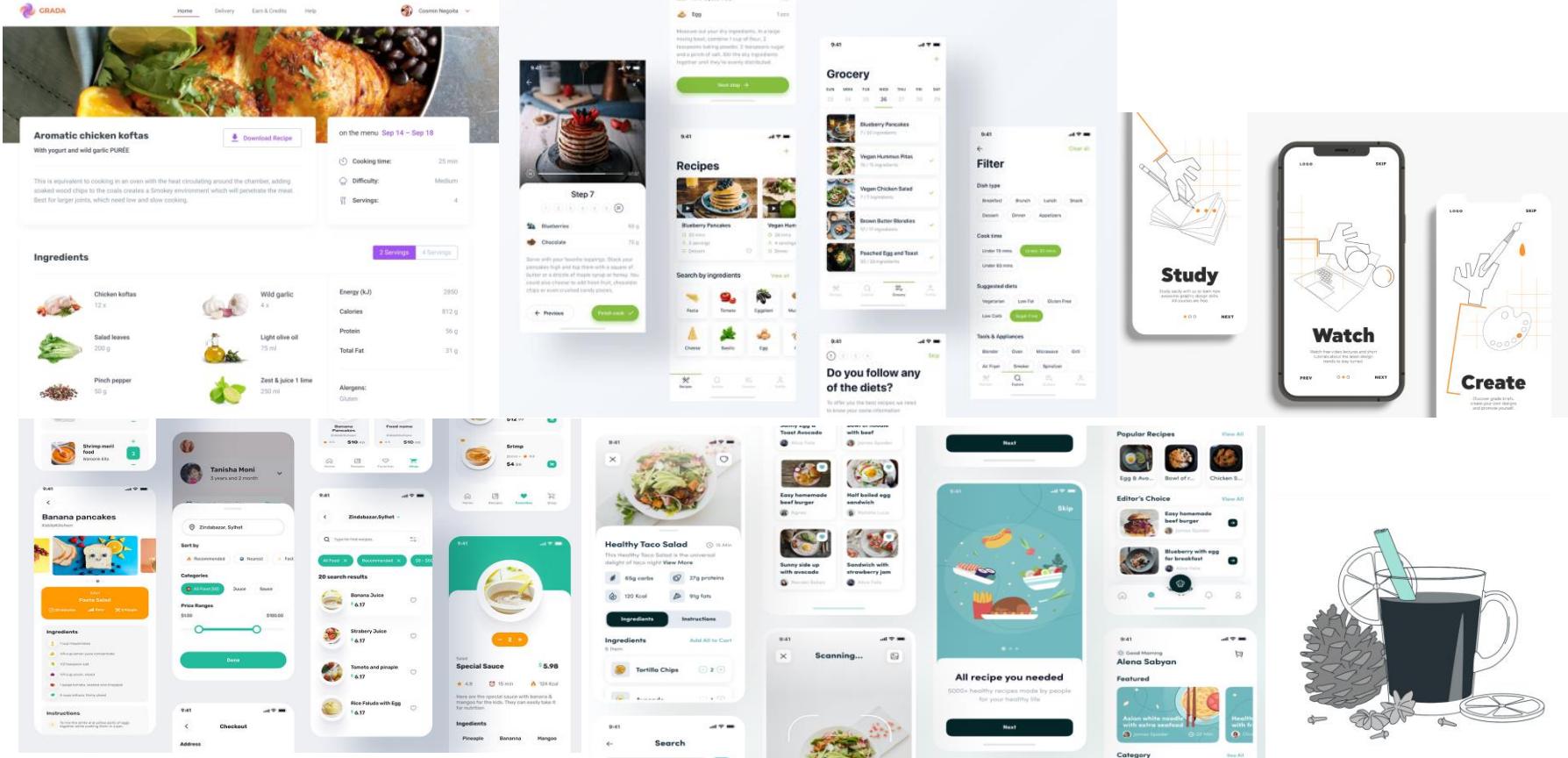
Tahap Prototyping

# Road to Hi-fi

---

Tahap Prototype

# Visual Direction - Moodboard



Tahap Prototyping

## Color Style

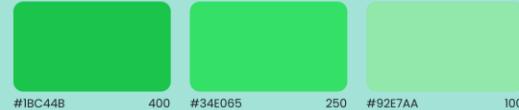
### Neutral



### Primary



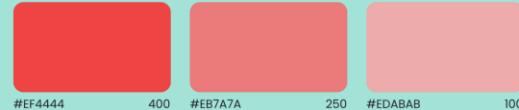
### Success



### Additional



### Warning



### Elevation



## Visual Direction – Font Option

**Typography**  
Font Type : Poppins Line Height : Auto Letter Spacing : 0%

Heading 1	Heading 1	Heading 1	Heading 1
Size : 48px			
Heading 2	Heading 2	Heading 2	Heading 2
Size : 40px			
Heading 3	Heading 3	Heading 3	Heading 3
Size : 36px			
Heading 4	Heading 4	Heading 4	Heading 4
Size : 32px			
Heading 5	Heading 5	Heading 5	Heading 5
Size : 24px			
Heading 6	Heading 6	Heading 6	Heading 6
Size : 20			
Heading 7	Heading 7	Heading 7	Heading 7
Size : 16			
Subtitle 1	Subtitle 1	Subtitle 1	
Size : 16			
Subtitle 2	Subtitle 2	Subtitle 2	
Size : 14			
Caption 1	Caption 1	Caption 1	
Size : 12			
Caption 2	Caption 2	Caption 2	
Size : 10			
Caption 3	Caption 3	Caption 3	
Size : 8			

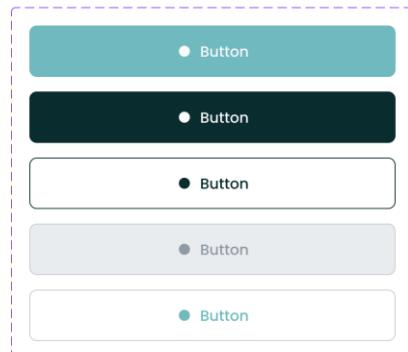
Tipe Font: Poppins  
Line Height: Auto  
Letter Spacing: 0%



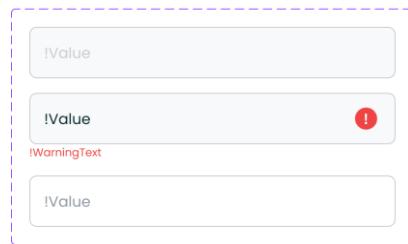
Tahap Prototyping

# Design System 1

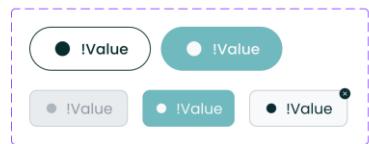
## Button



## Field

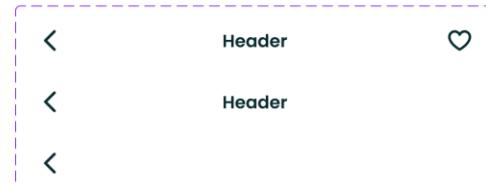


## Chip

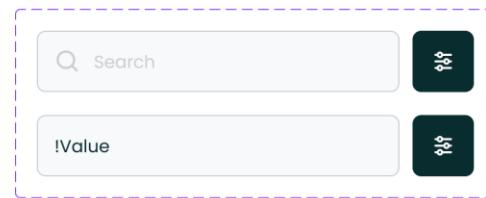


## Navigation

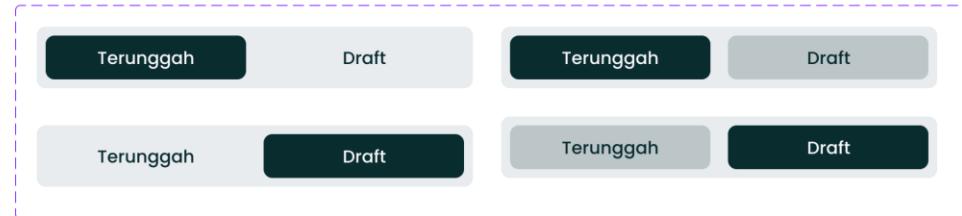
### App Bar



### Search



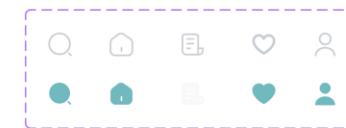
### Tab



### Status Bar



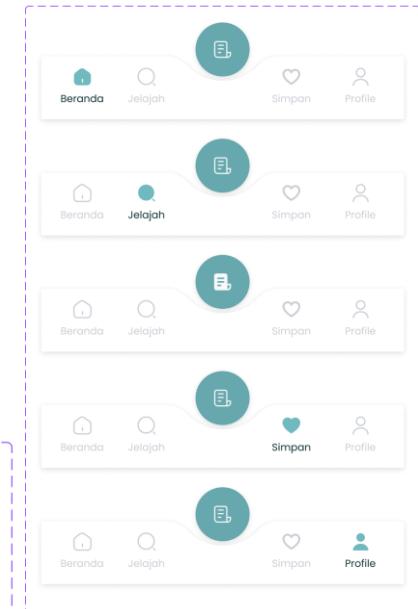
### Navigation Icon



### Verif Option



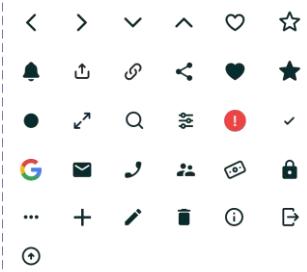
### Bottom Bar



Tahap Prototyping

## Design System 2

### Icon



### Follow



### Button Paket



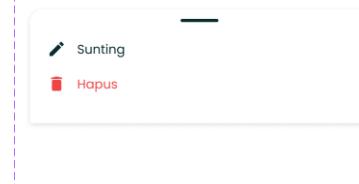
### Button TambahKurang



### Button Tambah



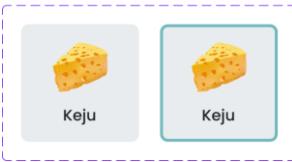
### Popup Menu



### Ingredients



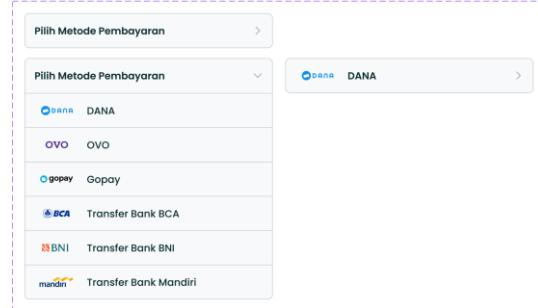
### Survey



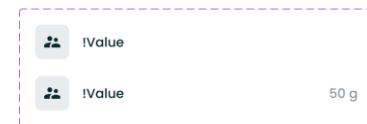
### Card Paket



### Metode Pembayaran



### Informasi Resep



Tahap Prototyping

# Makna Logo

## Tulisan RP

merupakan singkatan  
dari Resepedia



## Topi Koki

menggambarkan  
bahwa aplikasi ini  
seputar memasak  
dan dunia kuliner

## Warna Biru Pastel

menggambarkan  
ketenangan, kenyamanan,  
dan menyenangkan

## Makna

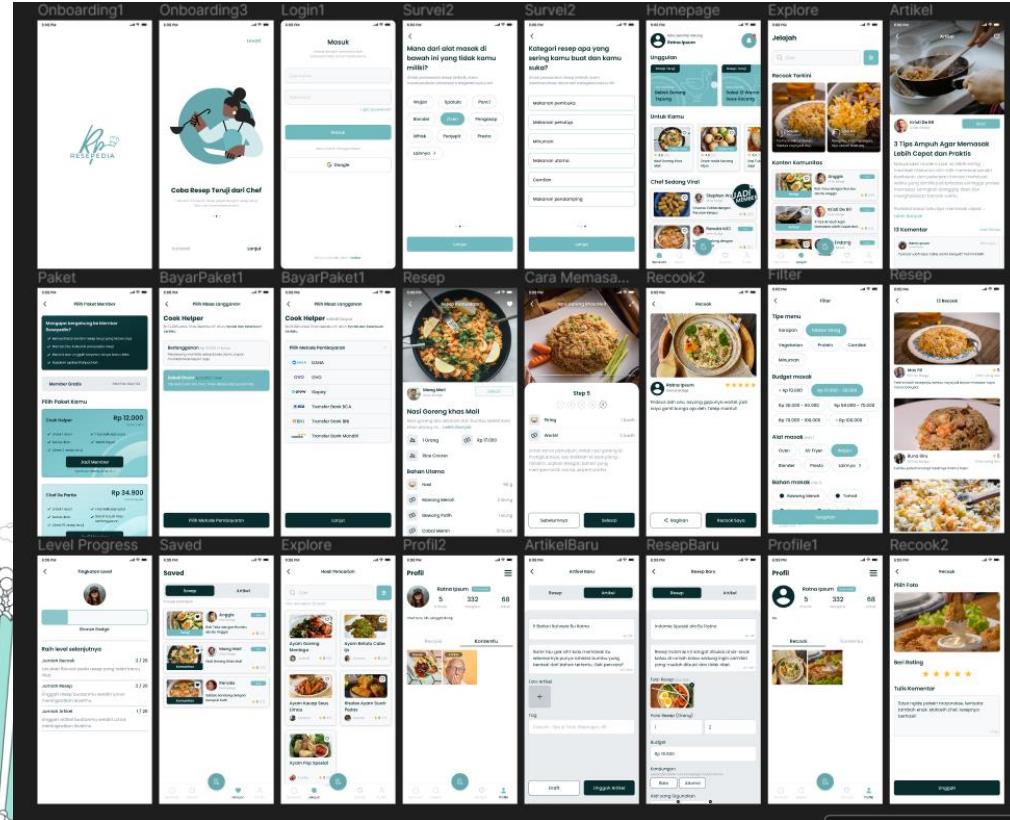
Kami ingin user yang menggunakan aplikasi  
resepedia ketika membuka konten resepnya akan  
merasa nyaman dan tenang sehingga dapat  
mengimplementasikan resep ke dunia nyata dengan  
perasaan gembira.

## Link Figma

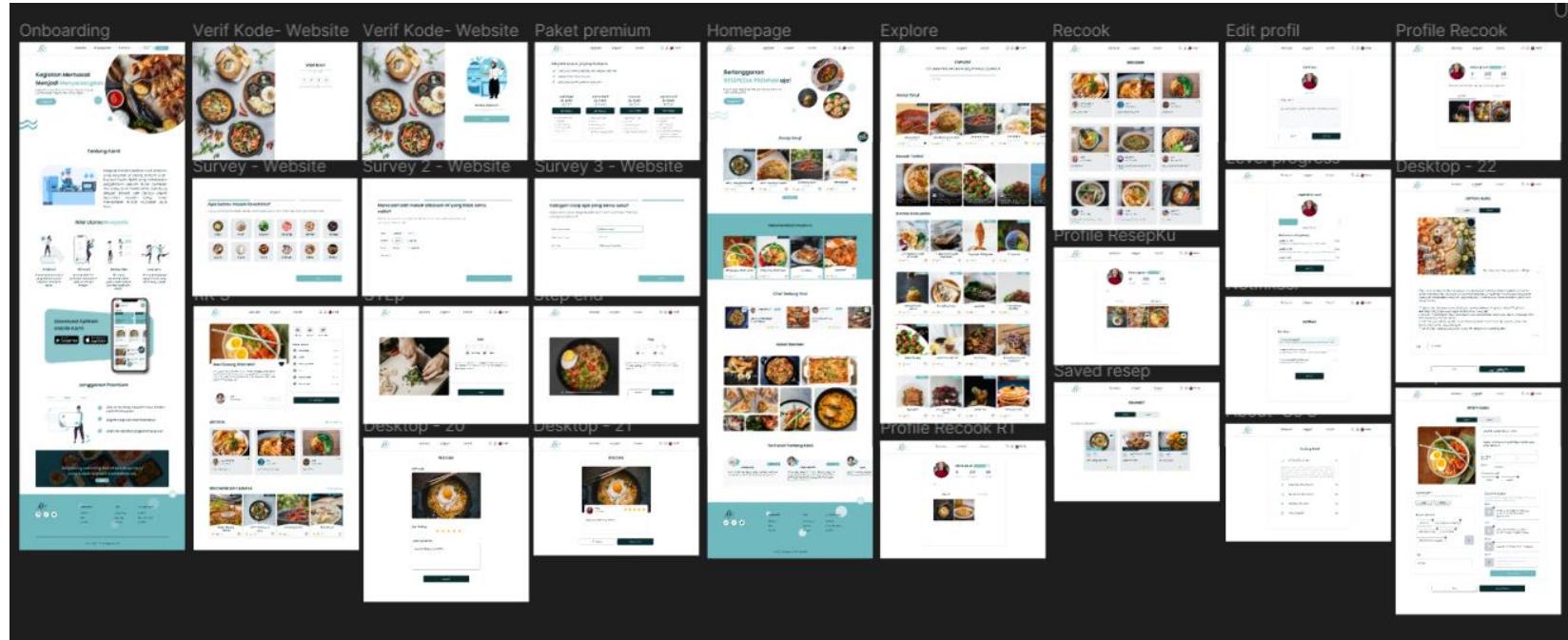
<https://tinyurl.com/HiFiMobile>  
Resepedia

Memuat fitur berikut dalam bentuk gambar:

- On Boarding
- Resep Komunitas
- Resep Teruji
- Transaksi Bayar
- Recook Feedback & Rating
- Tulis Resep
- Tulis Artikel
- Filtering
- Profile Menu & badges
- Notifikasi dan Favorit



Tahap Prototyping

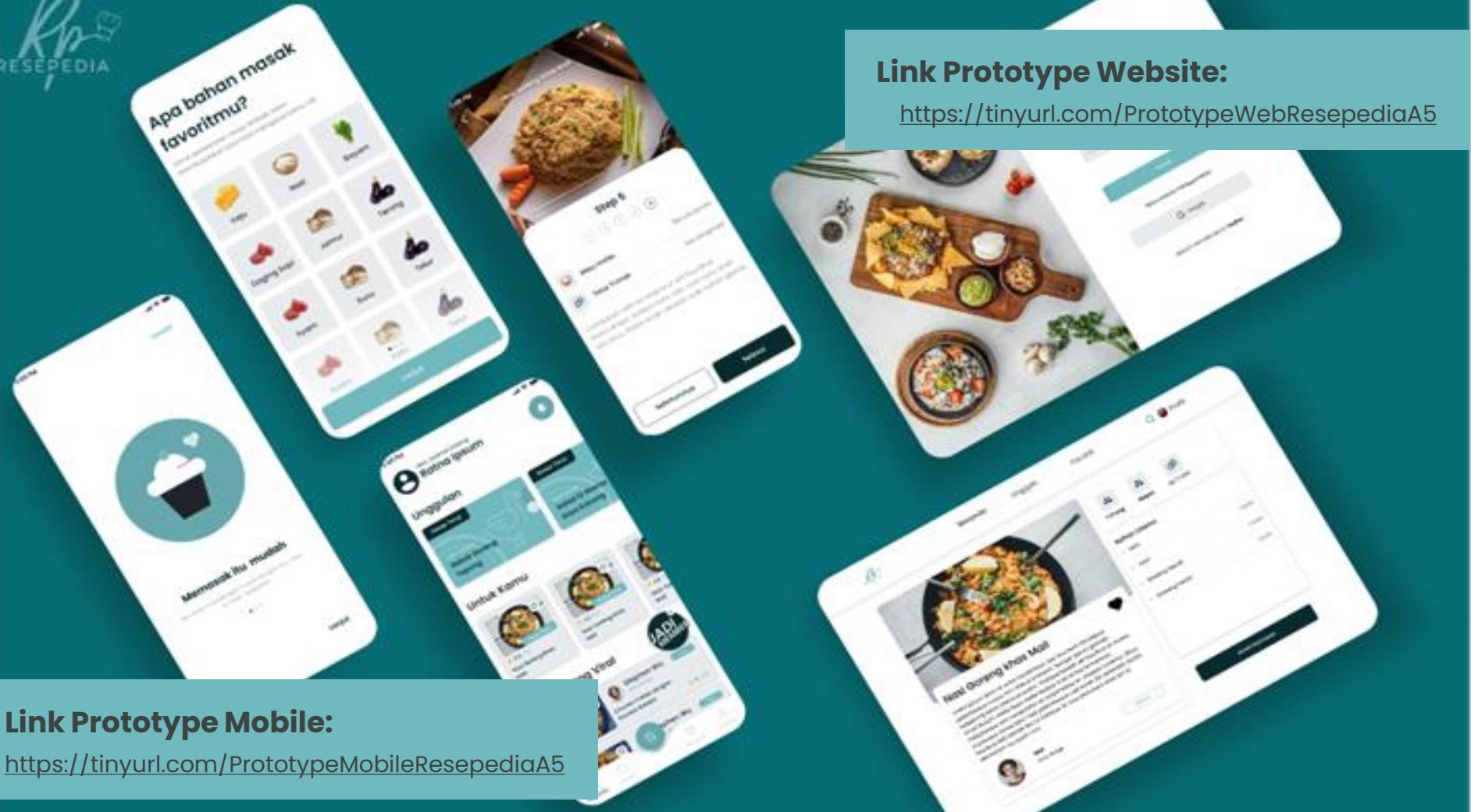


## Link Figma

<https://tinyurl.com/HiFiWebResepedia>



Tahap Prototyping



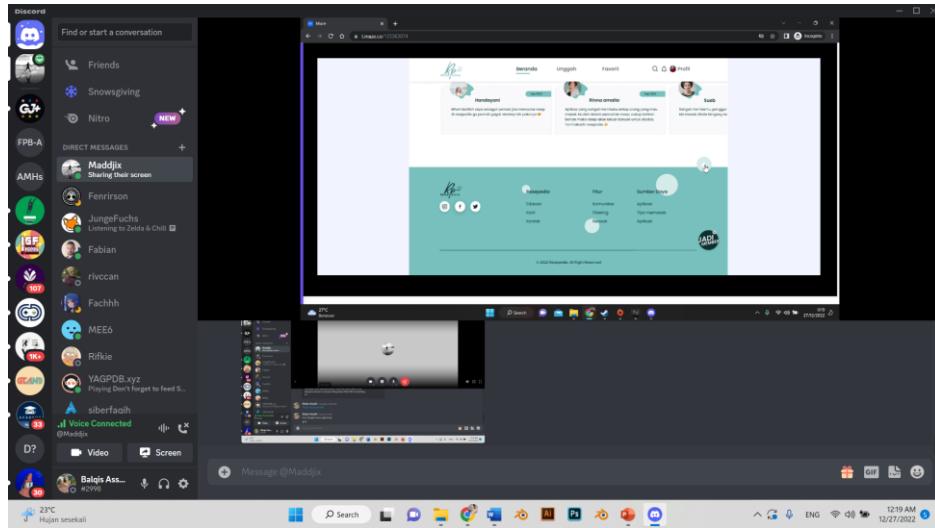
## Link Prototype Mobile:

<https://tinyurl.com/PrototypeMobileResepediaA5>

## Link Prototype Website:

<https://tinyurl.com/PrototypeWebResepediaA5>

# Analyze Hi-fi Testing



# Qualitative Testing

1 orang  
Menggunakan Discord  
Mobile & Web

# Quantitative Testing

Total 21 orang untuk Web  
Total 17 orang untuk Mobile  
Maze dan WhatsApp

Halo! Kami dari Kelompok A5 sedang membuat rancangan desain prototipe sebuah aplikasi Resep masakan dengan nama RESEPIDIA. kami perlu melakukan pengujian dengan platform **Mobile** dan **Website**

Kami menghargai kesediaan Anda untuk memberikan masukan tentang prototipe kami dengan mengakses link berikut:

Mobile: <https://tinyurl.com/HiFiTestingMobileResepedia>

Website: <https://tinyurl.com/WebsiteResepedia>

Gunakan PC untuk melakukan testing ya~

Prototipe ini masih memiliki beberapa kekurangan dan kami akan terus meningkatkannya berdasarkan masukan yang kami terima dari survei ini. Terima kasih^^

17.39 ✓

Tahap Testing

# Mobile App

Hi-fi Testing Untuk  
platform Mobile



Tahap Testing



# Melakukan On boarding dan aktivasi akun

17

Testers

134.7s

Avg. Duration

60.0%

Missclick Rate

35.3%

Avg. Success

35.3%

Avg. Bounce

44

Usability Score



14  
Testers

17.5s  
Avg. Duration

61.9%  
Missclick Rate

# Melihat Pembaruan Notifikasi

56

Usability Score

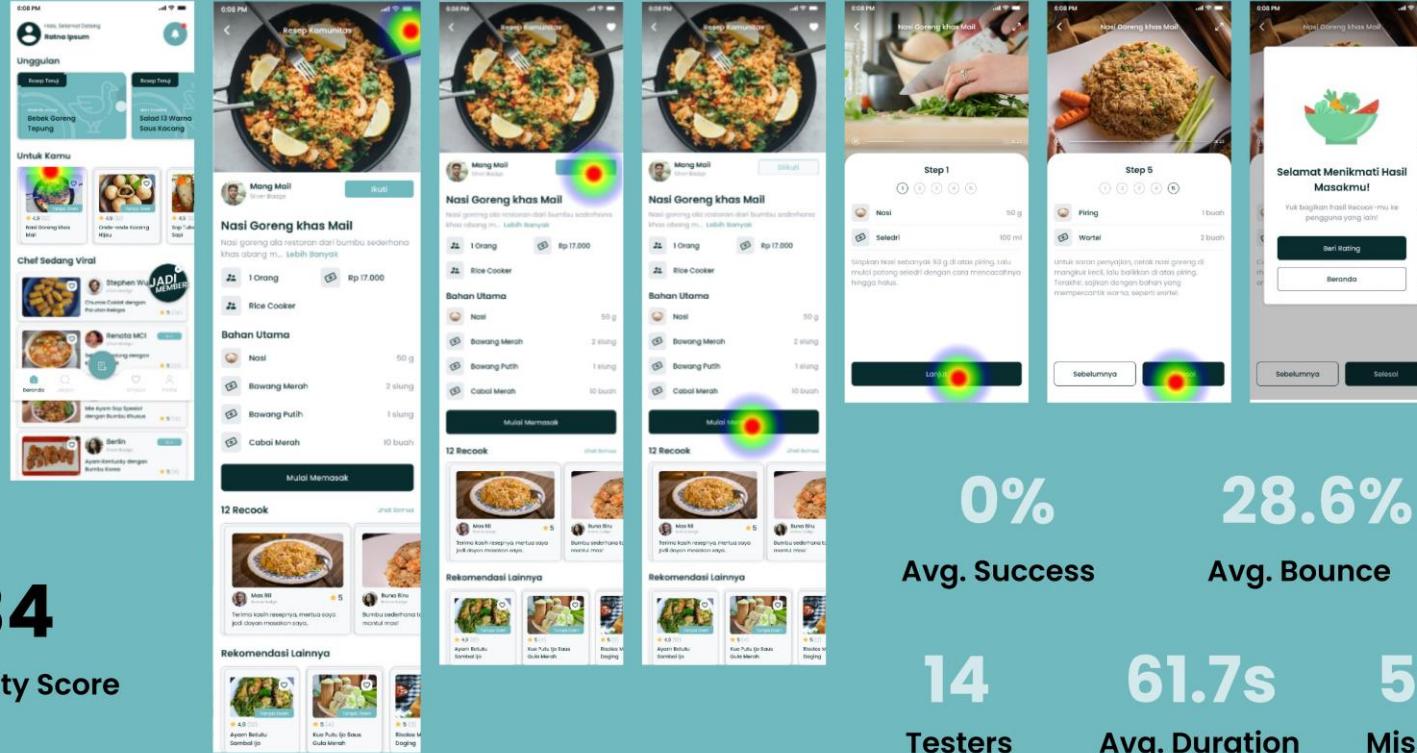
85.7%

Avg. Success

14.3%

Avg. Bounce

# Mengakses Resep Komunitas, memfavoritkan kontennya, dan mengikuti akun chefnya lewat halaman resep tersebut



The figure displays six screenshots of a mobile application interface, likely a food delivery or recipe sharing platform. The screenshots show different sections of the app, including a profile page, a community feed, a specific recipe card for 'Nasi Goreng khas Mall', a detailed ingredient list, cooking steps, and a completion message.

**Usability Score**: 34

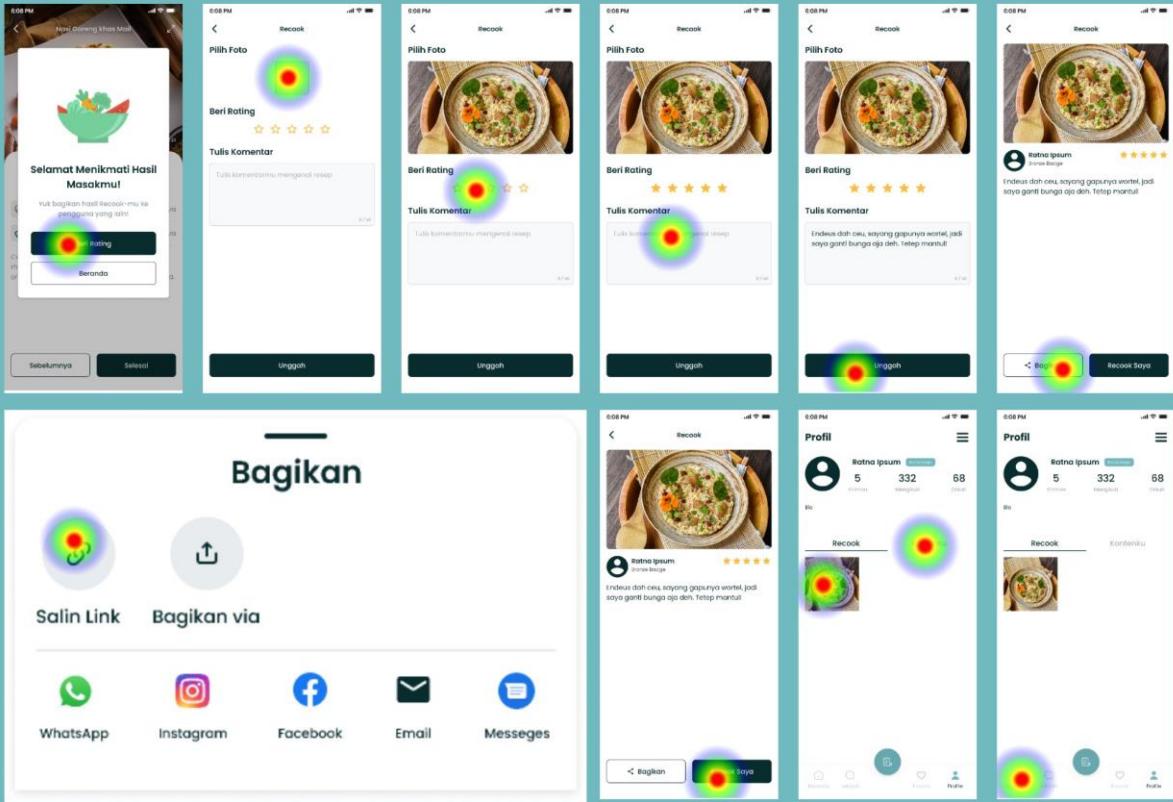
**Avg. Success**: 0%

**Avg. Bounce**: 28.6%

**Testers**: 14

**Avg. Duration**: 61.7s

**Missclick Rate**: 53.9%



# Memberikan Feedback Recook & Rating

43

Usability Score

8.3%

Avg. Success

8.3%

Avg. Bounce

12

Testers

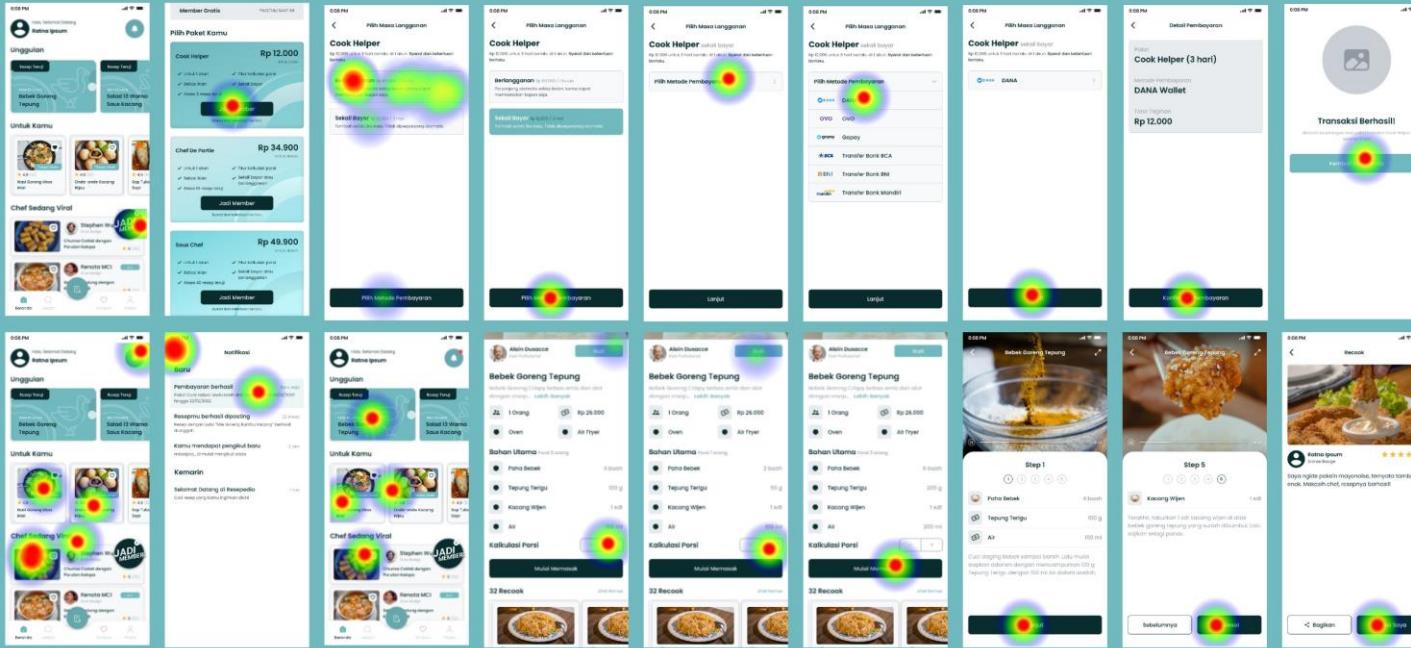
31.5s

Avg. Duration

20.9%

Missclick Rate

# Melakukan pembayaran untuk jadi member, lalu mengakses Resep Teruji, dan mencoba fitur Kalkulasi Porsi



12

Testers

125.7s

Avg. Duration

46.7%

Missclick Rate

29

Usability Score

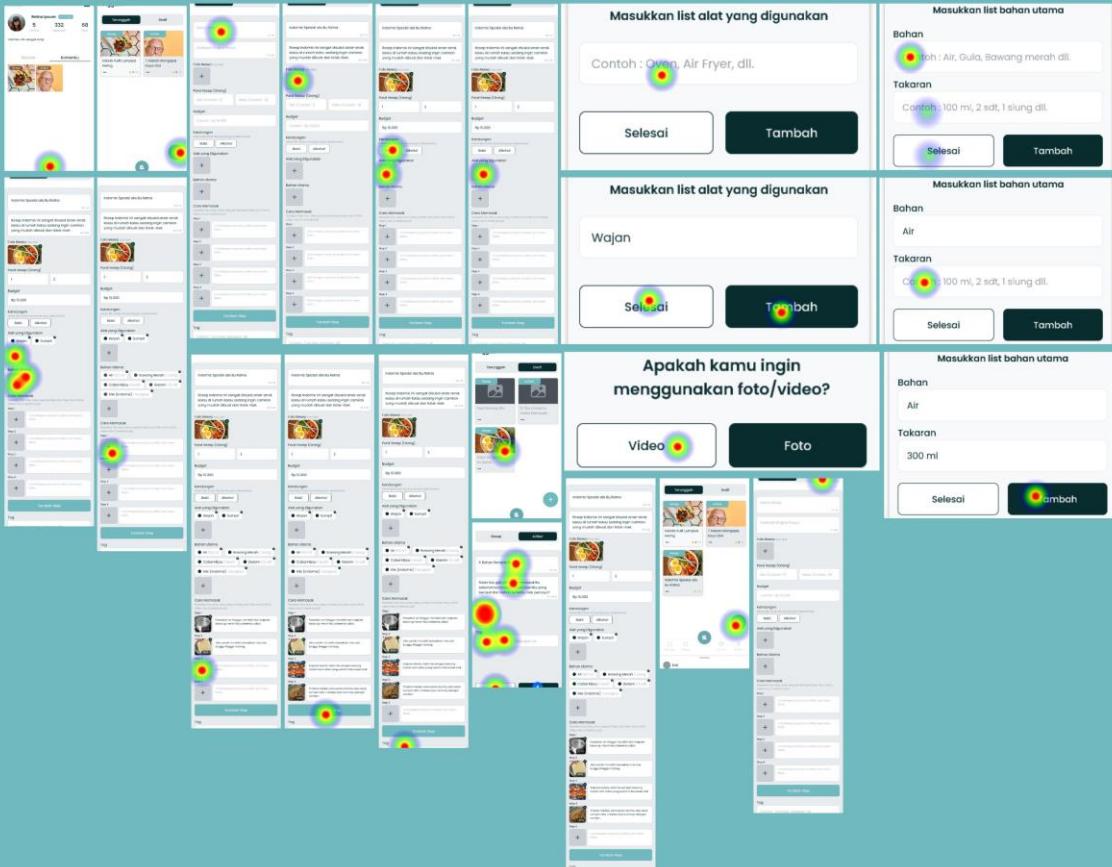
0%

Avg. Success

25%

Avg. Bounce

# Mengunggah Resep dan Menulis Artikel



12

Testers

36

Usability Score

173.6s

Avg. Duration

0%

Avg. Success

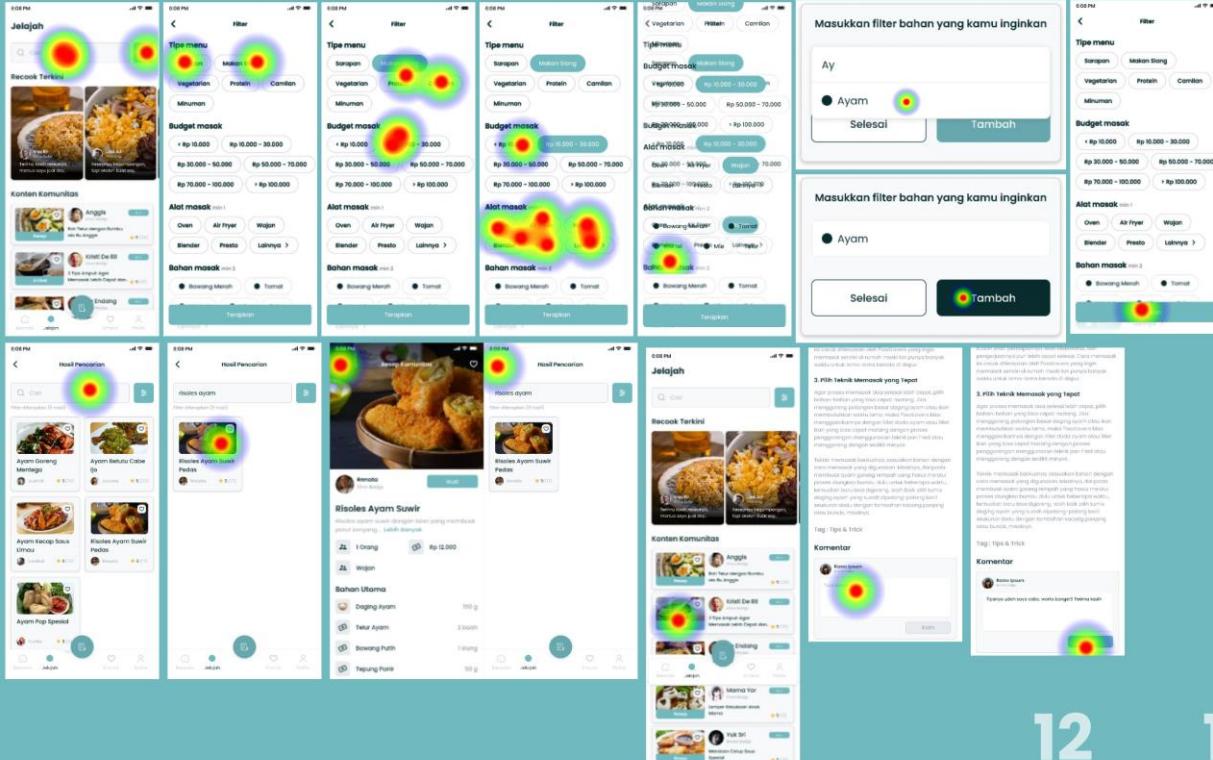
49.8%

Missclick Rate

25%

Avg. Bounce

# Mengeksplor konten dengan search bar dan fitur filtering, lalu mengomentari artikel



8

Usability Score

8.3%

Avg. Success

58.3%

Avg. Bounce

12

Testers

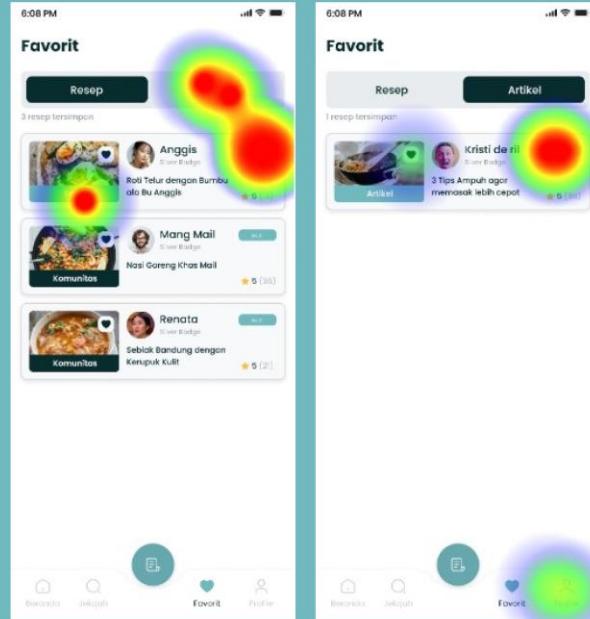
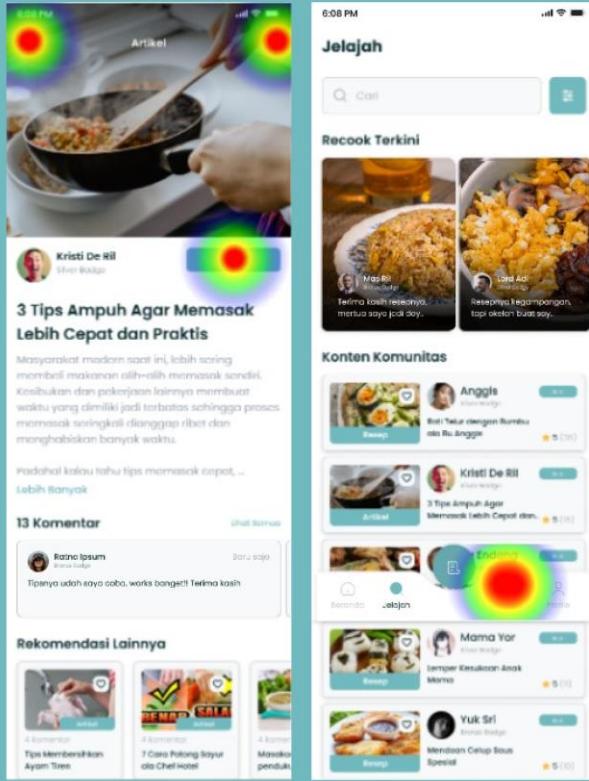
155.2s

Avg. Duration

66.4%

Missclick Rate

# Melihat konten yang difavoritkan, serta mengikuti akun user lain



14

Usability Score

16.7%

Avg. Success

33.3%

Avg. Bounce

12

Testers

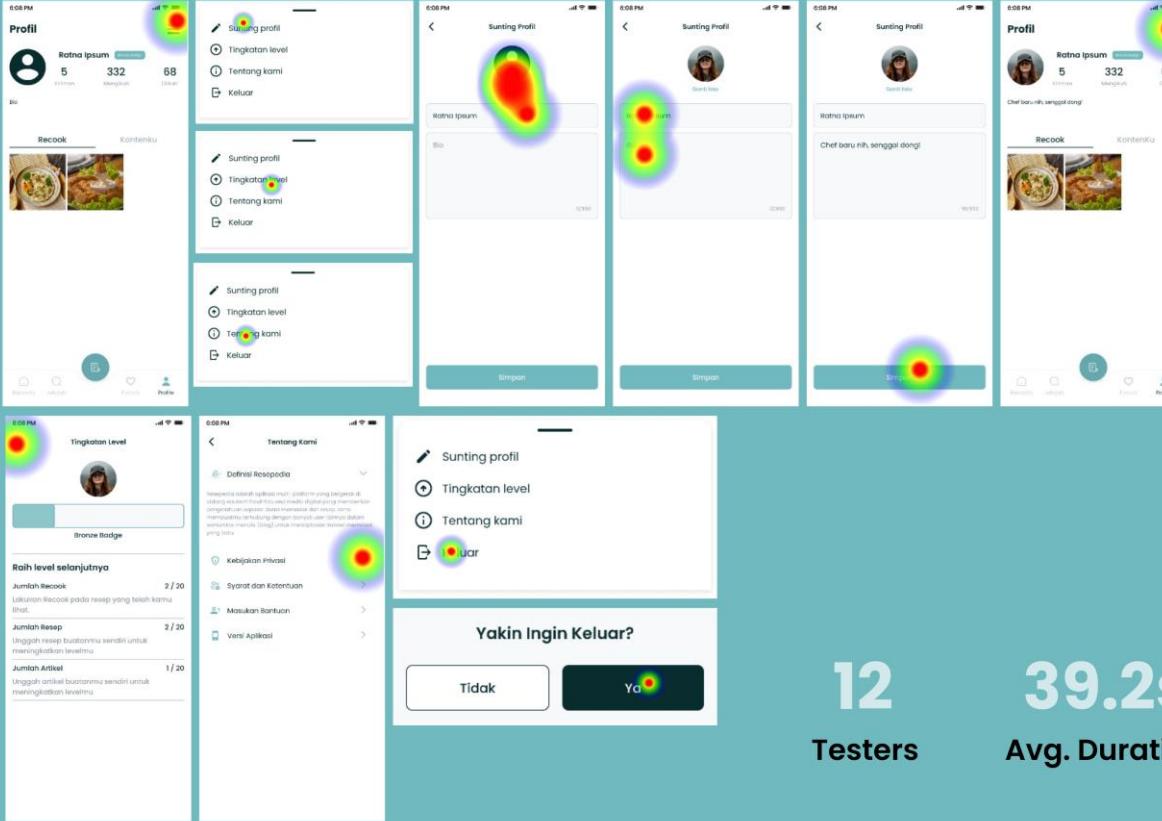
60.9s

Avg. Duration

62.3%

Missclick Rate

# Melihat menu di halaman profil (Sunting profil, Tingkatan Level/badges, Tentang kami, hingga melakukan log out)



30

Usability Score

8.3%

Avg. Success

25.0%

Avg. Bounce

12

Testers

39.2s

Avg. Duration

45.8%

Missclick Rate



## Seberapa mudah kamu melakukan semua skenario dari aplikasi RESEPEDIA tadi?

OPINION SCALE

12

RESPONSES

4.3

AVERAGE

...

Berikan nilai kepuasanmu terhadap prototype kami berdasarkan nilai ya^^

0%

0 %

0%

0 %

17%

2 %

33%

4 %

50%

6 %

1

2

3

4

5

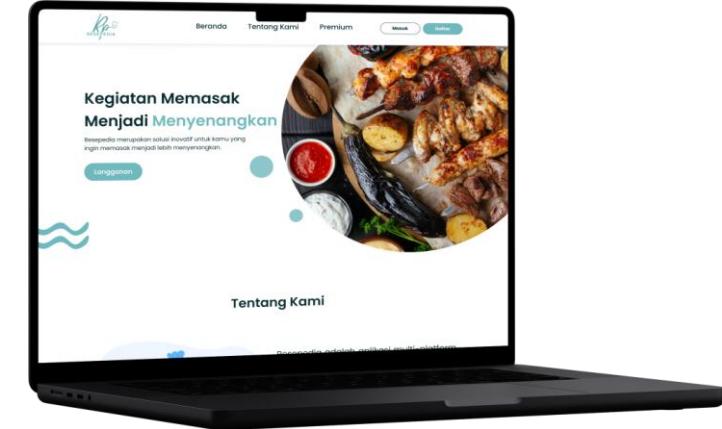
Hard/Bad

Good

Easy/Cool!

# Website

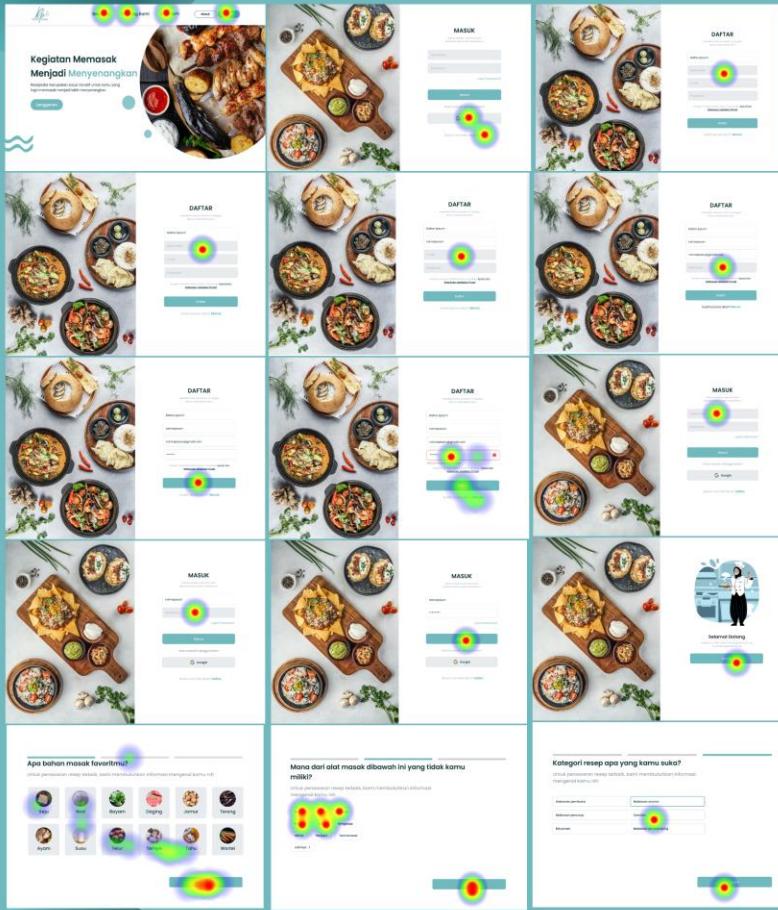
Hi-fi Testing Untuk  
platform Website



---

Tahap Testing

## I Melakukan On boarding dan aktivasi akun



# Tahap Awal



# Tahap Explore



Six screenshots of the Resepedia mobile application interface. The top row shows the 'Berlangganan' (Subscription) screen with a 'RESEPEDIA PREMIUM aja!' offer, the 'Resep Teruji' (Tested Recipes) screen with various dishes like Nasi Goreng Khas Mall, and the 'Mie Spesial ala Pak Mall' recipe card. The bottom row shows the 'Rekomendasi Untukmu' (Recommended for You) screen with Nasi Goreng Khas Mall again, and two 'Step' screens for cooking Mie Spesial ala Pak Mall, showing a person chopping vegetables and the ingredients list.

Mengakses Resep Komunitas,  
Favoritkan Konten, Ikuti  
pengguna



11  
Total Testers



36.4%  
AVG Success



58.6%  
Misclick Rate



36.4%  
AVG Bounce



101.9s  
AVG Duration



43  
Usability Score

## Melakukan pembayaran untuk jadi member



**10**  
Total Testers

**80.0%**  
AVG Success

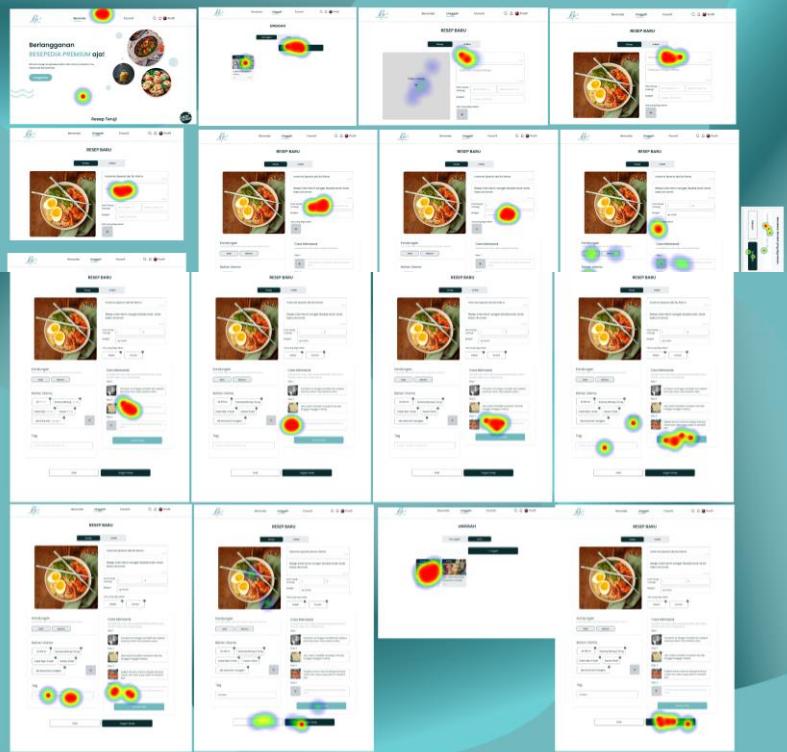
**291.9s**  
AVG Duration

**41.8%**  
Misclick Rate

**10.0%**  
AVG Bounce

**70**  
Usability Score

## Menulis Resep & Unggah Resep



**10**  
Total Testers

**50.0%**  
AVG Success

**278.2s**  
AVG Duration

**55.0%**  
Misclick Rate

**0.0%**  
AVG Bounce

**61**  
Usability Score

# Mengakses Resep Teruji & Kalkulasi Porsi

The image shows three screenshots of a mobile application interface for a food recipe platform. The first screenshot displays a 'Berlangganan' section with a 'RESEPEDIA PREMIUM aja!' offer and a 'Resep Teruji' section showing various dishes. The second screenshot shows a detailed view of a 'Nasi Goreng khas Mall' recipe with a heatmap overlay highlighting the title and ingredients. The third screenshot shows a 'RECOOK' section with a heatmap overlay on the dish images. Below these are two more sections: 'Rekomendasi Untukmu' and 'REKOMENDASI LAINNYA', each with a heatmap overlay on the dish images.

10  
Total Testers

0.0%  
AVG Success

25.2s  
AVG Duration

37.5%  
Misclick Rate

10.0%  
AVG Bounce

33  
Usability Score

# Tahap Explore



# Tahap Interaksi



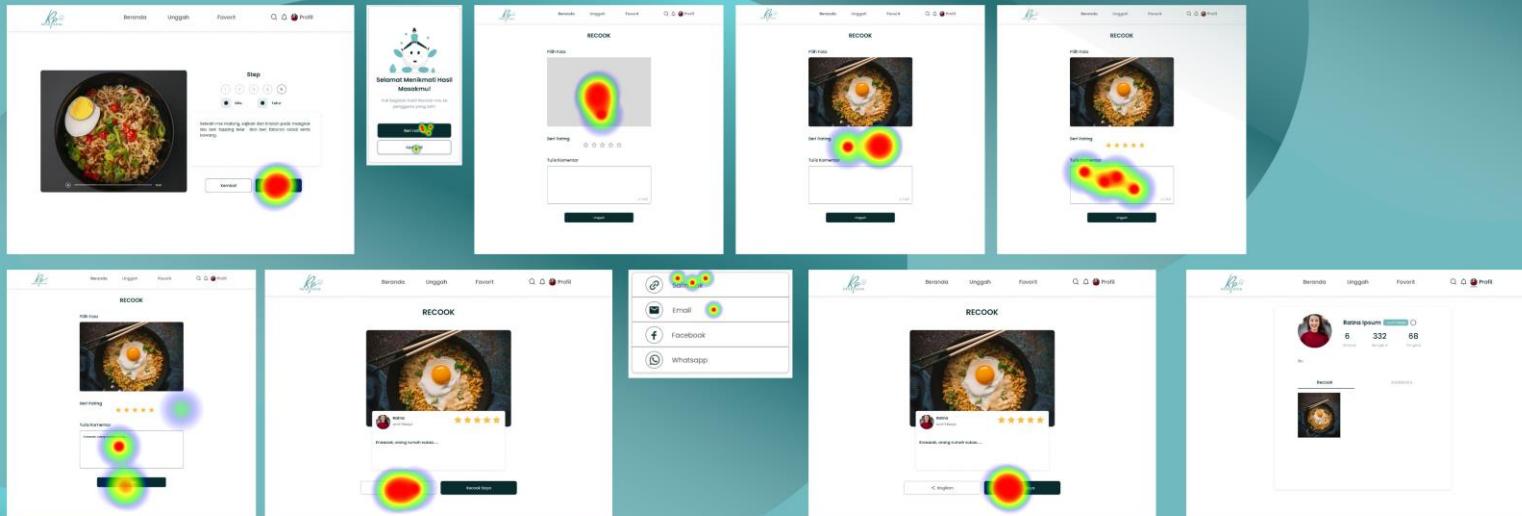
## Menulis Artikel & Unggah Artikel

The figure displays a grid of 11 screenshots from a mobile application, likely a food delivery or review platform, illustrating user interaction analysis through heatmaps.

- Top Row:**
  - Home screen: Shows a banner for "Beronganan RESTAURANT PREMIUM aja!" and a grid of food items.
  - "UNGGAH" (Upload) screen: Shows a single image with a heatmap highlighting the upload button area.
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a form with fields like "Judul Artikel" and "Kategori". A heatmap highlights the title input field.
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a form with fields like "Judul Artikel" and "Kategori". A heatmap highlights the category selection area.
- Bottom Row:**
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a collage of food images with a heatmap highlighting the central image area.
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a collage of food images with a heatmap highlighting the central image area.
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a collage of food images with a heatmap highlighting the central image area.
  - "ARTIKEL BARU" (New Article) screen: Shows a collage of food images with a heatmap highlighting the central image area.
  - "UNGGAH" (Upload) screen: Shows a grid of food images with a heatmap highlighting the central image area.



# I Memberikan feedback Recook dan Rating



**10**

Total Testers



**40.0%**  
AVG Success



**20.6s**  
AVG Duration



**7.9%**

Misclick Rate



**0.0%**

AVG Bounce



**68**

Usability Score

## Saved resep & Melihat Konten Favorit

The figure displays four screenshots of a mobile application interface, likely a food recipe app. The top row shows the 'Saved' section, featuring a large image of 'Nasi Goreng khao Mali' with a red heatmap overlay highlighting the center. Below it are sections for 'RECOOK' (with images of various dishes) and 'REKOMENDASI LAINNYA' (with images of dishes like 'Bakso Sapi', 'Bakso Tahu', 'Bakso Ayam', and 'Soto Betawi'). The bottom row shows the 'Favorit' section, also featuring a large image of 'Nasi Goreng khao Mali' with a red heatmap overlay. Below it are sections for 'RECOOK' and 'REKOMENDASI LAINNYA'.

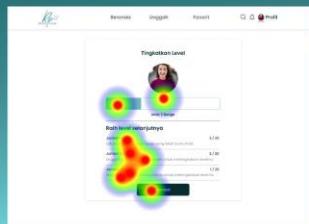
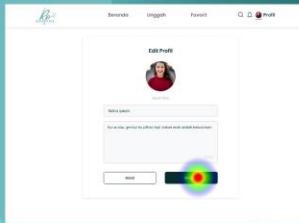
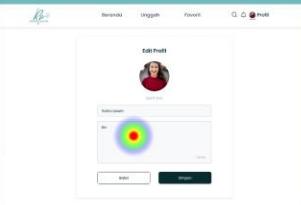
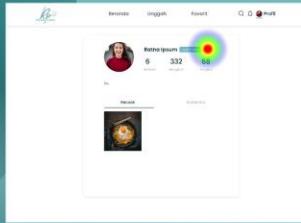
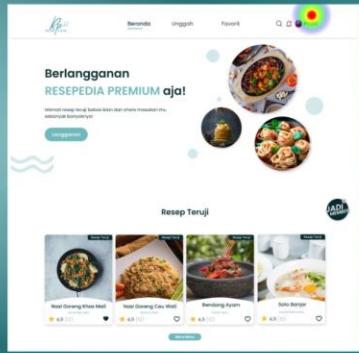
Metric	Value
Total Testers	9
Misclick Rate	37.9%
Avg Success	0.0%
Avg Duration	20.6s
Avg Bounce	11.1%
Usability Score	40

# Tahap Retain



# Tahap Akhir

## Lihat Profile Menu & Lihat Level Progress Badges



**0.0%** AVG Success



**94.0s** AVG Duration



**22.2%** AVG Bounce



**27** Usability Score

# Skor Kepuasan

Seberapa mudah kamu melakukan semua skenario dari aplikasi RESEPEDIA tadi?

OPINION SCALE

Berikan nilai kepuasanmu terhadap prototype kami berdasarkan nilai ya^^

9

RESPONSES

4.6

AVERAGE

0%

0

0%

0

11%

1

22%

2

67%

6

1

2

3

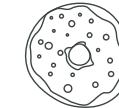
4

5

Hard/Bad

Good

Easy/Cool!



# Iterasi Hi-fi

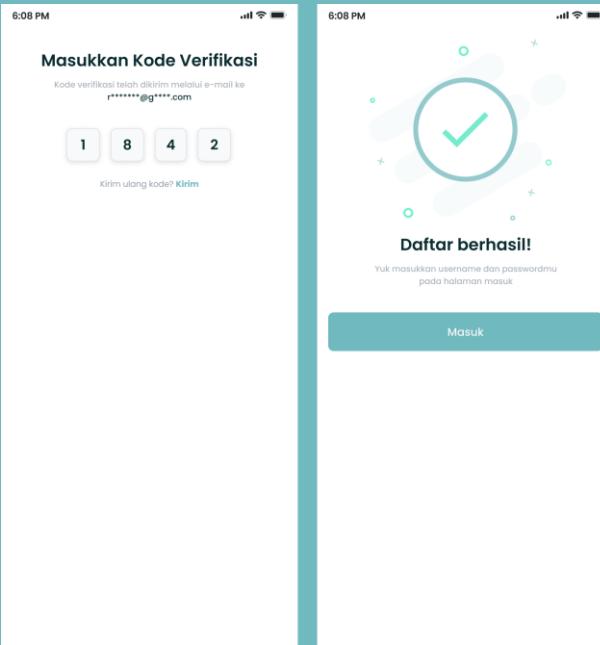
Perubahan yang dilakukan setelah dilakukan testing. Baik Mobile maupun Web



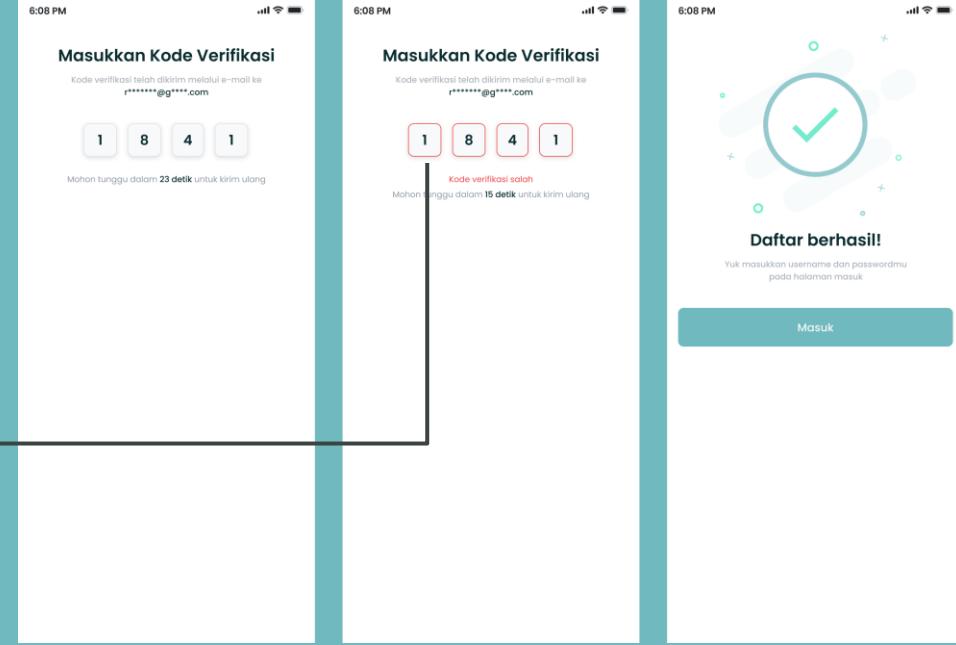
Worked	Changes
Tampilan interface clean, simple dan terisi	Design System untuk Tag, dari type menjadi chip
Button dan icon jelas serta familiar	Design system untuk scroll up button pada web, dari biasa menjadi freeze (melayang mengikuti layar)
Questions	Ideas
Warna button untuk survey dibedakan ketika posisi enable atau disable	Alur untuk tombol "Lupa Password"
Perubahan ikon pada expand di menu "Tentang Kami" ketika dalam posisi ditutup/buka di web	Menambah alur verifikasi salah atau Menambah tombol "batal" dan "lanjutkan" pada verification page
Critical	
Flow scenario di maze terlalu menumpuk karena Block yang disediakan maze versi gratis sangat terbatas, akibatnya sedikit mendapatkan persentase direct success.	

## Iterasi Prototype - 1

### Sebelum



### Sesudah

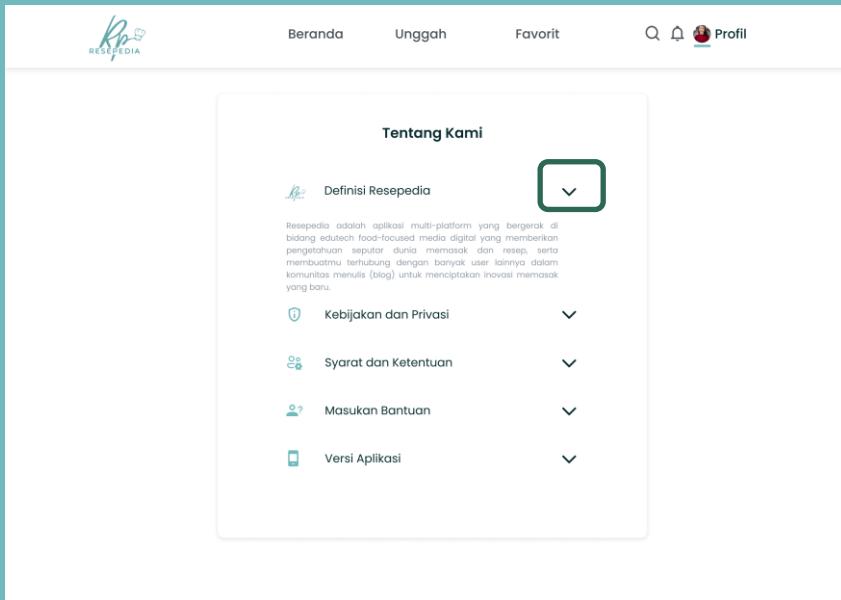


## Wrong Verification

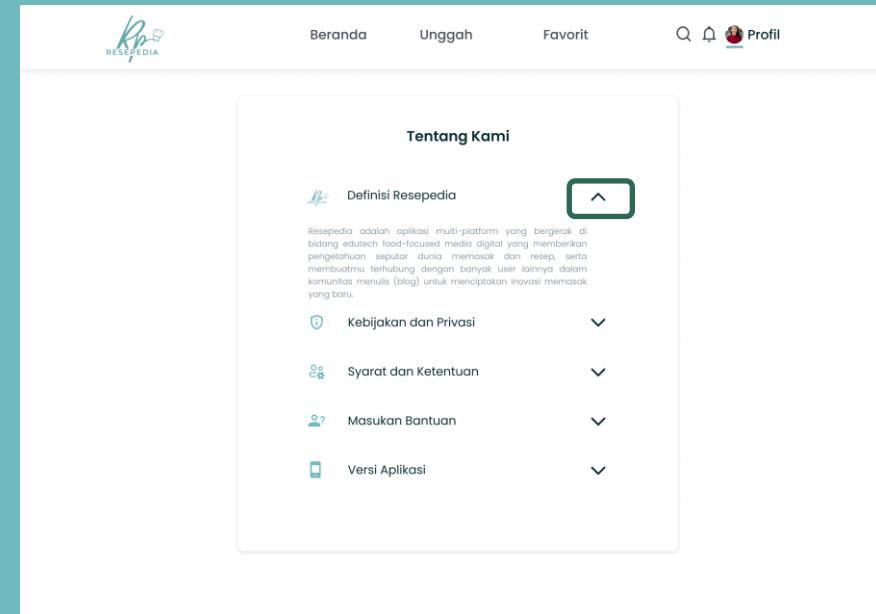
Menambahkan alur alternatif untuk verifikasi kode yang salah untuk memperjelas alur verifikasi akun.

## Iterasi Prototype -2

### Sebelum



### Sesudah



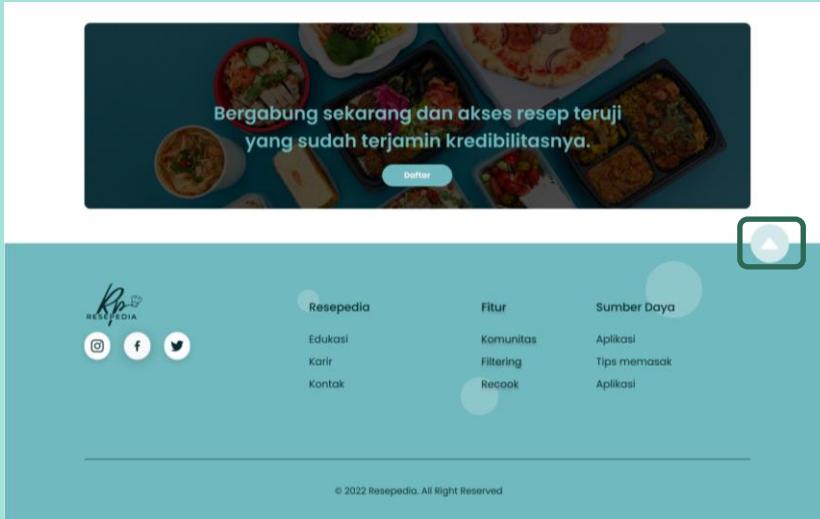
## Perubahan ikon Expand

Menanggapi question dari user feedback untuk  
membedakan bentuk ikon expand ketika dibuka  
dan ditutup

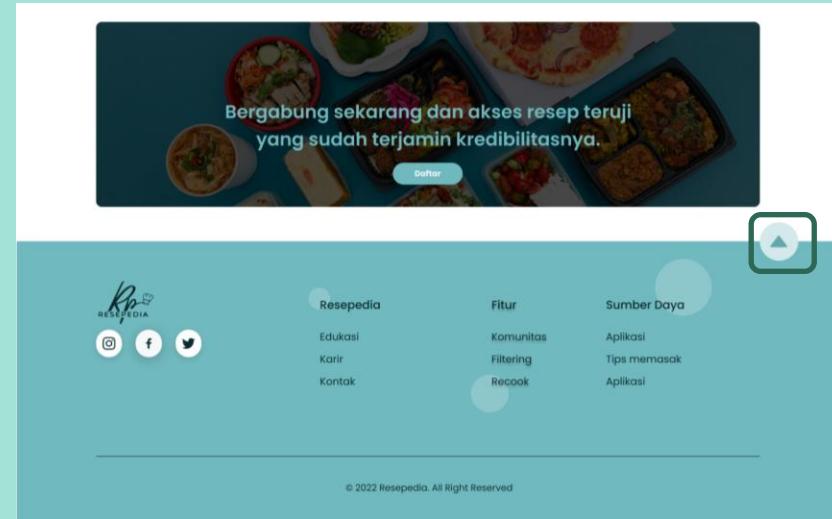


## Iterasi Prototype – 3

### Sebelum

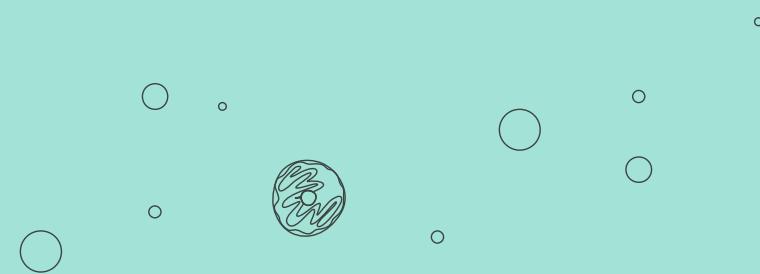


### Sesudah



## System Button Scroll Up

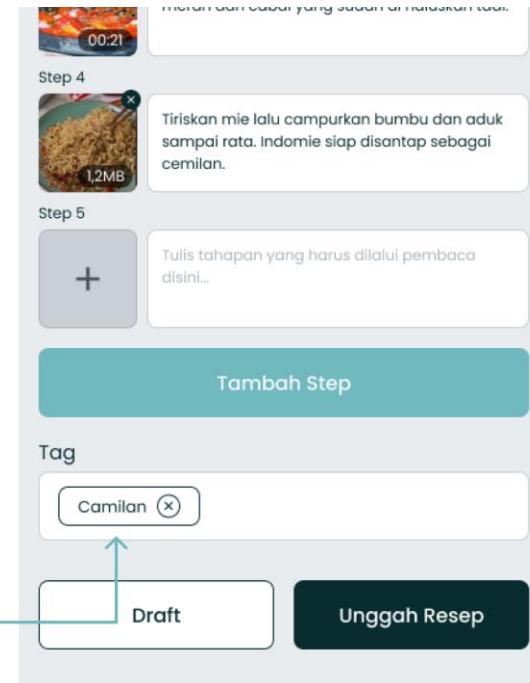
Mengimplementasi Change dari dari user feedback  
untuk membekukan tombol scroll up pada web  
ketika user melakukan scrolling



### Sebelum

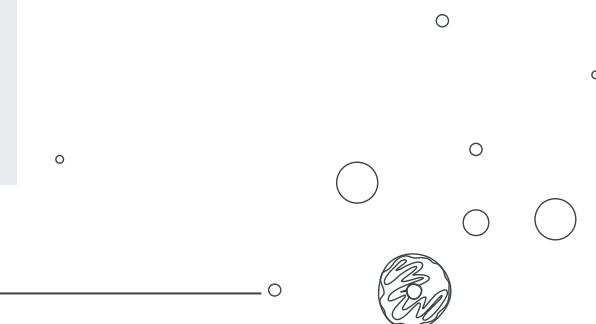


### Sesudah



## Design System Tag

Pengguna merasa bingung dengan format input “Tag” pada form unggah resep. Kami mengubah visual pada form unggah resep bagian “Tag” agar dibuat menjadi format chip.





# Strategi Sales & Marketing

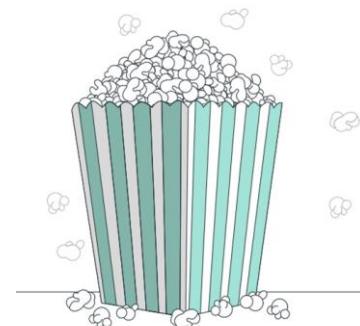
Menyusun strategi yang baik dalam memajukan bisnis aplikasi dari mulai proyeksi keuangan hingga pemasaran

Category	Items	Qty	Amount/Quantity	Total Amount / Month	Total Amount / Week	
Cost of Development	Product Manager	3	Rp 9,500,000.00	Rp 28,500,000.00	Rp 7,125,000.00	
	Tech Lead	1	Rp 10,300,000.00	Rp 10,300,000.00	Rp 2,575,000.00	
	UX Designer (UX)	1	Rp 5,000,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 1,250,000.00	
	UI Designer (UI)	2	Rp 5,000,000.00	Rp 10,000,000.00	Rp 2,500,000.00	
	Front-End Engineer (FE)	2	Rp 7,200,000.00	Rp 14,400,000.00	Rp 3,600,000.00	
	Back-End Engineer (BE)	2	Rp 9,300,000.00	Rp 18,600,000.00	Rp 4,650,000.00	
	Android Developer	1	Rp 7,700,000.00	Rp 7,700,000.00	Rp 1,925,000.00	
	iOS Developer	1	Rp 16,000,000.00	Rp 16,000,000.00	Rp 4,000,000.00	
	Quality Assurance (QA)	2	Rp 4,300,000.00	Rp 8,600,000.00	Rp 2,150,000.00	Total Amount / 3 Sprint
		15		Rp 119,100,000.00	Rp 29,775,000.00	Rp 178,650,000.00
Cost of Hosting	Hosting & Web Server	1 lot	Rp 100,000.00	Rp 100,000.00	Rp 25,000.00	Total Amount / 3 Sprint
	Processing / DB Server	1 lot	Rp 100,000.00	Rp 100,000.00	Rp 25,000.00	Rp 900,000.00
	Cloud Computing	1 lot	Rp 400,000.00	Rp 400,000.00	Rp 100,000.00	Total Amount / Year
				Rp 600,000.00	Rp 150,000.00	Rp 7,200,000.00
Cost of Licencing	Google Play	1 kali	Rp 391,575.00	Rp 391,575.00	Rp 391,575.00	sekali seumur hidup
	App Store	12	Rp 1,550,000.00	Rp 129,166.67	Rp 32,291.67	Total Amount / Year
				Rp 520,741.67	Rp 423,866.67	Rp 1,550,000.00
Cost of Support & Maintenance	Biaya perbaikan bug, penambahan fitur, integrasi sistem, pembaharuan dokumentasi dan panduan, pelatihan & dukungan teknis ke user, pengujian, dan kelancaran aplikasi jika memiliki uptime yang tinggi	12	Rp 150,000,000.00	Rp 12,500,000.00	Rp 3,125,000.00	Rp 150,000,000.00
<b>COGS Monthly</b>				Rp 132,720,741.67		
<b>COGS Weekly</b>					Rp 33,473,866.67	

## Revenue Management

COGS /

HPP



## Revenue Management

# Operation Cost



Category	Items	Qty	Amount/Quantity	Total Amount / Month	Total Amount / Week
Cost of Supporting Resources	HRD	1	Rp 7,000,000.00	Rp 7,000,000.00	Rp 1,750,000.00
	Finance	1	Rp 12,000,000.00	Rp 12,000,000.00	Rp 3,000,000.00
	Business Analyst	1	Rp 15,000,000.00	Rp 15,000,000.00	Rp 3,750,000.00
	System Analyst	1	Rp 10,000,000.00	Rp 10,000,000.00	Rp 2,500,000.00
	Operator & Administration	2	Rp 3,500,000.00	Rp 7,000,000.00	Rp 1,750,000.00
	Office Boy/Girl	1	Rp 2,500,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 625,000.00
		7		Rp 53,500,000.00	Rp 13,375,000.00
Rent / Biaya Sewa Gedung Perusahaan	Harga sewa per m2	500	Rp 150,000.00	Rp 75,000,000.00	Rp 18,750,000.00
Office Supplies	Listrik	1	Rp 2,000,000.00	Rp 2,000,000.00	Rp 500,000.00
	Air	1	Rp 300,000.00	Rp 300,000.00	Rp 75,000.00
	Wifi	1	Rp 500,000.00	Rp 500,000.00	Rp 125,000.00
	ATK	1	Rp 800,000.00	Rp 800,000.00	Rp 200,000.00
				Rp 3,600,000.00	Rp 900,000.00
Insurance Cost	Asuransi Karyawan	30	Rp 15,000.00	Rp 450,000.00	Rp 112,500.00
Legal Cost	biaya pengajuan paten atau hak cipta	1	Rp 575,000.00	Rp 575,000.00	Rp 143,750.00
	biaya pendaftaran perusahaan	1	Rp 5,000,000.00	Rp 5,000,000.00	Rp 1,250,000.00
	biaya pendaftaran merek dagang	1	Rp 1,800,000.00	Rp 1,800,000.00	Rp 450,000.00
				Rp 7,375,000.00	Rp 1,843,750.00
Promotion	Sales	1	Rp 4,724,000.00	Rp 4,724,000.00	Rp 1,181,000.00
	Marketing	1	Rp 5,500,000.00	Rp 5,500,000.00	Rp 1,375,000.00
	Advertising/Campaign	1	Rp 4,500,000.00	Rp 4,500,000.00	Rp 1,125,000.00
				Rp 14,724,000.00	Rp 3,681,000.00
<b>Operation Cost First Month (With Legal Cost)</b>				Rp 154,649,000.00	Total Amount / Year
<b>Operation Labor Monthly (Without Legal Cost)</b>				Rp 147,274,000.00	Rp 1,767,288,000.00
<b>Operation Cost Weekly</b>				Rp 38,662,250.00	

Type	Package	Qty/3 month	Amount/Qty	Total Amount/Quarter	Total Amount/Year (Q1-Q4)
Subscription	Cook Helper (per 3 day)	7918	Rp 12,000.00	Rp 95,016,000.00	Rp 380,064,000.00
	Chef De Parties (per month)	1863	Rp 39,400.00	Rp 73,402,200.00	Rp 293,608,800.00
	Sous Chef (per month)	2610	Rp 49,900.00	Rp 130,239,000.00	Rp 520,956,000.00
	Executive Chef (3 month)	1314	Rp 79,900.00	Rp 104,988,600.00	Rp 419,954,400.00
<b>Total Revenue from Premium Users</b>			<b>Rp 403,645,800.00</b>	<b>Rp 1,614,583,200.00</b>	
Type	Platform	Total User	Biaya Iklan	Jumlah Tayangan Iklan (3 x total user)	CPM Ads Cost
Free User	Mobile App (DAU)	10000	Rp 100,000.00	30000	Rp 3,333.33
	Website (Hit monthly)	48000	Rp 250,000.00	144000	Rp 1,736.11

Kalkulasi				
Client	Platform Type	Qtw Raw	Amount/month	Total Amount/Year
Client A	Mobile	5	Rp 500,000.00	Rp 6,000,000.00
Client B	Website	5	Rp 1,250,000.00	Rp 15,000,000.00
Client C	Mobile & Website	3	Rp 1,050,000.00	Rp 12,600,000.00
Client D	Mobile & Website	1	Rp 350,000.00	Rp 4,200,000.00
Client E	Mobile & Website	5	Rp 1,750,000.00	Rp 21,000,000.00
<b>Total Revenue / Year from Free Users</b>		<b>Rp 4,900,000.00</b>	<b>Rp 58,800,000.00</b>	

Total Revenue From Free + Premium Users		
Yearly	<b>Rp 1,673,383,200.00</b>	
Monthly	Rp 139,448,600.00	
Weekly	Rp 32,180,446.15	

Menghitung total revenue dengan menjumlahkan keuntungan dari subscription + hasil iklan



## Revenue Management

# Cost of Revenue

## Revenue Management – COST OF BENEFIT

ROI: 0.23% dan BEP: 2 tahun

	Year						Total
	Start in 2023	Year-1	Year-2	Year-3	Year-4		
Increased Sales (revenue year)	Rp 1,673,383,200.00	Rp 1,991,326,008.00	Rp 2,369,677,949.52	Rp 2,819,916,759.93	Rp 3,355,700,944.32		
<b>TOTAL BENEFITS:</b>	Rp 1,673,383,200.00	Rp 1,991,326,008.00	Rp 2,369,677,949.52	Rp 2,819,916,759.93	Rp 3,355,700,944.32		
<b>PV of BENEFITS:</b>	Rp 1,624,643,883.50	Rp 1,877,015,748.89	Rp 2,168,591,010.86	Rp 2,505,459,517.40	Rp 2,894,657,112.33	Rp 11,070,367,272.97	
<b>PV of ALL BENEFITS:</b>	Rp 1,624,643,883.50	Rp 3,501,659,632.39	Rp 5,670,250,643.24	Rp 8,175,710,160.64	Rp 11,070,367,272.97		
Cost of Development (6 weeks)	Rp 178,650,000.00	0	0	0	0		
Cost of Hosting (6 weeks)	Rp 900,000.00	0	0	0	0		
Licensing Google Play (forever)	Rp 391,575.00	0	0	0	0		
Licensing App Store (per year)	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00	Rp 1,550,000.00		
Cost of Support & Maintenance (year)	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00	Rp 150,000,000.00		
<b>TOTAL DEVELOPMENT COSTS:</b>	Rp 331,491,575.00	Rp 151,550,000.00	Rp 151,550,000.00	Rp 151,550,000.00	Rp 151,550,000.00		
Cost of Hosting (per year)	0	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00	Rp 7,200,000.00		
Legal Cost (forever)	Rp 7,375,000.00	0	0	0	0		
Operational Labor (year)	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00	Rp 1,767,288,000.00		
<b>TOTAL OPERATIONAL COSTS:</b>	Rp 1,774,663,000.00	Rp 1,774,488,000.00	Rp 1,774,488,000.00	Rp 1,774,488,000.00	Rp 1,774,488,000.00		
<b>TOTAL COSTS:</b>	Rp 2,106,154,575.00	Rp 1,926,038,000.00	Rp 1,926,038,000.00	Rp 1,926,038,000.00	Rp 1,926,038,000.00		
<b>PV of COSTS:</b>	Rp 2,044,810,266.99	Rp 1,815,475,539.64	Rp 1,762,597,611.30	Rp 1,711,259,816.79	Rp 1,661,417,297.86	Rp 8,995,560,532.57	
<b>PV of ALL COSTS:</b>	Rp 2,044,810,266.99	Rp 3,860,285,806.63	Rp 5,622,883,417.92	Rp 7,334,143,234.72	Rp 8,995,560,532.57		
<b>Total Project Benefits - Costs:</b>	-Rp 432,771,375.00	Rp 65,288,008.00	Rp 443,639,949.52	Rp 893,878,759.93	Rp 1,429,662,944.32		
<b>Yearly NPV:</b>	-Rp 420,166,383.50	Rp 61,540,209.26	Rp 405,993,399.56	Rp 794,199,700.60	Rp 1,233,239,814.47	Rp 2,074,806,740.40	
<b>Cumulative NPV:</b>	-Rp 420,166,383.50	-Rp 358,626,174.24	Rp 47,367,225.32	Rp 841,566,925.92	Rp 2,074,806,740.40		
<b>Return on Investment:</b>	0.230647855						
	<b>0.23%</b>						
<b>Break Even Point (BEP)</b>	1.883330061	(break even occurs in year 2)					
	<b>2 years</b>						

## Revenue Management – PRICING STRATEGY

Yummy
Menjual resep Teruji dengan harga 20.000/resep, suka menawarkan diskon sebesar 75% hingga menjadi Rp. 5.000

Cookpad
Berlangganan selama sebulan dengan harga Rp. 22.000

Resepedia
Menyediakan paket langganan yang beragam (7 hari, 1 bulan, hingga 3 bulan) dengan range harga yang lebih tinggi dari kompetitor, karena menawarkan value yang lebih banyak pada aplikasi dan websitenya.

Cook Helper	Chef De Partie	Sous Chef	Executive Chef
Rp. 12.000 / akun	Rp. 34.900 / akun	Rp. 49.900 / akun	Rp. 79.900 / akun
7 Hari	1 Bulan	1 Bulan	3 Bulan
Bebas Iklan	Bebas Iklan	Bebas Iklan	Bebas Iklan
Akses 3 Resep Teruji	Akses 15 Resep Teruji	Akses 40 Resep Teruji	Akses 60 Resep Teruji
Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi	Fitur Kalkulasi Porsi
Sekali bayar	Sekali bayar atau berlangganan	Sekali bayar atau berlangganan	Sekali bayar atau berlangganan
			Download resep dalam bentuk e-book
			Tulis dan upload resep dan artikelmu tanpa maksimal batas kata

# Marketing Plan



# Data Kompetitor

## Traffic & Engagement

### Total visits

Sep 2022 - Nov 2022 Worldwide

#### Domain



### Engagement

Sep 2022 - Nov 2022 Worldwide All traffic

#### Metric

	cookpad.com	yummy.co.id	endeus.tv
Monthly visits	119.7M 🎉	341,510	1.271M
Monthly unique visitors	46.07M 🎉	195,292	846,198
Visits / Unique visitors	2.60 🎉	1.75	1.50
Visit duration	00:02:13 🎯	00:00:52	00:00:48
Pages per visit	2.69 🎉	1.79	1.69
Bounce rate	55.49%	47.96%	33.91% 🎯

### Deduplicated audience

BETA

Gain access to more insights

### Age Distribution

50%

40%

30%

20%

10%

0%

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

- cookpad.com
- yummy.co.id
- endeus.tv

## Marketing Channels

### Channels overview

Sep 2022 - Nov 2022 Worldwide All traffic

cookpad.com 🌐 yummy.co.id 🌐 endeus.tv 🌐  
358.8M 1.020M 3.780M

100%

50%

0%

### Social

### Social Traffic

Sep 2022 - Nov 2022 Worldwide Desktop

cookpad.com 🌐 yummy.co.id 🌐 endeus.tv 🌐

100%

50%

0%

### Gender Distribution

80%

60%

40%

20%

0%

- Pinterest
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Odnoklassniki.ru
- Other

- cookpad.com
- yummy.co.id
- endeus.tv

**Hasil analisis data tadi adalah sebagai berikut:**

Traffic & Engagement	Dimenangi oleh Cookpad yang distribusinya sudah ke berbagai negara. Kemudian disusul Endeus, lalu Yummy di posisi terakhir. Penyebaran devicenya lebih banyak ke mobile application
Marketing Channel	Ketiganya sama-sama mudah ditemukan dengan metode Direct dan Organic Search, sisanya hanya berpengaruh sedikit
Social Traffic	Cookpad memiliki jaringan sosial yang lebih luas dibandingkan Endeus dan Yummy. Banyak mendapatkan reach dan awareness dari Pinterest dan Facebook, lalu disusul Youtube dan Twitter setelahnya
Customer Segmentation	Ketiga aplikasi memiliki banyak user dari gender Wanita dengan rentang usia pertama 25-34 tahun. Kemudian disusul rentang usia kedua yaitu 18-24 tahun

### Product

aplikasi multi-platform berupa subscription untuk menikmati fitur premium, seperti kalkulasi porsi dan resep teruji.

### Promotion

Dengan Direct Search, Organic Search, Sosial Traffic, Costumer Segmentation



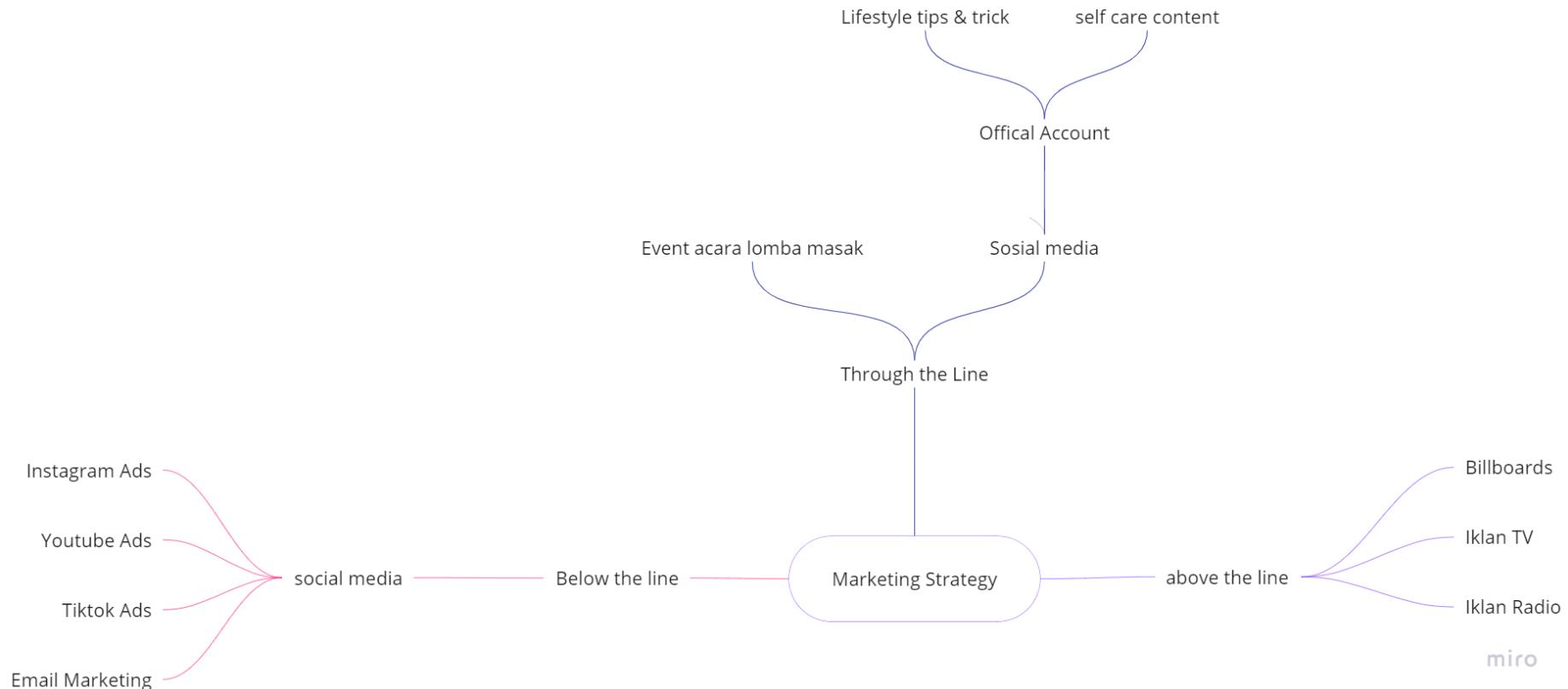
### Placement

Area penjualan dan lokalisasi awalnya di Indonesia

### Price

Harga dibuat perpaket dengan pilihan masa langganan 7 hari, 1 bulan, dan 3 bulan. agar dapat menjangkau pengguna kategori Middle to low dan Middle to High.

## Marketing Channels – Mindmap Promotion



# Direct Search

Yaitu mengirimkan tautan yang dapat diklik secara langsung kepada audiens yang telah terdaftar atau teridentifikasi secara spesifik. Dapat melalui:



## Email Marketing

Mengirimkan promosi yang disertai tautan aktif lewat email user



## Pemasaran Event & Terpusat

Sosial Media



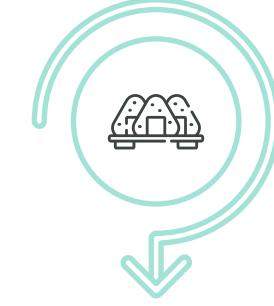
## Iklan Berbayar

(Facebook,  
Instagram,  
YouTube,  
Tiktok) Ads



## Push Notification

Mengirimkan promosi lewat notifikasi aplikasi dari device mereka



## Tautan Afiliasi

banner iklan, tautan teks, atau tautan gambar yang mengarah ke situs web atau pemasaran terpusat

Yaitu menemukan informasi atau situs web di internet dengan menggunakan mesin pencari seperti Google, melalui:



### **SEO (Search Engine Optimization)**

Memperbaiki struktur situs web dan aplikasi agar mudah diindeks oleh mesin pencari



### **Sosial Media Marketing**

Membuat akun sosial media dan aktif mengupload konten



### **Influencer Marketing**

Endorsement



### **Public Relations**

Hubungan baik dengan media dan layanan publikasi

## Pemilihan Spesifik pada Media Sosial

Karena adanya iklan berbayar dan sosial media marketing, maka penting untuk menentukan media seperti apa yang dapat mendatangkan traffic tertinggi. Jika dilihat dari hasil kompetitor, sosial media yang paling banyak digunakan antara lain:



Grup Page Komunitas Memasak, Official Account, Content Marketing (Event, poster, video), blog menulis



Video Ads



Foto Resep atau Foto Masakan



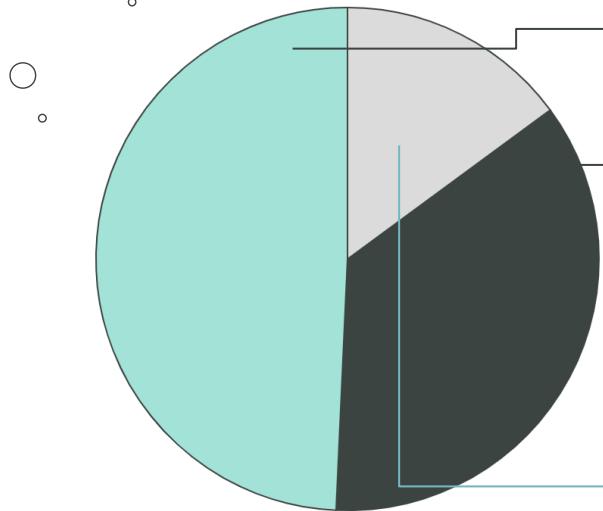
TikTok



Official Account, Thread Resep dan Tips

Video Konten memasak, Event (giveaway, campaign, Endorse)

# Menargetkan Costumer Segmentation



Banyaknya User yang menggunakan aplikasi berdasarkan rentang usia user

Main Persona

Second Persona

Third Persona

**25 – 34 Tahun**

Promo yang aktif:  
Through The Line (TTL)

**18 – 24 Tahun**

Promo yang aktif:  
Below The Line (BTL)

**36 – 45+ Tahun**

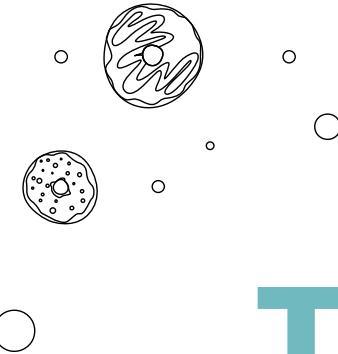
Promo yang aktif:  
Above The Line (ATL)

# Go To Market Strategy

	<b>Awareness</b>	<b>Download</b>	<b>Activation</b>	<b>Retain</b>
Tentang	Digital Marketing	Initial Point	Promotion	Upgrade
Tujuan	Reach: 60K	Install: 10K	Minimum Number of Transactions: 3K	Active User: 10K
	Impression: 100K			NPS: 45%
	Views: 1000K			
Caranya	Above The Line (ATL)	Gratis akses 3 Resep Teruji untuk pengguna baru di aplikasi mobile	Diskon dan promo pembayaran	Survei Kepuasan User
	Below The Line (BTL)		Event Masak Kolaborasi	Masukan dan Bantuan (FAQ)
	Through The Line (TTL)			Enhancement Fitur

---

SECTION 1



# Terima Kasih

Ambil Kapak di rumah Yanti  
Cukup sekian dan Terima kasii!

