

## الباب الأوّل

### مقدمة

#### أ. خلفية البحث

إنّ كثرة الحاجات اليومية تجعل الجميع يختارون السلع ذات وظيفة متساوية الجودة والسعر في متناول أيدي الناس، وهذا يجعل شركة تحاول على وضع مزيج التسويق كي يجذب المجتمع منتجاتها، فوجب على الشركة أن تفاضل مزيج التسويق لجذب المجتمع.<sup>1</sup>

تعددت أنواع السوق نظرا من السلع المنتجة عند الأمور السوقية منها:

1. سوق المنافسة الكاملة الذي يعتبر من أكمل السوق حيث يتضمن هيكل السوق الموجود من تحقيق عملية السوق لإنتاج السلع والخدمات الفعالة، لأنه فيه عددا من العملاء والمشتريين.
2. السوق الاحتكاري هي شكل من أشكال السوق المسيطر، حيث لا يوجد منتج سوى السوق، ولا تنتج منتجات الشركة ليست لديها سلعاً بديلة، حتى تملك منتج واحد تلك السلع.
3. إنّ سوق احتكار القلة هو عكس سوق المنافسة الكاملة لوجود قلة السوق الذي كان لديه السلع ويتأثر السوق على السوق الآخر.

<sup>1</sup> Widyatmini, Fajarfadli, "Analisis Matrik Bcg Pada Strategi Pemasaran Produk Pada cv. Turangga mas motor", *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.P. 2

<sup>2</sup> Sadono Sukirno, "Mikroekonomi Teori Pengantar", PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005, p. 23.

كلّما يطلب مستهلك السلع المطلوبة فإزداد منتج لإنتاج السلع المطلوبة التي يحتاج إليها المستهلك. وأن كثرة لمنتجات المطلوبة تجعل العديد من المنتجين ينتج نفس السلع بمعيار جودة السعر المتنوعة. وعلى هذا فإن تسويق هذه السلع يجعل المنتج يفكر كيف ينتج أفضل المنتجات من المنتجات الأخرى لكثرة المنتجين في نفس السلع.

ومن إحدى ثلاثة نظم سوق كونتور المصعّر هي نظام السوق الاحتكاري. ومع ذلك، لا يزال السوق المصغر يحتاج إلى السلع من مختلف المزوّدين والسلع لتوفير الحاجات داخل المعهد.

وهذا هو دور المزوّدين الذين يسوّقون هذه السلع، وكيف يصف الموزد السلع التي عرضها لجذب انتباه المستهلكين. إن المزوّدين الموجودين هم جميع المزوّدون الذين يعرضون بضائعهم في المعهد بالنظر إلى أسباب مجيئهم وعرض بضائعهم فيه ومن جهة معرفة المكان، ومن معرفتهم المعهد، وأخبار زملائهم. نظرا إلى معرفة أحوال المعهد، فبعض الناس يدركون أن فيه مستهلك ثابت، وبعض منهم يعرفون أنهم يستطيعون بيع منتجاتهم فيه.

وعلى أثر ذلك يأتون المزودون ويعرضون منتجاتهم المتنوعة بطريقتهم الخاصة كي تباع منتجاتهم وسلعهم ويأخذ الدكان أكثر من نوع المنتجات الأخرى.

وبعد الإطلاع على البيانات المكتوبة، ويصنّف الباحث المزوّدين إلى ثلاثة أنواع منها : المزوّدين المستقلين، والمنتجين المباشرين ، والمزوّدين والمنتجين. والمزوّد المستقل هو الذي يعرض أنواع السلع، وعدده واحد فحسب. والمزوّد والمنتج هما اللذان يعرضان السلع في إنتاجهما، وعددهما ٣ مزوّدين. أمّا المزوّد

المباشر هو الذي يعرض السلع عرضاً مباشراً من المنتجين، وعدد المزود المباشر ٣١ مزودين.

ومن بيانات البائعين الذين يجيئون مرة واحدة في الأسبوعين بعدد ستة وثلاثين شخصاً ومن ستة وعشرين مزوداً، فاستخلص الباحث ستة وعشرين عينة بحثية تمثل ستة وعشرين مزوداً.

وقد عرف العديد من المزودين الذين يقومون بتسويق نفس النوع من البضائع، ولكن أن كل مزود له الطريقة الخاصة كي تباع السلع ويجذب بل يأخذ أكثر من العديد.

وفي هذه الحالة، فإن الباحث يرغب في أن يبحث في مزيج تسويق المزود، نظراً من كيفية تسويق السلع التي يعرضها، لأن معظم السلع كان في نفس النوع رغم اختلاف الأثمان والجودة.

## ب. تحديد المسألة

بالنسبة إلى خلفية البحث حدّد الباحث بتحديد بحثه كمايلي:

١. كيف مزيج التسويق لدى المزودين في السوق المصغر كونتور ٦؟
٢. وهل مزيج التسويق لدى المزود تناسب بمزيج التسويق الإسلامي؟

## ج. أهداف البحث

إنّ أهداف البحث في تحليل استراتيجية التسويق الإسلامي في السوق

المصغر كونتور السادس، هي:

١. وصف مزيج التسويق لدى المزودين في السوق المصغر كونتور ٦.
٢. معرفة حسب مزيج التسويق لدى المزود بمزيج التسويق الإسلامي.

## د. أهمية البحث

إنّ النتيجة المرجوة بعد تمام كتابة الرسالة هي:

### ١ الأهمية النظرية

يرجو الباحث أنّ هذا البحث يتيح إسهاما في فهم مزيج التسويق الإسلامي وتطبيقها في ميدان التسويق عامة

### ٢ الأهمية العملية

يرجو الباحث أنّ هذا البحث يتيح إسهاما في تطبيق مزيج التسويق الإسلامي للمنتجين ومستهلكي سلعة الشركات والمصانع .

## هـ. منهج البحث

### ١. نوع البحث

يهدف هذا البحث هي معرفة ملاءمة المزودين في مزيج تسويق السلع من خلال في سوق المصغر كونتور السادس. ويسير هذا البحث بالبحث الكيفي بنوع البحث الميداني، يستخدم الباحث في أسلوب جمع البيانات هي: المقابلة، والملاحظة، والوثائق.<sup>٣</sup>

### ٢. موضوع البحث

موضوع البحث يعقد في سوق المصغر معهد دار القيم كونتور السادس وبحث المزودون لسوق المصغر. بعد عمل الباحث المقابلة، هناك ٥٠ المزودين تكريبا. ثم من المجموع المزودين الموجودة، أخذ الباحث إلا من أتوا مرتين ومرة وحدة في أسبوع. وبعد تفريق من جهة الإتيان،

<sup>3</sup> Sugiyono, " *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*", ( Bandung ; ALFABETA, 2009) P. 6

هناك ٢٦ مزودين. ومن أقسام المزودين، هناك من يأتي لأجل أخذ الاستحصال النقود وأخذ الطلب السلع الجديدة. وهناك من يأتي مباشرة ثم إنزال السلع ودفن نوعان، مباشرة وغير مباشرة. وهناك المزود تحت إشراف الشركة التجارية والمزود من إستقلّ بنفسه. ومن هذه الأقسام، أخذ الباحث مثالا، وكلهم ٨ المزودين.

### ٣. البيانات ومصادرها

نوع ومصدر البيانات المستخدمة في هذا البحث البيانات النوعية يعني البيانات التي لا تكون من العدد بل تكون من الكلمات<sup>٤</sup> فالبيانات النوعية تتكون عن:

(أ). البيانات فيما يتعلق بموضع البحث

(ب). البيانات فيما يتعلق بالبيان

تتكون البيانات ومصادرها في هذا البحث من المصادر الرئيسية أي الأولية والفرعية أي الثانوية، وهما كالآتي:

(أ). المصادر الرئيسية أي الأولية

تتكون المصادر الرئيسية من الوثائق المتعلقة بالبحث وكذلك البيانات من المقابلة مع مزودين السلع في سوق المصغر بمعهد دار القيم كونتور للحرم السادس.<sup>٥</sup>

<sup>4</sup> Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Sosial : Format-format Kualitatif dan Kuantitatif", Jakarta, Kencana Prenada Media Grup, p. 124

<sup>٥</sup> Sugiono ، مرجع السابق، ص. ١٣٧.

ب). المصادر الفرعية أي الثانوية

تصدر عن جميع المعطيات بغير المباشر بل يكون من

الآخرين أو الوسائق الموجودة.<sup>٦</sup>

٤. أسلوب جمع البيانات

(أ). المقابلة

تعتبر المقابلة استبياناً شفويًا، فهي محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين، وبهذا يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة. ويعتمد الباحث على المقابلة بين أيدي مجهزين السلع لسوق المصغر بمعهد دار القيم كونتور للحرم السادس وتطرح الأسئلة والإجابة منهم:<sup>٧</sup>

(١) أن الإنسان الذي يعرف نفسه موضوع

(٢) أن الذي اقره الواضع إلى الباحث حقيقة ومؤتمنا

(٣) أن تأويل الواضع على الأسئلة المتقدمة من

الباحث هو كما قصده الباحث

ب). الملاحظة

هي انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهرات أو الحوادث

أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها، وتكون الملاحظة الخطوة

الأولى في البحث العلمي. وأما الأدوات المحتاجة هي: ورقة المراقبة

<sup>٦</sup> Sugiono ، مرجع السابق، ص. ١٣٧

<sup>٧</sup> Sugiono ، مرجع السابق، ص. ١٣٧-١٣٨

وإرشادها وغير ذلك.

## و. نظام كتابة المقالة

نظم الباحث في تأليف المقالة تتكوّن من المقدّمة، البحث، والاختتام، تفصيله فيما يلي:

الباب الأوّل: المقدّمة من خلفية البحث، تحديد المسألة، وأهداف البحث، أهمية البحث، ومنهج البحث، ونظام البحث.

الباب الثاني: الفصل الأوّل: البحوث السابقة، الفصل الثاني الإطار النظري: التسويق الإسلامي، ومزيج التسويق الإسلامي، والمزود

الباب الثالث: الفصل الأوّل: لمحة سوق المصغر بمعهد دار القيم كونتور السادس، ولمحة مجهزين السلع لسوق المصغر بمعهد دار القيم كونتور السادس. الفصل الثاني: تحليل البحث وبياناتها، ونتيجة البحث.

الباب الرابع: ملخص البحث والمقترحات. يتكون في الباب الرابع هو: الملخص من كل الباب والمقترحات والملاحق.<sup>٨</sup>

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR



UNIDA  
GONTOR  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR