

ABSTRAK

Indonesia memiliki peluang yang besar terkait munculnya tren busana muslim dunia yang mampu mencapai daya saing global. Transaksi produk halal melalui *e-commerce marketplace* fesyen menjadi produk yang unggul. Dengan pertumbuhan industri *fashion* yang pesat, hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dari berbagai pesaing. Oleh karena itu, banyak industri yang perlu melakukan inovasi untuk meraih keunggulan dalam persaingan tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk membuat perancangan strategi promosi menggunakan metode *design thinking* sehingga dapat meningkatkan penjualan Pesona Hijab dan unggul dalam persaingan dengan kompetitor. *Design thinking* merupakan pendekatan yang menerapkan konsep *human centered design*, di mana fokus utamanya adalah pada pengguna (*user*) dalam semua tahapan prosesnya. Metode *design thinking* diterapkan sebagai pendekatan dalam penelitian ini yang terdiri dari lima langkah, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan *user* yang terdiri dari pihak internal tim marketing Pesona Hijab dan eksternal yaitu *loyal customer* serta potensial *customer* Pesona Hijab yang selanjutnya akan memasuki tahap *empathize*. Setelah itu, mengidentifikasi masalah pada tahap *define*. Masalah tersebut kemudian dipecahkan dengan mencari ide pada tahap *ideate*. Ide yang dihasilkan kemudian dikembangkan menjadi *prototype*. Pada tahap terakhir, *prototype* yang telah dibuat dievaluasi pada tahap *test*.

Penelitian ini memperdalam pemahaman tentang perancangan strategi promosi dengan *design thinking* dan menjadi landasan bagi studi-studi selanjutnya serta panduan praktis untuk strategi promosi yang efisien, membantu Pesona Hijab mengurangi risiko serta meningkatkan daya saing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penerapan *design thinking* dalam menentukan strategi promosi Pesona Hijab untuk meningkatkan omzet penjualan.

Kata kunci: Strategi Promosi, *Design Thinking*, Subsektor Fesyen