

<b>KEY PARTNERS :</b>  1. Pemilik warung warung sembako. 2. Pemilik usaha kuliner. 3. Pemilik Mini Market. 4. Penjual pakan burung puyuh. 5. Penjual bibit burung puyuh petelur. 6. Pembeli burung puyuh. 7. Pembeli kotoran burung puyuh.	<b>KEY ACTIVITIES :</b>  1. Menyiapkan lahan kandang burung puyuh petelur. 2. Membuat kandang. 3. Melakukan pembelian bibit burung puyuh petelur, pakan & vitaminnya. 4. Perawatan burung puyuh petelur. 5. Mengontrol kualitas telur yang dihasilkan. 6. Mendistribusikan telur burung puyuh.	<b>VALUE PROPOSITION :</b>  1. Menghasilkan telur yang berkualitas. 2. Menghasilkan burung puyuh yang sehat. 3. Harga yang ditawarkan lebih terjangkau dari harga pasar. 4. Menghasilkan pupuk organik.	<b>CUSTOMER RELATIONSHIP :</b>  1. Promosi media sosial dan pengenalan toko offline. 2. Menjalin hubungan dengan customer melalui grup WhatsApp.	<b>CUSTOMER SEGMENTS :</b>  1. Pengusaha di bidang kuliner. 2. Pemilik warung warung sembako & mini market. 3. Masyarakat umum.
	<b>KEY RESOURCES :</b>  1. Lahan 2. Besi 3. Seng 4. Kayu 5. Baja ringan 6. Tempat minum & makan burung puyuh 7. Tandon air		<b>CHANNELS :</b>  1. Toko sembako 2. Tempat cathering 3. Tempat usaha makanan 4. Tempat penjualan ayam 5. Rumah makan 6. Minimarket	
<b>COST STRUCTURE :</b>  1. Biaya pembelian Alat & bahan untuk kandang 2. Biaya pembelian tempat makan & minum 3. Biaya pembelian pakan, vitamin & vaksin 4. Biaya pembelian tempat telur 5. Biaya listrik 6. Biaya tukang		<b>REVENUE STREAMS :</b>  7. Penjualan Telur 8. Penjualan burung puyuh 9. Penjualan kotoran burung puyuh		