

***Analysis of the Promotion Regarding Halal Fashion's Excellence
Amidst Globalization in the Muhajir Project Store Brand***

By Safira Kayla Tatsbita

Abstract

Globalization is a challenge for society, because globalization sues people to be competitive through creativity in producing goods and services. However, globalization can be an opportunity to promote the excellence of a sector or product through the integration of all aspects in life. This research aims to analyze promotion strategy for product excellence amidst globalization at Muhajir Project Store as a brand that sells syar'i clothing, accompanied by other products which are often accompanied by preaching messages. This research uses a qualitative method with primary data, where data are collected through direct documentation, observation, and interviews with Muhajir Project Store brand, also interviews with other parties. The results show that the promotional strategy implemented by Muhajir Project Store is all communication channels and consumer incentives. The trade incentives and sales force incentives have not been implemented. The product excellences raised are divided into 2 indicators, where differentiation indicator is implemented through creativity and Islamic values brought to each product and promotion. Then, relevance indicator is implemented through various products to answer consumer needs. Therefore, Muhajir Project Store strives to become a halal fashion brand that able to answer consumer needs and a platform for preaching in the global era.

Keywords: *excellence, globalization, halal fashion, muhajir project store, promotion*

Analisis Promosi Keunggulan Fesyen Halal di Tengah Arus Globalisasi pada Merek Muhajir Project Store

Oleh Safira Kayla Tatsbita

Abstrak

Fenomena globalisasi merupakan tantangan bagi masyarakat, karena globalisasi memberi tuntutan kepada manusia untuk memiliki daya saing tinggi melalui kreativitas dalam menghasilkan barang dan jasa. Akan tetapi, globalisasi dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk mempromosikan keunggulan dari suatu sektor maupun produk melalui terintegrasinya segala aspek kehidupan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi promosi keunggulan produk di tengah arus globalisasi pada Muhajir Project Store sebagai merek yang menjual busana bermodel *syar'i*, disertai produk lainnya yang kerap disertai pesan dakwah. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan sumber data primer, di mana data diperoleh melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara langsung ke pihak perusahaan Muhajir Project Store, serta wawancara ke pihak narasumber lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi promosi yang diterapkan Muhajir Project Store adalah semua saluran komunikasi dan insentif konsumen. Adapun insentif dagang dan insentif tenaga penjualan belum diterapkan. Keunggulan produk yang diangkat terbagi ke 2 indikator, di mana indikator diferensiasi diwujudkan melalui kreativitas dan nilai-nilai Islam yang dibawa pada setiap produk dan promosinya. Lalu, indikator relevansi diwujudkan melalui variasi produk yang beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, Muhajir Project Store berupaya menjadi merek fesyen halal yang mampu menjawab kebutuhan konsumen dan sebagai ajang dalam berdakwah di era global.

Kata kunci: fesyen halal, globalisasi, keunggulan, muhajir project store, promosi