

## الباب الأول

### المقدمة

#### ١,١ . خلفية البحث

تطوير القطاعات الاقتصادية أصبح جانبًا مهمًا في العصر الحالي للعلمة. أحد القطاعات التي تلعب دورًا حاسمًا في التنمية الاقتصادية هو قطاع التجارة والأعمال. في هذا السياق، يعتبر التسويق عنصرًا استراتيجيًا في تحقيق النمو والاستدامة للأعمال. ظهور منافسة تجارية مكثفة هو تحدي يواجهه أصحاب المصلحة في قطاع التجارة.

لذلك، الدعم لمشغلي الأعمال ليكونوا أكثر إبداعًا في مبيعاتهم ضروري، بالإضافة إلى الحاجة إلى استراتيجيات محددة لتعزيز المبيعات والوصول إلى السوق. تعتبر استراتيجيات التسويق أمرًا بالغ الأهمية للشركات، حيث تعمل كوسيلة لتحقيق الأهداف التنظيمية. تهدف هذه الاستراتيجيات إلى دعم النجاح من خلال تنظيم وتطوير النهج التسويقي لزيادة حجم المبيعات الحالي. من خلال استراتيجيات التسويق، يمكن للأطراف ذات الصلة اتخاذ قرارات مستنيرة والاستفادة بسرعة من الفرص الحالية.

وفقًا لفيليبكوتلر، التسويق هو عملية اجتماعية وإدارية حيث يلبي الأفراد والمجموعات احتياجاتهم ورغباتهم من خلال التبادل مع الأفراد أو المجموعات الأخرى مع استمرار تطورها.<sup>١</sup>

المزيج التسويقي، بشكل عام، يُصنّف إلى أربعة مجموعات وفقًا لفيليب كوتلر، ويُعرف بـ "الأربعة العناصر الرئيسية"، وهم المنتج، والسعر، والمكان، والترويج. ينطوي التسويق الفعّال على استخدام ومزج جميع عناصر المزيج التسويقي في برنامج منسق مصمم لتحقيق أهداف التسويق من خلال تقديم قيمة للمستهلكين. باستراتيجية التسويق الصحيحة، يمكن للمديرين أن يأخذوا في اعتبارهم جوانب جديدة تتعلق بأهداف التسويق المستقبلية والممارسات، نظرًا للنمو السريع وتغيرات اتجاهات السوق في هذا العصر الحديث. تخطيط المزيج التسويقي يعتبر في الغالب مهمة ومسؤولية المخططين الاستراتيجيين داخل الشركة. يجب أن يكونوا قادرين على التقييم استنادًا إلى المعلومات المقدمة من قبل قسم التسويق في الشركة.<sup>٢</sup>

مع التسويق الفعّال، من الممكن أيضًا زيادة حجم المبيعات إلى الحد الأقصى عن طريق استغلال الإمكانيات الحالية. يظهر أن مالكي الشركات الرائدة أكثر اهتمامًا

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles Of Marketing 7e)*, (Jakarta: Prenhallindo,1996), p.6.

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo,1997), p. 56.

باستخدام استراتيجيات توسيع السوق بدلاً من تحقيق أرباح قصوى على كل منتج. كل مستخدم جديد أو مستهلك في فئة المنتج لديه إمكانية لجذب مشترين غير عارفين بذلك المنتج. ويمكن توسيع السوق لكل منتج من خلال تحديد وتعزيز مستخدمي جدد للمنتج.

من المنظور الإسلامي، يؤدي النظر في التسويق إلى فهم أن نقطة البداية لجميع جهود التسويق الإسلامي هي وجود الاحتياجات الاجتماعية. تشمل هذه الاحتياجات كل من السلع والخدمات التي تكون مفيدة بطريقة إيجابية وتوفر فوائد ملموسة للمجتمع. يتجلى هذا المبدأ الأساسي في التعاليم الإسلامية، التي تؤكد أهمية تقديم إسهام إيجابي للمجتمع وتوفير فوائد تعزز الرفاه الجماعي.<sup>3</sup>

في الاقتصاد الإسلامي، يمكن أن يتم جميع الجوانب المتعلقة بالمعاملات وفقاً للآراء الدينية الإسلامية، باستثناء تلك التي يُحرم صراحةً بالدليل. يُشير ذلك إلى مبدأ أصول الفقه الذي ينص على: "الأصل في المعاملات الإباحة، إلا ما دلّ الدليل على تحريمها"<sup>4</sup>

UNTA  
GONTOR  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

<sup>3</sup> Nasuha, *Islamic Marketing*, (Jepara: Lingkar Media, 2017) p. 20.

<sup>4</sup> Dr. Wahbah Zuhaili, *Ushul Fiqh al-Islamiy*, (Damaskus: Darul Fikr, 1986), p. 19

في الإسلام، لا يُقيد أتباعه في إجراء المعاملات، خاصة النشاطات الاقتصادية، طالما كانت داخل في الحدود ولم تنتهك مبادئ الشريعة الإسلامية. يستند ذلك إلى الأدلة الموجودة في القرآن الكريم.

قال الله سبحانه وتعالى:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩) ٥

المبدأ الرئيسي في المعاملات الإسلامية هو المنع أي النوع من أنواع المعاملات الشرعية الباطلة أو الضارة، مثل تلك التي تتضمن الربا والخداع وما شابه ذلك. يعتبر مزيج التسويق جزءًا أساسيًا من هذه المعاملات ولا يمكن فصله عن قواعد الشريعة الإسلامية.

معجون أسنان خزانة كونتور هو منتج ناتج عن التعاون في إعادة التسويق بين مؤسسة المعهد الحديث للتعاون (KOPONTREN)، الذي بدأ مباشرة من قبل مركز توزيع لا تانس دار السلام (DDC)، وشركة ميسواك أوتاما إندونيسيا. من خلال هذه العلامة التجارية الجديدة، أصبح هذا المعجون مفضلًا لدى الطلاب في مجتمع كونتور. إنه يوفر حماية مزدوجة للأسنان واللثة ويضمن نفسًا منعشًا.

٥ القرآن، سورة النساء الآية ٢٩.

يمكن الملاحظة أن معجون أسنان خزانة كونتور يحمل مفهوم الحماية المزدوجة للأسنان واللثة. الجمع بين المكونات الطبيعية المختارة بعناية مع الصيغ المتقدمة يخلق أفضل حلاً للعناية بالصحة الفموية. هذا المنتج ليس فقط ينظف الأسنان، بل يوفر أيضاً التغذية الشاملة والرعاية، مما يجعله الخيار الأفضل لرعاية الأسنان للشباب<sup>٦</sup>.

تظهر علامة خزانة كونتور لتعزيز الاقتصاد الإسلامي بشعار معجون الأسنان الحلال والطبيعي، حيث يحتوي على مسحوق خشب السواك الذي يمكن الحفاظ على صحة الأسنان والفم، وحماية طبقة المينا للأسنان، ومنع تكوين البلاك والتسوس. يجعل النعناع ومستخلص القرنفل ومستخلص الليمون في معجون الأسنان الأسنان تبدو أكثر بياضاً ويوفر طعمًا منعشًا في الفم بعد التفريش، مما يضمن نفسًا منعشًا<sup>٧</sup>.

تم تسجيل هذا المنتج لدى هيئة الغذاء والدواء الإندونيسية (BPOM) في ٩ مايو ٢٠٢٢، برقم التسجيل POM. NA. 18221400056.8 بناءً على المادة ٣ من اللائحة الرئاسية رقم ٨٠ لعام ٢٠١٧ بشأن الهيئة الوطنية للرقابة على الأدوية والأغذية (BPOM)، يتم ضمان جودة وسلامة منتجات معجون أسنان خزانة كونتور، وكذلك

<sup>٦</sup> مقابلة مع حنيف عنصري رئيس لا تنسا للموزعين ، ١١ يناير ٢٠٢٤ في الساعة ١٤,٠٠

<sup>٧</sup>Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI, *Cek Produk - Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI* <<https://www.pom.go.id/new/view/direct/function>> viewed on 25 September 2024

ملاءمتها للاستخدام اليومي. تم التأكد خلال تداولها من أنها تلبى المعايير والمتطلبات الأمان والفعالية والجودة المحددة، بالإضافة إلى التدابير القانونية<sup>٩</sup>.

ومع ذلك، في رحلتها في مجال المبيعات حتى الآن، تم بيع معجون أسنان خزانة كونتور وتوزيعه فقط في المتاجر التجزئة والتعاونيات الطلابية التابعة للمعهد الحديث دار السلام كونتور وفروعه في الجزيرة جاوا، بما في ذلك ٥ فروع للطلاب و ٤ فروع للطالبات. سعر البيع للوحدة هو ١٢,٠٠٠ روبية<sup>١٠</sup>. لا بد أن يكون قادرًا على الوصول إلى جمهور أوسع، مع إمكانيات كبيرة. من حيث السعر، يندرج هذا المنتج ضمن فئة الأسعار المعقولة لأن الجميع يمكنه تحمله تقريبًا. بالإضافة إلى ذلك، يتم تسويقه تحت العلامة التجارية المعروفة كونتور، التي تأسست منذ عام ١٩٢٦ ولديها آلاف الطلاب والخريجين في مدارسها الداخلية. إذا دخل السوق، فإنه من المرجح أن يزيد بشكل كبير من مبيعات منتج المعجون هذا.

في هذا السياق، يصبح معجون الأسنان خزانة كونتور كائنًا بحثيًا مثيّرًا للاهتمام. من حيث الجودة، فهو قادر على المقارنة مع منتجات المنافسين. كمنتج في صناعة النظافة والصحة، يحمل معجون الأسنان خزانة كونتور إمكانية للمساهمة الإيجابية في

<sup>٩</sup> Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI, *Cek Produk - Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI* <<https://www.pom.go.id/new/view/direct/function>> viewed on 25 September 2024

<sup>١٠</sup> مقابلة مع حنيف عنصري رئيس لا تنسا للموزعين، ١١ يناير ٢٠٢٤ في الساعة ١٤,٠٠

سياق الاقتصاد الإسلامي. لذا، سيتم التركيز في هذا البحث على تحليل تطبيق مزيج التسويق في زيادة حجم المبيعات، مع التفصيل في جوانب المنتج، السعر، الترويج، والمكان<sup>١١</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، سيقرب هذا البحث من التحليل من منظور اقتصادي إسلامي. يعطي مفهوم الاقتصاد الإسلامي الأولوية للالتزام بمبادئ الإسلام في المعاملات التجارية. لذا، سيستكشف هذا الدراسة إلى أي مدى تتجلى مبادئ الاقتصاد الإسلامي في استراتيجيات التسويق المستخدمة من قبل معجون الأسنان خزانة كونتور. وبالتالي، من المتوقع أن يسهم هذا البحث في فهمنا لكيفية تنفيذ مبادئ الاقتصاد الإسلامي في سياق الأعمال الحديثة، خاصة في تعزيز حجم مبيعات منتجات مثل معجون الأسنان.

لذلك، تم اختيار هذا البحث لأن هذا المنتج جديد ولم يتم أحد بالبحث عنه، ومنتج معجون أسنان خزانة كونتور هو المنتج الوحيد التعاوني مع شركة خارجية. يصبح تحليل تطبيق مفهوم المزيج التسويقي من منظور الاقتصاد الإسلامي ذو صلة لمزيد من الاستكشاف. وبالتالي، يعترم المؤلف دراسة كيف يمكن لنظرية المزيج التسويقي أن تزيد من حجم المبيعات وتوزيع المنتج من منظور الدراسات الاقتصاد الإسلامي. سيتم تجسيده

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran....*, p.48.

ذلك في عنوان "تحليل المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات: دراسة حالة عن معجون الأسنان خزانة كونتور".

## ١,٢ . تحديد المسألة

بناء على الوصف الوارد في الخلفية البحث، فإن أسئلة البحث المصاغة التي يتعين على المؤلف فحصها هي كما يلي:

أ. كيف يتم المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات في معجون الأسنان خزانة كونتور؟

ب. كيف تحليل المزيج التسويقي على حجم المبيعات من منظور الاقتصاد الإسلامي؟

## ١,٣ . أهداف البحث

الأهداف التي يجب تحقيقها من خلال هذا البحث هي كالتالي:

أ. تحديد المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات في معجون الأسنان خزانة كونتور.

ب. تحليل المزيج التسويقي على حجم المبيعات من منظور الاقتصاد الإسلامي.



## ١,٤ . أهمية البحث

الفوائد المتوقعة من هذا البحث هي تقديم وصف للتنمية في جانبين مختلفين:

### ١ . أهمية النظرية

- النتائج المتوقعة من هذا البحث تسهم في تطوير المعرفة العلمية والرؤى للباحثين والقراء، وخاصة فيما يتعلق بمزيج التسويق لمعجون أسنان خزانة كونتور.
- من خلال هذا البحث، يُأمل في توفير فهم أعمق للتطبيق المحتمل لقيم الاقتصاد الإسلامي في استراتيجيات التسويق، مما يقدم مدخلاً قيماً لمعجون أسنان خزانة كونتور.
- بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون مرجعاً للدراسات المستقبلية التي تركز على دمج مبادئ الاقتصاد الإسلامي في مجال الأعمال والتسويق.

### ٢ . أهمية العملية

- من المتوقع أن تكون الدراسة البحثية مرجعاً لرجال الأعمال في صياغة استراتيجيات فعّالة ومناسبة متوافقة مع المبادئ الإسلامية لزيادة حجم المبيعات.

- بالإضافة إلى ذلك، تهدف إلى تشجيع المنتجات المحلية، مثل معجون أسنان خزانة كونتور، على تحديد الفرص ومعالجة التحديات في زيادة مبيعات المنتج، مع التركيز على تحسين عناصر المزيج التسويقي من منظور الاقتصاد الإسلامي.

