

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) LENGKAP

Perniagaan Karipap Pusing

1. Segmen Pelanggan (Customer Segments)

- Agen Jualan: Suri rumah, peniaga kecil, individu yang jual dalam kawasan perumahan/pejabat. Fokus utama kerana order konsisten dan repeat.
- Pembeli Pukul Majlis/Kenduri: Tempahan besar untuk kenduri, majlis atau pejabat. Sokongan aliran tunai.
- Pembeli Individu: Keluarga dan jiran; order kecil, kos pemasaran tinggi.
- Festival/Event: Jualan tinggi dalam masa singkat; sesuai untuk promosi jenama.

Kesimpulan: Fokus utama pada agen jualan; pembeli lain sebagai sokongan.

2. Tawaran Nilai (Value Proposition)

- Karipap pusing handmade, kualiti konsisten, rasa sedap.
- Sesuai untuk jualan semula oleh agen.
- Produk halal, tempatan, premium.

Kesimpulan: Pelanggan masih menerima nilai utama, tetapi kini menilai juga harga, kebolehpercayaan bekalan dan hubungan jangka panjang.

3. Saluran (Channels)

- WhatsApp (Agen & Pelanggan Tetap): Kos rendah, bersasar, kadar penukaran tinggi.
- Agen Jualan Kawasan: Saluran berkesan untuk pendapatan berulang.
- Media Sosial: Capaian luas, kos rendah, kadar penukaran rendah; untuk awareness.
- Festival & Acara: Capaian tinggi, jualan tinggi sekali-sekala, kos tinggi.

Kesimpulan: Fokus pada saluran berasaskan hubungan langsung (WhatsApp & agen). Media sosial sebagai sokongan.

4. Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)

- Tahap kesetiaan sederhana hingga baik, bergantung pada harga, kualiti dan kemudahan urusan.
- Kadar aduan rendah; kepuasan terhadap rasa, tekstur dan pembungkusan tinggi.
- Tiada sistem formal rekod aduan; hubungan bergantung komunikasi peribadi.

Kesimpulan: Hubungan kukuh, boleh dipertingkat melalui komunikasi dan sistematik maklum balas.

5. Aliran Pendapatan (Revenue Streams)

- Pendapatan Berulang: Dari agen jualan; mudah diramal, kos rendah, sokongan aliran tunai.
- Pendapatan Sekali: Tempahan majlis, festival, pelanggan individu; tinggi sekali-sekala tetapi tidak konsisten.
- Pendapatan sebenar lebih tidak menentu berbanding ramalan.

Kesimpulan: Fokus meningkatkan pendapatan berulang bagi kestabilan kewangan.

6. Sumber Utama (Key Resources)

- Dapur & peralatan pengeluaran.
- Bahan mentah berkualiti.
- Tenaga kerja mahir.
- Agen jualan & pelanggan tetap.
- Resepi dan kualiti produk.

Kesimpulan: Gabungan aset fizikal, manusia dan tidak ketara adalah kritikal untuk kelangsungan dan pertumbuhan.

7. Aktiviti Utama (Key Activities)

- Pengeluaran karipap pusing berkualiti.
- Pengurusan stok & bahan mentah.
- Pengurusan agen dan pelanggan.
- Penghantaran produk tepat masa.
- Pemasaran melalui agen dan komunikasi langsung.

Kesimpulan: Memperkukuh pemasaran tersusun dan pengurusan stok akan pastikan pertumbuhan berterusan.

8. Rakan Utama (Key Partnerships)

- Pembekal bahan mentah.
- Agen jualan.
- Penganjur festival/acara.
- Pembekal pembungkusan.

Kesimpulan: Kebergantungan terkawal dan hubungan kukuh dengan rakan utama kritikal untuk konsistensi, kelangsungan dan pertumbuhan perniagaan.

9. Struktur Kos (Cost Structure)

- Kos utama: bahan mentah, tenaga kerja, pembungkusan, logistik, kos operasi dapur.
- Kos sebenar lebih tinggi dari anggaran, terutama bahan mentah dan logistik.
- Margin perlu dikawal melalui pengurusan stok, jadual pengeluaran dan harga jualan.

Kesimpulan: Tindakan proaktif dalam pengurusan kos kritikal untuk keuntungan dan kelestarian perniagaan.

Kesimpulan Keseluruhan BMC:

Perniagaan Karipap Pusing mempunyai asas yang kukuh dengan produk berkualiti, agen setia, dan aliran pendapatan berulang. Fokus terhadap pengurusan pelanggan, agen, sumber dan kos akan memastikan pertumbuhan mampan dan daya saing yang berterusan.