

- Write an essay containing these points:
  - The industry / services / product that you're interested and why
  - Tell us where you live and describe the demography: number of residents, age group, SES, behavior
  - Make a market sizing exercise on how big the user of the first point
  - Do a competitor research of the first point by making a feature table
  - If you were the PM for that product, what would you do to improve your user experience to win among the competitors?

Answer :

1. Saya tertarik dengan aplikasi tiktok, karena tiktok merupakan salah satu aplikasi yang sedang ramai digunakan khalayak umum yang terdiri dari berbagai fitur yang menarik untuk dikupas lebih dalam. Tidak hanya bisa digunakan untuk melihat video-video lucu, tiktok juga memiliki fitur untuk berbelanja layaknya e-commerce. Untuk tugas kali ini saya akan menganalisis fitur tiktokshop yang lebih spesifik yaitu tiktoklive yang akan berorientasi ke keranjang sampai checkout.
2. Saya tinggal di kota Malang. Berdasarkan badan statistik kota malang, data terakhir jumlah warga kota Malang berjumlah 844 933 dengan kelompok umur meliputi

Kelompok Umur	laki-laki	perempuan	total
0-4	30798	29161	59959
5-9	32345	40978	63323
10-14	32238	30537	62775
15-19	31808	30389	62197
20-24	33549	32380	65929
25-29	33907	32907	66814

30-24	34347	33095	67442
35-39	33991	32831	66742
40-44	32325	31796	64121
45-49	28789	29321	58110
50-54	26077	27963	53980
55-59	22483	25043	47526
60-64	18558	20464	39022
65-69	13699	16026	29725
70-75	8281	10105	18386
75+	7328	11554	18882

Dengan data terakhir kemiskinan di kota Malang pada 2021 menurut BPS mencapai 4.62% dan rata-rata pengeluaran perkapita sebulannya mencapai Rp.1766014. Tingkat pendidikan kota malang juga tergolong tinggi dengan persentase yang akan ditunjukkan pada tabel dibawah ini

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2019	2020	2021
Tidak punya ijazah SD	13.97	8.75	7.10
SD/Sederajat	15.50	16.90	15.54
SMP/Sederajat	20.47	19.43	19.97
SMA/MA	22.92	27.82	26.83

SMK	9.77	8.34	9.08
Akademi (D1/D2/D3)	4.75	3.43	4.05
S1/D4/Profesi	12.00	13.68	15.14
S2/S3	0.93	1.64	2.28
Total	100.00	100.00	99.99

Dengan penduduk usia kerja mencapai 188 678 jiwa.

### 3. Market sizing:

- a. Dari data yang sudah terkumpul diatas, ada 844 933 jiwa yang menetap di kota Malang dengan beberapa kelompok umur.
- b. Dari kelompok umur tersebut kita bisa mengetahui seberapa besar pemakaian tiktok dan tiktokshop. Dari data kelompok umur yang sudah tertera diatas, tiktok memberlakukan umur diatas 13 tahun untuk bisa membuat akun tiktok, jadi dari 844 933 jiwa, hanya 61.600 yang bisa menginstall aplikasi tiktok. Dengan penduduk usia kerja mencapai 188 678 jiwa, bisa dikatakan aplikasi tiktok akan dibuka pada saat waktu luang (diluar jam kerja) karena sebagian besar pengguna aplikasi tiktok di kota malang masuk golongan penduduk usia kerja. Dari keseluruhan penduduk yang menginstal tiktok sebanyak 61.600 jiwa pada usia 14-70 tahun, sebanyak 50.000 jiwa akan mengakses tiktok saat diluar jam kerja (18.00-07.00) dan sisanya 11.600 jiwa memungkinkan untuk mengakses pada jam kerja.
- c. Kita misalkan masa analisis dalam waktu 1 bulan. Maka dapat diasumsikan penggunaan aplikasi tiktok di kota malang mencapai . dari 50000 jiwa kita asumsikan penduduk mengakses 2-3jam sehari. Dan 11600 jiwa 4-5 jam sehari. Kita memperoleh 90 jam tiap orang mengakses tiktok dalam usia kerja dan

150jam untuk usia non-produktif/ sedang tidak dalam usia kerja. Kita bisa tahu dalam waktu 1 bulan hanya penduduk kota malang penggunaan aplikasi tiktok bisa mencapai 6.240.000 jam, dari kesimpulan diatas dapat diartikan seberapa besar tingkat ke-interestan penduduk terhadap aplikasi tiktok.

#### 4. Competitor research -> feature table

Disini saya akan mengcompare beberapa aplikasi dengan salah satu fitur yang sama. Kali ini competitor researchnya merupakan indirect karena karena aplikasi ini memiliki banyak fitur yang berbeda tapi hanya ada beberapa fitur yang sama dan target usernya juga berbeda.

Keterangan fitur yang diuji	Tiktok (Live TiktokShop sampai checkout)	Tokopedia (Feed Live sampai checkout)	Shopee (shopee live sampai checkout)
Tampilan awal liveshopping	Tampilan ui tertata dengan rapi, jadi informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik	Tampilan ui cukup tertata tapi ada bagian link checkout yang terlalu besar jadi terlihat mengganggu pandangan user	Tampilan ui sudah tertata tetapi fitur live chat cukup berantakan jadi user pasti kebingungan saat melihat livechat
Fitur yang ada di dalam liveshopping	Interaksi (request join live together, qna), rose and gift(hadiah untuk toko), share, shop, comment	Keranjang, livechat, like, share	Keranjang, comment, join live together, like
Keberadaan kupon promo	Di Dalam button shop (harus klik	Di dalam button shop (harus klik	Di dalam button shop (harus klik

	button shop baru bisa menggunakan voucher)	button shop baru bisa menggunakan voucher)	button shop baru bisa menggunakan voucher)
Tampilan shop/keranjang saat liveshopping	Didalam keranjang terdapat gambar, nama, dan harga barang yang tertera. Dan juga ada tombol keranjang untuk memasukkan kedalam keranjang kita dan buy untuk fast checkout	Didalam keranjang terdapat gambar, nama, dan harga barang yang tertera. Dan juga ada tombol keranjang untuk memasukkan kedalam keranjang kita dan buy untuk fast checkout	Di dalam keranjang terdapat gambar, nama dan harga barang yang tertera. Dan juga tombol keranjang untuk memasukkan barang ke keranjang kita. Tetapi tidak ada fitur checkout langsung untuk melakukan fast checkout saat melihat liveshopping
Tahapan saat checkout	Terdapat 3 step hingga sampai tahapan pembayaran dimana itu sudah tahapan terakhir	Terdapat 4 step hingga sampai tahapan bayar yang merupakan tahap akhir checkout	Terdapat 5 tahapan hingga sampai tahap terakhir checkout barang yaitu tahap pembayaran
Kemudahan saat melakukan checkout barang	Cukup mudah karena terdapat pilihan antara masukkan keranjang ataupun	Cukup mudah karena pada liveshopping tokopedia di atas fitur chat,	Mudah, dari fitur shop saat live sangat mudah dimengerti dan digunakan, tapi

	langsung melakukan checkout, begitupun dengan proses checkoutnya(hingga pembayaran) sangat mudah dimengerti	disediakan barang-barang yang memang sedang sale, jadi sangat memudahkan user untuk melihat dan memilih barang yang akan dibeli, terlepas dari itu, dalam fitur shop juga tetap ada barang yang ditaro display. Untuk proses checkout juga cukup mudah karena ada fitur fast checkout sehingga mempercepat user untuk langsung checkout barang saat liveshopping.	mungkin dibutuhkan fitur fast checkout karena saat liveshopping harus menuju ke keranjang yang dimana itu memerlukan waktu beberapa saat
--	---	---	--

5. Jika saya menjadi PM dalam project tersebut saya akan lebih melakukan perbaikan di dalam sistemnya karena menurut saya ui design pada tiktoklive sudah cukup bagus. Saya akan memindahkan fitur tanya seller yang awalnya terletak dalam detail barang ke dalam shop yang nantinya tiap barang user bisa langsung menanyakan ke seller apapun itu. Jadi tidak perlu dua kali step jika ingin chat seller.

Owned by Nur Aini Lutfiyah/PM/Studi Independent Zenius