

## BAB IV

### Kesimpulan dan Saran

#### 4.1 Kesimpulan

Perkembangan zaman mendorong industri fashion berkembang sebagai fenomena global yang erat kaitannya dengan globalisasi. Pesatnya perkembangan arus globalisasi menjadikan industri fashion memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan perdagangan serta memperkuat komunikasi global. Hal ini memperlihatkan adanya ketergantungan dan keterhubungan antara aspek ekonomi, budaya, dan masyarakat di seluruh dunia. Seiring dengan perkembangan tersebut dan kemajuan teknologi, merek fashion mewah mulai menyesuaikan dan mengembangkan kembali strategi pemasaran global mereka agar tetap relevan. Banyak merek barang mewah seperti Miu Miu yang mengikuti tren global sebagai strategi pemasaran global mereka. Di sisi lain, globalisasi turut memperluas fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave*, yaitu penyebaran budaya populer Korea Selatan seperti musik K-Pop, drama, film, kuliner, hingga fashion ke berbagai negara. Meningkatnya popularitas *Korean Wave*. Fenomena *Korean Wave* yang sangat populer membuat idol K-pop sering dijadikan untuk berbagai *endorsement* karena nilai eksposur media dan daya tarik global yang mereka miliki dinilai mampu melampaui selebriti Hollywood. Salah satunya anggota dari *girlgroup* terkenal mereka Jang Wonyoung yang banyak mendapat tawaran menjadi *ambassador* dan *endorser* merek-merek terkenal termasuk merek fashion mewah.

Merek fashion mewah seperti Miu Miu tentu melakukan penyesuaian strategi pemasaran global mereka dengan memanfaatkan fenomena *Korean Wave*

melalui idol K-Pop seperti Jang Wonyoung IVE yang dijadikan *ambassador* dan endorser. Miu Miu mengimplementasikan strategi *marketing mix product*, *promotion*, dan *physical evidence* dalam strategi pemasaran mereka dengan menggunakan Jang Wonyoung IVE. Strategi *marketing mix product* yang dilakukan Miu Miu menggunakan Jang Wonyoung IVE yaitu, Jang Wonyoung diharuskan untuk mengenakan produk dari Miu Miu dalam kehidupan sehari-hari dan di berbagai aktivitasnya sebagai idol K-Pop, selain itu Miu Miu juga menggunakan nama Jang Wonyoung pada beberapa produk di proyek “Miu Miu Select” mereka yang kemudian menjadi “Miu Miu Select by Wonyoung Jang”. *Marketing mix promotion*, Miu Miu menggunakan gambar atau video Jang Wonyoung untuk mempromosikan merek mereka melalui postingan gambar atau video di Instagram pribadi Jang Wonyoung atau Instagram resmi mereka. Miu Miu juga melakukan pemotretan untuk sampul majalah besar di edisi cetak maupun digital dengan Jang Wonyoung sebagai model. Selain itu, pada beberapa kesempatan tampil dalam video promosi yang diunggah majalah internasional saat bersama Miu Miu. *Marketing mix physical evidence*, Jang Wonyoung hadir dalam berbagai acara yang melibatkan ataupun diadakan oleh Miu Miu seperti pembukaan butik Miu Miu hingga acara peluncuran koleksi. Selama menjadi *brand ambassador* Miu Miu, Jang Wonyoung turut hadir di Paris Fashion Week bersama Miu Miu dari tahun 2022 hingga 2025. Strategi yang digunakan Miu Miu tersebut bertujuan untuk menarik konsumen di wilayah pasar tujuan, kalangan generasi muda, serta melihatkan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan telah disesuaikan dengan tren global saat ini.

## 4.2 Saran

Dengan mempertimbangkan pengaruh globalisasi dalam industri fashion, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi tambahan dalam kajian industri fashion, khususnya pada bidang pemasaran global. Dalam menerapkan strategi pemasaran global penting untuk menerapkan unsur *marketing mix 7P* guna mempermudah mengetahui bagaimana pemasaran berdasarkan unsur *marketing mix 7P*. Pemanfaatan selebriti dalam pemasaran global juga memberikan dukungan strategi pemasaran global serta bagaimana peran selebriti untuk memperkuat upaya pemasaran suatu merek.