Laika's Food

Business Model Canvas

Business Product: *Keripik Sinonggi*

KEY PARTNERS (MITRA UTAMA)

- Petani sagu
- Minimarket/Toko
- Toko oleh-oleh
- Toko kelontong

KEY ACTIVITIES (AKTIVITAS UTAMA)

- Promosi budaya
- Pengolohan sinonggi menjadi keripik
- Pemasaran

KEY RESOURCES (SUMBER DAYA UTAMA)

- Saripati sagu
- Peralatan penjemuran adonan sinonggi
- Alat penggorengan
- Alat pengemasan
- Karyawan
- Akun media sosial

VALUE PROPOSITIONS (PROPOSISI NILAI)

- Keripik Sinonggi aneka rasa (balado, jagung bakar, rumput laut, coklat, dan lain-lain)
- Keripik Sinonggi sebagai oleh-oleh khas Kab. Kolaka, Sulawesi Tenggara
- Produk tahan lama dan tidak mudah melempem
- Halal dan sehat
- Harga produk yang terjangkau
- Sebagai wadah bagi masyarakat untuk mengenal lebih jauh kebudayaan Suku Tolaki dan daerah Kab.Kolaka

CUSTOMER RELATIONSHIPS (KEMITRAAN PELANGGAN)

- Promo pembelian pada waktu tertentu
- Aktif berinteraksi di media sosial dengan membagikan konten yang bermanfaat
- Layanan pelanggan yang tersedia 24/7 pada saat pelanggan membutuhkan informasi mengenai produk yang ditawarkan

CHANNELS (SALURAN)

- Instagram
- Facebook
- Iklan interaktif (Facebook Ads dan Instagram Ads)
- Bazar dan festival
- Endorsment melalui influencer lokal
- Mitra kerja sama

CUSTOMER SEGMENTS (SEGMEN PELANGGAN)

- Keluarga (untuk oleh-oleh)
- Remaja dan Mahasiswa (kemasan dan rasa)
- Anak-anak

COST STRUCTURE (STRUKTUR BIAYA)

- Biaya bahan baku
- Biaya maintenance alat produksi
- Biaya kemasan dan pemasaran
- Biaya listrik dan air
- Biaya pajak
- Gaji bulanan dan honor karyawan

REVENUE STREAMS (ARUS PENDAPATAN)

- Penjualan keripik sinonggi