



PROPOSAL

E-BUSINESS

SKINMATE

Ditujukan pada
Dosen Pengampu

Tri Puspa Rinjeni, A.Md., S.Kom., M.Kom.

Proposal pengembangan aplikasi SkinMate





KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan laporan Evaluasi Tengah Semester mata kuliah E-Business dengan judul proyek Skinmate.

Laporan ini mencakup analisis masalah, pengembangan solusi, dan riset pengguna berdasarkan tiga tugas utama: Define the Pain, IT Product Innovation, dan User's Research. Proyek Skinmate diharapkan menjadi solusi inovatif dalam industri kecantikan berbasis digital.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Tri Puspa Rinjeni, A.Md., S.Kom., M.Kom. atas bimbingannya. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 9 April 2025



Tim SkinMate

Perkenalkan, SkinMate Team



Amrizal Saskirana

23082010096



Resti Anggraini

23082010097



Afrida Eka PP

23082010119

Table of Content

- 03 Our Team
- 05 Define The Pain
- 12 It Product Innovation
- 17 User's Research
- 22 Product Backlog
- 24 Product Roadmap
- 25 Prototipe & Validasi (Maze)
- 31 Go To Market Strategy



DEFINE THE PAIN

Dengan semakin berkembangnya e-commerce, platform SOCO by Sociolla menjadi pilihan utama bagi pengguna dalam mencari dan membeli produk kecantikan. Namun, masih terdapat kendala yang menghambat pengalaman pengguna, seperti server sering down, pencarian yang tidak mendukung typo, dan kode verifikasi tidak valid saat registrasi. Untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan penyelesaiannya, digunakan MoSCoW Framework, RICE Framework, dan analisis 5 Whys yang akan dibahas lebih lanjut dalam laporan ini.



STUDI KASUS

- 01 Server sering mengalami downtime.
- 02 Hanya menampilkan produk dari mitra yang bekerja sama.
- 03 Informasi produk kurang sesuai dengan yang tersedia di toko.
- 04 Kendala registrasi akibat kode verifikasi tidak valid.
- 05 Kesalahan dalam pencarian (typo) menyebabkan barang tidak muncul.
- 06 Fitur untuk menentukan pilihan shade make up.
- 07 Layanan customer service tidak tersedia 24/7 dan hanya melayani pada hari kerja.
- 08 Harga produk terlalu tinggi tanpa adanya perbedaan antara pembelian offline dan online.

DEFINE THE PAIN
SKINMATE

Eisenhower Matrix dan MoSCoW

- Must Have*
- Server sering mengalami downtime.
 - Kesalahan dalam pencarian (typo) menyebabkan barang tidak muncul.
 - Kendala registrasi akibat kode verifikasi tidak valid.

- Could Have*
- Fitur untuk menentukan pilihan shade make up.

Should Have

- Informasi produk kurang sesuai dengan yang tersedia di toko.
- Layanan customer service tidak tersedia 24/7 dan hanya melayani pada hari kerja.
- Harga produk terlalu tinggi, tanpa perbedaan antara pembelian offline dan online.

Won't Have

- Hanya menampilkan produk dari mitra yang bekerja sama.

DEFINE THE PAIN
SKINMATE

RICE FRAMEWORK

MASALAH	REACH (JANGKAUAN)	IMPACT (DAMPAK)	CONFIDENCE (KEYAKINAN)	EFFORT (UPAYA)	RICE SCORE
Server sering mengalami downtime.	1.000.000 pengguna	3	90%	4	675.000
Hanya menampilkan produk dari mitra yang bekerja sama.	240.000 pengguna	0.5	85%	3	34.000
Informasi produk kurang sesuai dengan yang tersedia di toko.	150.000 pengguna	2	80%	3	80.000
Kendala registrasi akibat kode verifikasi tidak valid.	210.000 pengguna	2	70%	3	98.000

DEFINE THE PAIN
SKINMATE

RICE FRAMEWORK

MASALAH	REACH (JANGKAUAN)	IMPACT (DAMPAK)	CONFIDENCE (KEYAKINAN)	EFFORT (UPAYA)	RICE SCORE
Kesalahan dalam pencarian (typo) menyebabkan barang tidak muncul.	500.000 pengguna	2	75%	3	250.000
Fitur untuk menentukan pilihan shade make up.	200.000 pengguna	1	80%	4	40.000
Layanan customer service tidak tersedia 24/7 dan hanya melayani pada hari kerja.	300.000 pengguna	2	60%	3	120.000
Harga produk terlalu tinggi, tanpa perbedaan antara pembelian offline dan online.	400.000 pengguna	1.5	50%	2	150.000

5 Whys Analysis

Analisis akar masalah menggunakan metode 5 Whys untuk menggali penyebab utama dari berbagai isu yang muncul pada aplikasi Skinmate. Tak hanya berhenti pada identifikasi masalah, laporan ini juga menawarkan solusi berbasis inovasi dan teknologi terkini, seperti AI, NLP, sistem auto-scaling, hingga login biometrik, guna meningkatkan performa aplikasi secara menyeluruh dan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih optimal dan menyenangkan.

Server sering mengalami downtime.

Mengapa server sering down?

→ Karena terjadi lonjakan pengguna yang mengakses aplikasi secara bersamaan.

Mengapa lonjakan pengguna menyebabkan server down?

→ Karena kapasitas server tidak mencukupi untuk menangani banyaknya permintaan.

Mengapa kapasitas server tidak mencukupi?

→ Karena infrastruktur server belum dioptimalkan atau skalabilitasnya rendah.

Mengapa infrastruktur server belum dioptimalkan?

→ Karena tidak ada sistem auto-scaling atau load balancing yang memadai.

Mengapa sistem auto-scaling atau load balancing belum diterapkan?

→ Karena kurangnya investasi atau perencanaan dalam pengelolaan server untuk skenario traffic tinggi.

Akar masalah: Infrastruktur server yang tidak optimal dalam menangani lonjakan pengguna.

Solusi

1. Server Cerdas yang Bisa Menyesuaikan Kapasitas Secara Otomatis: Gunakan teknologi AI yang bisa memprediksi kapan jumlah pengguna meningkat, lalu otomatis menambah kapasitas server sebelum terjadi masalah.
2. Gunakan Jaringan yang Lebih Dekat ke Pengguna: Dengan teknologi CDN (Content Delivery Network), gambar produk dan data lainnya bisa diakses lebih cepat tanpa selalu meminta ke server utama.
3. Pisahkan Sistem agar Lebih Efisien: Menggunakan sistem microservices, sehingga setiap fitur aplikasi berjalan sendiri-sendiri dan tidak membebani server utama.

5 Whys Analysis

Kesalahan dalam pencarian (typo) menyebabkan barang tidak muncul.

Mengapa barang tidak muncul saat terjadi typo dalam pencarian?

→ Karena sistem pencarian tidak memiliki fitur auto-correct atau fuzzy search.

Mengapa sistem pencarian tidak memiliki auto-correct atau fuzzy search?

→ Karena algoritma pencarian hanya didasarkan pada pencocokan kata secara eksak.

Mengapa algoritma pencarian hanya mencocokkan kata secara eksak?

→ Karena tidak ada implementasi pemrosesan bahasa alami (NLP) atau fitur toleransi kesalahan dalam pencarian.

Mengapa tidak ada implementasi NLP atau fuzzy search?

→ Karena pengembang aplikasi belum menambahkan fitur tersebut atau belum dianggap sebagai prioritas.

Mengapa fitur tersebut belum menjadi prioritas?

→ Karena mungkin belum ada umpan balik yang cukup atau belum disadari dampaknya terhadap pengalaman pengguna.

Akar masalah: Sistem pencarian belum menerapkan fuzzy search atau auto-correct untuk menangani typo.

Solusi

1. Pencarian Cerdas yang Bisa Memahami Typo: Dengan teknologi AI dan NLP (pemrosesan bahasa alami), aplikasi bisa mengenali typo dan tetap menampilkan produk yang dimaksud.
2. Mesin Pencarian yang Belajar dari Pengguna: Sistem bisa belajar dari pencarian pengguna sebelumnya untuk menampilkan hasil yang lebih akurat di masa depan.
3. Tambahkan fitur pencarian suara (seperti Google Assistant) dan pencarian gambar (unggah foto untuk menemukan produk serupa).

5 Whys Analysis

Kendala registrasi akibat kode verifikasi tidak valid.

Mengapa kode verifikasi tidak valid saat registrasi?

→ Karena pengguna menerima kode yang sudah kedaluwarsa atau salah.

Mengapa pengguna menerima kode yang sudah kedaluwarsa atau salah?

→ Karena ada keterlambatan dalam pengiriman kode verifikasi melalui SMS/email.

Mengapa ada keterlambatan dalam pengiriman kode?

→ Karena server SMS gateway atau email yang digunakan mengalami antrean atau gagal mengirimkan pesan tepat waktu.

Mengapa server SMS gateway atau email mengalami antrean atau kegagalan?

→ Karena infrastruktur komunikasi belum dioptimalkan atau ada masalah dengan provider layanan.

Mengapa infrastruktur komunikasi belum dioptimalkan?

→ Karena tidak ada sistem retry atau fallback ke metode pengiriman lain saat terjadi kegagalan.

Akar masalah: Keterlambatan atau kegagalan pengiriman kode verifikasi karena sistem komunikasi yang belum optimal.

Solusi

1. Sistem OTP yang Lebih Cepat dan Aman: Gunakan teknologi blockchain untuk membuat kode OTP lebih cepat dan sulit diretas.

2. Mengirim OTP dengan Cara yang Berbeda: Jika SMS lambat atau gagal, sistem otomatis mengirim kode lewat WhatsApp, email, atau panggilan suara.

3. Gunakan Sidik Jari atau Face ID untuk Login: Dengan biometric login, pengguna bisa masuk tanpa perlu kode OTP setiap saat.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama pada aplikasi Skinmate tidak hanya berasal dari sisi teknis, tetapi juga dari kurangnya penerapan solusi yang adaptif terhadap kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi. Dengan menerapkan pendekatan yang inovatif dan berbasis teknologi, Skinmate berpotensi menjadi aplikasi yang tidak hanya stabil dan responsif, tetapi juga unggul dalam memberikan pengalaman pengguna yang modern dan efisien.



IT PRODUCT INNOVATION

SkinMate hadir sebagai platform berbasis teknologi yang mempersonalisasi perawatan kulit. Berdasarkan analisis aplikasi Soco by Sociolla, banyak pengguna kesulitan memilih produk skincare yang sesuai dan kurang edukasi yang tepat.

Melalui fitur Skin Analysis, Personalized Reminders, dan Community Forum, SkinMate membantu pengguna memahami kebutuhan kulit, memberikan rekomendasi berbasis data, serta membangun ekosistem edukatif. Dengan dukungan mitra seperti toko kosmetik dan platform kesehatan digital, SkinMate mempermudah akses ke produk yang tepat untuk perawatan kulit yang lebih cerdas dan efektif.



TABLE OF CONTENT

- 01 Business Model Canvas (BMC)
- 02 Objective & Key Result (OKR)
- 03 Product Metrics

IT Product Innovation SKINMATE

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang digunakan untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan merancang model bisnis secara visual dan sederhana. BMC terdiri dari 9 elemen utama yang saling terhubung dan menggambarkan cara sebuah bisnis menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai.

SkinMate membuat Business Model Canvas (BMC) sebagai langkah strategis untuk memetakan ide bisnis secara menyeluruh dan terstruktur. Sebagai startup digital di bidang kecantikan, SkinMate perlu memahami bagaimana aplikasinya dapat menciptakan nilai bagi pengguna, serta bagaimana cara menyampaikan layanan tersebut secara efektif dan berkelanjutan.

Dan berikut adalah keterangan lebih lanjut mengenai BMC SkinMate,

Key Activity		Key Partners	Key Resource
<p>1. Pengingat Skincare Berbasis AI Notifikasi rutin yang disesuaikan dengan kebiasaan pengguna.</p> <p>2. Analisis Kulit Pengguna Menggunakan Sistem AI untuk Rekomendasi Produk</p> <p>Mengumpulkan dan menganalisis data kulit pengguna untuk mempersonalisasi rekomendasi skincare yang lebih akurat.</p> <p>3. Forum & Komunitas Pengguna Memfasilitasi ruang diskusi dan review produk bagi pengguna.</p> <p>4. Strategi Pemasaran Digital & Influencer Collaboration Meningkatkan brand awareness dan menjangkau lebih banyak pengguna.</p> <p>5. Integrasi API Halodoc Menyediakan fitur konsultasi dokter langsung dari aplikasi.</p>	<p>1. E-commerce & Toko Kosmetik Kerja sama dengan platform seperti Sociolla, Watsons, dan Guardian untuk distribusi produk.</p> <p>2. Brand Skincare Lokal & Internasional Menyediakan beragam pilihan produk berkualitas bagi pengguna.</p> <p>3. Influencer & Komunitas Skincare Memperluas jangkauan pemasaran melalui kolaborasi dengan influencer dan komunitas.</p> <p>4. Aplikasi Kesehatan Sejalan Halodoc sebagai mitra untuk layanan konsultasi kesehatan kulit.</p>	<p>1. Tim Teknologi & Data Developer, UI/UX designer, dan data analyst yang mengembangkan serta memelihara aplikasi.</p> <p>2. Database Skincare & AI</p>	

BMC HEART FRAMEWORK CJM

IT Product Innovation SKINMATE

Objective

Membangun user base yang kuat, meningkatkan engagement, dan memastikan pengalaman pengguna yang optimal agar Skinmate menjadi aplikasi skincare berbasis AI yang dikenal dan digunakan secara luas.



Key Results

- Mencapai 10.000 pengguna terdaftar dalam 6 bulan pertama.
- Meningkatkan tingkat retensi pengguna dari 0% ke 50% dalam 3 bulan.
- Mencapai 500 transaksi pertama di e-commerce dalam 6 bulan.
- Mempertahankan rating aplikasi minimal 4.5 di App Store & Play Store sejak bulan pertama.



PRODUCT METRICS



AAARRR

PIRATE METRICS

- **Awareness**

Jumlah pengguna yang mengetahui SkinMate melalui kampanye digital dan influencer.

- **Acquisition**

Jumlah pengguna yang mengunduh dan mendaftar di aplikasi.

- **Activation**

Persentase pengguna yang menyelesaikan analisis kulit pertama mereka.

- **Retention**

Persentase pengguna yang kembali menggunakan fitur utama.

- **Referral**

Jumlah pengguna mengundang teman untuk menggunakan SkinMate.

- **Revenue**

Pendapatan dari komisi penjualan skincare, langganan premium, dan layanan konsultasi Halodoc.



North Star Metric

Skin Health Improvement Rate

Percentase pengguna yang mengalami peningkatan kondisi kulit setelah menggunakan rekomendasi SkinMate dalam jangka waktu tertentu.

Heart Framework

SkinMate menerapkan HEART Framework untuk memastikan setiap fitur benar-benar berguna dan menyenangkan. Framework ini membantu mengevaluasi keberhasilan produk, menemukan kekurangan, dan mendorong perbaikan berkelanjutan berbasis data.

[See our Heart
Framework here!](#)

*in second sheet



USER'S RESEARCH

SkinMate adalah aplikasi analisis kulit berbasis teknologi AI yang membantu pengguna memahami kondisi kulit mereka secara mandiri dan instan. Dengan fitur utama seperti analisis kulit berbasis kamera, rekomendasi produk skincare personal, dan pengingat jadwal pemakaian skincare, SkinMate memberikan pengalaman yang lengkap dalam merawat kulit.

Aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur e-commerce, sehingga pengguna dapat langsung membeli produk skincare yang direkomendasikan. Riset ini dilakukan untuk memahami lebih dalam kebutuhan pengguna melalui User Persona, Customer Journey Map, dan User Flow, sebagai dasar pengembangan solusi yang tepat guna dan user-centric.



TABLE OF CONTENT

- 01 User Persona
- 02 Customer Journey Map
- 03 User Flow

USER'S RESEARCH SKINMATE

USER PERSONA



MELINDA AZZAHRA

Usia: 21 tahun
Jenis Kelamin: Perempuan
Pekerjaan: Mahasiswa Psikologi
Lokasi: Semarang, Jawa Tengah
Jenis Kulit: Kombinasi (berminyak di T-zone, kering di pipi)

PAIN POINTS

- Terlalu banyak informasi skincare yang membingungkan
- Tidak tahu pasti jenis kulit dan kebutuhan spesifik wajahnya
- Takut breakout karena salah pilih produk dari rekomendasi online

TUJUAN

- Ingin tampil glowing dan percaya diri saat kuliah/hangout
- Ingin tahu produk mana yang benar-benar cocok tanpa harus trial & error

MOTIVASI

- Terinspirasi dari beauty influencer di TikTok & Instagram
- Ingin menjaga image sosial dan tampil maksimal saat tampil di publik

FRUSTASI

- Banyak informasi yang justru membuat bingung
- Ulasan produk tidak selalu sesuai dengan kebutuhan pribadi
- Rasa takut menghabiskan uang untuk produk yang tidak cocok

PROFILE

- Usia: 26 tahun
- Jenis Kelamin: Laki-laki
- Pekerjaan: Freelance UI/UX Designer
- Lokasi: Bandung, Jawa Barat
- Jenis Kulit: Sensitif dan mudah berjerawat

PAIN POINTS

- Minim pengetahuan tentang perawatan kulit
- Takut salah pilih produk yang bisa memperburuk jerawat
- Dunia skincare terasa terlalu feminin dan rumit

TUJUAN

- Ingin tampil bersih dan segar saat meeting online dengan klien
- Mencari solusi skincare yang praktis, efisien, dan tidak ribet

MOTIVASI

- Ingin terlihat lebih profesional dan sehat secara penampilan
- Mulai sadar pentingnya perawatan kulit jangka panjang

FRUSTASI

- Tidak tahu harus mulai dari mana
- Kebanyakan produk ditujukan untuk wanita
- Malas mencari informasi karena banyak istilah teknis



TOMI ABRAHAM

USER'S RESEARCH

SKINMATE

USER PERSONA



DINA KUSUMAWATI

PROFILE

- Usia: 37 tahun
- Jenis Kelamin: Perempuan
- Pekerjaan: Ibu Rumah Tangga
- Lokasi: Malang, Jawa Timur
- Jenis Kulit: Normal cenderung kusam

PAIN POINTS

- Tidak punya banyak waktu untuk riset skincare
- Bingung memilih produk yang aman dan efektif
- Takut buang uang untuk produk yang tidak cocok

TUJUAN

- Ingin tetap tampil segar dan cerah meski lebih banyak di rumah
- Ingin merasa percaya diri saat bertemu keluarga besar atau menghadiri acara sosial

MOTIVASI

- Ingin tetap merawat diri sebagai bentuk self-love
- Sadar bahwa perawatan kulit adalah investasi untuk masa depan

FRUSTASI

- Informasi skincare terasa kompleks dan teknis
- Sering ragu saat memilih produk karena takut salah

Customer Journey Map

Customer Journey Map (CJM) adalah gambaran menyeluruh tentang perjalanan pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi, mulai dari tahap awal mengenal hingga menjadi pengguna loyal. CJM membantu tim memahami kebutuhan, tindakan, dan emosi pengguna di tiap tahap, sehingga dapat merancang pengalaman yang lebih relevan dan efisien. Dalam pengembangan Skinmate, CJM disusun berdasarkan user persona dan dibagi ke dalam lima tahap: Awareness, Consideration, Decision, Service, dan Loyalty.

Key Activity	Key Partners
<p>1. Pengingat Skincare Berbasis AI Notifikasi rutin yang disesuaikan dengan kebiasaan pengguna.</p> <p>2. Analisis Kulit Pengguna Menggunakan Sistem AI untuk Rekomendasi Produk Mengumpulkan dan menganalisis data kulit pengguna untuk mempersonalisasi rekomendasi skincare yang lebih akurat.</p> <p>3. Forum & Komunitas Pengguna Memfasilitasi ruang diskusi dan review produk bagi pengguna.</p> <p>4. Strategi Pemasaran Digital & Influencer Collaboration Meningkatkan brand awareness dan menjangkau lebih banyak pengguna.</p> <p>5. Integrasi API Halodoc Menyediakan fitur konsultasi dokter langsung dari aplikasi.</p>	<p>1. E-commerce & Toko Kosmetik Kerja sama dengan platform seperti Sociolla, Watsons, dan Guardian untuk distribusi produk.</p> <p>2. Brand Skincare Lokal & Internasional Menyediakan beragam pilihan produk berkualitas bagi pengguna.</p> <p>3. Influencer & Komunitas Skincare Memperluas jangkauan pemasaran melalui kolaborasi dengan influencer dan komunitas.</p> <p>4. Aplikasi Kesehatan Sejalan Halodoc sebagai mitra untuk layanan konsultasi kesehatan kulit.</p>
Key Resource	
	<p>1. Tim Teknologi & Data Developer, UI/UX designer, dan data analyst yang mengembangkan serta memelihara aplikasi.</p> <p>2. Database Skincare & AI</p>

Dengan CJM, pengembangan SkinMate dapat lebih terarah, user-centric, dan mampu memberikan pengalaman yang optimal bagi setiap segmen pengguna.

User Flow

User Flow SkinMate adalah alur langkah-langkah yang dilalui pengguna saat menggunakan aplikasi, mulai dari registrasi, mengisi kuesioner kulit, melakukan analisis, hingga menerima rekomendasi dan notifikasi perawatan. User flow ini dirancang agar pengalaman pengguna terasa mudah, personal, dan efisien.

[See our userflow here!](#)

Product Backlog

Daftar Backlog dan User Story

Product backlog Skinmate disusun secara rinci berdasarkan lima tahapan milestone pengembangan yang direncanakan mulai dari Q2 2025 hingga Q2 2026. Setiap tugas atau fitur yang tercantum di backlog ini disesuaikan dengan prioritas pengembangan, tingkat kesiapan teknis, serta estimasi penggerjaan dalam setiap sprint. Berikut penjabaran backlog berdasarkan fase pengembangan:

Quarter	Milestone	Keterangan
Q2 2025	Riset Pasar & Desain UI/UX	Validasi kebutuhan pengguna, wireframe awal
Q3 2025	Pengembangan Fitur Inti	Skin Analysis, Reminder harian, dan Rekomendasi AI.
Q4 2025	Integrasi & Beta Testing	Integrasi Halodoc, Forum Komunitas, dan peluncuran fitur terbatas.
Q1 2026	Beta Launch & Monetasi	Peluncuran fitur premium dan sistem referral.
Q2 2026	Iterasi & Evaluasi Produk	Feedback pengguna, pembaruan fitur, dan eksplorasi baru.

TIMELINE N MILESTONE ROADMAP [INISIATIF UTAMA ROADMAP](#) [BACKLOG](#) [GTM](#)

Analisis Prioritas Fitur Skinmate

Penyusunan prioritas fitur dalam product backlog Skinmate dilakukan secara strategis untuk memastikan bahwa setiap tahapan roadmap 2025 mendukung pencapaian tujuan utama aplikasi. Pada Q2 2025, prioritas diberikan pada fitur onboarding, karena menjadi pintu masuk bagi pengguna untuk memahami manfaat dan alur kerja aplikasi. Ini menjadi fondasi penting sebelum pengguna memanfaatkan fitur-fitur lainnya.

Memasuki Q3 2025, fokus diarahkan pada fitur inti dan teknologi utama, seperti pengingat skincare gratis, analisis kulit berbasis foto (premium), dan rekomendasi produk AI. Ketiganya mendukung pengalaman utama pengguna: membangun rutinitas dan menerima rekomendasi yang sesuai jenis kulit. Pada tahap ini pula, fitur monetisasi seperti langganan premium, kupon, dan metode pembayaran dikembangkan untuk mendukung model bisnis freemium.

Di Q4 2025, pengembangan berfokus pada nilai tambah dan keterlibatan pengguna jangka panjang, seperti riwayat perawatan, forum komunitas, serta fitur e-commerce seperti pembelian produk, ulasan, dan pelacakan pengiriman. Fitur-fitur ini memperkuat loyalitas pengguna dan membuka potensi ekspansi layanan.

Product Backlog

Bac

Skinmate

...

▼ To-Do

Task	Owner	Priority
> Riset Pasar & Desain UI/UX 3	👤	High
> Pengembangan Fitur Inti 4	👤	High
> Integrasi & Beta Testing 5	👤	Medium
> Beta Launch & Monetasi 4	👤	Medium
> Iterasi & Evaluasi Produk 3	👤	Medium

+ Add task



▼ Completed

Task	Owner	Priority
+ Add task		

Powered by monday.com

+ Add new group

Product Roadmap

Visi

SkinMate hadir sebagai aplikasi berbasis AI yang bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam mengenali kondisi kulit, memilih produk skincare yang tepat, serta mengedukasi mereka melalui fitur-fitur seperti skin analysis, personalized reminder, dan community forum. Visi utama SkinMate adalah menjadi pelopor solusi perawatan kulit yang cerdas, personal, dan berkelanjutan di Indonesia.

Tujuan

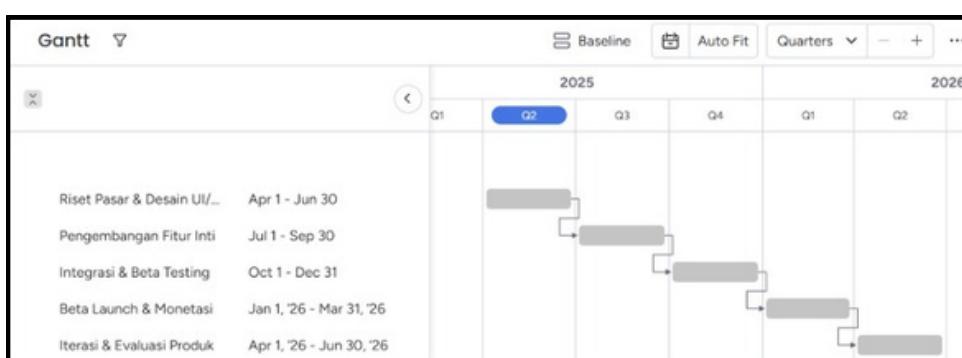
- Meningkatkan kesadaran pengguna terhadap kondisi dan kebutuhan kulit mereka.
- Mempermudah proses pemilihan produk skincare yang sesuai.
- Meningkatkan keterlibatan pengguna melalui komunitas dan edukasi.
- Mendukung konsumsi produk yang lebih bertanggung jawab (SDG 12).

Inisiatif, Timeline n Milestone

Quarter	Milestone	Keterangan
Q2 2025	Riset Pasar & Desain UI/UX	Validasi kebutuhan pengguna, wireframe awal
Q3 2025	Pengembangan Fitur Inti	Skin Analysis, Reminder harian, dan Rekom AI.
Q4 2025	Integrasi & Beta Testing	Integrasi Halodoc, Forum Komunitas, dan pel terbatas.
Q1 2026	Beta Launch & Monetasi	Peluncuran fitur premium dan sistem referral.
Q2 2026	Iterasi & Evaluasi Produk	Feedback pengguna, pembaruan fitur, dan eksplorasi baru.

TIMELINE N MILESTONE ROADMAP [INISIATIF UTAMA ROADMAP](#) [BACKLOG](#) [GTM](#)

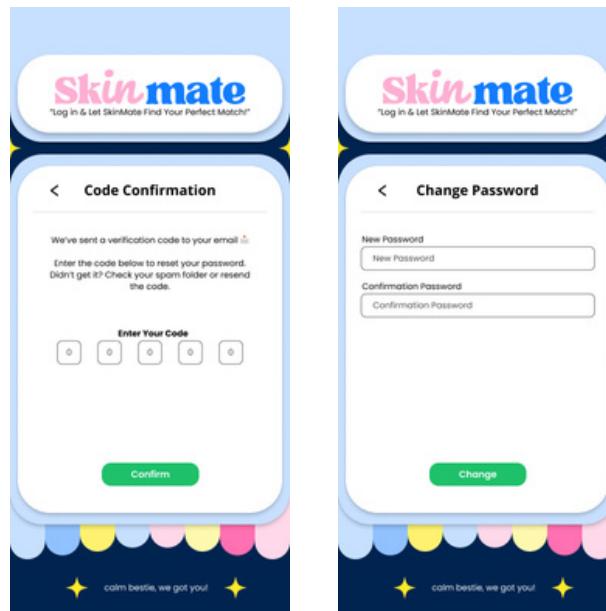
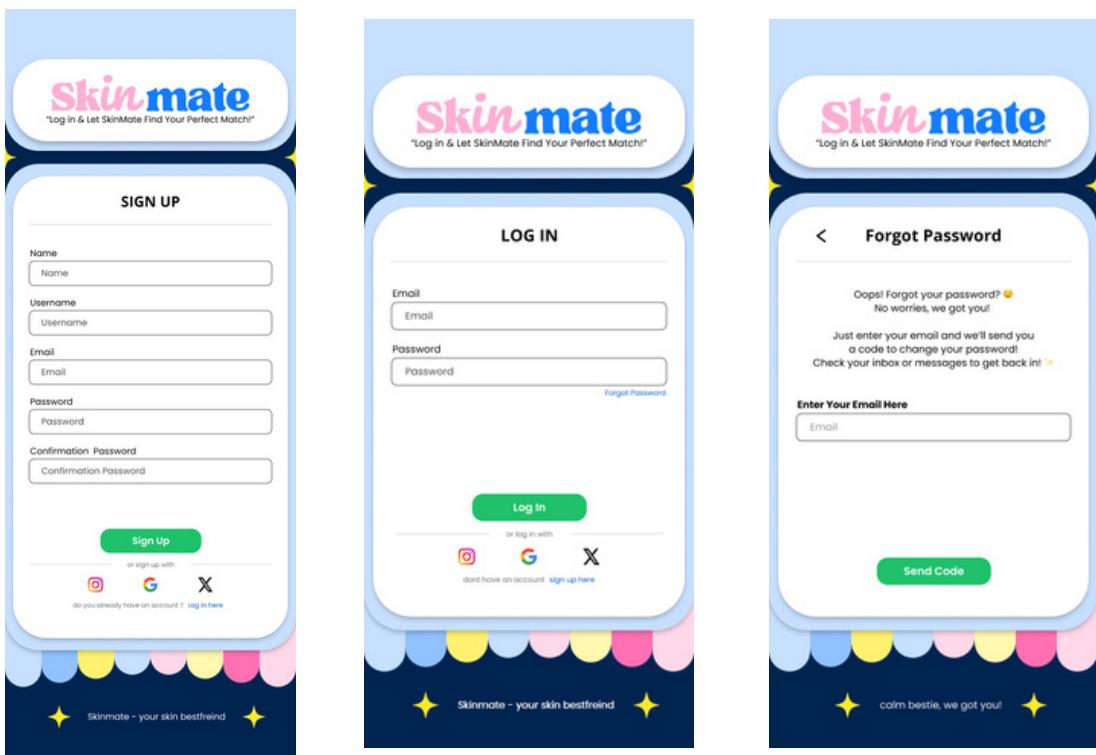
Gantt Chart



Prototipe & Validasi (Maze)

Log in & Forgot Password

1. Lakukan langkah forgot password
2. Masukkan email dan password bebas (Untuk laptop bisa diketik menggunakan keyboard, jika menggunakan HP tap-tap saja)
3. Isi kuesioner kecil



Premium page

Nikmati fitur eksklusif seperti Reminder Skincare hingga 10 langkah, Face Scanner untuk analisis kulit, dan Rekomendasi Produk yang dipersonalisasi. Untuk mendapatkan semua fitur ini, cukup tap Upgrade di aplikasi dan pilih paket bulanan atau tahunan.

Personalized your routine with skincare
discover your best skincare routine with our recommendations created just for you

Basic :
A simple, beginner-friendly skincare routine with essential steps for healthy skin

Morning
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer
Product for you Sunscreen

Evening
Product for you Micellar Water
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer

Next

Personalized your routine with skincare
discover your best skincare routine with our recommendations created just for you

Advanced :
A comprehensive skincare routine for enthusiasts aiming to maximize results and refine their regimen.

Morning
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer
Product for you Sunscreen
Product for you Toner
Product for you Serum
Product for you Eye Care

Evening
Product for you Micellar Water
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer
Product for you Toner
Product for you Serum

Next

Personalized your routine with skincare
discover your best skincare routine with our recommendations created just for you

Intermediate :
A balanced skincare routine for those ready to address specific skin concerns with a bit more care.

Morning
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer
Product for you Sunscreen
Product for you Toner
Product for you Serum

Evening
Product for you Micellar Water
Product for you Facewash
Product for you Moisturizer
Product for you Toner
Product for you Serum

Next

Know your skin better with skincare
Unlock more apps feature who can help you know your skin better than before!

Everything you need to glow all in one app

Fitur	Free	Premium
Face Scanner	Tidak ada (harus bisa pakai coupon)	Akses penuh tanpa batas
Skincare Reminder	Maks. 3 langkah skincare	Kamu bisa custom sebanyak yang kamu mau atau bisa minta AI buatkan
Rekomendasi Produk	Pengguna dapat membeli di store	Terdapat rekomendasi khusus setiap pengguna dan perjalannya
Community Forum	Sama untuk semua pengguna	Sama untuk semua pengguna
Support & Update	Berbatas	Prioritas dan fitur lebih cepat

Subscription Plan
Everything you need to glow with confidence — in one place! Choose Your Perfect Plan

Annual Subscription
Rp 299.000/year (Save 50%)

Monthly Subscription
Rp 299.000/year

Face Scanner Coupon (One-time)
Rp 299.000/year

Continue

Analisis

Pada halaman ini, kamu akan mengerjakan beberapa pertanyaan mengenai kulitmu dan akan mendapatkan hasil analisis tentang kulitmu. terdapat 2 cara:

1. Menjawab pertanyaan-pertanyaan
2. Menggunakan fitur face analysis

Check your skin type

How often do you experience pimples or blackheads?

Rarely, but my skin peels sometimes
Frequently, especially on the forehead/nose
Sometimes on both cheeks and T-zone
Almost never
Breakouts often come with pain

Next

Lets Skinmate knows you

Picture Analysis



Your Skin Analysis

Hello Melinda

We've analyzed your skin to give you a personalized breakdown of its current state. Whether you're new to skincare or a seasoned pro, this report will help you understand your skin's needs and how to take care of it.

Here's what we discovered about your skin:

Combination Skin	Mild Redness	Enlarged Pores	Mild Acne Breakouts	Uneven Texture
Skin Type	Redness	Pore Size	Acne	Texture

Here's what we discovered about your skin:

- 1. Skin Type:**
 - Combination Skin
 - Your skin shows signs of both dry and oily areas. The T-zone (forehead, nose, and chin) is oily, while the cheeks are slightly dry.
- 2. Mild Redness:**
 - Low Moisture
 - Your skin appears to be dehydrated. We recommend using a hydrating serum or moisturizer to restore balance.
- 3. Enlarged Pores:**
 - Pores are visibly enlarged, especially around the nose area. Consider using pore-refining products to minimize their appearance.
- 4. Mild Acne Breakouts:**
 - You have a few mild breakouts on the forehead and chin. Consider using an acne-targeting treatment to help with healing.
- 5. Uneven Texture:**
 - Your skin texture is slightly uneven, with rough patches around the cheek area. A gentle exfoliant can help smooth the skin.
- 6. Redness & Irritation:**
 - Mild sun damage
 - There is mild redness around the nose and chin, possibly due to environmental factors. A calming moisturizer can help.
- 7. Wrinkles & Fine Lines:**
 - Mild fine lines
 - Fine lines are starting to appear around the eyes. A hydrating eye cream can help reduce their appearance.
- 8. Melanin Damage:**
 - Some sun damage is visible, especially on the cheeks. Regular use of sunscreen will help protect your skin from further damage.
- 9. Overall Skin Health:**
 - Good
 - Your skin is generally in good condition but could benefit from more hydration and targeted acne treatments.

GlowGlow 4.7 Skintific 4.9 Azarine 4.8

Reminder Skincare

Tap pada kotak Get Started untuk melihat lebih detail step-step reminder skincare yang sudah dipersonalisasi

The screenshots illustrate the app's features:

- Welcome Screen:** Shows a profile picture of "Melinda" and a "Welcome back" message. It includes a "Get started" section with four items: Complete Your Profile, Take the Skin Analysis, Customize Your Routine, and Explore the Community. It also features "Tips of the day" and "Funfact about beauty".
- Tracker Screen:** Displays a monthly calendar for May 2025. Below the calendar is a "Routines" section showing morning and evening skincare regimens.
- Edit Tracker Screen:** Allows users to edit their routines. It shows morning and evening routines with specific products listed. A "Save" button is at the top right, and a "Add new product" button is at the bottom right.

Edit Skincare Routine

Apabila kamu ingin membuat perubahan, kamu bisa mengedit skincare rutin sesuai dengan kebutuhan kulit kamu dengan menambahkan produk baru

The form fields are:

- Image: Upload Image
- Type: ex. Moisturizer
- Name: Name of your skincare
- Deskripsi: Description of your skincare
- Time of day: Morning, Evening
- Frekuensi: ex. Daily
- Add button

Store

Pada halaman ini, kamu bisa melihat serta membeli produk yang tersedia. Ikuti langkah di bawah ini untuk menyelesaikan task

1. Klik ikon search
2. Tap pada produk "Rare Beauty" untuk melihat detail produk
3. Masukkan keranjang / klik "Buy Now" untuk payment

Skin*
mate

Discount 25%

Shop Now!

Daily Top Match

Rekomendasi terbaik untuk kamu, langsung dari SkinMate

Untuk Pagi-Hari:

- Whitelab Brightening Day Cream Rp 59.000
- Cetaphil One set for oily skin Rp 185.000
- Cosrx AHA/BHA Toner Rp 70.000

Popular Products

- Glad2glow Brightening Clay Stick Rp 38.000
- Skintific Barrier Moisture Gel Rp 130.000
- Azarine Sunscreen Gel Rp 45.000

All Product

Search

Recent Searches

- Sunscreen
- Moisturizer
- Toner

Rekomendasi Untukmu

- Cetaphil Gentle Skin Cleanser
- Garnier 3x Booster Serum
- Azarine Sunscreen Gel

Best Match

- Bone Beauty Liquid Blush Encourage Rp 125.000
- Rhode Peptide Lip Tint Rp 65.000
- Something Moisture Based Serum Rp 80.000
- Maybelline Hypercurl Mascara Rp 69.000

Rare Beauty Liquid Blush Encourage Rp 125.000

Ingredient Callouts:
Free of sulfates SLS and SLES, parabens, formaldehydes, formaldehyde-releasing agents, phthalates, mineral oil, retinyl palmitate, oxybenzone, coal tar, hydroquinone, triclosan, and triclocarban, and contains less than one percent of synthetic fragrances. This product is also vegan and cruelty-free.

What Else You Need to Know:
Create a pinch-perfect flush using this featherweight formula infused with long-lasting pigments that last all day. Available in matte or dewy finishes, this liquid blush blends beautifully to create soft, buildable color with a natural, second-skin finish.

BUY NOW

My Shopping Bag

Rare Beauty Official Mall

Rare Beauty Liquid Blush Encourage

NOI

Rp. 385.999

Voucher Gunakan/masukkan kode>

Semua Total Rp. 0 CHECK OUT

Checkout

Alamat pengiriman kamu

Kantor - Melinda Ruang 12
Jl. Probolinggo XXIVX Kompleks Penjajahan, Surabaya

Rare Beauty Official Mall

Rare Beauty Liquid Blush Encourage

Rp. 385.999 x 1

Proteksi Barang Rusak

Kurir Pengantaran
Whoosh Express Rp. 0 (Rp. 20.000)
Estimasi tiba besok - 18 Juni
Pakai Asuransi Pengiriman (Rp. 2.000)

Catatan untuk barangmu

Metode Pembayaran

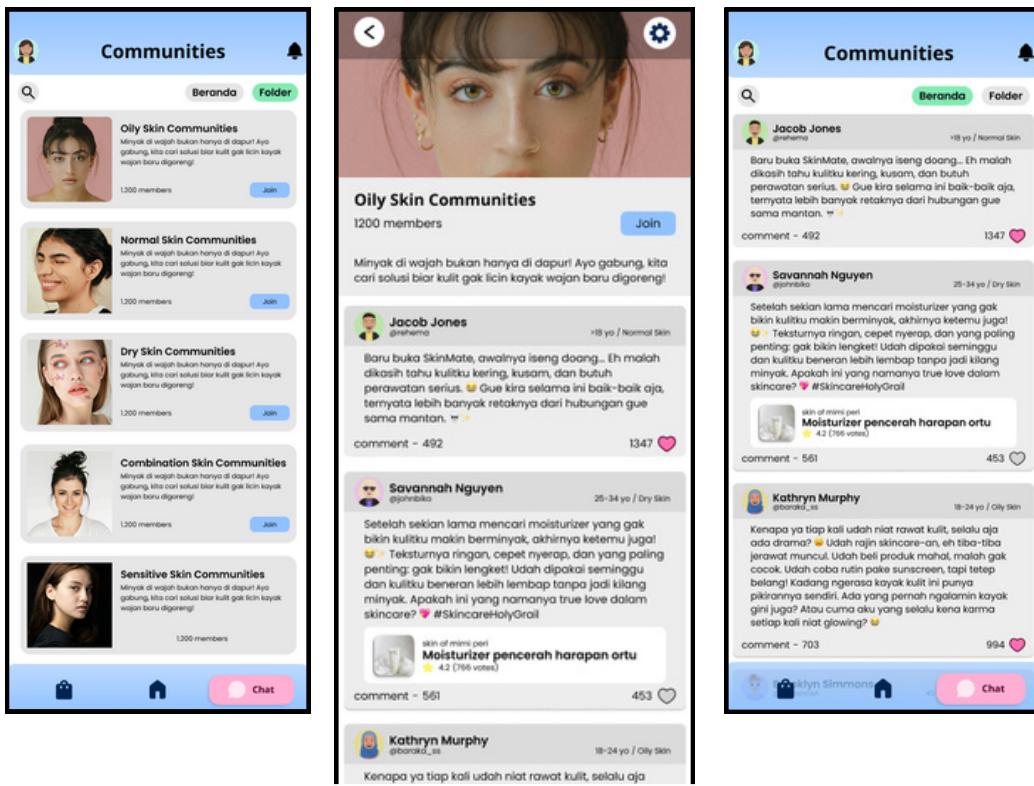
Total Harga	Rp. 630.979
Total Pengiriman	Rp. 20.000
Total Asuransi Pengiriman	Rp. 2.000
Biaya Layanan	Rp. 1.000
Biaya Aplikasi	Rp. 1.000
Diskon	-Rp. 244.900
Diskon Toko	-Rp. 20.000
Total Tagihan	Rp. 389.999

Kamu hemat Rp. 240.980

BAYAR SEKARANG

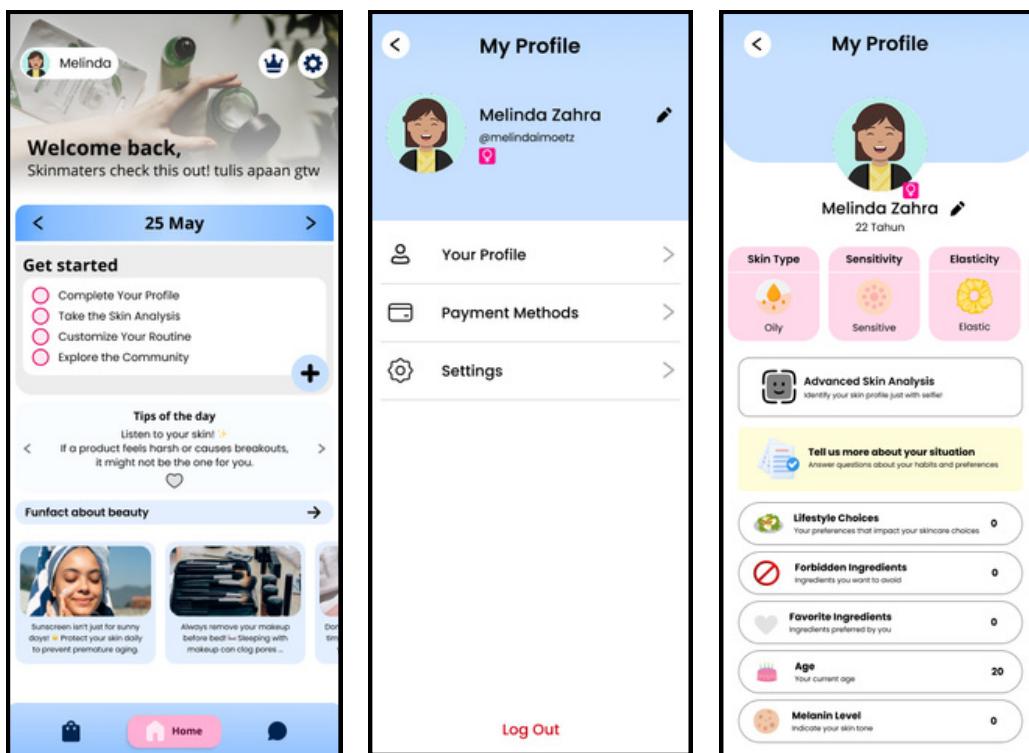
Community

Pada bagian Community disini berisi komunitas berdasarkan skin type. Kamu bisa membuat ulasan tentang suatu produk, melihat review, dan berkeluh kesah tentang permasalahan kulit kamu. Disini kamu bisa berinteraksi dengan pengguna lain. ^.^



Profile & Log out

Bagian Profil yang berisi tentang informasi data dirimu beserta kondisi kulit kamu.



Ringkasan Hasil Validasi Produk

SkinMate telah melalui proses validasi produk menggunakan dua pendekatan utama: usability testing dan A/B testing, yang masing-masing memberikan wawasan penting terkait preferensi pengguna dan perbaikan desain.

Usability Testing

Pengujian dilakukan terhadap tiga persona yang mewakili segmen target:

- Melinda (21) – Mahasiswa yang sering bingung memilih produk skincare
- Tomi (26) – Freelancer pemula dalam skincare
- Dina (37) – Ibu rumah tangga yang butuh panduan cepat

Mereka diminta menyelesaikan lima skenario penggunaan nyata seperti login, mengatur pengingat skincare malam, menjelajahi komunitas, dan mencoba fitur Store.

Temuan Penting:

1. Navigasi antar fitur umumnya mudah dipahami, meski beberapa ikon seperti komunitas dirasa membingungkan.
2. Fitur Reminder belum berfungsi penuh saat pengujian, menyebabkan kegagalan dalam menyelesaikan task.
3. Fitur Store menampilkan produk tetapi belum mendukung interaksi penuh seperti menambahkan ke keranjang.
4. Komunitas membuat beberapa pengguna bingung karena tidak ada petunjuk pembuatan posting atau komentar.
5. Feedback visual (misalnya saat klik "Forgot Password") masih kurang jelas.

A/B Testing

Dilakukan perbandingan antara:

- Versi A: Tombol “BUY NOW”
- Versi B: Tombol “Tambah ke Keranjang”

Hasil:

1. Pengguna Versi A merasa ragu menekan “BUY NOW” karena takut langsung checkout.
2. Versi B lebih disukai karena “Tambah ke Keranjang” dirasa lebih familiar dan aman.
3. Kata-kata dalam bahasa Indonesia yang eksplisit dan sesuai kebiasaan lokal meningkatkan rasa percaya pengguna.

Wawasan Pengguna

1. Istilah asing cenderung membingungkan dan menimbulkan kecemasan.
2. Fitur dengan alur jelas dan komunikasi visual sederhana meningkatkan kenyamanan pengguna.
3. Responden menyatakan tertarik menggunakan SkinMate saat diluncurkan.

Segmentasi & Target Pasar

SkinMate menargetkan individu yang peduli terhadap kesehatan kulit tetapi membutuhkan panduan dan rutinitas yang teratur melalui teknologi.

Segmentasi Pasar

- Usia: 18–35 tahun
- Gender: Perempuan (utama), laki-laki (sekunder)
- Lokasi: Perkotaan di Indonesia
- Status: Mahasiswa, freelancer, ibu rumah tangga, pekerja muda
- Perilaku:
 - a. Aktif mencari solusi perawatan kulit online
 - b. Terbiasa menggunakan aplikasi mobile dan sosial media
 - c. Sensitif terhadap bahasa, petunjuk, dan tata letak aplikasi

User Persona

Nama : Melinda Azzahra

Umur : 21 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa Psikologi

Masalah Utama : Bingung memilih produk, tidak yakin kondisi kulit

Kebutuhan : Ingin aplikasi yang dapat membantu mengenali kulit dan menjaga rutinitas skincare

Kebiasaan Digital : Aktif di Instagram dan komunitas skincare online, mencoba produk yang direkomendasikan influencer



Value Proposition

Versi Singkat (1 kalimat)

SkinMate, teman digital terpercaya untuk mengenal kulitmu dan menjaga rutinitas skincare harianmu.



Versi Panjang (2–3 kalimat)

SkinMate adalah aplikasi perawatan kulit yang menggabungkan pengingat skincare, komunitas pengguna, dan e-commerce dalam satu platform terintegrasi. Dengan desain yang mudah digunakan dan bahasa yang akrab, SkinMate membantu kamu tetap konsisten dalam merawat kulit berdasarkan kondisi unikmu. Tak hanya menjadi alat, SkinMate adalah partner personal yang memahami kamu.



Strategi Distribusi dan Channel

Berdasarkan target pasar dan karakteristik digital mereka, strategi distribusi SkinMate fokus pada saluran digital yang memiliki jangkauan luas dan engagement tinggi.

Channel Utama

- Instagram & TikTok
 - Media utama untuk promosi visual, tutorial, tips skincare
 - Menjangkau segmen usia muda secara langsung
- Forum & Komunitas Skincare
 - Seperti Female Daily, Skincare 101 (Telegram)
 - Tempat diskusi intensif seputar produk dan tips perawatan
- Kerja Sama dengan Micro-Influencer
 - Influencer yang relatable dan memiliki interaksi tinggi di niche beauty
- App Store & Play Store
 - Jalur distribusi resmi untuk mengunduh aplikasi

Alasan Pemilihan Channel

1. Instagram & TikTok memungkinkan konten visual pendek yang mudah viral, cocok untuk tutorial atau review singkat.
2. Komunitas niche sudah memiliki trust base dan memungkinkan word-of-mouth alami.
3. Micro-influencer lebih dipercaya karena personal dan tidak terlalu komersial.
4. App Store dan Play Store memastikan aksesibilitas luas dan kredibilitas aplikasi.

Strategi Komunikasi & Pesan Kunci

Dalam mengembangkan aplikasi Skinmate, kami merancang pesan utama yang ingin disampaikan kepada calon pengguna dengan pendekatan yang personal dan solutif.

1. Personalisasi Perawatan Kulit

"Rawat kulitmu dengan cara yang paling sesuai untukmu."

Skinmate hadir sebagai solusi digital untuk membantu pengguna membentuk rutinitas perawatan kulit yang terstruktur dan disesuaikan dengan jenis kulit masing-masing.

2. Pendamping Skincare Harian

"Bingung mulai dari mana? Skinmate siap jadi teman perawatan kulitmu."

Dengan fitur analisis kulit, pengingat rutinitas, dan rekomendasi produk, Skinmate menjadi partner yang memudahkan pengguna dalam menjalani perawatan harian.

3. Akses Gratis dan Pilihan Premium

"Mulai gratis, upgrade jika butuh fitur lanjutan."

Skinmate menggunakan model freemium, di mana pengguna dapat menikmati fitur dasar secara gratis dan beralih ke versi premium untuk fitur yang lebih lengkap.



Untuk gaya komunikasi yang digunakan, Skinmate mengusung gaya komunikasi yang kasual, ramah, dan edukatif, mencerminkan karakter aplikasi sebagai teman dekat yang siap membantu pengguna dalam memahami dan merawat kulit mereka.

Karakteristik gaya komunikasi:

- Bahasa ringan dan bersahabat, layaknya percakapan sehari-hari:
 - “Yuk, kenali jenis kulitmu dulu biar gak salah pilih produk!”
- Penyampaian informasi secara edukatif, namun tidak menggurui:
 - “Kulit berminyak? Tenang, kami bantu susun rutinitas sederhana yang efektif.”
- Nada positif dan mendukung, agar pengguna merasa didampingi dan percaya diri:
 - “Mulai langkah kecil untuk kulit sehatmu hari ini.”
- Penggunaan elemen visual dan emoji secukupnya, khususnya pada notifikasi dan konten media sosial, untuk menciptakan kesan menyenangkan dan engaging.

Strategi Harga (Pricing)

Dalam pengembangan aplikasi Skinmate, kami menerapkan strategi harga freemium. Artinya, aplikasi ini dapat digunakan secara gratis oleh semua pengguna untuk fitur dasar, sementara fitur-fitur lanjutan tersedia melalui opsi berbayar (premium). Model ini dipilih untuk memberikan fleksibilitas kepada pengguna dan mempermudah mereka dalam mencoba layanan tanpa komitmen finansial di awal.

Pada versi gratis, pengguna dapat mengakses fitur-fitur inti seperti pengingat rutinitas skincare dengan jumlah langkah terbatas, serta analisis jenis kulit berbasis kuesioner. Sementara pada versi premium, pengguna akan mendapatkan manfaat tambahan seperti pengingat skincare yang lebih kompleks, serta analisis kulit berbasis foto wajah dengan teknologi AI untuk hasil yang lebih akurat dan personal.

Untuk menarik pengguna awal, kami menerapkan beberapa strategi, antara lain:

- 1.Uji coba gratis fitur premium selama periode tertentu, agar pengguna bisa merasakan langsung nilai tambah yang diberikan.
- 2.Kampanye media sosial dengan pendekatan edukatif dan interaktif, seperti tips perawatan kulit, kuis jenis kulit, hingga kolaborasi dengan content creator di bidang kecantikan.
- 3.Program referral yang mendorong pengguna membagikan aplikasi ke teman-temannya dengan imbalan seperti voucher diskon atau akses premium sementara.
- 4.Penyesuaian harga premium secara bertahap, dimulai dengan harga yang lebih terjangkau di tahap awal peluncuran untuk meningkatkan adopsi.

Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menumbuhkan basis pengguna, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas melalui pengalaman langsung yang positif, sebelum mereka memutuskan untuk beralih ke layanan premium.

Rencana Aktivitas Go-To-Market

Bulan/Minggu	Aktivitas
Bulan 1	Fase Persiapan & Pre-Marketing
Minggu 1	Riset pasar lanjutan, identifikasi target pengguna
Minggu 2	Penyusunan strategi komunikasi & pesan kunci
Minggu 3	Produksi konten teaser: desain grafis, video pendek, copywriting
Minggu 4	Pembuatan microsite pendaftaran beta tester & pre-launch waiting list
Bulan 2	Pre-Launch & Awareness Building
Minggu 5–6	Peluncuran Teaser Campaign di media sosial dan website
Minggu 6	Distribusi Kampanye Email Batch 1 – ajakan daftar beta tester & newsletter
Minggu 7	Rekrutmen peserta Uji Coba Terbatas (Beta Test)
Minggu 8	Persiapan teknis & manajemen feedback uji coba
Bulan 3	Uji Coba Terbatas & Penyempurnaan
Minggu 9–10	Pelaksanaan Uji Coba Terbatas (internal & eksternal beta tester)
Minggu 10–11	Pengumpulan feedback & evaluasi performa fitur
Minggu 11	Penyesuaian fitur & perbaikan berdasarkan masukan pengguna
Minggu 12	Produksi konten peluncuran (video demo, poster fitur, tutorial, media kit)
Bulan 4	Peluncuran Resmi & Aktivasi Pasar
Minggu 13	Pendaftaran peserta & promosi Webinar Peluncuran Skinmate
Minggu 14	Pelaksanaan Webinar Launch Event (kolaborasi dengan influencer atau dokter kulit)
Minggu 15	Peluncuran resmi Skinmate di Play Store + social media blast
Minggu 15–16	Kampanye Email Batch 2 (launch announcement + tutorial penggunaan fitur)
Minggu 16	Aktivasi program Referral & Uji Coba Premium Gratis, monitoring & evaluasi awal adopsi

Indikator Keberhasilan (KPI)

Dalam rangka mengevaluasi keberhasilan strategi Go-To-Market (GTM) aplikasi Skinmate, ditetapkan empat indikator utama yang akan menjadi acuan dalam pengukuran performa peluncuran. Keempat indikator ini dipilih karena mewakili tiga aspek penting dalam siklus adopsi pengguna, yaitu akuisisi, retensi, transaksi, dan rating dari pengguna

1. Akuisisi Pengguna Baru
 - a. Target: Mencapai 10.000 pengguna terdaftar dalam 6 bulan pertama.
 - b. Menunjukkan efektivitas kampanye promosi dan daya tarik awal aplikasi.
2. Retensi Pengguna
 - a. Target: Meningkatkan retensi dari 0% menjadi 50% dalam 3 bulan.
 - b. Mencerminkan keterlibatan dan kepuasan pengguna dalam jangka pendek.
3. Transaksi E-Commerce
 - a. Target: Mencapai 500 transaksi pertama dalam 6 bulan.
 - b. Menandakan keberhasilan integrasi fitur rekomendasi produk dan monetisasi awal.
4. Rating Aplikasi
 - a. Target: Mempertahankan rating minimal 4.5 di App Store & Play Store sejak bulan pertama.
 - b. Menjadi indikator langsung dari kepuasan dan pengalaman pengguna.

Keempat indikator ini dipantau secara berkala untuk menilai efektivitas strategi peluncuran serta sebagai dasar pengambilan keputusan pengembangan berikutnya.

DEFINE THE PAIN
SKINMATE

Kesimpulannya

Aplikasi SkinMate hadir untuk memberikan solusi perawatan kulit yang praktis dan menyenangkan. Hasil validasi produk mengungkap beberapa hal yang perlu diperbaiki, seperti fitur pengingat dan Store yang masih butuh penyempurnaan. A/B testing juga menunjukkan bahwa tombol dengan kata-kata yang lebih familiar bikin pengguna merasa lebih nyaman. Dengan fokus pada pengguna usia 18–35 tahun, terutama perempuan yang aktif mencari solusi perawatan kulit, SkinMate mengandalkan platform seperti Instagram, TikTok, dan komunitas skincare untuk menyebarkan berita, sambil menggunakan komunikasi yang santai dan edukatif agar pengalaman pengguna terasa lebih personal.

Strategi Go-To-Market (GTM) yang disusun penuh semangat ini mencakup semua tahapan dari persiapan hingga peluncuran, dengan tujuan utama untuk mengumpulkan umpan balik dan membangun kesadaran. Keberhasilan aplikasi akan diukur berdasarkan jumlah pengguna baru, aktivasi, retensi, dan rating aplikasi. Dengan langkah-langkah strategis yang terus berkembang, SkinMate siap menjadi aplikasi perawatan kulit yang menyenangkan dan bermanfaat bagi penggunanya. Laporan ini diharapkan memberikan gambaran yang jelas dan bermanfaat untuk perjalanan aplikasi yang lebih seru ke depannya!





E-BUSINESS



**THANK
YOU!**

SKINMATE TEAM

