

3. GAMBARAN UMUM MDM *CLOTHING*

3.1. Sejarah Latar Belakang MDM *Clothing*

Pada tahun 2000 Ibu Wenny Anuru yang bekerja pada salah satu distributor kain besar di Surabaya memutuskan untuk memulai usaha garmen dengan modal yang terbatas. Ibu Wenny menerima pesanan dari orang-orang yang ingin membuat baju untuk acara-acara tertentu sampai ke produk-produk olahan dari tekstil lainnya, dimana pelanggan – pelanggan itu sebagian besar dikenalnya melalui tempatnya bekerja tersebut. Dan hal itu terus berjalan dan berkelanjutan.

Hingga akhirnya pada awal tahun 2008 sang pemilik ingin memiliki toko khusus untuk usaha sampingannya itu, dan akhirnya keinginan itu terealisasi pada bulan Juli 2008. Bersama dengan saudaranya Ibu Wenny mendirikan toko MDM *Clothing*.

MDM *Clothing* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang garmen pembuatan pakaian jadi dan berbagai macam produk olahan dari tekstil lainnya. Nama MDM ini berasal dari nama ketiga anak ibu Wenny sendiri yaitu Magdalena, Daniel, dan Margareta. Pada awal berdirinya, MDM *Clothing* ini memiliki 2 macam merek dalam pembuatan produknya yaitu MDM yang digunakan untuk produk seragam sekolah dan OYin yang digunakan untuk *customized product*. Namun pada sekitar bulan Juli 2008, salah satu pemilik modal mengundurkan diri dan Ibu Wenny memutuskan untuk tetap melanjutkan usahanya tersebut.

MDM *Clothing* beralamat di kompleks toko buku Togamas, Pucang Anom Timur 5 / Counter 7 Surabaya. Usaha ini merupakan perusahaan keluarga yang tidak memiliki struktur organisasi dan hanya terdiri dari pemilik perusahaan dan karyawan yang bertugas untuk menjaga toko dalam struktur perusahaannya. MDM *Clothing* ini memiliki jam operasional antara pukul 09.30 hingga 20.30 pada hari Senin – Minggu.

Jenis – jenis produk yang dijual di MDM *Clothing* dapat dibagi menjadi 2 macam, yaitu produk – produk yang dijual di toko MDM *Clothing* yaitu berupa

produk jadi dan *customized product* yang dipesan melalui pemilik MDM *Clothing*.

Customized product yang dipesan melalui pemilik MDM *Clothing* terdiri dari :

1. *Customized clothes* untuk komunitas / organisasi / institusi yaitu pakaian yang dapat disesuaikan dengan pesanan dari pelanggan dari komunitas / organisasi / institusi, baik disesuaikan dalam hal jenis kain, model pakaian, ukuran pakaian, maupun juga tambahan – tambahan seperti sablon atau bordir.
2. *Customized clothes* musiman untuk pemerintah seperti pakaian untuk partai politik dalam pemilu.
3. Aksesoris yaitu produk – produk yang terbuat dari kain di luar pakaian dan dibuat sesuai dengan pesanan dari pelanggan. Aksesoris ini meliputi :
 - o Kain lap
 - o Taplak meja
 - o Penutup kursi

Untuk produk seragam sekolah, MDM *Clothing* memiliki 2 macam produk yaitu produk *private brand* dari MDM *Clothing* yang memiliki harga lebih rendah untuk target pasar kalangan menengah ke bawah dan produk seragam sekolah dengan merek King yang memiliki harga lebih tinggi untuk target pasar kalangan menengah ke atas. Sedangkan untuk produk – produk pakaian jadi lainnya, MDM *Clothing* lebih mengarahkan produknya pada segmen menengah. Dan untuk *customized product* dan aksesoris, MDM *Clothing* dapat menyesuaikan harga sesuai dengan bahan, model, ukuran, ataupun jumlah tambahan pernak – pernik yang diminta oleh pelanggan.

3.2. Kegiatan dan Platform Usaha Perusahaan

MDM *Clothing* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garmen yang melakukan penjualan berbagai macam produk tekstil seperti seragam (seragam sekolah, seragam institusi/organisasi), baju casual, dan melayani pemesanan *customized products* (baju-baju yang didesign atas permintaan pelanggan).

1.3. Visi / Misi / Goal / Strategi Perusahaan

MDM *Clothing* tidak mempunyai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, penulis membuat usulan sebagai berikut:

1. Visi untuk Perusahaan MDM *Clothing* adalah:

Menjadi perusahaan garmen yang tumbuh besar dan berkembang serta dikenal masyarakat luas dan terpercaya.

2. Misi untuk Perusahaan MDM *Clothing* adalah:

Menciptakan program kerja baru untuk meningkatkan penjualan MDM *Clothing* melalui peningkatan jumlah pelanggan MDM *Clothing*.

3. Tujuan (*Goal*)

Membangun perusahaan ini untuk dapat terus berkembang dan banyak dikenal masyarakat.

4. Strategi Perusahaan

- Menentukan target pasar yang jelas untuk dilayani.
- Melakukan berbagai macam kegiatan promosi untuk mendukung peningkatan omzet penjualan.
- Membentuk tenaga penjual yang handal dan berkompeten.

1.4. Keterkaitan Fakta diatas dengan Studi Kasus

Berdasarkan data-data mengenai fakta yang ada, maka penulis mengambil beberapa hal yang menjadi masalah utama di MDM *Clothing* yaitu kurang dikenalnya *brand* MDM *Clothing* sebagai garmen di Surabaya, kurangnya kemampuan berpromosi dari MDM *Clothing*, jumlah pelanggan yang belum optimal, omzet penjualan yang masih rendah, sistem kerja yang belum terstruktur, serta tidak adanya tenaga penjual untuk daerah Surabaya. Diharapkan dengan adanya studi kasus ini, baik penulis maupun pihak perusahaan dapat mengetahui tingkat efektivitas penerapan *sales toolkit* dan penciptaan *brand merchandising* terhadap peningkatan omzet penjualan di MDM *Clothing* untuk daerah Surabaya.