

## TASK 3 – BOOTCAMP

**Nama : Nuryabilla Utami**

1. Definisi Misi:

Optic melawai ingin membuka cabang baru dengan memilih lokasi paling potensial di Surabaya. Berikut adalah parameter yang ditentukan:

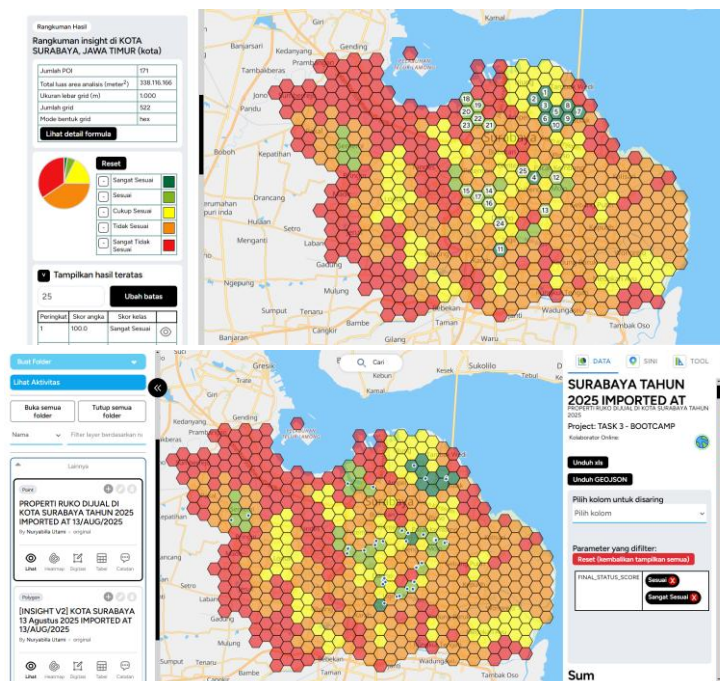
### Attractors:

- Demografi penduduk (30%)
- Keterjangkauan dengan halte (20%)
- Jarak ke optik lain (15%)
- Keterjangkauan dengan supermarket (15%)

**Deffractors:**

- Jarak ke optik melawai (20%)

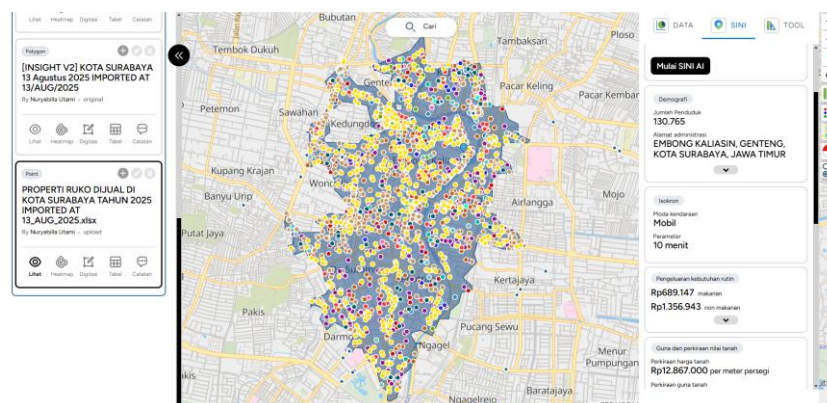
## 2. Hasil Analisis Makro:

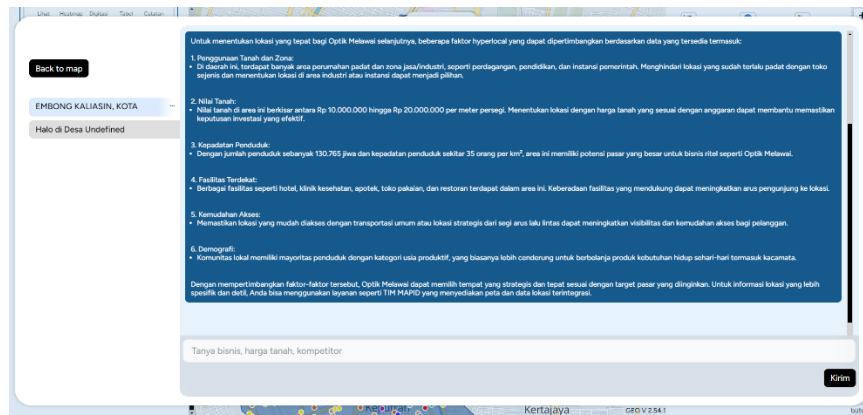


**Penjelasan:**

Lokasinya terkonsentrasi di tengah kota Surabaya untuk kelas sesuai dan sangat sesuai, khususnya di sekitar pusat keramaian seperti supermarket, akses transportasi, serta tidak berdekatan dengan cabang yang sama.

### 3. Hasil Analisis Mikro

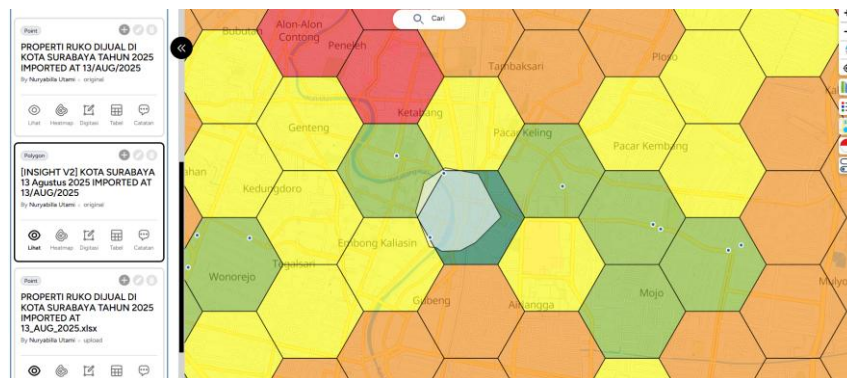




### Penjelasan:

Berdasarkan analisis hyperlocal SINI AI, zona emas pembukaan cabang Optik Melawai di Surabaya berada di area dengan kepadatan penduduk tinggi, akses mudah ke halte dan jalur utama, serta dekat fasilitas pendukung seperti supermarket, klinik, dan restoran. Lokasi ini umumnya berada di area perumahan padat dan zona jasa/industri dengan nilai tanah Rp 10–20 juta/m<sup>2</sup>, memiliki mayoritas penduduk usia produktif, serta terhindar dari jarak terlalu dekat dengan cabang Optik Melawai atau pesaing langsung.

## 4. Rekomendasi Perspektif



### Penjelasan:

Titik tersebut dipilih karena memiliki kombinasi faktor strategis yang mendukung potensi bisnis, yaitu berada di area dengan kepadatan penduduk tinggi yang mayoritas berusia produktif, memiliki aksesibilitas baik melalui halte dan jalur lalu lintas utama, serta dikelilingi fasilitas pendukung seperti supermarket. Selain itu, nilai tanah di kisaran Rp 10–20 juta/m<sup>2</sup> masih sesuai untuk investasi, dan lokasinya terhindar dari persaingan langsung dengan cabang Optik Melawai maupun toko optik lain sehingga peluang pasar lebih besar.