

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya NIMCO Distro *Clothing Company*

NIMCO merupakan sebuah nama perusahaan industri sandang (*clothing*) yang memproduksi pakaian jadi dan *Distribution Outlet* (Distro). Nama NIMCO sendiri tidak mempunyai arti atau makna khusus. Alasan pemilihan karena *easy listening* dan agar mudah diingat oleh pasar. NIMCO yang beralamat lengkap di Jl. Delima No. 52 B, Leles, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta didirikan pada tahun 2006, dengan jumlah karyawan mencapai 22 orang. Perusahaan ini dimiliki oleh Eko Riyanto, dan didirekturi oleh Eko Riyanto itu sendiri yang dalam usahanya di bantu oleh Andre Sigit sebagai *Operational Manager*. Berawal dari pemikiran idealisme *founder* yang ingin menghasilkan produk-produk yang kreatif, fleksibel serta bisa mencerminkan gaya hidup anak muda zaman sekarang. Kemudian pemikiran idealisme tersebut diturunkan dalam gaya berpakaian yang bisa digunakan oleh global *customer*. (Dok. *Company Profile* NIMCO)

Selalu dinamis dan *update* dengan perkembangan pasar merupakan hal yang selalu diprioritaskan NIMCO Distro *Clothing*. Barang-barang yang dijual oleh NIMCO adalah barang-barang berupa produk sandang, khususnya baju, jaket, topi, ikat pinggang, *dress*, kaos, kemeja, *jumper*, *hoodie*, *sweater*, *denim*, celana pendek, *boxer*, *skirt*, *vest*, *blazer*, tas, dan lain sebagainya.

kapasitas produksinya belum begitu banyak maka perusahaan ini hanya memenuhi produksi sesuai dengan pesanan (*ordering*) yang terdapat pada *catalog* dengan sistem jual titip produk atau konsinyasi di toko pakaian *independent* di Yogyakarta.

NIMCO selalu berusaha untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan berbagai Inovasi yang dilakukan secara terus menerus dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dan unik. Perlahan namun pasti, perusahaan ini mulai mengembangkan produknya dengan membuat berbagai macam produk lainnya, pada tahun 2009 NIMCO mulai membuka toko atau distro yang khusus menjual produknya sendiri dan menerima konsinyasi dari *clothing* lain di Jalan Mataram No. 90 Yogyakarta dan kini sudah memiliki cabang di Jalan Cendrawasih No. 25 Demangan Baru Yogyakarta.

Untuk menjaga kualitas dan layanan bagi konsumennya, NIMCO mulai melakukan pembenahan manajemen yang lebih efektif karena perusahaan sudah memiliki tempat produksi, gudang, dan kantor sendiri. Sehingga sampai saat ini NIMCO Distro *Clothing Company* mampu bertahan serta produk-produknya dapat dipasarkan hingga ke berbagai kota di Indonesia, seperti Yogyakarta, Jakarta, Surabaya, Solo, Semarang, Malang, Banjarmasin, Salatiga, Purwokerto, Samarinda, Bontang dan Makasar. Promosinya pun saat ini tidak hanya dengan pamflet dan brosur, akan tetapi bertambah dengan menggunakan media iklan lain yakni melalui media radio seperti, Geronimo Radio, Swaragama Radio, Unisi Radio, I-Radio, Q Radio, Sela Radio dan Prambora Radio. Sedangkan untuk media cetak yaitu di

Dappr Squed Catalogue Magazine, Clique Catalogue Magazine, DAB Magazine, dan EAR Magazine yang merupakan barometer *fashion* dikalangan anak-anak muda dan menjadi sponsor di berbagai *event* seperti bazaar, Expo dan *endorsement* band-band indie Yogyakarta. Dengan promosi yang terus menerus dilakukan dan adanya keseriusan dalam manajemennya, maka volume penjualan NIMCO terus meningkat.

B. Tujuan Berdirinya NIMCO Distro *Clothing Company*

Tujuan berdirinya NIMCO Distro *Clothing Company* adalah untuk:

1. Untuk memperoleh keuntungan yang nantinya dapat digunakan sebagai sarana untuk menunjang kelangsungan hidup perusahaan dan memperluas usaha dibidang distro *clothing*
2. Untuk membuka lapangan usaha, baik sebagai usaha pemiliknya ataupun masyarakat lain
3. Menyediakan kebutuhan *fashion* bagi masyarakat
4. Untuk menciptakan industri pakaian *indie* dengan ciri khas desain *casual* Pop Arts baik untuk laki-laki maupun perempuan yang ingin tampil beda.

C. Visi dan Misi NIMCO Distro *Clothing Company*

1. Visi

Diakui secara profesional sebagai salah satu perusahaan yang menjadi produsen dan distributor pakaian serta aksesoris yang dapat diandalkan, dinamis dan kompetitif serta memberikan hal – hal yang baru,

2. Misi

1. Mampu bersaing secara Nasional
2. Menjadi pilihan nomer 1 dalam produk distro *clothing* Jogja
3. Menciptakan karya – karya yang unik, menarik dan memiliki pesan serta kesan yang akan diaplikasikan.
4. Berperan sebagai *prime mover* (penggerak utama) bangkitnya industri dalam negeri. (Dok. NIMCO Distro *Clothing*)

D. Lokasi NIMCO Distro *Clothing Company*

Pemilihan lokasi memegang peranan penting dalam menunjang keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha, karena kegiatan ini tidak terlepas dari strategi promosi yang ingin dikembangkan oleh perusahaan. NIMCO *store* mengambil lokasi di Jl.Mataram no.90 yang berada di daerah pusat jajan dan oleh-oleh yang berdekatan atau sejajar dengan jalan Malioboro dan merupakan jalan dua arah yang cukup lebar, sedangkan cabang dari NIMCO *store* berada di Jl. Cendrawasih no.25 Demangan Baru Yogyakarta berada di lokasi yang merupakan daerah bisnis, fasilitas parkir yang memadai dan nyaman bagi para pelanggan, mudah dan dapat dijangkau oleh para konsumen, mudah dalam memasarkan produk atau jasa kepada konsumen, dan juga pengadaan produk dari distributor dapat berjalan lancar.

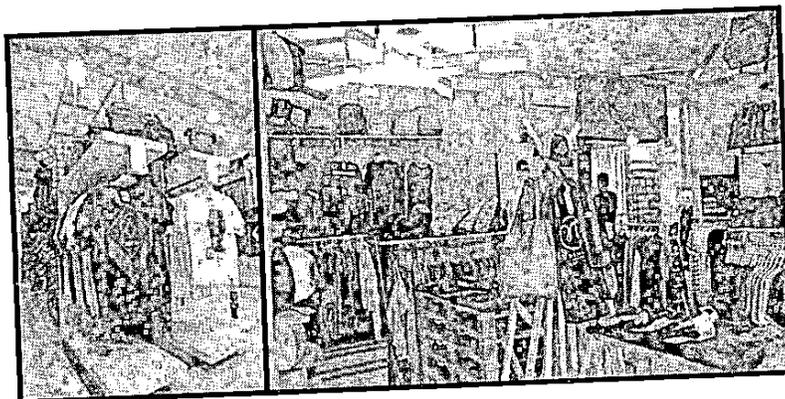
Alamat kantor dan *store* NIMCO Distro *Clothing Company*, yaitu:

NIMCO Office : Jl. Delima No. 52 B. Jales Condongcatur Depok

- NIMCO Store 1 : Jl. Mataram No. 90 Yogyakarta
Telp : 0274 552091
- NIMCO Store 2 : Jl. Cedrawasih No. 25 Demangan Baru Yogyakarta
(Dok. *Company Profile* NIMCO).



Gambar 2.1 NIMCO Store di Jl. Mataram dan Jl. Cendrawasih



Gambar 2.2 Koleksi kaos NIMCO store

Adapun pertimbangan dalam pemilihan lokasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Faktor transportasi

Showroom (store) utama NIMCO Distro *Clothing* sangat strategis karena terletak di pinggir jalan dan berdekatan dengan beberapa lokasi kampus dan juga sekolah-sekolah SMA. Sehingga konsumen dapat dengan mudah mengunjungi NIMCO *store*.

2. Faktor tenaga kerja

Untuk pelayanan yang diberikan kepada konsumennya, NIMCO Distro *Clothing* menggunakan tenaga kerja yang handal untuk menciptakan suasana yang menyenangkan kepada para konsumen.

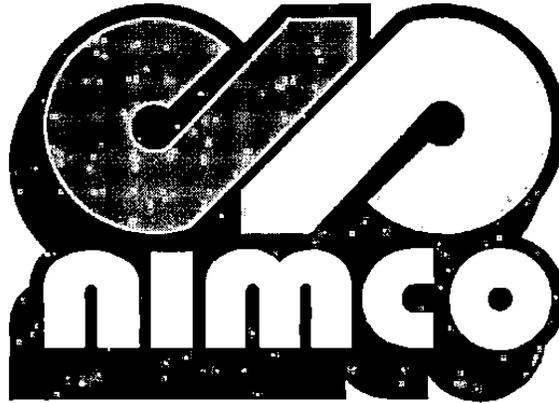


Gambar 2.3 Pelayan NIMCO Distro *Clothing*

3. Faktor pasar

Kota Yogyakarta merupakan pasar yang jelas menjanjikan, karena merupakan kota pelajar yang memiliki begitu banyak konsumen potensial yang dapat dijadikan sebagai target pasar NIMCO

E. Logo NIMCO Distro *Clothing Company*



Gambar 2.4 Logo NIMCO Distro *Clothing Company*

NIMCO Distro *Clothing Company* ditulis dengan *font* yang *simple* dimaksudkan agar mudah diingat dan penggunaan warna perpaduan antara orange dan kuning sendiri ingin menunjukkan nuansa keakraban antara NIMCO dan masyarakat.

F. Struktur Organisasi NIMCO Distro *Clothing Company*

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang menggambarkan hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap tingkat yang ada dalam organisasi tersebut.

Mempunyai struktur organisasi yang baik merupakan suatu yang penting dalam perusahaan, karena dengan struktur organisasi yang baik dan tepat dapat membantu kelancaran jalannya usaha yang baik dan teratur.

Dengan organisasi yang baik dan tepat, setiap karyawan akan ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan keahlian dari masing-masing staf dan

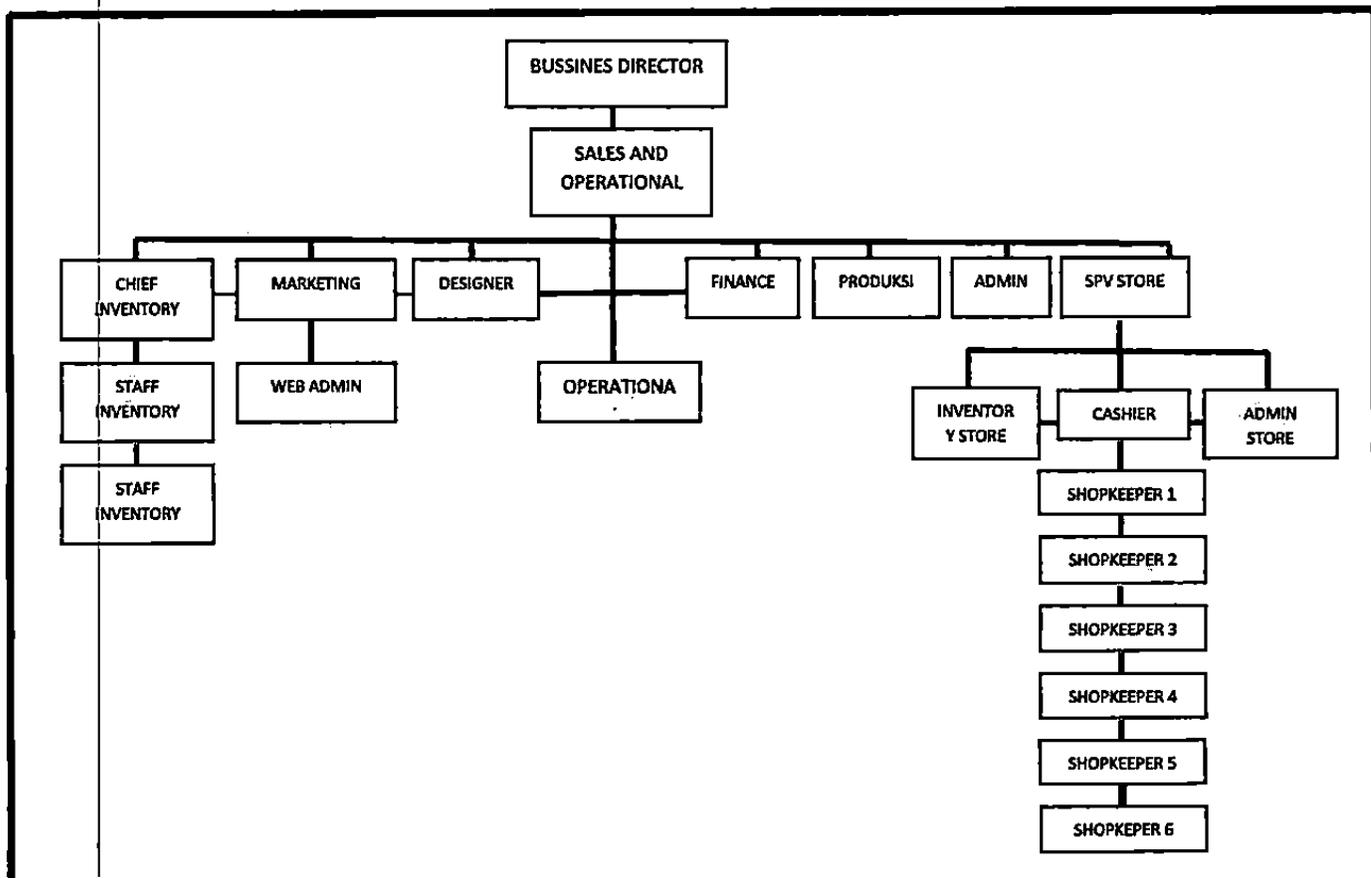
karyawannya. Begitu juga yang dilakukan secara selektif yaitu melihat kemampuan, bakat, dan minat dari karyawannya.

Agar tercapai efisiensi dan efektivitas bagi setiap karyawan dalam bekerja, perusahaan perlu menyusun dan menetapkan bagian organisasi yang disertai uraian tugas dan tanggung jawab di lingkungan perusahaan. Hal ini dilaksanakan untuk menghindari bias atau kerancuan dalam pelaksanaan tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing karyawan.

Adapun struktur organisasi NIMCO Distro *Clothing Company* dapat digambarkan pada Bagan 2.1 yaitu sebagai berikut:

Bagan 2.1

Struktur Organisasi Tugas dan Jabatan NIMCO Distro *Clothing Company*



Uraian tugas dan jabatan :

1. Bussiness Director atau Pimpinan Perusahaan

- a. Melakukan pengawasan atas kepengurusan para karyawan NIMCO Distro *Clothing*
- b. Menjalin hubungan dengan pihak luar yang berkaitan dengan perusahaan
- c. Menyiapkan tujuan perusahaan
- d. Menerima usulan mengenai semua masukan atau kritik untuk perusahaan dan mempertimbangkannya
- e. Bertanggung jawab atas segala aktivitas perusahaan baik untuk produk yang akan dipasarkan maupun atas pembiayaan yang akan dilakukan.

2. Sales and Operational Manager

- a. Mengelola fungsi organisasi yang menghasilkan barang dan jasa
- b. Menginformasikan pengoperasian sistem NIMCO kepada karyawan, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk seluruh *head coordinator* dari pada karyawan itu sendiri dan penginformasian terhadap *customer*
- c. Menginformasikan produk-produk NIMCO kepada konsumen.

3. Marketing

- a. Bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan pendataan untuk penjualan produk

- b. Menangani masalah promosi pada pasar NIMCO yang tersebar di beberapa titik di Yogyakarta.
- c. Membuat tugas mengenai pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab para karyawan

G. Proses Produksi Produk NIMCO Distro *Clothing Company*

Pada proses produksi, terdapat dua badan yang selalu beriringan dalam hal produktifitas perusahaan yang terus aktif. Keduanya merupakan badan kreatif dan produksi, karena badan produksi hanya akan berjalan jika badan kreatif sudah melakukan selangkah pekerjaannya untuk dapat mengeksekusi produk melalui badan produksi, yaitu antarlain :

1. Dalam hal proses desain dan merancang sketsa yang dilakukan oleh badan kreatif, harus melalui beberapa proses pengecekan kembali.
2. Seiring dengan proses kreatif yang berjalan, bagian produksi mempersiapkan bahan yang akan digunakan sebagai bahan dasar t-shirt, tas, topi, *denim*, *walet*, jaket dan juga produk yang lain mulai dari pembuatan pola.
3. Setelah dipotong-potong dan dipisahkan, desain yang telah diselesaikan hingga tahap penyempurnaan, akan disablon dengan mesin cetak sablon yang canggih.
4. Selesai gambar dicetak maka proses selanjutnya adalah tahap penjahitan. Sampai dengan proses ini, akan diadakan lagi proses pengecekan kualitas atau *quality control* mengenai pengerjaan sablon dan jahitan.

H. Sistem Penjualan NIMCO Distro *Clothing Company*

Sistem penjualan yang diterapkan oleh NIMCO Distro *Clothing Company* adalah dengan dua sistem cara, yaitu sistem order (*wholesale*) dan retail. Sistem order (*wholesale*) merupakan sistem permintaan berdasarkan pemesanan (sistem beli putus), biasanya konsumen memesan dalam jumlah banyak (tertentu). Sedangkan sistem retail yaitu penjualan per unit dalam jumlah kecil. Untuk melalui sistem order bisa dengan mengunjungi *showroom (store)* utama ataupun lewat media *online*.

Penjualan melalui media *online* melalui *web* ataupun jejaring sosial NIMCO Distro *Clothing*, yaitu:

Email : nimco_poop@yahoo.com / nimcoindustry@gmail.com

Facebook : Nimco Cloth full / Nimco Store – Clothing

Twitter : @Nimco_Store / @Nimco06

Web : www.nimcopoop.com

Tabel 2.1

Titik Distribusi NIMCO Distro *Clothing Company (Consignment)*

No.	Kota Distribusi	Distro
1.	Jakarta	- NOIN BRAND - PREMIUM NATION - ROCKHOUND
2.	Yogyakarta	- NIMCO STOR - SLACKERS - OUVAL RSCH

3.	Solo	- ROWN - TOMCAT
4.	Semarang	- ABOVE - INDIGO
5.	Malang	- INSPIRED - HEROINE
6.	Surabaya	SEVEN SOULS
7.	Salatiga	CLIP
8.	Purwokerto	FLEA
9.	Samarinda	ANATHEMA
10.	Bontang	FINALE
11.	Banjarmasin	HOUSE OF SMITH
12.	Makasar	- IMMORTAL - ISSUE 1 - ISSUE 2
Total Pendistribusian		12 Titik Distribusi

Sumber : Data Penjualan NIMCO Distro *Clothing Company* 2012

Selain titik konsinyasi, NIMCO juga mempunyai titik-titik *wholesale* (beli putus) yang tersebar di seluruh Indonesia.

I. *Market Positioning*

Sebutan Yogyakarta sebagai kota budaya, kota wisata, dan kota pelajar merupakan wujud miniatur Indonesia. Setiap tahunnya 20.000 pemuda datang dan menetap di kota ini, disamping itu dengan adanya *event-event* budaya dan musik menambah daya tarik orang untuk hadir di kota

Yogyakarta. Kondisi tersebut secara tidak langsung membuat kota Yogyakarta

menjadi barometer musik dan *trend mode* (distro) yang ditunjang dengan daya kreatif dan inovatifnya desainer-desainer muda dari kota yang punya Malioboro ini. (Dok. *Company Profile* NIMCO)

Market needs yang semakin hari semakin berkembang dan semakin berselera tinggi menuntut NIMCO untuk terus berkembang dan memenuhi keinginan *market* atau *customer* dalam industri yang digelutinya.

Dalam perkembangannya NIMCO membidik segmentasi pasar dengan deskripsi sebagai berikut:

1. Usia : 15- 25 tahun
2. Gender : pria dan wanita
3. SES : menengah (B)
4. Lifestyle : *casual* dan gaul

J. Strategi Promosi NIMCO Distro *Clothing* yang Sudah Dilakukan

Pada awal berdirinya di tahun 2006 hingga tahun 2009, NIMCO Distro *Clothing* mengambil keputusan untuk melakukan empat kegiatan promosi produknya kepada konsumen, yaitu :

1. Mulut ke mulut (*Word of mouth*)

Kegiatan promosi *word of mouth* dilakukan dengan cara memberikan informasi mengenai produknya kepada teman-teman dan juga rekan komunitas *clothing* yang diikuti dengan menyertakan katalog serta

brosur sederhana untuk dibagikan kepada mereka

2. Katalog

Untuk kegiatan promosi dengan menggunakan katalog sendiri selain dibagikan kepada teman-teman dan juga kepada rekan-rekan komunitas *clothing*, katalog NIMCO juga di titipkan kepada beberapa distro yang ada di Jogja, agar para pengunjung di masing-masing distro tersebut tertarik untuk memesan atau membeli produk NIMCO setelah melihat katalog yang mereka titipkan.

3. Brosur

Brosur dilakukan saat ada program promo tertentu ataupun pengenalan secara menyeluruh mengenai produk atau pun *store* NIMCO, sasaran ditujukan kepada remaja, dengan pembagian brosur yang dilakukan di SMA-SMA, kampus-kampus maupun cafe. Sedangkan pelaksanaannya tergantung dari tema promo yang sedang diangkat.

4. *System endorsement* (sponsor)

Sedangkan promosi lain yang dilakukan NIMCO adalah menggunakan *system endorsement* band-band indie Jogja. Dengan demikian diharapkan masyarakat khususnya para remaja dan dewasa baik perempuan maupun laki-laki akan mengikuti *style* atau gaya berpakaian band-band indie yang disukainya.

K. Jenis-jenis Produk NIMCO Distro *Clothing Company*

Saat ini produk dari NIMCO sudah semakin lengkap, karena *all item*

sedek di produksi. Produk-produk unggulan NIMCO antara lain :

1. *Male Product :*



Gambar 2.5 T-shirt

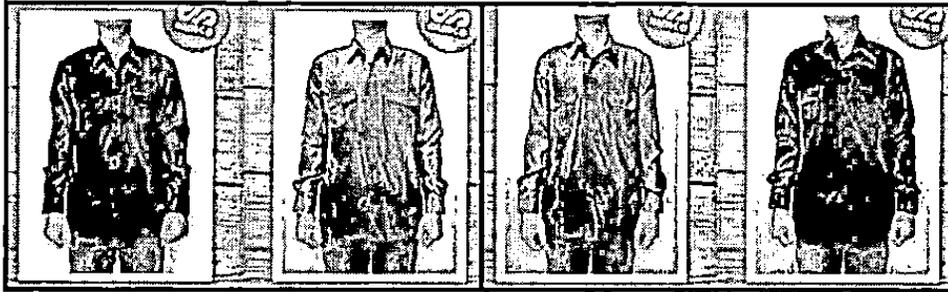


Gambar 2.6 Polo



Gambar 2.7 Jumper

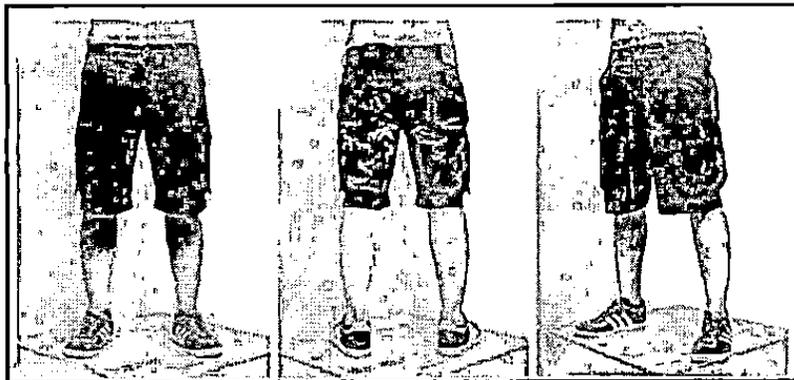




Gambar 2.9 Kemeja

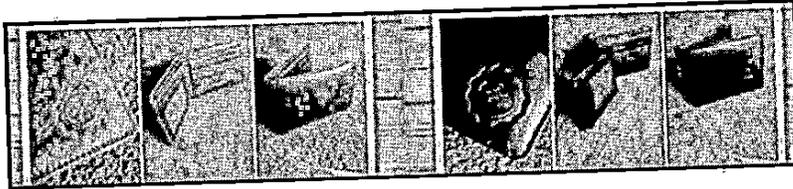


Gambar 2.10 Singlet

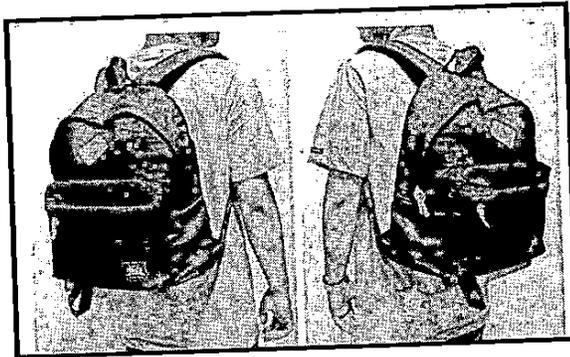


Gambar 2.11 Celana Pendek

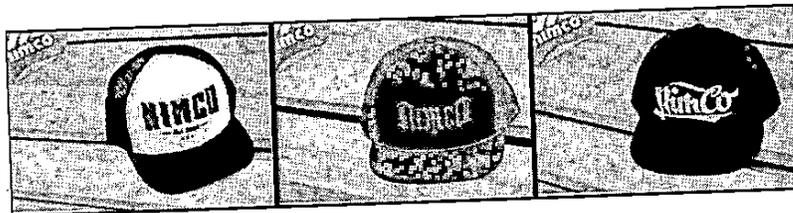




Gambar 2.13 Dompet (*walet*)

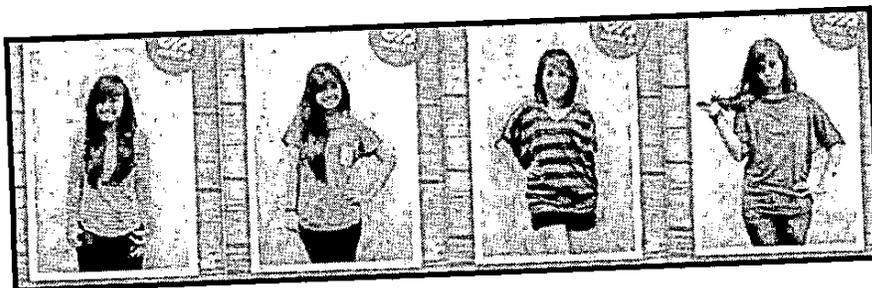


Gambar 2.14 Tas pria (*Boy bag*)

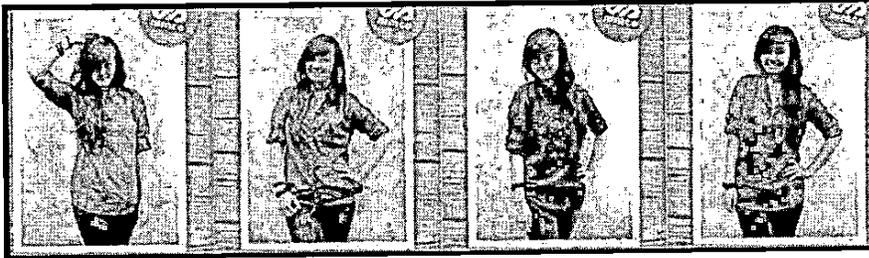


Gambar 2.15 Topi

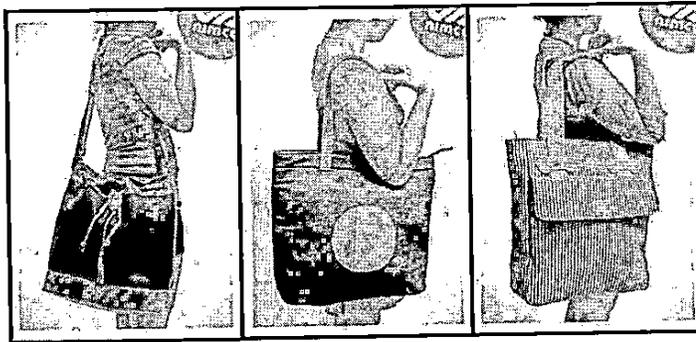
2. Female Product :



Gambar 2.16 kaos (T-shirt) wanita



Gambar 2.17 Kemeja



Gambar 2.18 Tas wanita (Girl bag)



Gambar 2.19 Jaket wanita