

Pramesthi dengan dunia kuliner ataupun camilan dan sering mencoba membuat camilan sendiri dengan melakukan percobaan memberikan beberapa rasa baru pada makanan khususnya makaroni. Dari hal itu muncullah ide untuk membuat dan menjual hasil dari percobaan tersebut dengan dukungan orang – orang terdekat, kemudian mulailah menjual ke teman – teman terdekat dahulu melalui word of mouth lalu merambah ke sosial media dengan metode penjualan made by order only membuat produk dari Nyamil baru semua dan dengan penjualan menggunakan system COD (Cash On Delivery) untuk pembelian di sekitar Klaten dan sekitarnya, sedangkan untuk luar kota dikirim melalui pihak ekspedisi yang terjamin membuat pelanggan merasa aman terhadap produk yang dikirim. Berkat itu produk dari Nyamil sampai bisa menjual hingga ke luar daerah bahkan sampai ke luar pulau.

2. Produk yang ditawarkan

a) Makaroni rasa pedas

Komposisi : Makaroni, Bumbu tabur Pedas Balado, Minyak nabati

Berat : 70 gr

Harga : Rp. 7000

b) Makaroni rasa keju

Komposisi : Makaroni, Bumbu tabur Keju, Minyak nabati

Berat : 70 gr

Harga : Rp. 7000

c) Makaroni rasa bbq

Komposisi : Makaroni, Bumbu tabur BBQ, Minyak nabati

Berat : 70 gr

Harga : Rp. 7000

d) Makaroni rasa rumput laut

Komposisi : Makaroni, Bumbu Rumput Laut, Minyak nabati

Berat : 70 gr

Harga : Rp. 7000

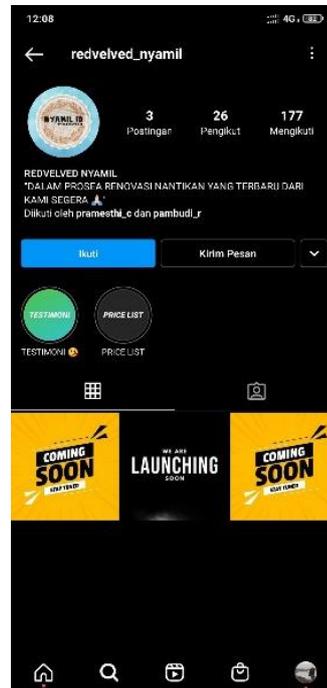


gambar 3 : kemasan nyamil
([instagram.com/redvelved_nyamil](https://www.instagram.com/redvelved_nyamil))

3. Media promosi

Media promosi yang telah digunakan untuk mempromosikan produk Nyamil kepada masyarakat melalui media non cetak yaitu

a) Feed Instagram



gambar 4 : Feed Instagram
([instagram.com/redvelved_nyamil](https://www.instagram.com/redvelved_nyamil))

Media feed Instagram merupakan bagian dari visualisasi salah satu media sosial yang digunakan Nyamil untuk memperkenalkan produknya kepada customer. Namun pada media ini belum terlihat jelas seperti apa ciri khas yang akan ditampilkan Nyamil untuk lebih menarik pelanggan.

b) Poster



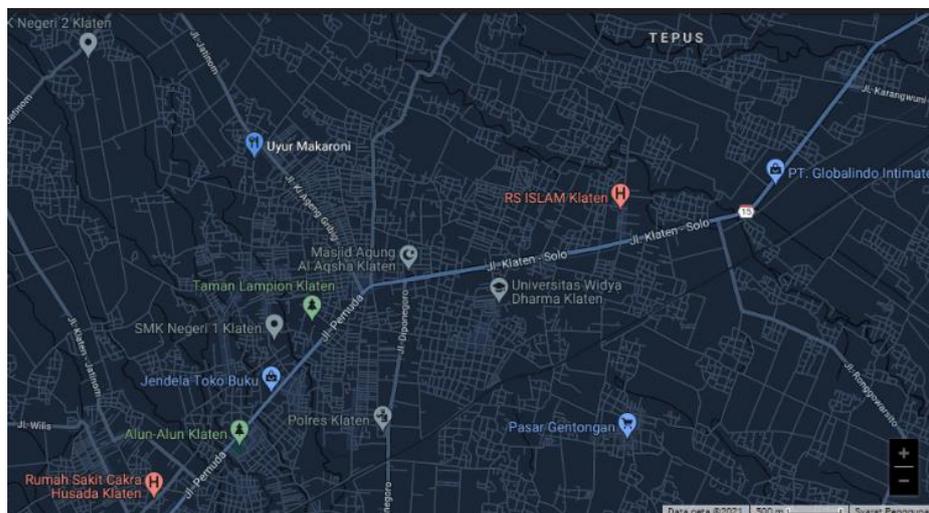
gambar 5 : Poster Digital Nyamil
([instagram.com/redvelved_nyamil](https://www.instagram.com/redvelved_nyamil))

Media Poster yang digunakan oleh Nyamil merupakan poster digital yang di tampilkan pada berbagai macam platform media social, seperti Story Whatsapp, Instagram Story dan Facebook Story

B. Data Competitor

Nama : Makaroni Uyur

Alamat : Klaten



gambar 6 : Lokasi Makaroni Uyur
(Google Maps 2021)

Promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram dengan konten foto produk dan kegiatan jual beli serta memiliki beberapa toko di Klaten. Kelebihan makaroni Uyur yaitu memiliki toko dan media promosi yang dilakukan berhasil dikenal oleh masyarakat luas dengan sering melakukan promosi. Sedangkan, kekurangan makaroni Uyur yaitu kurangnya varian rasa yang disajikan serta konten Instagram untuk promosi yang digunakan sudah banyak dipakai produk lain

C. Analisa Swot

| | Nyamil | Makaroni Uyur |
|-------------------------|---|---|
| Strengths (Kekuatan) | 1. Memiliki produk dengan berbagai varian rasa yang beragam, sehingga | 1. Memiliki toko untuk penjualan dan promosi yang dilakukan dapat |

| | | |
|----------------------------|---|--|
| | <p>konsumen dapat memilih rasa yang disukai.</p> <p>2. Metode penjualan dengan <i>made by order only</i> yang membuat produk selalu dalam keadaan abru.</p> | <p>menarik perhatian konsumen</p> |
| Weaknesses (Kelemahan) | <p>1. Memiliki kemasan yang kurang menarik dan tidak memiliki ciri khas</p> <p>2. Promosi yang dilakukan kurang dan tidak menarik perhatian di salah satu platform media social</p> <p>3. Tidak memiliki toko</p> | <p>1. Hanya memiliki produk dengan satu rasa</p> |
| Opportunities (Peluang) | <p>1. Produk yang dijual Nyamil berpeluang banyak menarik pelanggan dengan melakukan promosi di media sosial yang akan</p> | <p>1. Tingkat kepercayaan masyarakat cukup tinggi karena pengalaman lama perusahaan yang berdiri</p> |

| | | |
|------------------------------|--|---|
| | <p>membuat masyarakat lebih mengenal Nyamil</p> <p>2. Melakukan pembaruan pada kemasan yang membuat peluang untuk menarik pelanggan akan semakin banyak</p> | |
| <p>Threats (Ancaman)</p> | <p>1. Kurang menariknya kemasan yang sekarang yang dapat membuat konsumen tidak tertarik</p> <p>2. Promosi yang dilakukan kurang menarik perhatian konsumen</p> <p>3. Masyarakat belum terlalu mengenal produk dan usaha yang dijual</p> | <p>1. Kurang adaptif dengan perubahan yang ada sekarang</p> |