

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini sebelum peneliti menjabarkan hasil temuan data yang didapatkan dilapangan pada *Nimco Clothing Company*, terlebih dahulu peneliti akan memperkenalkan *Nimco Clothing Company* melalui deskripsi organisasi.

Deskripsi objek penelitian ini didapat dari hasil wawancara langsung yang dilakukan dengan pemilik dan kreatif dari *Nimco Clothing Company* yaitu Andre Sigit. Selain wawancara langsung, deskripsi objek penelitian juga diperkuat dengan observasi data – data tertulis yang diberikan oleh narasumber ataupun data – data artikel dari berbagai sumber terkait. Wawancara dan observasi dilakukan pada 18 Januari 2011.

A. *Nimco Clothing Company*

1. Sejarah

Nimco Clothing Company merupakan sebuah *distro clothing* yang berdiri sekitar tahun 2006, pada saat itu berdirinya *Nimco Clothing Company* berdasarkan pada animo remaja atau anak muda yang tinggi terhadap produk *distro* di Indonesia pada umumnya dan di Yogyakarta khususnya. Munculnya *Nimco Clothing Company* diharapkan dapat memberikan perbedaan di kehidupan kalangan muda di Yogyakarta atau dengan kata lain dengan menggunakan produk *Nimco Clothing Company* dapat memberikan perbedaan tingkat dalam hal *fashion* atau mode berpakaian.

Dimulai dengan ketertarikan pada mode anak muda maka kemudian usaha dibidang *fashion* ini pun kemudian dirintis. Pada awalnya hanya memproduksi beberapa produk seperti kaos, kemeja dan tas yang masih menggunakan desain atau pola yang masih sangat sederhana dan masih sangat terbatas. Namun dengan ada ketertarikan konsumen terutama anak muda dengan produk tersebut maka secara tidak langsung memproduksi lebih banyak lagi.

Distro itu sendiri pertama kali muncul dikota Bandung pada tahun 1994, dimulai dengan adanya kesamaan hobi mengenai skateboard dimana kemudian hal tersebut menjadi benang merah yang menjadi ciri dan eksplorasi gaya *fashion* juga *lifestyle* anak muda pada saat ini. *Distro* yang pertama kali muncul adalah Reverse dan *distro* tersebut menjual berbagai macam barang seperti kaos, CD, kaset, majalah, asesoris band dan lain sebagainya yang menunjang *fashion* anak muda saat itu.

Mengekor dari munculnya fenomena *distro* kemudian *Nimco Clothing Company* muncul dengan mengusung semangat *distro* yang sama namun lebih mengacu pada desain produk yang modern dan berbeda dengan kebanyakan *distro*. Namun tidak seperti *distro* pada umumnya *Nimco Clothing Company* lebih fokus pada hal yang sederhana dan anak muda, tidak seperti *distro* pada era 1990 – an dimana lebih mengacu pada musik dan olahraga ekstrem (skateboard, BMX dan lain sebagainya).

Sesuai dengan “slogan” *distro* bahwa produk yang diproduksi seharusnya tidak terlalu banyak, hal tersebut dikarenakan jika produk yang diproduksi terlalu banyak maka esensi atau nilai dari produk *distro* akan hilang, oleh karena itu kemudian *Nimco Clothing Company* membatasi jumlah produk yang diproduksi agar memiliki nilai tambah sebagai produk yang eksklusif (produk *distro*). Setiap desain yang diproduksi dibatasi sesuai dengan kebutuhan distribusi karena *Nimco Clothing Company* memiliki beberapa saluran penjualan yang bersifat konsinyasi selain produk yang dijual di outlet *Nimco Clothing Company*.

Nimco Clothing Company sendiri berbeda dengan *distro – distro* yang lain yang ada di Yogyakarta karena *Nimco Clothing Company* memiliki seorang desainer sekaligus pemilik dari *Nimco Clothing Company* itu sendiri. Hal tersebut kemudian menjadi sebuah nilai tambah atau *value added* karena dengan demikian sebagai seorang pemilik yang sekaligus sebagai seorang desainer maka akan menghasilkan inovasi mode berpakaian yang selalu *up to date* dan modern.

Nimco Clothing Company secara khusus memasang target pada anak muda yang selalu ingin tampil beda dibandingkan dengan remaja pada umumnya. Oleh karena itu *Nimco Clothing Company* lebih bergerak pada *indie fashion*. *Nimco Clothing Company* pada dasarnya bergerak dalam membudayakan mode yang beraliran mandiri atau

dengan kata lain lebih bergerak pada budaya *fashion* anak muda yang berbeda dengan anak muda pada umumnya.

Nimco Clothing Company memilih alur desain dengan lebih menitikberatkan pada keseimbangan dan kesederhanaan. Hal tersebut akan menghasilkan sebuah karya desain yang enak untuk dinikmati dan terkesan tidak terlalu rumit. Fokus utama desain sebenarnya lebih mengacu pada hal yang bersifat kewanitaan atau *girly*, namun tidak meninggalkan produk *fashion* yang bersifat maskulin. Desain dari produk – produk yang dihasilkan oleh *Nimco Clothing Company* lebih mengarah pada generasi yang bergaya modern.

Selain menjadi salah satu pelopor berdirinya *distro* di Jogjakarta khususnya *Nimco Clothing Company* juga menjadi pelopor penggunaan *Website* yang terintegrasi dalam mengoperasikan sebuah *clothing distro*. Adanya *Website* yang mudah diakses akan membantu konsumen dalam menentukan produk - produk yang akan dibeli hanya dengan melihat katalog yang sudah ada atau sudah dipersiapkan. Selain itu pemaparan produk yang dilakukan melalui *Website* memiliki berbagai keunggulan diantaranya adanya kemudahan akses internet akan memudahkan dalam memasarkan produk dan adanya efisiensi dalam hal pembiayaan.

2. Visi

Visi perusahaan yang diusung oleh *Nimco Clothing Company* adalah :

“ Menjadikan produk – produk yang dihasilkan oleh *Nimco Clothing Company* menjadi produk yang dikenal di Yogyakarta dan Indonesia pada umumnya “

3. Misi

Misi yang diusung oleh *Nimco Clothing Company* adalah :

a. Menjual produk yang berkualitas dan bermutu tinggi.

Diharapkan dengan dihasilkannya produk – produk yang berkualitas akan dapat mengangkat pencitraan produk *distro* atau produk indie yang notabene merupakan produk yang local dan terbatas, sehingga menjadikan produk – produk *distro* dikenal akan kualitasnya.

b. Tidak menjual atau memproduksi desain – desain yang bermuatan pornografi, eksploitasi kekerasan dan lain sebagainya yang bertentangan dengan moral masyarakat.

Desain yang sederhana merupakan kunci utama dari *Nimco Clothing Company* hal tersebut dikarenakan pengaplikasian karya ke dalam bentuk jadi akan lebih mudah dan desain yang tidak terlalu rumit akan menjadikan produk tersebut mudah untuk diterima oleh seluruh kalangan terutama kalangan muda.

Selain mengutamakan kesederhanaan sifat lain yang ditunjukkan adalah dengan tidak menghasilkan karya yang bertentangan dengan norma / moral yang berlaku di masyarakat

sehingga sesuai dengan tujuan dari *Nimco Clothing Company* itu sendiri.

c. Kebebasan berkreasi dengan positif.

Kreasi yang bebas merupakan hak dari setiap individu, namun tidak semua kebebasan akan dihargai jika kebebasan itu bernilai negatif. Kebebasan berkreasi mutlak hak individu namun kemudian harus dibarengi dengan kebebasan berkreasi yang bertanggungjawab.

d. Memberikan model *fashion* yang berbeda dengan kebanyakan *distro*.

Nilai jual sebuah karya adalah jika karya tersebut unik atau memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan produk – produk sejenis. Oleh karena itu *Nimco Clothing Company* berusaha untuk menghasilkan karya yang lain dari kebanyakan karya *distro* yang lain sehingga masyarakat terutama kaum muda memahami bahwa produk *Nimco Clothing Company* merupakan produk yang berbeda dengan produk *distro* yang lainnya.

e. Membangun *fashion* indie agar menjadi komoditas yang berkualitas bersama – sama dengan *distro* lainnya.

Membangun sebuah kemajuan merupakan impian dari semua bidang usaha, *Nimco Clothing Company* bersama dengan *distro – distro* yang lain berusaha saling membantu dengan

menggunakan persaingan yang sehat dan saling membantu dalam hal – hal tertentu yang berkaitan dengan kemajuan indie label.

4. Slogan

Nimco Clothing Company sendiri memiliki slogan :

“ Fighting to the future “

Jika diterjemahkan secara bebas kata – kata tersebut berarti berjuang untuk masa depan. Slogan ini mengacu pada semangat yang harus dimiliki oleh anak muda karena hanya dengan berjuang maka akan didapatkan hasil yang memuaskan.

Slogan yang dimiliki oleh *Nimco Clothing Company* itu sendiri sesuai dengan komitmen *Nimco Clothing Company* bahwa semangat anak mudalah yang diusung dalam semua desain karya dan produk yang dihasilkan oleh *Nimco Clothing Company*. Sehingga diharapkan seluruh hasil karya atau desain yang dihasilkan akan dapat mewakili citra anak muda. Selain itu slogan tersebut juga sesuai dengan tujuan dari sebuah indie label dimana dalam indie label diperlukan usaha / perjuangan untuk menjadikan sebuah indie label tersebut menjadi sebuah brand yang *establish* atau berdiri kokoh.

Indie label sangat erat hubungannya dengan *distro* karena *distro* merupakan salah satu perwakilan dari indie label yang bersifat mandiri atau secara sederhana tidak bersifat massal. Produk *distro* tidak bersifat

massal karena dalam dunia indie label bukan merupakan sebuah organisasi seperti kebanyakan misalnya saja dalam hal *fashion*. Dunia indie label lebih terkesan terbatas dalam hal karya atau desain yang dihasilkan. Terbatas disini yang dimaksudkan adalah produk yang dihasilkan tidak seperti produk konvensional pada umumnya namun lebih bersifat memiliki jumlah tertentu sehingga tidak menjadi produk yang pasaran.

Hal tersebut merupakan salah satu daya tarik dari produk – produk yang dihasilkan oleh sebuah *distro*. Selain itu adanya keterbatasan dalam hal jumlah produk dapat menjadi sebuah prestige atau kebanggaan tersendiri bagi pengguna produk tersebut dan lebih terkesan eksklusif.

5. Logo

GAMBAR 1

Logo *Nimco Clothing Company*



(Sumber : *Website Nimco Clothing Company*)

6. Arti logo

Penggambaran logo *Nimco Clothing Company* menggunakan lambang angka delapan yang dimodifikasi sedemikian rupa menyesuaikan dengan semangat yang diusung oleh *Nimco Clothing Company* sebagai *trensetter* atau barometer anak muda yang ingin tampil beda. Penggunaan konotasi angka delapan melambangkan sebuah hal yang tidak putus atau bersifat berkesinambungan. Hal tersebut sesuai dengan semangat *Nimco Clothing Company* untuk tidak berhenti berkreasi dengan memadukan berbagai desain dan karya yang dapat melambangkan generasi anak muda.

Adanya semangat yang tidak putus dalam berkreasi dan berekspresi melalui hasil karya dalam bentuk produk *distro* tersebut maka diharapkan akan menghasilkan berbagai macam produk – produk yang dapat mempresentasikan atau mewakili jiwa anak muda itu sendiri. Selain itu *Nimco Clothing Company* juga dapat menjadi barometer *fashion* atau *trensetter* bagi kalangan anak muda di Yogyakarta khususnya.

Penggunaan warna yang terang (*colourfull*) merupakan perwakilan atau simbol dari anak muda dimana anak muda selalu akrab dengan hal – hal yang berwarna cerah. Selain itu penggunaan warna cerah juga menggambarkan produk – produk yang diproduksi oleh *Nimco Clothing Company* merupakan produk yang selalu bersifat inovatif dan kreatif.

7. Produk

Produk – produk yang diproduksi oleh *Nimco Clothing Company* merupakan produk *fashion* dimana produk – produk yang diproduksi meliputi :

- T – shirt (kaos).
- Shirt
- Pants (celana).
- Bag (Tas).
- Accessories (asesoris).

Produk – produk yang diproduksi atau dihasilkan *Nimco Clothing Company* merupakan produk yang mencoba selalu aktual atau menyesuaikan dengan desain yang sedang menjadi *fashion* pada saat ini. Selain itu produk dari *Nimco Clothing Company* juga selalu mencoba untuk menjadi *trensetter* bagi industri *fashion* terutama untuk *fashion independent* seperti layaknya *distro – distro* pada umumnya.

Tidak seperti kebanyakan *distro* pada umumnya *Nimco Clothing Company* hanya menjual hal yang berhubungan dengan *fashion* modern saja dan tidak memperdagangkan barang lain, misalnya kaset band indie, poster dan barang – barang lainnya. Hal ini dikarenakan bertentangan dengan prinsip *Nimco Clothing Company* itu sendiri walaupun dunia musik tidak bisa dilepaskan dari dunia *fashion* itu sendiri.

8. Alamat

- NIMCO STORE

Jl. Mataram No.90 Yogyakarta

(Jam operasional: 10.00 - 22.00 WIB)

- OFFICE & WHOLE SALE CENTER :

Jl. Apel No.17B Leles, Condat, Depok, Sleman, Jogja

- *Email* :

nimco_poop@gmail.com

- *Website* :

<http://www.nimcopoop.com>

- *Facebook dan Twitter* :

FB : nimcopoop

Twiter : @nimcopoop

9. Usaha

Selain mengelola *distro Nimco Clothing Company* juga memiliki unit usaha lain sebagai penunjang bisnis *distro* yaitu *web developer* dan fotografi.

Unit usaha *web developer* adalah unit usaha yang menjembatani antara *Nimco Clothing Company* dan media *online* sehingga sumber daya yang ada dapat dioptimalkan pada masing – masing bagian. Sedangkan jenis usaha fotografi lebih cenderung bergerak didalam

media yang bersifat *offline* walaupun tidak menutup kemungkinan member dukungan kepada media *online*.

Usaha tersebut yaitu usaha *web developer* dan fotografi merupakan jenis usaha yang tidak jauh dari dunia *fashion*, sehingga antara satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan dan bisa saling melengkapi. Adanya keterkaitan inilah yang membuat *Nimco Clothing Company* melebarkan sayap kepada kedua bisnis usaha tersebut.

Selain itu pilihan mengembangkan usaha dibidang lain juga berasal dari pertimbangan bahwa tidak selamanya akan menggantungkan *distro* itu akan berjalan baik, oleh karena itu setidaknya ada unit usaha lain yang dapat dijadikan tumpuan penghasilan.

10. Sistem penjualan

Sistem penjualan yang diterapkan oleh *Nimco Clothing Company* adalah dengan menggunakan sistem *distro* atau distribution store. Secara umum *distro* diartikan toko atau outlet yang menjual atau mendistribusikan produk dari sebuah *clothing company* atau dari sebuah komunitas yang memproduksi produk.

Produk yang ditawarkan berkaitan dengan *fashion* dan asesorisnya. Selain itu *distro* juga selalu menjaga kualitas desain yang dihasilkan agar memiliki nilai jual dan juga selalu membatasi jumlah produk yang diproduksi agar menjaga eksklusifitas produk yang dipasarkan.

Nimco Clothing Company membatasi setiap produk yang diproduksi sesuai dengan melihat beberapa faktor, yaitu faktor

kebutuhan pelanggan dan faktor trend desain. Faktor kebutuhan pelanggan adalah tingkat produksi disesuaikan dengan permintaan pelanggan atau konsumen, namun juga tetap membatasi produk yang diproduksi. Sedangkan faktor trend desain yaitu tingkatan produksi melihat pada kecenderungan desain yang sedang berkembang, dikarenakan desain yang terbaru dimungkinkan laku jika dipasarkan.

11. Sistem pemasaran

Nimco Clothing Company merupakan *distro* yang menggunakan beberapa sistem pemasaran dalam memasarkan produk, yaitu dengan menggunakan penjualan langsung di toko atau melalui *Website* serta menggunakan sistem pemasaran konsinyasi atau titip barang dengan aturan bagi hasil dengan *distro* lain.

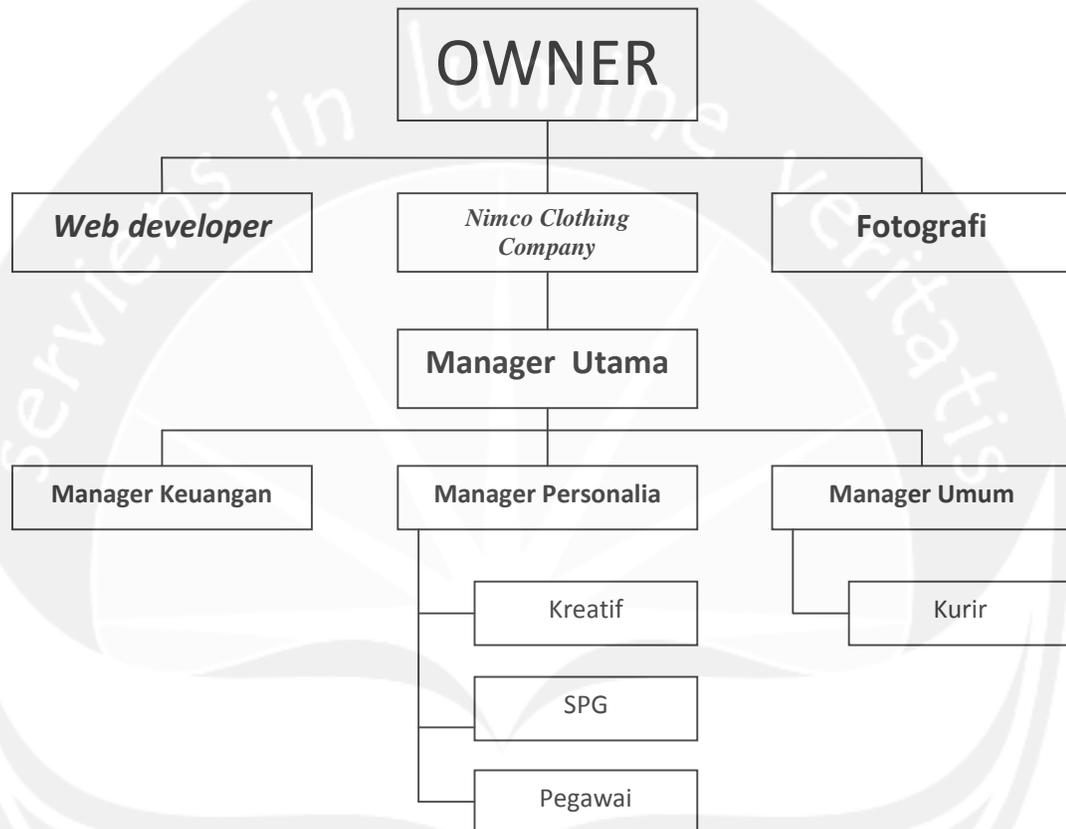
Pada saat ini *Nimco Clothing Company* memasarkan produk dengan sistem konsinyasi sudah merambah sekitar 40 *distro* yang berada di Indonesia. Adanya pemasaran produk dengan sistem konsinyasi tentu akan menjadi nilai tambah bagi sebuah brand dalam melakukan pemasaran. Karena secara tidak langsung dengan menggunakan sistem titip maka sebuah brand tidak perlu bersusah payah dalam memasarkan produknya, cukup hanya dengan mengandalkan promosi yang dilakukan pihak rekanan outlet.

Tentusaja hal tersebut mempengaruhi banyak hal, misalnya segi dana promosi yang berkurang dan juga kemudahan dalam berpromosi produk.

12. Struktur organisasi

DIAGRAM 3

Struktur organisasi *Nimco Clothing Company*



(sumber : *Nimco Clothing Company*)

Untuk menunjang keselarasan dalam melakukan pekerjaan didalam *Nimco Clothing Company* terdapat 5 (lima) budaya yang berkembang di *Nimco Clothing Company* yaitu :

1. Creativity

Budaya kreatif harus berkembang didunia kerja. Mengutamakan standar kreativitas dalam melakukan segala pekerjaan, mampu

menciptakan karya kreatif dan mampu berbicara didepan orang banyak.

2. *Passion*

Mampu meletakkan jiwa dalam setiap karya atau pekerjaan yang digeluti akan menambah daya tarik untuk mencapai kesuksesan.

3. *Risk*

Harus mampu mengambil resiko dalam mengerjakan dan mengeksplorasi ide kreatif.

4. *Proactive*

Selalu dinamis dan selalu aktif, dan tidak pernah menunda pekerjaan.

5. *Fun*

Melakukan pekerjaan harus berdasar pada kesenangan akan pekerjaan itu sehingga menghasilkan *output* yang baik

Masing – masing jabatan memiliki kewajiban tersendiri dan oleh karena itu dalam melakukan pekerjaan masing – masing bagian harus terstimulus untuk dapat melakukan pekerjaan secara maksimal.