

START UP BUSINESS
UNESA BUSINESS COMPETITION TINGKAT NASIONAL



ZNACK! : MAKANAN CEPAT SAJI DENGAN KONSEP STREETFOOD

OLEH

Ahmad Syaifudin R.	19051204076	Angkatan 2019
Salsabillah Febrianti	19051204082	Angkatan 2019
M. Taufiq Hidayatullah	19051204094	Angkatan 2019
M. Wifqi Aditya	19051204101	Angkatan 2019

FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
2021

Lembar Pengesahan Asli

HALAMAN PENGESAHAN START UP BUSINESS UNESA BUSINESS COMPETITION 2021

1. Judul : ZNACK! : Makanan Cepat Saji Dengan Konsep Streetfood
2. Jenis Usaha : Makanan dan Minuman
3. Ketua Kelompok :
 - a. Nama Lengkap : Ahmad Syaifudin R.
 - b. NIM : 19051204076
 - c. Prodi : S1 Teknik Informatika
 - d. Fakultas : Teknik
 - e. Universitas : Universitas Negeri Surabaya
 - f. HP : 088217466532
 - g. Email : ahmad.19076@mhs.unesa.ac.id
4. Anggota :

No	NIM	Nama Lengkap	Prodi
1	19051204082	Salsabillah Febrianti	Teknik Informatika
2	19051204094	M. Taufiq Hidayatullah	Teknik Informatika
3	19051204101	M. Wifqi Aditya	Teknik Informatika

5. Dosen Pembimbing
 - a. Nama Lengkap : Setya Chendra Wibawa, S.Pd., M.T.
 - b. NIP : 197905082009121001
 - c. Prodi : S1 Pendidikan Teknologi Informasi
 - d. Fakultas : Teknik
 - e. Universitas : Universitas Negeri Surabaya
 - f. HP : 08123237917
 - g. Email : setyachendra@unesa.ac.id

Sidoarjo, 14 Oktober 2021

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Kelompok



(Setya Chendra Wibawa, S.Pd., M.T.)
NIP. 197905082009121001



(Ahmad Syaifudin Ramadhan)
NIM. 19051204076

Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Informatika



(I Kadek Dwi Nuryana, S.T., M.Kom.)
NIP. 198104142009121004

Daftar Isi

Lembar Pengesahan Asli.....	ii
Daftar Isi	iii
Ringkasan Eksekutif	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
2.1 Tujuan Kegiatan.....	1
2.2 Manfaat Kegiatan.....	1
BAB II ASPEK PRODUK.....	3
2.1. Deskripsi Produk Inovasi	3
2.2. Spesifikasi Teknis Produk Inovasi.....	3
2.3. Kegunaan / Manfaat Produk	4
2.4 Analisis SWOT Produk.....	4
BAB III ASPEK PENGEMBANGAN IDE PRODUK	6
3.1. Roadmap Pengembangan Ide Produk	6
3.2. Business Model Canvas	7
3.3. Pangsa / Segmen Pasar.....	7
3.4. Penetapan Biaya Produksi dan Harga Jual Produk	7
3.5. Alur Konsep Usaha	8
3.6. Strategi Pemasaran Produk	8
BAB IV PENUTUP	9
4.1. Kesimpulan	9
4.2. Saran	9
LAMPIRAN.....	10
a) Tim Pelaksana.....	10
b) Curriculum Vitae	10
c) Dokumentasi Prototype Produk	15

Ringkasan Eksekutif

Bisnis produk pangan ZNACK! merupakan jenis usaha start up dengan memanfaatkan media IT sebagai media pengembangan dan perluasan usaha. Usaha yang penulis ajukan bergerak dalam bidang pangan terutama pada makanan jalanan. Sasaran usaha pangan penulis, adalah khalayak umum, namun lebih di targetkan pada golongan muda yang lebih menyukai makanan jalanan atau makanan ringan ataupun makanan cepat saji pada umumnya. ZNACK! sendiri menyediakan layanan jual beli makanan secara online dan offline. Dengan yang mana secara offline, penulis akan membuka stand sendiri yang bersifat fisik. Serta menerima pembeli secara langsung dengan aneka produk pangan sesuai dengan sasaran usaha sebelumnya. Adapaun untuk jenis layanan online, ZNACK! merupakan sebuah e-commerce sendiri yang bergerak dalam bidang makanan yang menawarkan produk pangan dari usaha pribadi penullis dan produk pangan dari pengguna yang terdaftar sebagai penjual di dalam app ini. ZNACK! APP memberi layanan tempat penjualan produk pangan secara online dengan sedikit berbagi keuntungan dari penjual lain serta menawarkan berbagai promo nantinya. Pelayanan secara online ini tidak serta merta bisa digunakan untuk daerah yang jauh. Dikarenakan adanya kendala daya tahan produk pangan yang akan diantarkan. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis membuat pengaturan batas regional wilayah yang kan di setting sedniri oleh penjual dalam APP ini secara manual

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan pinggir jalan adalah makanan yang biasa dijual dipinggir jalan. Kebanyakan makanan pinggir jalan diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Makanan pinggir jalan biasanya memiliki target pasar yaitu masyarakat hingga menengah karena harganya yang ramah di kantong. Namun, karena banyak makanan pinggir jalan yang populer serta enak, masyarakat kalangan atas pun terkadang membeli makanan yang dijual di pinggir jalan ini. Inovasi akan makanan pinggir jalan pun sekarang semakin banyak dan bervariasi. Macam-macam bahan pun dapat dijadikan makanan pinggir jalan. Selain itu, makanan pinggir jalan dikenal enak, cepat, praktis dan mudah didapatkan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini kami juga ingin mengembangkan makanan yang berkonsep makanan pinggir jalan (streetfood).

Makanan yang akan kami kembangkan dalam konsep street food adalah produk makanan cepat saji (fast food). Makanan cepat saji sendiri adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap. Makanan cepat saji meskipun disajikan cepat, terkadang tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih makanan pinggir jalan karena variasi yang ditawarkan lebih banyak dan tempat yang lebih mudah dijangkau.

Dengan ide kami yaitu menjual makanan fast food yang disajikan dalam konsep makanan street food, membuat masyarakat dapat memilih berbagai pilihan makanan lain selain hanya membeli makanan street food. Selain itu, kami juga mengembangkan cita rasa baru dari makanan cepat saji tersebut dengan rasa yang identik dengan nusantara sehingga lidah masyarakat lebih nyaman dan menyenangkan untuk memakan makanan yang kami jual. Ini juga dapat menjadi alternatif baru dalam pengembangan dan pelestarian cita rasa makanan nusantara.

1.2. Tujuan Kegiatan

1. Memberikan inovasi baru dari makanan pinggir jalan
2. Menciptakan lapangan kerja baru
3. Melestarikan cita rasa makanan yang identik dengan Indonesia

1.3. Manfaat Kegiatan

1. Memberikan rasa baru dari makanan cepat saji
2. Menjadikan makanan street food semakin beragam

3. Menjadikan ZNACK! sebagai makanan alternatif yang nyaman dikonsumsi oleh masyarakat

BAB II

ASPEK PRODUK

2.1. Deskripsi Produk Inovasi

ZNACK! adalah usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Brand ini mengusung tema street food yang saat ini sangat digemari saat ini. Menu yang ditawarkan adalah berbagai makanan cepat saji seperti burger, pizza, toast dan masih banyak lagi. Kelebihan dari konsep street food ini adalah memudahkan jangkauan akses pelanggan untuk membeli dibandingkan dengan konsep resto / café. Selain itu, dengan konsep ini, harga yang ditawarkan dapat lebih terjangkau sehingga semua kalangan dapat mencicipi kelezatan dari makanan yang dijual oleh brand ini.

Rencananya penjualan akan menggunakan booth kontainer yang sedang trend saat ini. Desain yang digunakan adalah colorful aesthetic sehingga menarik untuk dilihat. Berlokasi di tengah kota yang strategis, menjadikan jangkauan pelanggan lebih luas. Bahan, booth, tempat masak dan packaging yang digunakan selalu dicek kualitas serta kebersihannya agar produk yang dihasilkan tetap higienis sampai ke tangan pelanggan.

Selain makanan, rencana kami akan membuat aplikasi sejenis gofood untuk mendukung pemasaran produk ZNACK! dan mendukung jalannya mitra usaha makanan lainnya dengan sistem bagi hasil. Aplikasi ini tersedia dalam bentuk aplikasi android juga website.

2.2. Spesifikasi Teknis Produk Inovasi

No.	Produk	Satuan	Spesifikasi Teknis Produk
1.	Burger	pc	Freshly made (patty burger), roti burger, variasi saus, sayuran segar (lotus/selada, tomat, dll.), tambahan bahan sesuai topping yang ada
2	Sandwich / toast	pc	Aneka selai dan topping manis (varian manis), fresh meat, saus, sayuran segar, roti 2 lembar yang di toast, telur, dan berbagai bahan tambahan sesuai menu yang dipilih
3	Pizza	pc	Fresh sayuran (jagung, paprika, tomat, dll), saus, roti pizza berbagai ukuran, jamur, fresh meat / beef, sosis / pepperoni, keju dan berbagai tambahan topping

4	ZNACK! App	app	Start up dibidang makanan ringan jalanan yang memberikan pelayanan belanja makanan jalanan secara online dan siap antar. Layanan app ini dapat digunakan banyak pengguna baik sebagai pembeli maupun penjual makanan. Dengan konsep pembatasan area dagang pada app untuk mencegah kerusakan produk pangan.
---	------------	-----	---

2.3. Kegunaan / Manfaat Produk

1. Produk Makanan

- Memberikan rasa dan sensasi baru dalam memakan makanan cepat saji
- Variasi makanan yang beragam sehingga masyarakat tidak akan bosan
- Memuaskan masyarakat di berbagai daerah kecil yang tidak dapat memakan makanan cepat saji dikarenakan kebanyakan kedai fast food hanya buka di kota besar.

2. Aplikasi

- Memberikan wadah bagi ZNACK! dan mitra usaha lainnya untuk dapat memperluas usaha
- Sarana promosi produk kami juga produk mitra usaha lainnya
- Sarana untuk pemesanan online produk ZNACK! ke rumah maupun langsung diambil di kedai terdekat

2.4 Analisis SWOT Produk

1. Strength (Kekuatan)

- Lokasi : Strategis karena berada di pusat kuliner di kota gresik. Selanjutnya akan dibuat sistem waralaba yang memungkinkan untuk tersebar disetiap kota di Indonesia
- Keunikan : Makanan jalanan yang menarik, dan aneka mitra usaha makanan yang dipasarkan dalam satu tempat secara online
- Pengelolaan Aplikasi : Menggunakan pengelolaan usaha berbasis daring untuk semua mitra dan usaha milik official yang diatur sistem
- Pemasaran : Strategi yang dilakukan yaitu pemasaran produk secara langsung dengan disertai pengenalan app dan pemasaran produk dan aplikasi melalui iklan dan media sosial

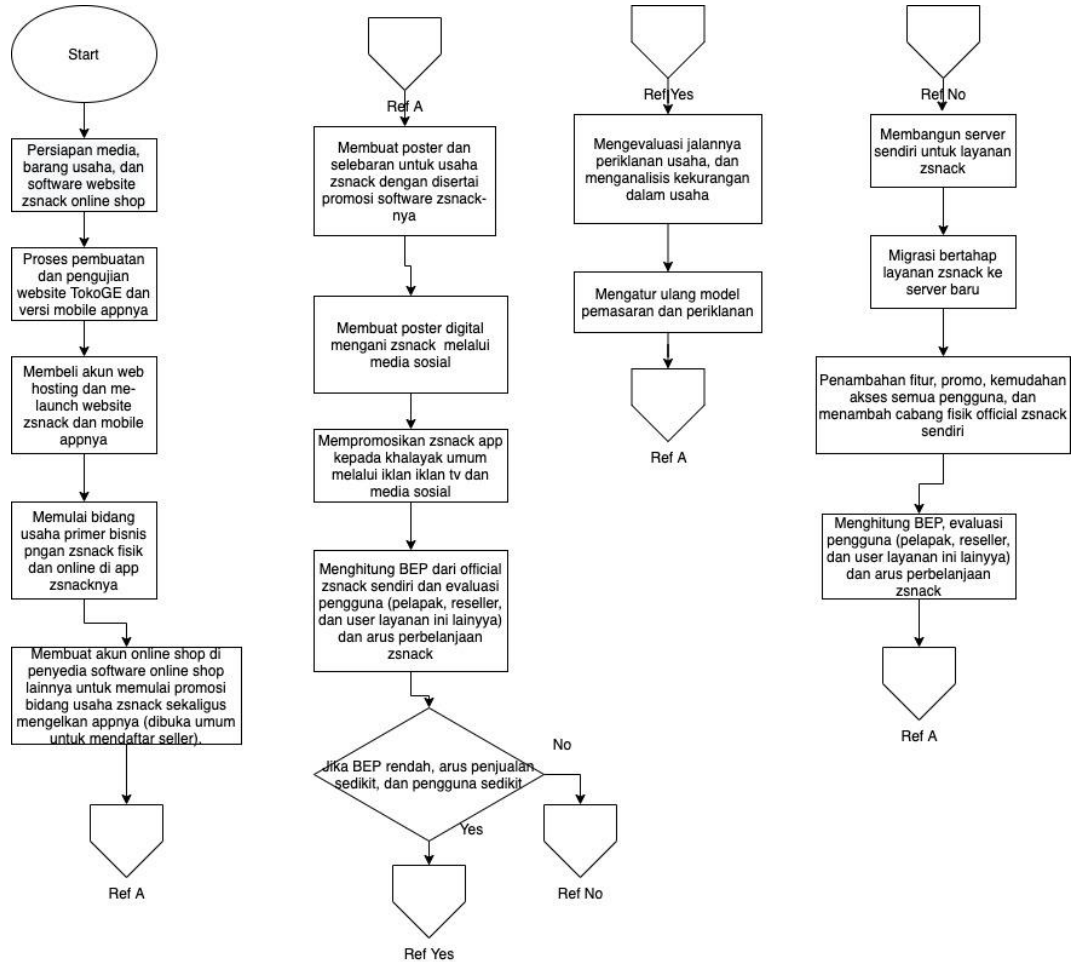
2. Weakness (Kelemahan)

- a. App user : Memiliki banyak saingan dengan app lain perihal kenyamanan berbelanja
 - b. Iklan : App dan produk mungkin pada awalnya akan sangat sulit untuk terkenal. Oleh karenanya dibutuhkan periklanan yang menarik, dengan penawaran yang besar
 - c. Reputasi sistem : Karena berbasis app, maka reputasi sistem harus tetap dijaga, dan sering melakukan pembaruan fitur untuk menarik perhatian
 - d. Modal besar : selain produk, tempat dan packaging yang harus menarik, diperlukan asset server sendiri dengan modal besar agar terbentuk startup yang cepat
 - e. Keamanan aplikasi : Basis app harus memiliki keamanan yang baik untuk menjamin hubungan mitra yang bagus
3. Opportunity (Peluang)
- a. Teknologi yang diminati : Dengan teknologi yang semakin diminati, terutama smartphone, maka bisa menjadi peluang untuk pengembangan usaha berbasis teknologi
 - b. Medsos : Saat ini medsos ini paling sering digunakan, dan informasi lebih cepat berjalan di medsos. Oleh karenanya bisa menjadi media untuk menyebarkan informasi
 - c. Digitalisasi : Dengan mengubah arah usaha dengan mendigitalisasi di era digital ini, maka pelayanan terhadap user akan lebih praktis dan memberi kenyamanan bagi user
 - d. Jenis usaha : Jenis usaha yang paling menjanjikan dan memberikan balik modal yang cepat adalah usaha produk pangan jadi. Oleh karenanya dengan usaha ini lebih memungkinkan untuk cepat mendapatkan balik modal
4. Threats (Ancaman)
- a. Usaha sejenis : Karena banyaknya usaha sejenis yang terkemuka dan iklan yang menggiurkan akan menjadi penarik perhatian pelanggan
 - b. E-commerce : Banyak app lain yang serupa dengan berbagai fitur yang tak mau kalah
 - c. Keamanan : Dengan basis app untuk usaha ini, akan memberi peluang bagi orang iseng untuk meretas data konsumen dan mitra terutama dalam uang digital.

BAB III

ASPEK PENGEMBANGAN IDE PRODUK

3.1. Roadmap Pengembangan Ide Produk



3.2. Business Model Canvas

ZNACK! Street Food

Designed for Customer		Designed by Author	Date 2021-10-14	Version 1.0.0
Key partners <ul style="list-style-type: none"> -Supplier Roti Burger -Supplier Daging -Supplier makanan beku -Pedagang sayur grosir -Influencer 	Key activities <ul style="list-style-type: none"> -Membeli bahan premium -Bereksperimen terhadap rasa yang dihasilkan -Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan memuaskan. 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> -Burger, Sandwich dan Pizza akan dijual atau disajikan dalam berbagai pilihan varian rasa dan topping. -ZNACK! Street food hanya menyediakan layanan takeaway untuk mempercepat pelayanan -ZNACK! menyediakan aplikasi untuk pemesanan makanan dari rumah 	Customer relationships <ul style="list-style-type: none"> -Gratis 200 porsi pada awal pembukaan kedai -Diskon up to 40% jika memesan lewat aplikasi ZNACK! -Harga Promo pada festival 	Customer segments <p>Target pelanggan atau pasar yang disasar oleh pemilik bisnis ini adalah remaja hingga orang dewasa yang berusia 14 sampai 45 tahun. Target pasar tersebut berasal dari berbagai kalangan, antara lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelajar SMP/SMA • Mahasiswa • Pekerja Kantor
Key resources <ul style="list-style-type: none"> -Lokasi kedai yang strategis -Alat memasak yang praktis dan modern. -Pekerja yang kompeten dan cekatan -Supplier bahan baku terpercaya 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi pemesanan makanan online (Gojek, Grab, ShopeeFood) • Festival kuliner • Aplikasi ZNACK! • Media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, TikTok) 		
Cost structure <ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan alat untuk memasak atau mengolah berbagai menu • Mempersiapkan lokasi untuk kedai termasuk pembelian kontainer. • Pengadaan bahan baku. • Persiapan anggaran untuk pemasaran dan promosi meliputi opening, promosi, festival dan pameran kuliner, serta tawaran untuk kerja sama dan pembuatan aplikasi ZNACK! sebagai media IT pemasaran. -Perancangan UI aplikasi ZNACK! yang menarik dan nyaman digunakan user 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Modal awal dari pribadi • Dana dari investor • Penjualan berbagai menu ZNACK! • Sistem Waralaba jika kedai sudah berkembang • Sistem bagi hasil dari kerja sama apabila sudah ada. • Sistem bagi hasil dari aplikasi jika aplikasi telah dikembangkan 		

Based on the Business Model Canvas by Strategyzer.com, used under CC BY-SA 3.0

3.3. Pangsa / Segmen Pasar

Seperti pada bagian segmen customer, target pelanggan kami adalah remaja hingga dewasa usia 14-45 tahun. Target tersebut berasal dari berbagai kalangan seperti :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Pekerja Kantoran
- Dsb.

3.4. Penetapan Biaya Produksi dan Harga Jual Produk

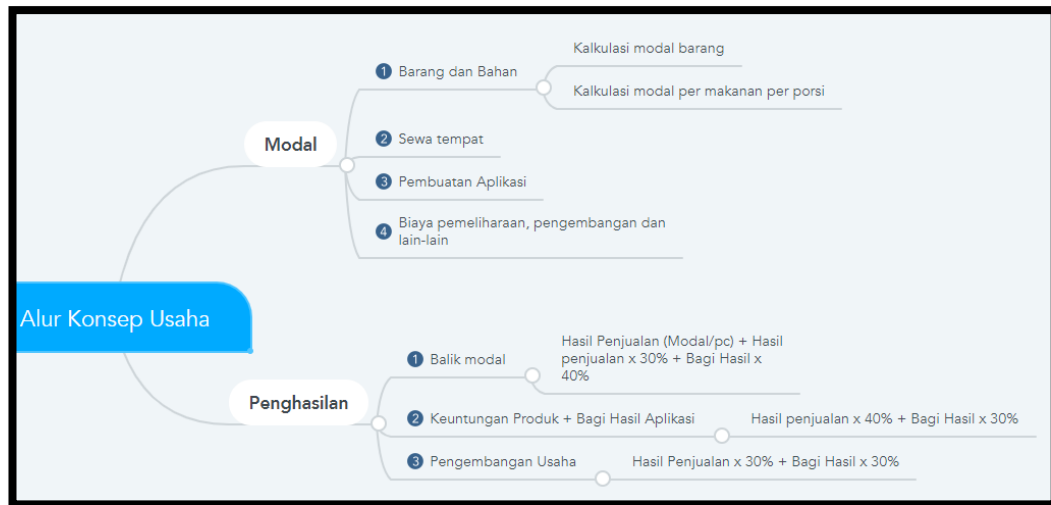
1. Biaya Produksi

Biaya produksi yang akan kami perhitungkan adalah biaya packaging, bahan. Untuk biaya SDM, tempat dan biaya tidak terduga, akan kami ambil dari keuntungan yang didapat dalam penjualan

2. Harga Jual

Harga jual produk yang dijual adalah kalkulasi biaya produksi ditambah dengan keuntungan yang direncanakan. Kalkulasi ini juga mempertimbangkan kesesuaian harga dengan produk yang dijual

3.5. Alur Konsep Usaha



3.6. Strategi Pemasaran Produk

Rencananya marketing awal akan dilakukan melalui promosi media sosial seperti iklan ke influencer instagram kuliner dan influencer tiktok. Dan juga untuk dapat mempromosikan semua menu, juga dibuat akun instagram dan tiktok pribadi milik ZNACK!. Selain itu, tasting awal juga berpengaruh terhadap kemajuan marketing sehingga pada awal pembukaan pelanggan akan diberikan free 1 makanan dengan syarat menfollow instagram dan tiktok ZNACK! dan juga mengupload instastory tentang ZNACK! dan men-tag akun instagram ZNACK!. Jadi selain memberikan makanan gratis kepada pelanggan, hal tersebut dapat digunakan sebagai tasting awal agar pelanggan dapat merasakan kelezatan makanan dari brand ini lalu kembali lagi untuk membeli.

Selain dari iklan dan konten, kami berencana untuk membuat aplikasi khusus untuk ZNACK!. Dengan aplikasi ini, user akan mendapatkan potongan jika membeli dengan menggunakan aplikasi. Pada awal mungkin aplikasi akan dikhususkan untuk pembeli ZNACK!, namun seiring berkembangnya usaha dan cabang, aplikasi akan dikembangkan seperti aplikasi gofood yaitu ojek makanan online, dengan fitur-fitur terbaru. Sistemnya adalah merekrut mitra usaha dari berbagai daerah dan keuntungan yang dihasilkan adalah dari bagi hasil dengan mitra usaha.

Pada alur konsep usaha dapat dilihat adanya pengembangan usaha. Jika modal yang dibutuhkan untuk awal sudah terpenuhi dan keuntungan yang didapat sudah melebihi target, maka tahap selanjutnya akan dibuat waralaba dari brand ZNACK!. Waralaba ini juga salah satu keuntungan menggunakan konsep street food. Dengan begitu, keuntungan yang didapat akan semakin besar.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

ZNACK! adalah usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Brand ini mengusung tema street food yang saat ini sangat digemari saat ini. Kelebihan dari konsep street food ini adalah memudahkan jangkauan akses pelanggan untuk membeli dibandingkan dengan konsep resto / café. Selain itu, dengan konsep ini, harga yang ditawarkan dapat lebih terjangkau sehingga semua kalangan dapat mencicipi lezatan dari makanan yang dijual oleh brand ini.

4.2. Saran

Proposal ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kami mengharapkan saran dan kritik yang bisa membuat proposal ini lebih baik lagi. Sekian proposal ini dibuat, semoga dengan usaha yang kami ajukan ini dapat memberikan dampak yang baik di masyarakat.

LAMPIRAN

a) Tim Pelaksana

NAMA	NIM	ANGKATAN
Ahmad Syaifudin R.	19051204076	Angkatan 2019
Salsabillah Febrianti	19051204082	Angkatan 2019
M. Taufiq Hidayatullah	19051204094	Angkatan 2019
M. Wifqi Aditya	19051204101	Angkatan 2019

b) Curriculum Vitae

Berikut kami lampirkan curriculum vitae anggota kami :

**CURRICULUM VITAE
START UP BUSINESS
UNESA BUSINESS COMPETITION 2021**

A. IDENTITAS PERSONAL

- a. Nama : Ahmad Syaifudin Ramadhan
b. NIM : 19051204076
c. Alamat : Kemantren, RT 09, RW 01. Kec. Tulangan Kab. Sidoarjo
d. HP : 088217466532
e. Email : ahmad.19076@mhs.unesa.ac.id

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

No	Nama Sekolah	Tahun Lulus
1	SMA Muhammadiyah 3 Tulangan	2019
2	SMP Muhammadiyah 5 Tulangan	2016
3	SDN Kemantren II	2013

C. PENGALAMAN ORGANISASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1			
2			
dst			

D. PENGHARGAAN/PRESTASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Penghargaan/Prestasi	Tingkat	Tahun
1			
2			
dst			

Sidoarjo, 14 – 10 – 2021
Peserta



Ahmad Syaifudin Ramadhan

**CURRICULUM VITAE
START UP BUSINESS
UNESA BUSINESS COMPETITION 2021**

A. IDENTITAS PERSONAL

- a. Nama : Salsabillah Febrianti
b. NIM : 19051204082
c. Alamat : Perum. Taman Anggrek Blok B1-14, Kedanyang,
Kebomas, Gresik
d. HP : 08818449396
e. Email : salsabillah.19082@mhs.unesa.ac.id

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

No	Nama Sekolah	Tahun Lulus
1	SMAIT Imam Syafi'i Madiun	2019
2	SMPIT Imam Syafi'i Madiun	2016
3	MI Ma'arif Sidomukti	2013

C. PENGALAMAN ORGANISASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1			
2			
dst			

D. PENGHARGAAN/PRESTASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Penghargaan/Prestasi	Tingkat	Tahun
1			
2			
dst			

Gresik, 14 – 10 – 2021
Peserta



Salsabillah Febrianti

**CURRICULUM VITAE
START UP BUSINESS
UNESA BUSINESS COMPETITION 2021**

A. IDENTITAS PERSONAL

- a. Nama : Muhammad Taufiq Hidayatullah
- b. NIM : 19051204094
- c. Alamat : Jl. Kupang Panjaan V/66 Kota Surabaya
- d. HP : 081998997580
- e. Email : muhammad.19094@mhs.unesa.ac.id

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

No	Nama Sekolah	Tahun Lulus
1	SMA Negeri 10 Surabaya	2019
2	SMP Negeri 43 Surabaya	2016
3	SD Muhammadiyah 20 Surabaya	2013

C. PENGALAMAN ORGANISASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1			
2			
dst			

D. PENGHARGAAN/PRESTASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Penghargaan/Prestasi	Tingkat	Tahun
1			
2			
dst			

Surabaya, 14 – 10 – 2021

Peserta



M. Taufiq Hidayatullah

**CURRICULUM VITAE
START UP BUSINESS
UNESA BUSINESS COMPETITION 2021**

A. IDENTITAS PERSONAL

- a. Nama : Muhammad Wifqi Aditya
- b. NIM : 19051204101
- c. Alamat : Dsn Kates Desa Wangkal Kec.Krembung Kab Sidoarjo
- d. HP : 089699461612
- e. Email : muhammad.19101@mhs.unesa.ac.id

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

No	Nama Sekolah	Tahun Lulus
1	SMAN 1 Sidoarjo	2019
2	MTSN Darul Ulum Jombang	2016
3	SDIT Nurul Islam Krembung	2013

C. PENGALAMAN ORGANISASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1			
2			
dst			

D. PENGHARGAAN/PRESTASI (3 tahun terakhir)

No	Nama Penghargaan/Prestasi	Tingkat	Tahun
1			
2			
dst			

Sidoarjo, 14 – 10 – 2021
Peserta



Muhammad Wifqi Aditya

c) Dokumentasi Prototype Produk

Berikut kami lampirkan dokumentasi prototype dari aplikasi yang akan kami kembangkan :

