

# Business Model Canvas Aci-Mart

1:

Key Partners (Mitra Utama)	Key Activities (Aktivitas Utama)	Value Propositions (Nilai yang Diberikan)	Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)	Customer Segments (Segmen Pelanggan)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Produsen lokal olahan aci (UMKM atau individu)</li> <li>Penyedia bahan baku (tapioka, bumbu, minyak, dsb.)</li> <li>Jasa pengiriman (JNE, J&amp;T, SiCepat, Anteraja)</li> <li>Pengembang dan pengelola website (developer &amp; admin)</li> <li>Penyedia layanan pembayaran digital (DANA, OVO, Midtrans, QRIS)</li> <li>Influencer kuliner atau food blogger untuk promosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola dan memperbarui katalog produk olahan aci</li> <li>Melayani pesanan dan transaksi online</li> <li>Memproses pengemasan dan pengiriman produk</li> <li>Melakukan promosi dan pemasaran digital</li> <li>Menjaga hubungan dengan mitra produsen</li> <li>Melakukan analisis penjualan dan kepuasan pelanggan</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Key Resources (Sumber Daya Utama)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Website Acimart (sistem informasi e-commerce)</li> <li>Tim pengembang dan admin</li> <li>Database produk dan pelanggan</li> <li>Server dan domain website</li> <li>Brand "Acimart" dan identitas visual (logo, warna, dsb.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan berbagai produk olahan aci dalam satu platform terpadu</li> <li>Mempermudah pelanggan membeli produk aci secara online</li> <li>Membantu pelaku UMKM aci memasarkan produknya secara digital</li> <li>Produk dikurasi untuk menjaga kualitas dan keaslian rasa khas aci</li> <li>Transaksi aman, cepat, dan dapat dilacak secara real-time</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Layanan pelanggan melalui chat/email</li> <li>Notifikasi status pesanan dan promo via email/WhatsApp</li> <li>Program loyalitas (poin belanja atau voucher)</li> <li>Testimoni dan ulasan produk dari pelanggan</li> <li>Media sosial aktif untuk interaksi dengan pengguna</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Channels (Saluran Distribusi &amp; Promosi)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Website resmi Acimart</li> <li>Media sosial (Instagram, TikTok, Facebook)</li> <li>Iklan online (Google Ads, Instagram Ads)</li> <li>Marketplace tambahan (Shopee, Tokopedia sebagai mitra distribusi)</li> <li>Event kuliner lokal atau bazar makanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pecinta camilan olahan aci</li> <li>Mahasiswa dan pelajar</li> <li>Pekerja kantoran yang suka ngemil</li> <li>Penggemar kuliner pedas khas Indonesia</li> <li>UMKM dan reseller yang ingin menjual ulang produk aci</li> </ul>
<b>Cost Structure (Struktur Biaya)</b>			<b>Revenue Streams (Sumber Pendapatan)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya pengembangan dan pemeliharaan website</li> <li>Biaya domain &amp; hosting</li> <li>Biaya promosi dan iklan digital</li> <li>Biaya pengemasan dan pengiriman produk</li> <li>Biaya administrasi dan operasional (gaji, listrik, internet)</li> <li>Komisi untuk mitra produsen</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Penjualan produk olahan aci secara langsung</li> <li>Komisi dari mitra produsen (persentase tiap transaksi)</li> <li>Iklan produk premium di website Acimart</li> <li>Layanan berlangganan untuk produsen (paket premium)</li> <li>Penjualan merchandise atau produk eksklusif</li> </ul>	