

## Lembaran Kerja 3\_BMC\_Haswani Binti A.Hassim

### 1. Segmen Pelanggan (Customer Segments)

- Penduduk tempatan (sarapan & makan tengah hari)
  - Pekerja sekitar (pejabat, kilang, peniaga)
  - Pelanggan yang gemar makanan tradisional (ikan pekasam)
  - Pembeli borong/kecil-kecilan untuk ikan pekasam
- 

### 2. Cadangan Nilai (Value Propositions)

- Makanan harian yang **murah, cepat & mengenyangkan**
  - Rasa **tradisional & autentik** (ikan pekasam homemade)
  - Menu popular rakyat Malaysia (roti canai, nasi lemak)
  - Ikan pekasam berkualiti, tahan lama & sesuai sebagai oleh-oleh
- 

### 3. Saluran (Channels)

- Jualan terus di kedai makan
  - Tempahan melalui WhatsApp / telefon
  - Platform online (contoh: Facebook, TikTok)
  - Ejen atau reseller untuk ikan pekasam
- 

### 4. Hubungan Pelanggan (Customer Relationships)

- Layanan mesra & servis cepat
  - Hubungan pelanggan tetap (regular customer)
  - Promosi diskaun / set kombo sarapan
  - Maklum balas pelanggan untuk penambahbaikan
- 

### 5. Aliran Hasil (Revenue Streams)

- Jualan makanan (roti canai, nasi lemak, minuman)
- Jualan ikan pekasam (runcit & borong)

- Tempahan khas (catering kecil-kecilan)
- 

## **6. Sumber Utama (Key Resources)**

- Bahan mentah (ikan, beras, tepung, santan)
  - Tenaga kerja (tukang masak, pembantu)
  - Peralatan dapur & kedai
  - Resipi & kemahiran membuat ikan pekasam
- 

## **7. Aktiviti Utama (Key Activities)**

- Penyediaan & memasak makanan harian
  - Penghasilan ikan pekasam
  - Pengurusan stok & pembelian bahan mentah
  - Pemasaran & jualan
- 

## **8. Rakan Kongsi Utama (Key Partnerships)**

- Pembekal bahan mentah (ikan segar, bahan dapur)
  - Ejen/reseller ikan pekasam
  - Platform penghantaran makanan (jika ada)
  - Komuniti setempat
- 

## **9. Struktur Kos (Cost Structure)**

- Kos bahan mentah
- Gaji pekerja
- Sewa kedai/utiliti (air, elektrik)
- Kos logistik & pembungkusan
- Kos pemasaran