

UUM

Pengurusan Enterprise Kecil dan Sederhana



Editor: Norasmah Hj. Othman

UUM Press
Universiti Utara Malaysia
06010 UUM Sintok
Kedah Malaysia.



Tel: 04-9284797
Faks: 04-9284792
E-mel: penerbit@uum.edu.my
Laman sesawang: <http://uumpress.edu.my>
Laman sesawang jualan: <http://uumpress.com.my>

© 2021 UUM Press
Cetakan Pertama 2021

Hak cipta terpelihara. Sebarang bahagian dalam buku ini tidak boleh diterbitkan semula, disimpan dalam cara yang boleh digunakan semula, ataupun dipindahkan dengan sebarang bentuk atau dengan sebarang cara, baik dengan cara elektronik, mekanik, penggambaran semula, perakaman dan sebagainya tanpa mendapat izin daripada UUM Press.

Buku teks merupakan sebuah buku yang dihasilkan daripada bahan pengajaran dan pembelajaran yang digunakan khusus untuk pelajar universiti mengikut silibus. Buku teks telah melalui penilaian di peringkat pusat pengajian. Mutu buku teks diperbaiki dari semasa ke semasa berdasarkan maklum balas yang diterima semasa sesi pengajaran diadakan.

UUM Press ialah anggota Majlis Penerbitan Ilmiah Malaysia (MAPIM) dan Persatuan Penerbit Buku Malaysia (MABOPA).

Perpustakaan Negara Malaysia

Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

PENGURUSAN ENTERPRISE KECIL DAN SEDERHANA/Editor NORASMAH HJ. OTHMAN.

ISBN 978-967-2486-59-6

1. Business enterprises.
 2. Small business.
 3. Government publications--Malaysia.
- I. Norasmah Hj. Othman.
338.7

Kategori: Buku Teks Universiti

Muka taip teks: Cambria

Editor Naskhah: Asrol Anuar Ramli
Penolong Editor: Mohd Shamaizar Maudin
Pengatur Huruf: Marina Abdol Azis
Pereka Bentuk: Zuraizee Zulkifli

BAB 11	PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN ENTERPRISE KECIL DAN SEDERHANA (EKS)	
11.0	PENGENALAN	319
11.1	DEFINISI PEMASARAN	319
11.2	PEMASARAN DALAM EKS	322
11.3	KEPENTINGAN PEMASARAN DALAM EKS	323
11.4	CABARAN PEMASARAN DALAM EKS	327
11.5	STRATEGI PEMASARAN	330
11.6	CAMPURAN PEMASARAN	336
11.7	STRATEGI PEMASARAN DIGITAL	347
11.8	KESIMPULAN	356
	BIBLIOGRAFI	357
BAB 12	BANTUAN AGENSI KERAJAAN DAN BUKAN KERAJAAN	
12.0	PENGENALAN	359
12.1	BANTUAN AGENSI KERAJAAN	360
12.2	BANTUAN AGENSI BUKAN KERAJAAN	397
12.3	KESIMPULAN	400
	BIBLIOGRAFI	401
BAB 13	CABARAN PERUSAHAAN ENTERPRISE KECIL DAN SEDERHANA (EKS)	
13.0	PENGENALAN	404
13.1	KAJIAN-KAJIAN LEPAS CABARAN PERUSAHAAN EKS	406
13.2	CABARAN PERUSAHAAN EKS	409
13.3	KAEDAH PENYELESAIAN	419
13.4	KESIMPULAN	433
	BIBLIOGRAFI	434
BAB 14	KANVAS MODEL PERNIAGAAN	
14.0	PENGENALAN	436
14.1	KANVAS MODEL PERNIAGAAN	437

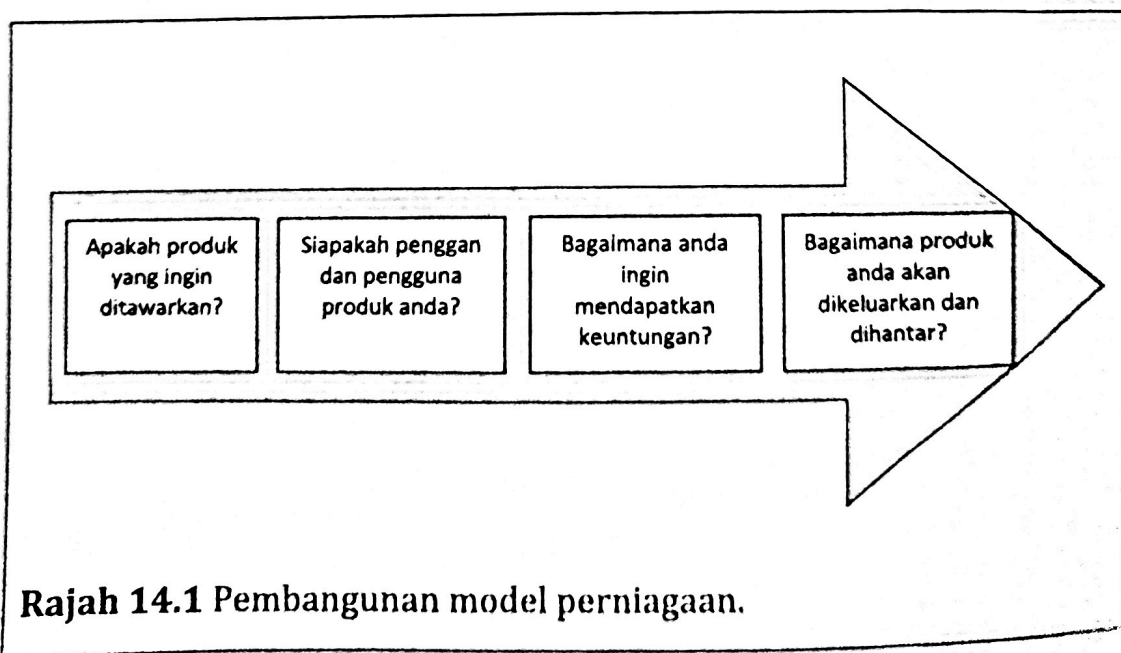
BAB 14

KANVAS MODEL PERNIAGAAN

Nor Hafiza Othman & Siti Aishah Attaullah

14.0 PENGENALAN

Model perniagaan boleh didefinisikan sebagai mengenal pasti nilai produk (barangan dan perkhidmatan), pelanggan dan cara menghasilkan keuntungan serta operasinya. Tujuan model perniagaan adalah untuk memberikan gambaran yang jelas di mana dan bagaimana nilai dibuat dan dapat disampaikan. Terdapat empat pertanyaan penting untuk membangunkan model perniagaan, memulakan perniagaan ataupun menjaga kelangsungan perniagaan sedia ada (Rajah 14.1). Oleh itu, yang paling penting sebagai usahawan adalah mengubah idea perniagaan, menjadi model perniagaan.



Secara umumnya, dalam membangunkan model perniagaan ia tidak perlu terlalu kompleks. Model perniagaan mempunyai reka bentuk yang mencakupi elemen-elemen perniagaan, ciri