

بحيث يمكن التعرف على المنتج بسهولة وبشكل فيروسي، وذلك للحصول على الكثير من الدخل أيضاً، وهو ما نعرفه بالتسويق الرقمي. بالمنتجات وجعلها مشهورة من خلال نشر المحتوى عنها، مما يسهل انتشارها وزيادة المبيعات، وهذا ما يعرف بالتسويق الرقمي (Digital Marketing).^٢

في الوقت الحالي، يبلغ عدد الأجهزة المتصلة بالإنترنت في إندونيسيا ٣٤٥,٣٠ مليون جهاز، وهذا يدل على أن هناك إندونيسيين لديهم أكثر من جهاز واحد، ثم من حيث مستخدمي الإنترنت المسجلين في ٢٠٢,٦٠ مليون مستخدم أو ٧٣,٧٪ من إجمالي سكان إندونيسيا. علاوة على ذلك، يصل عدد الإندونيسيين النشطين على وسائل التواصل الاجتماعي إلى ١٧٠ مليون شخص أو ٦١,٨٪ من إجمالي سكان إندونيسيا.^٣

إضافة إلى ذلك، وتحديدًا من حيث الجمهور المحتمل والقدرة على تحمل تكاليف عملية الإعلان عبر الإنترنت (التسويق الرقمي)، فإن فيسبوك لديه ١٤٠ مليون مستخدم أو ٦٥,٧٪، بينما لدى إنستغرام ٨٥ مليون مستخدم أو ٣٩,٩٪.

^٢ Suci Hartini, Muhammad Iqbal Fasa, And Suharto Suharto, "Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* ٥, No. ١ (٢٠٢٢): ١٩٧-٢٠٦, <https://doi.org/10.26740/Jekobi.V5n1.P197-206>.

^٣ <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>

التسويق الرقمي له تأثير كبير على تطوير الأعمال اليوم. يمكن أن يساعد استخدام

التكنولوجيا الرقمية والأجهزة المتصلة بالإنترنت الشركات على تحقيق أهداف التسويق. وفي

الختام، فإن التسويق الرقمي هو نشاط تسويقي تنطوي أنشطته على التكنولوجيا والشبكات

لتحقيق الأهداف.

إحدى طرق التسويق الرقمي التي انتشرت في العامين الماضيين هي التسويق

بالعمولة، وهو نظام أجر قائم على العمولة التي يمنحها مالك المنتج لشخص نجح في ترويج

المنتج للآخرين.^٤

التسويق بالعمولة هو نظام عمل تجاري عبر الإنترنت حيث يركز المسوق بالعمولة

أو الناشر على الإنترنت على تسويق منتجات الآخرين مقابل عمولة عن كل عملية بيع للمنتج

من قبل المسوق بالعمولة المعني. يتم منح هذه العمولة في كل مرة يتم فيها بيع المنتج من قبل

المسوق بالعمولة. العديد من منصات التجارة الإلكترونية أو منصات البيع والشراء عبر

نترنت لديها بالفعل ميزة التسويق بالعمولة هذه، بما في ذلك Shopee و Tokopedia و

Blibli.com و Lazada و tiket.com، إلخ.

^٤ Zul Fadli et al., *Manajemen Pemasaran Digital, Correspondencias & Análisis*, ٢٠١٦.

أصبحت التجارة الاجتماعية منصة تسويق رئيسية للشركات التابعة. التجارة

الاجتماعية مثل Tik Tok و Instagram وواتساب هي المنصات الرئيسية التي غالبًا ما

تستخدمها الشركات التابعة للتسويق بالعمولة في التسويق مع قدرتها على جذب عدد كبير من
المشتريين.

يستخدم المسوقون بالعمولة هذه الوسائط الاجتماعية لتوسيع نطاق وصولهم

التسويقي من خلال مشاركة روابط المنتجات إلى جانب المحتوى المرئي مثل الصور أو مقاطع

الفيديو، والتي يمكن أن تجذب انتباه المشتريين المحتملين. المنصة الأكثر هيمنة للتسويق بالعمولة

في إندونيسيا هي Shopee، حيث يستخدمها ٧١٪، يليها TikTok Shop بنسبة

٦٨٪. يستخدم ٢١٪ من المسوقين بالعمولة منصة Tokopedia، في حين تبلغ نسبة استخدام

منصتي Lazada و Bli Bli و ٦٪ على التوالي.^٥

^٥ Yasir M. Pidu Et Al., "Media Sosial Untuk Menunjang Kegiatan Digital Marketing Umkm," *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka* ٢ (٢٠٢٣): ٣٤٥-٥٦, <https://doi.org/10.33830/Prosidingsemaster.V2i1.741>.

وقد طبقت أكسيستريد إندونيسيا باعتبارها واحدة من أكبر منصات التسويق

بالعمولة هذا النظام من خلال ربط المعلنين من مختلف القطاعات، مثل التجارة الإلكترونية

والتمويل والسفر والتطبيقات، مع الناشرين المكلفين بالترويج لمنتجاتهم أو خدماتهم. في نظام

ACCESSTRADE، يكسب الناشر عمولات بناءً على عدد المبيعات التي يحققونها من

خلال الروابط أو الوسائط الترويجية التي يديرونها.

أصبحت ممارسة التسويق بالعمولة إحدى استراتيجيات التسويق الرقمي الشائعة

في العصر الحديث. أحد النماذج التي غالبًا ما يتم استخدامها هو نموذج التكلفة لكل عملية

بيع (Cost Per Sale)، حيث يدفع المعلنون عمولات للناشرين فقط إذا حدثت مبيعات من

خلال الروابط التابعة التي يشاركونها. ويُعتبر هذا النموذج فعالاً لأن المعلنين لا يتحملون

التكاليف إلا بناءً على النتائج المحققة، بينما يحصل الناشر على حوافز تشجعهم على زيادة

الترويج.^٦

^٦ Ahmad Afandi Et Al., "Affiliate Marketing Business Model Education In Promoting Keloria Products," *Community Empowerment* ٧, No. ١١ (٢٠٢٢): ٢٠٠٩-١٤, <https://doi.org/10.31603/Ce.8268>.

نظام التكلفة لكل عملية بيع في التسويق بالعمولة هو نموذج دفع يدفع فيه التجار

(التجارة الإلكترونية) عمولات للناشرين (ناشرو الإعلانات) فقط بناءً على عدد المبيعات

التي يتم تحقيقها بنجاح من خلال الروابط أو الوسائط الترويجية التي يقدمها الناشر.

وبعبارة أخرى، يحصل الناشر على عمولة في كل مرة تحدث فيها معاملة مبيعات صحيحة

وموثقة من العملاء المحالين من خلال الشركات التابعة لهم. يشارك في التسويق بالعمولة

بنظام التكلفة لكل عملية بيع (CPS) ثلاثة أطراف، وهم: التاجر (Merchant)، والناشر

أو المسوق

(Publisher) أو (Affiliate) ومنصة. أكسيسترد اندونيسيا^٧ (Accestrade)

(Indonesia) يختلف هذا النظام عن التسويق بالعمولة في منصات التجارة الإلكترونية،

حيث تقدم الأخيرة المكافآت مباشرةً إلى الناشر بمجرد قيامه بأداء عمله. يعد برنامج

التكلفة لكل عملية بيع بإمكانية تحقيق أرباح كبيرة للمسوقين بالعمولة. وكمسوق بالعمولة،

يمكنك أن تكسب عمولة أعلى من نماذج الدفع الأخرى مثل التكلفة لكل نقرة أو التكلفة

لكل عميل محتمل.

^٧ <https://accesstrade.co.id/>

وعلى عكس التسويق بالعمولة بشكل عام في التجارة الإلكترونية المختلفة الذي

لا يشترك فيه سوى طرفين فقط، وهما التاجر الإلكتروني والناشرين، فإن التسويق بالعمولة بنظام

تكلفة البيع Cost Per Sale على منصة أكستريد يشترك فيه ثلاثة أطراف، وهم التاجر

والناشر أو المسوق بالعمولة ومنصة أكستريد إندونيسيا، وهذا يختلف عن التسويق بالعمولة

الذي يحدث في التجارة الإلكترونية الذي يقدم مكافآت مباشرة للناشر عندما يقوم بعمله.

من من منظور الشريعة الإسلامية، فإن ممارسة التسويق بالعمولة هو شكل من

أشكال عقود الجعالة. والجعالة هي عقد ينص على مكافأة معينة مقابل عمل معين ينتج عنه

النتيجة المرجوة. في هذا السياق، يعد المعلن (الجعالة) بعمولة للناشر (الجعل) مقابل العمل

الترويجي الذي يحقق مبيعات ناجحة. فالمقصود من العقد (الجعل) هو البيع الناجح، أما

المكافأة في شكل عمولة فهي شيء تم تحديده مسبقاً.^٨ لكن هل ممارسة التسويق بالعمولة

بنظام تكلفة البيع Cost Per Sale على منصة التسويق بالعمولة هو عقد جُعالة أيضاً، أم

شيء آخر.

^٨ Syaniyatus Zulfa Et Al., "Pandangan Hukum Islam Ju'alah Terhadap Sistem Komisi Pada Program Afiliiasi Tiktok," *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (Jman)* ٠٧, No. ٠٢ (٢٠٢٣): ١-٦.

يُعد البحث في التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع على منصة

Accestrade أمرًا ضروريًا لضمان توافق هذا النشاط التسويقي الرقمي مع أحكام الشريعة

الإسلامية، بالإضافة إلى التحقق من فعاليته الاقتصادية. ويقدم عقد الجعالة إطارًا فقهيًا

يمكن الاستناد إليه لتقييم مدى شرعية وعدالة هذا النظام، مما يوفر وضوحًا وثقة لرواد

الأعمال الذين يسعون إلى إدارة أعمالهم وفقًا للشريعة الإسلامية .

ولذا يرغب الباحث في إجراء دراسة تحت عنوان : نظرة الشريعة الإسلامية لممارسة

التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع وتوزيع العمولات (دراسة حالة على منصة

(Accestrade Indonesia

ب. تحديد المسألة

استناداً إلى خلفية البحث أعلاه، تكون صياغة مشكلة البحث على النحو التالي:

١. كيف تكون ممارسة التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية البيع

(Cost Per Sale) وتسليم العمولات على منصة ACCESTRIDE INDONESIA؟

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

٢. كيف مراجعة الشريعة الإسلامية لممارسات التسويق بالعمولة مع نظام ممارسة التسويق

بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع (Cost Per Sale) وتسليم العمولات على منصة

ACCESTRADE INDONESIA؟

ج. أهداف البحث

١. لمعرفة ممارسة التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع (Cost Per Sale) وتسليم

العمولات (دراسة حالة على منصة ACCESTRADE INDONESIA).

٢. لمعرفة تتم مراجعة الشريعة الإسلامية لممارسات التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل

عملية بيع (Cost Per Sale) وتسليم العمولات على منصة ACCESTRADE

INDONESIA

د. أهمية البحث

١. الأهمية النظرية

أ. بالإضافة إلى رؤية الباحث والتعرف عن كتب على مراجعة الشريعة الإسلامية لممارسات

التسويق بالعمولة مع نظام التكلفة لكل عملية بيع (Cost Per Sale) وتسليم العمولات على

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

منصة Accestrade Indonesia

ب. من المتوقع أن تكون نتائج هذا البحث قادرة على تطوير الدراسات في مجال الاقتصاد

الشرعي وتقديم منظور جديد في هذا المجال.

ج. إكمال المشروع النهائي للدراسة الأولى في برنامج دراسة قانون المعاملات المالية

الأهمية العملية

تكون مدخلاً للشركة التي هي موضوع البحث ومرجعاً للباحثين الآخرين الذين

سيجرون بحثاً بنفس الموضوع أو الطريقة.

هـ. البحوث السابقة

البحوث السابقة هي عبارة عن لمحة موجزة عن الأبحاث السابقة ذات الصلة، والتي

تثبت أن البحث المراد إجراؤه هو مساهمة جديدة ولا يكتفي بتكرار نتائج الأبحاث السابقة. .

فيما يلي بعض الدراسات السابقة التي لها نفس التركيز تقريباً وفقاً للباحثين:

أولاً، البحث الذي أجراه أناندا محمد تري أوتاما (٢٠٢٢) تحت العنوان

“Sistem Affiliate Dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam dan

Hukum Positif Di Indonesia.^٩ في هذه الدراسة أجرى الباحث بحثاً بهدف معرفة

قانون الممارسة ومنهجية التسويق بالعمولة في السوق شوي. موضوع هذا البحث هو الأطراف

المشاركة في برنامج التسويق بالعمولة. يستخدم هذا البحث تقنيات جمع البيانات، والمقابلات،

والملاحظات، ومعرفة قانون الممارسة والقانون الوضعي في برامج التسويق بالعمولة في سوق

شوي. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن برنامج التسويق بالعمولة في سوق شوي يتوافق مع

الشريعة الإسلامية اعتماداً على ما يروج له، وكذلك العقد الابتدائي. يركز البحث المذكور أعلاه

على برامج التسويق بالعمولة في سوق شوي مع استعراض الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي.

ثانياً، البحث الذي أجرته السيدة مولدية أسعد (٢٠٢٢) بعنوان

“Pemanfaatan Fitur Tiktok Affiliate Program Dalam Perspektif Fiqh

Muamalah.” في هذه الدراسة يناقش المؤلف آلية الاستفادة من ميزات برنامج التسويق

بالعمولة المسجلة في برنامج التسويق بالعمولة في سوق تيك توك للتسويق بالعمولة مع استعراض

الشريعة الإسلامية والشريعة الوضعية في برنامج التسويق بالعمولة في سوق تيك توك للتسويق

بالعمولة.^{١٠}

^٩ Ananda Muhamad Tri Utama, *Sistem Affiliate Dalam Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia*, Vol. ٩, ٢٠٢٢.

^{١٠} Lady Maulidya As'ad, “Pemanfaatan Fitur Tiktok Affiliate Program,” ٢٠٢٣.

ثالثًا: البحث الذي أجراه أجنبي حساني بارديونو (٢٠٢٣) تحت العنوان

“Praktik Pemberian Upah Pada Affiliator di Bisnis Affiliate Marketing

Ditinjau Dari Akad Wasathah (Studi Kasus Di Desa Barepan Wetan

Kecamatan Cawas Kabupaten Klaten) ” في هذه الدراسة أجرى المؤلفون بحثًا

بهدف فحص ومعرفة ممارسة التسويق بالعمولة في قرية باربيان، مقاطعة كاواس، محافظة كلاتن،

ومعرفة آراء الفقهاء المامول في ممارسة التسويق بالعمولة في قرية باربيان، مقاطعة كاواس،

محافظة كلاتن. هذا النوع من البحث هو بحث ميداني باستخدام منهج نوعي تم إجراؤه في

قرية باربيان ويتان. وقد تم الحصول على السكان والعينات من سكان قرية باربيان ويتان من

سكان قرية باربيان ويتان، حيث بلغ مجموعهم ٣ مخبرين. وتقنيات جمع البيانات المستخدمة

في هذا البحث هي المقابلات والتوثيق، وتقنية تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل النوعي

الوصفي. أظهرت النتائج أن هناك العديد من ممارسات التسويق بالعمولة في أعمال التسويق

بالعمولة من قبل سكان قرية باربيان ويتان. أعمال التسويق بالعمولة التي يقوم بها سكان قرية

باربيان ويتان في التسويق بالعمولة إن الممارسات التي يقوم بها المنتسبون في قرية باربيان ويتان

هي ممارسات يقوم بها المنتسبون الذين قاموا بممارسات استوفت أحكام عقد الوساطة،

واستوفت شروط وأحكام عقد الجعالة وبعضهم لم يستوفوا شروط عقد الوساطة.^{١١}

رابعاً: بحث أجراه الباحث حسكي رسوان (٢٠٢٤) تحت العنوان " **Tinjauan**

Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Affiliate Marketing pada Aplikasi

Seabank. " وقد تم إجراء هذا البحث في إطار الاتفاق بشكل عام وتحديدًا في أركان

وشروط الإجارة الصحيحة وفقاً لفتوى دائرة الإفتاء العام رقم ٢٠١٧/١١٢/DSN-MUI/IX

حول التسويق بالعمولة بالعمولة على تطبيق سيبان. والمنهج المستخدم في هذا البحث هو

المنهج الكيفي ذو المنهج الوصفي الذي يستخدم أنواع البيانات النوعية مع مصادر البيانات

الأولية التي تم الحصول عليها من خلال تقنيات جمع البيانات بالملاحظة في تطبيق سي

بنك والمقابلات مع المستخدمين الجدد والمنتسبين الجدد كمستخدمين قدامى لتطبيق سي

بنك، بينما يتم الحصول على مصادر البيانات الثانوية من خلال تقنيات جمع البيانات

التوثيقية. (من الناحية العملية، فإن برنامج سي بنك للمنتسبين وإن كان من حيث الآلية

قد استوفى أحكام العمرة التي يؤديها الأجير وفقاً لفتوى دائرة الإفتاء العام رقم:

^{١١} Agni Hasani Pardiyono, "Praktik Pemberian Upah Pada Affiliator Di Bisnis Affiliate Marketin Wasatah (Studi Kasus Di Desa Barepan Wetan Kecamatan Cawas Kabupaten Klaten," *Journal Geej* ٧, No. ٢ (٢٠٢٠).

DSN-MUI/IX/٢٠١٧/١١٢ التي تنص على أن الطرفين المستجير والمستجير أو المستجير

مع الأجير لا يعارضون الشروط في الحصول على العمرة للمنافع والخدمات في الفتوى. إلا

أن هناك عدم وضوح في الوقت الذي ينتهي فيه العمل في برنامج الانتساب في الإجارة

على تطبيقات البنوك البحرية، وهو خارج عن أحكام الفتوى المتعلقة بالإجارة، مما يسبب

الغرر في دخل العمولة بين المنتسبين والمستفيدين الجدد.^{١٢}

خامساً، البحث الذي أجرته سיתי خاتمة بعنوان **Tinjauan Hukum**

Islam terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate (Studi

Penelitian Content Creator Tiktok di Ponorogo). “ في عام ٢٠٢١. ١٣ في

هذه الدراسة، صياغة المشكلة المطروحة في هذه الدراسة هي مراجعة الشريعة الإسلامية في

تطبيق تسويق المحتوى في برنامج تيك توك للتسويق بالعمولة وكيفية مراجعة الشريعة

الإسلامية لنظام العمولة من برنامج تيك توك للتسويق بالعمولة على منشئي المحتوى في

تيك توك. هذا البحث عبارة عن بحث ميداني يستخدم أساليب البحث النوعي. تقنيات

جمع البيانات من خلال المقابلات والتوثيق. بينما يستخدم في تحليل البيانات أسلوب

^{١٢} Hesky Riswan, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Affiliate Marketing Pada Aplikasi Seabank,” No. ١٢٠٣٠٢٠٧٢ (٢٠٢٤): ٢٠٢٤.

^{١٣} As’ad, “Pemanfaatan Fitur Tiktok Affiliate Program.”

المنهج الفقهي المعياري. وقد خلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن تطبيق تسويق المحتوى على المنتسبين لتيكتوك يتوافق مع أخلاقيات العمل الإسلامي وفق الشريعة الإسلامية. حيث يستخدم الأعضاء المسوقون بالعمولة في تطبيق التسويق بالمحتوى على Tiktok Affiliate لغة تواصلية، فهم مسؤولون عن المحتوى الذي يتم إنشاؤه حيث يقدمون دائماً تطابقاً واضحاً مع وصف أو مواصفات المنتج الذي يتم بيعه مع الصورة في المحتوى المنشور ويطبقون مبادئ الأمانة ولا يوجد عنصر الغرر لأن البضائع التي يتم تداولها هي بضائع جاهزة للإرسال بحيث تكون حالة الملكية وشكل البضاعة واضحة. كما يجوز نظام العمولة على نظام الجعالة، حيث استوفى أركانها وشروطها التي تم تحديدها، أما نظام العمولة على نظام تيك توك التابع لنظام الجعالة، فلا يجوز أيضاً.

والفرق بين البحث الذي يقوم به الباحث مع البحث المذكور أعلاه هو أن العنوان في البحث المذكور أعلاه يختلف عن العنوان الذي كتبه الباحث، ووجه الشبه بين البحث المذكور أعلاه والبحث الذي سيدرسه الباحث هو آلية العقد، ومدى ملائمة العقد في ممارسات التسويق بالعمولة. في هذه الدراسة ذهب المؤلفان مباشرة إلى الميدان لمعرفة كيفية ممارسة التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل بيع (Cost Per Sale) الموجود على إحدى

المنصات وهي أكستريد إندونيسيا وكذلك نظام العمولة على المسوقين بالعمولة بنظام

التكلفة لكل بيع (Cost Per Sale) ، هذا النظام هو الأكثر شيوعًا ويستخدم على نطاق

واسع من قبل الناشرين / المسوقين بالعمولة لأنه أكثر كفاءة من أنظمة التسويق بالعمولة

الأخرى، في التسويق بالعمولة على منصة أكستريد إندونيسيا، التي تشمل ثلاثة أطراف،

وهي التجار والناشرين وأكستريد إندونيسيا، يريد الباحثون دراسة ماهية العقود التي

تحدث في هذه الممارسة.

و. منهجية البحث

١. نوع البحث

يدخل هذا البحث في فئة البحث الوصفي - الكيفي، حيث يقوم هذا المنهج بجمع

البيانات النوعية ويستخدم المنهج الوصفي، وهو منهج بحثي لا يعالج موضوع البحث تحديداً

لتقديم وصف للحالة قدر الإمكان. يتم استخدام الكلمات والملاحظات الميدانية والوثائق

الرسمية للشركة ذات الصلة لجمع البيانات، ثم تتم معالجة البيانات وشرحها لتتكيف مع الوضع

الحالي.^{١٤}

^{١٤} M.S.I Dr.H.Zuchri Abdussamad,S.K.I, "Metode Penelitian Kualitatif" Cv. Syakir (٢٠٢١): ٢٥.

نوع البحث الذي أجراه الباحث هو البحث الميداني (Field Research). البحث

الميداني هو طريقة للبحث بشكل محدد وواقعي عما يحدث في المجتمع.^{١٥} وفي تطبيقه يقوم

الباحث بملاحظة المبحوث مباشرة ويشارك في المحيط الاجتماعي، ويندمج مع الثقافة الموجودة،

ويمكن إجراء هذا النوع من البحث عن طريق المحادثة والمقابلات المنظمة (الرسمية) والمقابلات

غير المنظمة (غير الرسمية) والاستطلاعات وجمع الوثائق الشخصية (كتابات ومحادثات مسجلة

وصور فوتوغرافية وغيرها). وبناءً على الفهم أعلاه، يمكن أن نفهم أن البحث الوصفي الكيفي

هو البحث الذي يهدف إلى وصف أو وصف منهجي وواقعي ودقيق للوقائع التي تحدث في

الميدان، وكذلك الربط بين الخصائص بين الظواهر التي تحدث وتفسر كما هي. وموضوع البحث

الذي سيقوم الباحث بدراسته هو ممارسة التسويق بالعمولة بنظام تكلفة لكل عملية البيع

وتسليم العمولات على منصة Acestrade Indonesia من حيث عقد الجعالة، وهو ما

يسمى بـ "التسويق بالعمولة".

^{١٥} Eko Murdyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, ١st Ed. (Yogyakarta: Yogyakarta Press, ٢٠٢٠).

٢. مصدر البيانات

لجمع البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة، تم استخدام

مصادر البيانات التالية:

مصدر البيانات الأولية

صادر البيانات الأولية هي مصادر البيانات التي يتم الحصول عليها وجمعها مباشرة من قبل الباحث

في الميدان، وذلك بالطبع عن طريق المقابلات أو الملاحظة المباشرة أو المناقشة مع أفراد البحث.^{١٦}

وقد تم أخذ البيانات الأولية لهذا البحث من خلال إجراء مقابلات مع مدير وموظفي شركة

PT.interspace Indonesia (Accestrade Indonesia) ومقرها في منارة أنوجرا، لوت ٨,٦ -

٨, RT.١ / RW.٢, Jl. DR.Ide.Anak Agung Gde Agung No.٧, كونيبنجان، منطقة

سيتيابودي، جنوب جاكرتا، جاكرتا ١٢٩٥٠.

أ. مصدر البيانات الثانوية

مصادر البيانات الثانوية هي مصادر بيانات إضافية لم يتم الحصول عليها مباشرة

في الميدان، ولكن من مصادر تم الحصول عليها من مصادر أخرى مثل: الكتب والوثائق

^{١٦} Anton Priyoed. Aas Masruroh Nugroho, *Metode Pengumpulan Data*, Ed. Aas Masruroh (Widina Bhakti Persada Bandung, ٢٠٢٢).

والصور والإحصاءات.^{١٧} ويمكن استخدام مصادر البيانات الثانوية في الدراسة، والتي تعمل

كمصدر بيانات تكميلي أو رئيسي في حالة عدم توفر مصادر متاحة في وظيفتها كمصدر

بيانات أولي. وبالطبع، تؤخذ هذه البيانات الثانوية من مصادر البيانات

والكتاب الذي استخدم كمرجع رئيسي في هذا البحث هو كتاب فقه الإسلام والعبادات لوهبة

الزحيلي وكتاب فقه السنة للسيد سابق.

٣. طريقة الجمع البيانات

إن أسلوب جمع البيانات هو إجراء منهجي ومعياري للحصول على البيانات التي تم

الحصول عليه.^{١٨} في جمع البيانات، وأساليب البحث التي استخدمها الباحث في هذه الدراسة

هي:

(١) الملاحظة

تمكن الملاحظة للباحث بوصف وتسجيل وتحليل سلوكيات وأحداث ومواقف معينة دون

التفاعل المباشر مع الشخص أو الموضوع الذي تتم ملاحظته. وهذا يساعد على مراقبة خصائص

^{١٧} Nugroho, *Metode Pengumpulan Data Sekunder* (Asik Belajar, ٢٠٢٢).

^{١٨} M.Ag. Dr.Akif Khilmiyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. Amin Fadhillah, ١st Ed. (Bantul,Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru, ٢٠١٦).

البيئة دون أن يتأثر بعملية البحث. ومن خلال الملاحظة، يمكن للباحث الحصول على فهم أعمق للمواقف والسلوكيات دون الاعتماد على التفسيرات اللفظية للمبحوثين. ولذلك، يمكن أن يكون أسلوب الملاحظة أداة مهمة للكشف عن الجوانب غير المرئية في المقابلات والاستبيانات التي تركز على السمات اللغوية ووجهات نظر المبحوثين. والملاحظة هي تقنية لجمع البيانات يتم من خلالها الحصول على البيانات من مصدر ما في شكل صور مسجلة لمكان أو نشاط أو شيء أو موضوع البحث.^{١٩}

وتتمثل الملاحظة التي يقوم بها الباحث في الذهاب مباشرة إلى المكان الذي هو موضوع البحث، وهو ”شركة“ PT.Interspace Indonesia (Accestrade Indonesia) ، التي تعمل في جنوب جاكرتا.

(٢) المقابلة

تضمن طريقة جمع البيانات المعروفة باسم المقابلات التفاعل المباشر بين الباحثين والمبحوثين. في البحث، الغرض من المقابلة هو توفير المزيد من المعلومات حول الآراء أو الخبرات

^{١٩} Ida Bagus Gde Pujaastwa, “Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* ٥ (٢٠١٦): ١-١١.

أو المعرفة حول موضوع البحث. المقابلة هي في الأساس عبارة عن سلسلة من الأسئلة. وتتراوح

أنواع المقابلات بين المقابلات المنظمة ذات الأسئلة المحددة والمقابلات المفتوحة التي تتاح فيها

الفرصة للمبحوثين للتعبير عن آرائهم. ويحتوي تقييم المقابلة على أحكام تستند إلى كفاءات

محددة مسبقاً ويتم إجراؤها من خلال تقديم تقييم لتقييم مدى ملائمة المرشح للمعيار الذي

أصبح شرطاً. واستند التقييم على الكفاءات الثمانية المستخدمة والتي تمثل كفاءات إدارة العمل

(التفكير المفاهيمي والتحسين المستمر وإدارة الجودة)، وكفاءات إدارة الموظفين (العمل الجماعي

والتواصل ومهارات القيادة)، وكفاءات الإدارة الذاتية (النزاهة والدافع للتميز).^{٢٠}

إن الإجابات على الأسئلة في أسلوب المقابلة الظرفية وأسلوب المقابلة السلوكية هي في

الأساس نفس الإجابات، إلا أن أسلوب المقابلة الظرفية يتم إجراؤها كما لو كانت شيئاً سيقوم

به المتقدم بينما يتم إجراء أسلوب المقابلة السلوكية كما لو كانت تجربة المتقدم. في كلا

الفيديوين، لا يظهر للمشاركين سوى الممثل الذي يلعب دور مقدم الطلب، بينما يُسمع صوت

^{٢٠} Mita Rosaliza, "Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Ilmu Budaya* 11 ٢ (٢٠١٥): ١٥.

المحاور فقط بحيث يتم جعل المشاركين في البحث وكأنهم يتعاملون مباشرة مع مقدم الطلب عند

مشاهدة الفيديو.

أُجريت المقابلات في هذه الدراسة مباشرة مع المدير، وكذلك مع موظفي شركة أكستريد

إندونيسيا التي تعمل في منارة أنوجرا، لوت ٨، ٨-٨، Jl. DR.Ide.Anak Agung Gde Agung

No.٧, RT.١/RW.٢، كونينجان، منطقة سيتيابودي، جنوب جاكرتا، جاكرتا ١٢٩٥٠.

(٣) التوثيق

في القاموس الإندونيسي الكبير هو جمع واختيار ومعالجة وتخزين المعلومات في مجال المعرفة،

وكذلك توفير أو جمع الأدلة والمعلومات (مثل الصور والاقتباسات وقصاصات الصحف وغيرها من

المواد المرجعية). التوثيق هو طريقة لجمع البيانات من خلال الآثار الأرشيفية ويشمل الكتب التي

تتناول الآراء أو الآراء أو النظريات أو المسلمات أو القوانين وغيرها من الكتب التي لها صلة

بمشكلات البحث. وفي البحث الكيفي يعد أسلوب جمع البيانات من الأمور الأساسية في البحث

الكيفي لأنه يثبت الفرضية التي يتم طرحها منطقياً وعقلانياً من خلال الآراء أو النظريات أو القوانين، إما بتأييد الفرضية أو رفضها.^{٢١}

التوثيق هو عملية جمع البيانات أو طريقة جمع المعلومات وتحليلها من مختلف الوثائق أو المواد المكتوبة. في سياق البحث، قد يشمل التوثيق الأدبي البحث في الوثائق الرسمية أو التقارير أو التقارير المصورة أو الصحف أو غيرها من المصادر المكتوبة المتعلقة بموضوع البحث. وتتيح الأساليب المستخدمة للباحثين جمع البيانات التاريخية أو توثيق عرض الأحداث أو تحليل السياسات والقرارات المكتوبة. وتتمثل مزايا الوثائق في دقة البيانات المسجلة وسهولة الوصول إلى المعلومات المسجلة. ومع ذلك، تشمل نقاط ضعفها خطر التحيز في اختيار النص والقيود في فهم السياق أو الأسباب الكامنة وراء الجزء المكتوب.

يتم استخدام التوثيق للحصول على البيانات الثانوية، أي من خلال جمع الوثائق والأدبيات المطلوبة في شكل صور أو بيانات مقترحات الشركة المتعلقة بممارسة التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل مبيع (Cost Per Sale) ومدفوعات العمولة في أكيستريد إندونيسيا.

^{٢١} Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups : Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, 1st Ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, ٢٠١٣).

٤. طريقة تحليل البيانات

يعد تحليل البيانات أهم مرحلة في تنفيذ الدراسة. في البحث النوعي، لن تعني البيانات التي

تم الحصول عليها من عملية جمع البيانات أي شيء إذا لم يتم تحليلها بشكل صحيح وسليم.^{٢٢}

في هذه الحالة، فإن تحليل البيانات النوعية هو جهد للعمل مع البيانات، وتنظيم البيانات،

واختيارها في بيانات جيدة ويمكن إدارتها، ويمكن العثور على الأنماط، ويمكن العثور على ما هو مهم

ويمكن تعلمه، حتى يمكن في النهاية تفسير البيانات ونقلها للآخرين.

تنطوي عملية تحليل البيانات النوعية على العمل مع البيانات، وتحديد الأنماط، والجمع بين

المعلومات المختلفة في كل يمكن إدارته، وفهم ما هو مهم وما يجب تعلمه، وتحديد ما يمكن للآخرين

القيام به. التحليل الاستقرائي هو نوع من التحليل القائم على البيانات التجريبية، وتحديدًا لاختبار

النظريات والقوانين والمفاهيم العامة. يتم تطبيق التحليل الاستقرائي من خلال تحليل نظرية لها نقاط

قوة فريدة من نوعها عند تقديم بيانات استقرائية.

^{٢٢} Aziz Abdul, "Teknik Analisis Data Analisis Data," Teknik Analisis Data Analisis Data," ٢٠٢٠, ١-١٥.

أما عملية حل المشكلات التي يستخدمها الباحثون فهي عملية يقوم فيها الباحثون بتجميع البيانات التي تم البحث عنها بشكل منهجي من نتائج الملاحظات الميدانية والوثائق ونتائج المقابلات، وذلك من خلال تنظيمها في فئة، وشرحها في وحدات، وتجميعها وتولييفها، والمضي قدماً في تجميعها في نمط معين، واختيار الآمن منها والمهم منها، والمضي قدماً في استخلاص النتائج التي يمكن فهمها بسهولة من قبل الشخص نفسه ومن قبل العديد من الأشخاص.^{٢٣}

في بحث البيانات النوعية يمكن تحليل البيانات النوعية عن طريق:

(١) تسجيل الأشياء التي تم الحصول عليها من خلال الملاحظات الميدانية، ثم تعطى رمزاً بحيث يسهل تتبع مصدر البيانات.

(٢) يتم جمع البيانات وفرزها وتصنيفها وتولييفها وعمل نظرة عامة عليها وعمل فهرس لها.

(٣) عمل تجميعات وتصنيفات بحيث يكون لها معنى، ثم البحث عن الأنماط وإيجادها ثم استنتاج النتائج.

^{٢٣} Hengki Wijaya Helaludin, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik*, ٢٠١٩.

يقدم هذا البحث شرعاً لمراجعة الشريعة الإسلامية لممارسات التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع ونظام العمولة على منصة أكستريد إندونيسيا، وبناءً على المعلومات التي تم شرحها والتفكير في استخلاص النتائج في تقديم بيان جديد وعام بناءً على بيانات محددة معروفة صحتها في هذه الدراسة سوف تناقش فيما بعد بشكل خاص حول مراجعة ممارسات التسويق بالعمولة.

ز. منهجية المناقشة

الباب الأول. المقدمة

يحتوي هذا الفصل على خلفية المشكلة، وصياغة المشكلة، وأهداف البحث، وفوائد البحث، ومراجعة الأدبيات والأساس النظري، ومنهج البحث.

الباب الثاني. الإطار النظري

يحتوي على وصف للإطار النظري ذي الصلة بنظام الممارسة بالعمولة وتوفير عمولات البيع.

الباب الثالث. المناقشة

يحتوي على وصف للإطار النظري ذي الصلة المتعلق بنظام ممارسة الإحالة وتوفير عمولة المبيعات.

الباب الرابع. الخاتمة

يحتوي الفصل الأخير على استنتاجات أو اقتراحات أو توصيات. تلخص الخاتمة جميع

نتائج البحث فيما يتعلق بمشكلة البحث. وتستند الاستنتاجات إلى نتائج تحليل البيانات وتفسيرها

الموضحة في الفصول السابقة. أما الاقتراحات فتتم صياغتها بناءً على نتائج البحث، وتحتوي على

وصف للخطوات التي يجب اتخاذها من قبل الأطراف ذات الصلة بنتائج البحث المعني. وتتوجه

الاقتراحات إلى أمرين، هما:

١. اقتراحات في محاولة لتوسيع نطاق نتائج البحث، على سبيل المثال، يوصى بإجراء المزيد من

البحوث.

٢. اقتراحات لتحديد السياسات في المجالات المتعلقة بالمشكلة أو محور البحث