

BLOK BMC	SOALAN PANDUAN	ANDAIAN ASAL	REALITI SEMASA	BUKTI / UKURAN	JURANG (GAP)	RISIKO & ISU	KEKUATAN	TINDAKAN / LANGKAH SETERUSNYA
Segmen Pelanggan	Adakah segmen pelanggan berkembang atau berkurang? Adakah keperluan mereka berubah?	Fokus pada suri rumah & pelanggan sekitar kampung dan taman	Permintaan makin pelbagai – bukan saja untuk makan sendiri, tapi juga untuk doorgift, jual semula, atau jualan online.	Tempahan meningkat semasa musim perayaan & cuti sekolah	Promosi masih fokus sekitar kawasan, belum maksimumkan potensi online.	Tanpa penyesuaian packaging, produk kurang tarikan untuk pasaran premium	Resepi homemade, rasa asli, produk segar	Seediakan pakej sesuai (pek ekonomi, pek hadiah, pek bundle)
Tawaran Nilai	Adakah pelanggan masih mendapat nilai seperti yang dijangka? Nilai mana yang diterima atau tidak?	Harga mampu milik akan menarik lebih ramai pembeli	Persaingan tinggi kerana banyak pengusaha kecil menghasilkan produk sama.	Maklum balas pelanggan menunjukkan rasa rangup dan rempah yang seimbang menjadi faktor utama pembelian semula	Pembungkusan masih se derhana, tidak menonjol di rak jualan	Produk mudah rosak jika tidak disimpan dengan betul (muruku boleh lemau, karipap boleh tengik)	Resepi tradisional yang autentik dan rasa yang sudah dikenali ramai	Tingkatkan pembungkusan dengan reka bentuk moden dan mesra pengguna (ziplock, kedap udara)
Saluran	Saluran mana yang berkesan atau tidak? Bagaimana kos, capaian dan kadar penukaran?	Saluran seperti kedai runcit, dan media sosial mampu menarik pelanggan	Pelanggan kini lebih memilih produk dengan pembungkusan menarik dan kebersihan terjamin	Stok cepat habis di kedai runcit dan bazar menunjukkan permintaan konsisten	Pemasaran digital belum dimaksimumkan untuk capaian pelanggan lebih luas	Persaingan harga meneyebabkan margin keuntungan rendah	Kudapan ringan, mudah dibawa dan sesuai untuk majlis perayaan	Gunakan platform digital untuk pemasaran (video pendek resepi, testimoni pelanggan)
Hubungan Pelanggan	Tahap kesetiaan pelanggan? Kadar aduan dan kepuasan pelanggan?	Pelanggan suka kudapan tradisi untuk jamuan, hadiah & santai.	Permintaan makin pelbagai – bukan saja untuk makan sendiri, tapi juga untuk doorgift, jual semula, atau jualan online.	Permintaan dari luar kawasan melalui WhatsApp	Belum capai pelanggan muda yang suka versi moden snack pack	Jika pesaing lebih agresif online, pelanggan boleh beralih	Ada pelanggan tetap & repeat order	Kenal pasti 3 jenis pelanggan: makan sendiri, doorgift, & reseller.
Aliran Pendapatan	Bagaimana pendapatan sebenar berbanding ramalan? Campuran pendapatan berulang vs sekali?	Pendapatan utama datang daripada jualan fizikal di kedai runcit, dan tempahan perayaan.	Kos bahan mentah semakin meningkat, menekan keuntungan jika harga tidak disesuaikan	Tempahan pukal daripada syarikat atau majlis keluarga menyumbang pendapatan tambahan	Tiada sistem langganan atau program kesetiaan pelanggan untuk pendapatan berulang.	Kebergantungan pada musim perayaan menyebabkan pendapatan tidak stabil sepanjang tahun.	Potensi untuk dijual dalam pelbagai saluran (offline dan online)	Pantau kos bahan mentah dan sesuaikan harga jualan secara berkala
Sumber Utama	Apakah sumber kritikal yang digunakan berbanding jangkauan? Kos, kebolehcapaian, keupayaan?	Permintaan tinggi kerana sesuai untuk minum petang dan majlis	Harga bahan seperti minyak dan tepung kadang naik	Maklum balas pelanggan tentang rasa & kerangupan	Standard saiz & rasa mungkin tidak konsisten	Karipap cepat lemau jika tidak disimpan betul	Sesuai untuk jualan pukal dan tempahan majlis	Kawal kos bahan dengan pembelian borong
Aktiviti Utama	Aktiviti mana yang benar-benar pemacu utama? Aktiviti mana yang membazir atau melambatkan?	Masa pengeluaran singkat dan boleh siap dalam kuantiti banyak	Proses melipat dan mengelim mengambill masa yang lama	Masa pengeluaran: ±3-4 jam untuk 300 biji	Kawalan kualiti tidak direkod secara sistematik	Aduan pelanggan jika rasa berubah	Resepi sendiri (keunikan rasa)	Buat SOP proses (sukat, masa goreng, suhu minyak)
Rakan Kongsi Utama	Adakah rakan kongsi memberikan nilai? Kos- faedah dan risiko daripada kerjasama?	Hubungan kerjasama berjalan lancar tanpa konflik	Persaingan tinggi meneyebabkan sukar dapat harga terbaik	Perbandingan harga antara 2-3 pembekal berbeza	Kurang rundingan harga jangka panjang	Gangguan bekalan meneyebabkan pengeluaran tergendala	Kerjasama dengan kedai runcit kecil atau kantin sekolah boleh tambah saluran jualan	Runding harga tetap untuk tempoh tertentu
Struktur Kos	Bagaimana struktur kos sebenar berbanding rancangan? Kos tetap vs berubah, margin keuntungan?	Margin keuntungan mencukupi walaupun harga jualan rendah	Kadangkala berlaku pembaziran bahan akibat lebihan stok atau produk rosak	Kos bahan muruku 1 kg: ± RM12 – RM18	Harga jualan tidak disemak semula walaupun kos meningkat	Kerugian jika produk tidak habis dijual	Kos pekerja minimum (dusahakan sendiri/ keluarga)	Semak dan laraskan harga jualan jika perlu