**Strategi perusahaan Fashionista Couture memasuki pasar Eropa untuk meningkatkan ekspansi internasional**

*diajukan untuk memenuhi salah satu tugas mata kuliah Bisnis Internasional*



**Dosen Pengampu :**

Dr. Drs. Rusdin, M.,Si.

Dian Fordian, S.E., M.Si.

**Disusun Oleh :**

Kayla Sukayana Putri 170610210072

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PADJADJARAN**

**2023**

# 

# KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat serta karuania-Nya sehingga diberi kesempatan dan pengetahuan serta mempermudah segala sesuatunya sehingga penyusunan penelitian ilmiah ini dapat selesai pada waktunya.

Makalah berjudul “Perusahaan Fashionista Couture ingin memasuki pasar Eropa untuk meningkatkan ekspansi internasional” disusun guna memenuhi salah satu tugas Mata Kuliah Bisnis Internasional.

Dengan banyak argumen yang dikumpulkan, banyak ilmu yang didapatkan oleh penulis serta bisa dapat di jadikan ilmu. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dorongan baik materi ataupun spiritual.

Penulis

Kayla Sukayana Putri

# Daftar Isi

[KATA PENGANTAR i](#_Toc134464845)

[Daftar Isi ii](#_Toc134464846)

[BAB I PENDAHULUAN 3](#_Toc134464847)

[1.1 Latar Belakang 3](#_Toc134464848)

[1.2 Rumusan Masalah 3](#_Toc134464849)

[1.3 Tujuan 4](#_Toc134464850)

[1.4 Batasan Masalah 4](#_Toc134464851)

[BAB II PEMBAHASAN 5](#_Toc134464852)

[BAB III KESIMPULAN 6](#_Toc134464853)

# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Fashionista Couture adalah merek fashion yang telah sukses di pasar domestik dengan koleksi pakaian dan aksesori yang trendi dan berkualitas. Dalam beberapa tahun terakhir, mereka telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan memiliki pangsa pasar yang stabil di negara asal mereka.

Namun, dengan semakin berkembangnya bisnis dan ambisi untuk berekspansi internasional, Fashionista Couture mengidentifikasi pasar Eropa sebagai salah satu target utama. Mereka percaya bahwa Eropa menawarkan peluang besar karena memiliki industri fashion yang kuat, konsumen yang modis dan berpola pikir global, serta citra glamour yang terkait dengan gaya hidup Eropa.

Sebelum memutuskan untuk memasuki pasar Eropa, Fashionista Couture melakukan analisis menyeluruh tentang potensi pasar dan tantangan yang dihadapi. Mereka menyadari bahwa pasar Eropa memiliki persaingan yang ketat, gaya fashion yang beragam di setiap negara, serta preferensi konsumen yang dapat berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Oleh karena itu, mereka menyadari pentingnya melakukan riset pasar yang komprehensif dan mengembangkan strategi yang sesuai dengan karakteristik masing-masing pasar Eropa yang mereka tuju.

Fashionista Couture juga menyadari bahwa untuk sukses di pasar Eropa, mereka perlu menyesuaikan produk, branding, dan strategi pemasaran mereka dengan preferensi lokal dan kebutuhan konsumen. Mereka memahami bahwa tidak hanya desain dan kualitas produk yang penting, tetapi juga elemen seperti citra merek, pengalaman belanja, dan ketepatan dalam mengikuti tren fashion.

Dalam usaha memasuki pasar Eropa, Fashionista Couture berkomitmen untuk menjalin kemitraan dengan toko ritel lokal dan distributor yang memiliki pemahaman yang baik tentang pasar Eropa. Mereka juga fokus pada membangun hubungan dengan pelaku industri fashion terkemuka dan memanfaatkan platform pemasaran online dan media sosial yang populer di Eropa.

Dengan latar belakang ini, Fashionista Couture memiliki tujuan untuk mengambil langkah-langkah strategis yang tepat dan membangun kehadiran mereka di pasar Eropa dengan sukses, meningkatkan kesadaran merek, dan mendapatkan pangsa pasar yang signifikan di negara-negara target.

## Rumusan Masalah

1. Bagaimana Fashionista Couture dapat menyesuaikan produk dan gaya fashion mereka dengan preferensi konsumen di pasar Eropa?
2. Bagaimana Fashionista Couture dapat membangun jaringan distribusi yang efektif dan dapat diandalkan di negara-negara Eropa yang menjadi target pasar?
3. Bagaimana Fashionista Couture dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan menarik konsumen di pasar Eropa untuk memperoleh kesadaran merek dan meningkatkan penjualan?

## Tujuan

1. Menyesuaikan produk dan gaya fashion Fashionista Couture dengan preferensi konsumen di pasar Eropa untuk meningkatkan daya tarik dan relevansi produk.
2. Membangun jaringan distribusi yang efektif dan dapat diandalkan di negara-negara Eropa untuk memperluas jangkauan dan ketersediaan produk Fashionista Couture.
3. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk membangun kesadaran merek, menarik konsumen, dan meningkatkan penjualan di pasar Eropa.

## Batasan Masalah

* + - 1. Dengan melakukan riset pasar yang komprehensif, Fashionista Couture dapat mengembangkan produk dan gaya fashion yang disesuaikan dengan preferensi lokal dan kebutuhan konsumen di pasar Eropa.
      2. Dengan menjalin kemitraan dengan toko ritel lokal dan distributor yang memiliki pemahaman yang baik tentang pasar Eropa, Fashionista Couture dapat memperluas jaringan distribusi mereka dan mencapai konsumen yang lebih luas di pasar internasional.
      3. Dengan menggunakan platform pemasaran online dan media sosial yang populer di Eropa, Fashionista Couture dapat meningkatkan kesadaran merek mereka di pasar internasional dan memperluas basis pelanggan mereka.

# 

# BAB II PEMBAHASAN

Fashionista Couture sebagai perusahaan fashion yang sukses, memiliki tujuan untuk memasuki pasar Eropa guna meningkatkan ekspansi internasional mereka. Dengan memasuki pasar Eropa, perusahaan ini berharap dapat memperluas pangsa pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi mereka di pasar global.

Pasar Eropa menawarkan potensi pertumbuhan yang besar bagi perusahaan fashion. Wilayah ini memiliki populasi yang besar dan beragam, dengan konsumen yang berpengetahuan tinggi tentang fashion dan berpenghasilan yang cukup tinggi. Selain itu, pasar fashion Eropa dikenal karena apresiasi terhadap desain kreatif, kualitas produk yang tinggi, dan tren fashion yang terus berkembang.

Untuk berhasil memasuki pasar Eropa, Fashionista Couture perlu mengembangkan strategi yang tepat. Pertama, mereka perlu melakukan penelitian pasar yang komprehensif untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen Eropa, serta tren fashion yang sedang berkembang di negara-negara Eropa yang menjadi target pasar.

Fashionista Couture perlu menyesuaikan produk dan gaya fashion mereka dengan selera dan preferensi konsumen Eropa. Ini melibatkan penyesuaian desain, bahan, dan ukuran produk agar sesuai dengan standar dan preferensi lokal.

Pembangunan jaringan distribusi yang kuat juga menjadi kunci sukses dalam memasuki pasar Eropa. Fashionista Couture perlu memilih model distribusi yang sesuai dengan pasar Eropa, termasuk membangun kemitraan dengan ritel lokal dan distributor yang memiliki pengetahuan mendalam tentang pasar dan konsumen setempat. Selain itu, manajemen logistik dan rantai pasokan yang efisien sangat penting untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat dan akurat.

Strategi pemasaran yang efektif juga diperlukan untuk menarik perhatian konsumen Eropa. Fashionista Couture perlu mengembangkan citra merek yang sesuai dengan nilai dan preferensi konsumen Eropa, serta menggunakan platform online dan media sosial yang populer di Eropa untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Kolaborasi dengan influencer dan desainer lokal juga dapat membantu memperkuat citra merek dan memenangkan hati konsumen.

Meskipun memasuki pasar Eropa menawarkan potensi pertumbuhan yang besar, Fashionista Couture juga harus siap menghadapi tantangan. Persaingan yang ketat dengan merek fashion lokal dan internasional merupakan salah satu tantangan yang harus diatasi. Selain itu, perbedaan budaya, preferensi konsumen, dan kompleksitas regulasi pasar Eropa juga dapat menjadi hambatan yang harus diatasi.

Dalam kesimpulannya, dengan memasuki pasar Eropa, Fashionista Couture memiliki kesempatan untuk meningkatkan ekspansi internasional mereka, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisi mereka di pasar global. Dengan strategi yang tepat, penyesuaian produk dan gaya fashion, pengembangan jaringan distribusi yang kuat, serta strategi pemasaran yang efektif, Fashionista Couture dapat berhasil memenangkan hati konsumen E

# BAB III KESIMPULAN

Perusahaan Fashionista Couture ingin memasuki pasar Eropa untuk meningkatkan ekspansi internasional. Dalam hal ini, perusahaan perlu mengembangkan strategi penyesuaian produk dan gaya fashion, membangun jaringan distribusi yang kuat, dan menerapkan strategi pemasaran efektif. Pasar Eropa menawarkan potensi pertumbuhan yang besar bagi Fashionista Couture karena populasi yang besar, apresiasi terhadap desain kreatif, dan tren fashion yang berkembang. Dalam memasuki pasar Eropa, perusahaan harus melakukan penelitian pasar, menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen, membentuk kemitraan dengan ritel lokal, dan mengelola logistik dengan efisien.

Strategi pemasaran yang efektif, termasuk pengembangan citra merek yang sesuai dengan nilai konsumen Eropa dan kolaborasi dengan influencer lokal, juga penting untuk berhasil di pasar Eropa. Meskipun tantangan seperti persaingan yang ketat dan perbedaan budaya harus diatasi, Fashionista Couture memiliki peluang untuk memperluas kehadiran mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra merek di pasar global. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Fashionista Couture dapat memasuki pasar Eropa dengan sukses, mendapatkan manfaat seperti peningkatan penjualan dan pendapatan, diversifikasi risiko, serta meningkatkan citra merek mereka secara internasional.