

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk berjualan melalui *e-commerce*. Ketatnya persaingan industri *e-commerce* membuat pelaku usaha mencari cara untuk memenangkan pasar. salah satu strategi pemasaran yang populer saat ini yaitu *affiliate marketing*. Pelaku usaha memanfaatkan strategi *affiliate marketing* untuk meningkatkan penjualan dengan cara mempromosikan produknya melalui *affiliator*. Nantinya *affiliator* akan mendapatkan komisi jika berhasil menjual produk melalui link yang telah dibagikan oleh *affiliator*.

Pada penelitian ini peneliti akan meneliti terkait bagaimana strategi *affiliate marketing* yang diterapkan oleh Toko Kimka Hijab Sidoarjo, serta sejauh mana efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan promosi dan penjualan dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi *affiliate marketing* yang digunakan oleh Toko Kimka Hijab Sidoarjo dan menganalisis implementasinya berdasarkan perspektif etika bisnis Islam. Metode yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data pada penelitian dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara kepada owner Kimka Hijab, manager Kimka Hijab, dan *affiliator* Kimka Hijab.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Kimka dalam pemasaran menggunakan strategi *affiliate marketing* dalam penjualannya mengalami naik turun (fluktuatif) karena banyak *afiliator* kurang aktif dan kreatif dalam mempromosikan produk Kimka Hijab. Toko Kimka Hijab dalam penjualan menggunakan strategi *affiliate marketing* sudah menerapkan 5 prinsip etika bisnis islam secara umum.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Affiliate marketing*, Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

The rapid development of technology has been utilized by business actors to sell products through e-commerce. The intense competition in the e-commerce industry encourages business actors to seek ways to win the market. One popular marketing strategy today is affiliate marketing. Business actors use affiliate marketing strategies to increase sales by promoting their products through affiliates. Affiliates will receive a commission if they successfully sell products through the affiliate links they share.

In this study, the researcher examines the affiliate marketing strategy implemented by Toko Kimka Hijab Sidoarjo, as well as the effectiveness of the strategy in improving promotion and sales from the perspective of Islamic business ethics. This study aims to identify the affiliate marketing strategy used by Toko Kimka Hijab Sidoarjo and analyze its implementation based on the perspective of Islamic business ethics. The research method used in this study is descriptive qualitative and field research. Data collection was carried out through observation, documentation, and interviews with the owner of Kimka Hijab, the manager of Kimka Hijab, and Kimka Hijab affiliates.

The results of this study indicate that Kimka Hijab Store's sales using affiliate marketing strategies have experienced fluctuations due to many affiliates being less active and creative in promoting Kimka Hijab products. However, the affiliate marketing strategy applied by Kimka Hijab Store has generally implemented the five principles of Islamic business ethics.

Keywords: Marketing Strategy, Affiliate marketing, Islamic Business Ethics.