

الباب الأول

المقدمة

أ. خلفية البحث

يعد التسويق جزءاً مهماً من الأعمال ويتضمن عملية إنشاء والتواصل والتبادل وتقديم القيمة للشركاء أو المشتري. تعد مكونات تحليل السوق والتجزئة وتطوير المنتجات والتسعير والتوزيع والترويج من أهم مكونات أو أجزاء التسويق. تركز إدارة التسويق على اختيار أهداف السوق وتحقيقها والاحتفاظ بقاعدة المشتري وتنميتها من خلال الإبداع والتواصل الفائقين.¹

في تنفيذه ، يشمل التسويق عشرة أنواع من السلع والخدمات ، بما في ذلك المنتجات والخدمات والأحداث والتجارب والأفراد والمواقع والعقارات والمؤسسات والمعلومات والأفكار. يتم استخدام استراتيجيات التسويق مثل مزيج يتكون من المنتجات والأسعار والمواقع والعروض الترويجية والأشخاص والأدلة والعمليات المادية للترويج للمنتج. على سبيل المثال ، تحسين جودة المنتج ، وتحديد أسعار تنافسية ، واختيار المواقع الاستراتيجية ، والترويج للخدمة الجيدة ، والمرافق المادية الجذابة ، والخدمة الفائقة.²

¹ Fandy,Tjiptono,Strategi Pemasaran.”Strategi pemasaran”. Andi offset Yogyakarta(1995).2.

² Muslimin, Zainuddin et al.,“Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha UMKM sederhana”. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132-149.(2022).4.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Muslimin%2C+Zainuddin%2C+Muhammad+Zabir+Zainuddin%2C+%26+Muhammad+Kepin+Saputra.+%282022%29.+%E2%80%9CStrategi+pemasaran+untuk+meningkatkan+penjualan+pada+usaha+UMKM+sederhana%E2%80%9D.+Sultra+Journal+of+Economic+and+Business%2C+3%282%29%2C+132-149.&btnG=.

تعد زيادة المبيعات والحصة السوقية الأكبر وولاء المشتري المرتفع علامات على استراتيجية تسويق ناجحة. على العكس من ذلك ، يمكن أن يؤدي سوء فهم السوق أو المنتجات التي لا تلبي احتياجات المستهلك أو العروض الترويجية غير الفعالة إلى استراتيجيات تسويقية فاشلة. عادة ما يرجع هذا النجاح إلى الفهم الجيد لاحتياجات المستهلك ، أو الابتكار المستمر للمنتجات ، والتواصل الفعال من خلال القنوات الترويجية المختلفة.³

تعد استراتيجية السعر الموحد ، التي تباع جميع العناصر بنفس السعر ، موحد من أكثر استراتيجيات التسويق التي تجذب الانتباه. ظهر مفهوم خمسة وثلاثين ألف روبية متجر صغير في مدن مختلفة في إندونيسيا ، ويقدم مجموعة متنوعة من السلع بنفس السعر. الهدف من هذه الاستراتيجية هو تسهيل عملية الشراء للمشتري وخلق تصور عالي القيمة للبضائع التي يتم بيعها.⁴

³ Aikal Bisma Rendelangi et al., “Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan”. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60-71.(2023).5.

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Aikal+Bisma+Rendelangi%2C+Sahyunu+Sahyunu%2C+%26+Laode+Abdul+Manan.+%282023%29.+%E2%80%9CPengaruh+Strategi+Pemasaran+Dalam+Meningkatkan+Volume+Penjualan+Pada+Toko+Alvian+Resa+Prianto+Desa+Ambaipua+Kecamatan+Ranomeeto+Kabupaten+Konawe+Selatan%E2%80%9D.+Sultra+Journal+of+Economic+and+Business%2C+4%281%29%2C+60-71.&btnG=.

⁴ Pierre Chandon, et al. “A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness”. *Journal of marketing*, 64(4), 65-81. (2000). 13,16,15,4.

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=++Pierre%2C+Chandon+Pierre%2C+Brian+Wansink%2C+%26+Gilles+Laurent.+%282000%29.+%E2%80%9CA+benefit+congruency+framework+of+sales+promotion+effectiveness%E2%80%9D.+Journal+of+marketing%2C+64%284%29%2C+65-81&btnG=.

للتسويق استراتيجية مختلفة ، إحداها استراتيجية السعر الموحد التي يتم تطبيقها في بعض متاجر البيع بالتجزئة ، وفي بعض متاجر البيع بالتجزئة هذه الاستراتيجية جذابة للغاية لأنها توفر الراحة للعديد من المشتري في تحديد المنتجات التي سيشترونها وسيدفع الجميع نفس سعر المنتجات التي يشترونها.⁵

⁵ Hatfina Nazla et al., "Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Pada Warung Kopi Di Banda Aceh Masa Pandemi Covid-19 Untuk Penentuan Strategi Pemasaran". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(4), 325-333. (2022).1.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=++Nazla%2C+H.%2C+Kasimin%2C+S.%2C+%26+Bahri%2C+T.+S.+%282022%29.+Identifikasi+Faktor-Faktor+Internal+dan+Eksternal+Pada+Warung+Kopi+Di+Banda+Aceh+Masa+Pandemi+Covid-19+Untuk+Penentuan+Strategi+Pemasaran.+Jurnal+Ilmiah+Mahasiswa+Pertanian%2C+7%284%29%2C+325-333.&btnG=.

أحد الأمثلة على تنفيذ استراتيجية السعر الموحد هو الدكان فيانكا أبي حمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج لمختلف المنتجات ، في محاولة لجذب المشتري الذين يبحثون عن سلع عالية الجودة بأسعار معقولة. ومع ذلك ، فإن تنفيذ هذه الاستراتيجية لا يسير دائما بسلاسة مع تنفيذها. لا تعمل استراتيجية السعر الموحد في الدكان فينكا متعدد الأغراض البالغ عددها أبي حمسة وثلاثين ألف روبية دائما وفقا لتوقعات المشتري. على الرغم من وجود لافتة كبيرة ، وخريطة رقمية من خرائط Google تقول "جمع الأنواع" خمسة وثلاثين ألف روبية . "وتبين أن بعض المنتجات تباع بأسعار مختلفة عن تلك التي تم الترويج لها. هذا يسبب خيبة أمل المشتري وعدم الثقة في المعلومات التي يتلقونها. ترتبط هذه الممارسة بغرر (عدم اليقين) والتدليس (الاحتيال) في الشريعة الإسلامية ، حيث لا يحصل المستهلك على سعر واضح من بداية المعاملة. لذلك ، فإن الشفافية في التسويق مهمة جدا للحفاظ على ثقة المشتري وإدارة الأعمال بشكل متصلي. تطبيق استراتيجية التسعير الموحد في موضوع البحث التالي حول الدكان فيانكا أبي حمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلانج حيث يتم بيع جميع المنتجات في هذا المتجر بسعر ثابت، حيث يتم ربط جميع المنتجات المباعة في هذا الدكان بسعر موحد ، وهو أبي حمسة وثلاثين ألف روبية. تساعد هذه الاستراتيجية المستهلكين في التسوق بشكل أسرع وأسهل، نظراً لعدم الحاجة إلى مقارنة أسعار المنتجات. كما يمكنهم اختيار المنتجات التي تلبي احتياجاتهم فوراً، مما يعطي انطباعاً بأن الأسعار معقولة وجذابة لجميع الفئات الاجتماعية. تطبيق استراتيجية التسعير الموحد لدكان فينكا يحمل جوانب مميزة مقارنة بالمُتاجر الأخرى التي تتبع نفس النهج. فعلى الرغم من أن المتجر يعتمد على السعر الموحد كحد أدنى (خمس وثلاثين ألف روبية روبية)، إلا أن هناك استثناءات تُفسر من قبل صاحب الدكان، حيث يتم بيع

بعض المنتجات بأكثر من هذا السعر بناءً على نموذج المنتج وجودته. لذلك، يسعى الباحث لدراسة استراتيجية التسويق الحالية التي تعتمد على التسعير الموحد ومدى تطبيقها من قبل في الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج.⁶

يتمتع الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية متجر بإمكانيات وتأثير كبير على المجتمع المحيط من خلال النظر إلى الأرباح التي يحققها المتجر نفسه وهو جيد جدا من حيث القيمة وهو المتجر الذي يحتوي على أكبر مبيعات للمنتجات الأولية والثانوية في منطقة مونتيلان ماجلانج لأن اهتمام المستهلكين المرتفع بالمنتجات بأسعار معقولة مدعوما بموقع متجر استراتيجي ومدعوم أيضا باستراتيجية تسويقية بسيطة ولكنها فعالة ، استخدام سعر واحد يجعل دكان فيانكا أحد خيارات المستهلكين المحليين ، من خلال رؤية هذه الإمكانيات ، يمكن ل دكان فيانكا الاستمرار في النمو والحفاظ على أرقام السوق من خلال تطوير مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات الأفضل.⁷

بناءً على العرض أعلاه ، يهتم الباحث بالبحث في استراتيجية التسويق بسعر موحد بقيمة أبي خمسة وثلاثين ألف روبية مطبق من قبل متجر فيانكا مونتيلان ماجلانج بعنوان البحث: " نظرية الحكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد بدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية بمونتيلان ماجيلانج "

⁶ نتيجة الحوار مع أصحاب الدكان والعديد من الموظفين في موقع البحث في 13 يوليو 2024

⁷ نتيجة الحوار مع أصحاب الدكان والعديد من الموظفين في موقع البحث في 13 يوليو 2024

ب. تحديد المسألة

بناء على خلفية البحث قبله حدد الباحث هذا البحث في النقاط التالية:

1. كيف تطبيق استراتيجية التسويق بسعر الموحد بدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف

روبية بمونتيان ماجيلانج ؟

2. كيف نظرية الحكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد بدكان فيانكا أبي

خمس وثلاثين ألف روبية بمونتيان ماجيلانج ؟

ج. أهداف البحث

الأهداف المراد تحقيقها في هذه الدراسة هي:

1. لمعرفة كيفية تطبيق استراتيجية التسويق بسعر الموحد بدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين

ألف روبية بمونتيان ماجيلانج

2. لمعرفة نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي

خمس وثلاثين ألف روبية في مونتيان ماجيلانج

د. أهمية البحث

بعد إتمام كتابة بحثه يرجو الباحث الحصول على الأهمية الآتية:

1. الأهمية النظرية

أ. (يهدف هذا البحث إلى زيادة معرفة المؤلف ورؤيته حول ممارسة تسويق استراتيجية السعر الموحد التي ينفذها الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية باستراتيجية تسويق بسعر موحد. من الناحية النظرية ، من المتوقع أن يوفر هذا البحث معلومات ومراجع وفهما لتأثير الترويج بسعر موحد على المجتمع. بالإضافة إلى ذلك ، من المأمول أن يلهم هذا البحث البحث المستقبلي. خاصة البحوث التي يتم إجراؤها بهدف الحفاظ على عملية التقييم (التقييم والقياس) وتحقيق نتائج دقيقة ودقيقة.

ب. (لإضافة نظرة ثاقبة للمؤلف والتعرف عن كذب على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيان ماجيلانج.

ج. (من المتوقع أن تكون نتائج هذا البحث قادرة على تطوير دراسات في مجال المعاملات المالية وتقديم منظور جديد.

د.) الانتهاء من المشروع النهائي يعادل إتمام المشروع في برنامج دراسة في مجال المعاملات المالية كلية الشريعة الإسلامية.

2. الأهمية العملية

أ.) من الناحية العملية، من المتوقع أن يكون هذا البحث مثالا على تفكير رجال الأعمال الآخرين حول استراتيجيات التسويق وأنظمة أخلاقيات العمل الشرعية. يمكن أن يساعد هذا البحث المتداولين على اتخاذ قرارات بشأن استراتيجيات التسويق الفعالة لزيادة المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لعامة الناس اكتساب المعرفة والمعلومات حول أهمية استراتيجيات التسويق في المبيعات بالإضافة إلى وجهات نظر الشريعة الإسلامية حول الممارسات التي يمكن استخدامها وما يمكن اتخاذه بشكل منهجي.

ب.) إنه مدخل للشركات التي هي موضوع البحث وكمراجع للباحثين الآخرين الذين سيجرون أبحاثا بنفس الموضوع أو الطريقة.

هـ. البحوث السابقة

مراجعة الأدبيات هي وصف موجز للأبحاث السابقة التي تم بحثها، بحيث يمكن ملاحظة أن البحث الذي سيتم إجراؤه ليس تكراراً للبحث الحالي. فيما يلي دراسة سابقة حسب الباحث الذي تكاد تكون مناقشته متشابهة:

أولاً ، البحث الذي أجرته تاتي أورخمة بعنوان "استراتيجيات التسعير في زيادة حجم المبيعات في كايلا أزياء خمسة وثلاثين ألف روبية بوروكيتو". أجرت هذه الدراسة بحثاً بطريقة وصفية نوعية (جمع البيانات المباشر) في خمسة وثلاثين ألف روبية متجر أزياء بوروكيتو كايلا. نتائج البحث هي استراتيجيات التسعير في زيادة حجم المبيعات في كايلا فاشون سربيا خمسة وثلاثين ألف روبية بوروكيتو من خلال طريقتين، وهي استراتيجية تسعير المنتجات الجديدة (كيفية تحديد أفضل سعر للمنتجات أو الخدمات باستخدام نموذج تحليلي) واستراتيجية مرونة الأسعار (أسعار مختلفة لعملاء مختلفين لنفس الموردين ذوي الجودة) وهناك معلومات لا تتوافق مع الجودة الأصلية. مع وضع ذلك في الاعتبار ، يمكن القول أن استراتيجية التسعير التي يستخدمها متجر كايلا للأزياء تستخدم نوع التنفيذ وفقاً للشريعة الإسلامية وهناك أيضاً نوع من التنفيذ لا يتوافق مع نوع الشريعة الإسلامية. وذلك لأن استراتيجية التسويقية للتسعير والمعلومات المنقولة لا تتوافق مع

تنفيذها بحيث لا يتضح ما هي عناصر الحرم والحلال عند النظر إليها من منظور الشريعة الإسلامية.⁸

في البحث الذي تم وصفه أعلاه ، تم توضيح أن البحث يركز على استراتيجيات التسعير في زيادة حجم المبيعات إلى خمسة وثلاثين ألف روبية أزياء بورباكرتا كايلا من جميع النواحي. وفي الوقت نفسه ، في هذه الدراسة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج .

ثانياً البحث الذي أجراه يرمان حيروان بعنوان "استراتيجية التسويق الشرعي لثلاثين ألف لياما في متاجر كوليكتشن زهرة" نوع البحث الذي تم إجراؤه هو بحث ميداني ويجب أن تكون استراتيجيات التسويق الشرعي عادلة، جيد، ولا يوجد عنصر احتيال بين البائع والمشتري حتى لا يضر أي شيء بين الطرفين. تظهر نتائج هذه الدراسة أن استراتيجية التسويق في متجر مجموعة زهرة تنتهك الممارسات التسويقية الشرعية التي يجب

⁸ Tati Urrokhmah, "strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto"(Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto, 2018), 45. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Urrokhmah%2C+T.+%282018%29.%E2%80%9D+strategi+penetapan+harga+dalam+meningkatkan+volume+penjualan+pada+Kayla+Fashion+Serba+35.000+Purwokerto+%E2%80%9C%28Doctoral+dissertation%2C+IAIN+Purwokerto%29&btnG=.

تطبيقها ومع ذلك، في استراتيجية التسويق متعددة الأغراض البالغة خمسة وثلاثين ألفاً، يتم التلاعب بسعر البيع. في الواقع، لا ينطبق سعر خمسة وثلاثين ألفاً على جميع المنتجات المباعة في متجر زهرة كولكشن. مع استراتيجية التسعير هذه، تتصرف زهراء كولكشن بشكل غير نزيه ويشعر العملاء بالخداع عند الدفع. دون النظر إلى الاقتصاد الشرعي يستخدم المتجر أساليب تسويقية فقط لجذب العملاء. وفي التنفيذ يوجد فيه عنصر غرر لأن هناك عيباً بين الطرفين وهناك خيانة الأمانة في استراتيجية التسويق الشرعي.⁹

في البحث الذي تم وصفه أعلاه، تم توضيح أن البحث يركز على استراتيجية التسويق لخمسة وثلاثين ألفاً في متجر زهرة كوليكشن. وفي الوقت نفسه، في هذه الدراسة، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روية في مونتيان ماجيلانج.

ثالثاً، بحث أجرته ليلة العفيفة بعنوان "تحليل مبادئ أخلاقيات العمل في الخدمة والتسعير في فيلشوب ماديون". تظهر نتائج الدراسة أن فيلشوب لم تطبق بشكل كامل

⁹ Yorman Herawan, "StrategiPemasaranSyariah serba Tiga Puluh Lima Ribu di Toko Zahra Collection" (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu, 2021), 5.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Herawan%2C+Y.%E2%80%9D+StrategiPemasaranSyariah+SerbaTigaPuluh+Lima+Ribu+di+Toko+Zahra+Collection%E2%80%9D+%28Doctoral+dissertation%2C+IAIN+Bengkulu%29.&btnG=

مبادئ أخلاقيات العمل في عملياتها التجارية ، على الرغم من أنها تخدم عملائها وفقا لأخلاقيات العمل. خاصة مبادئ نزاهة موران والأمانة والعدالة والمنفعة المتبادلة. يظهر ذلك من خلال توفير معلومات حول عدم تناسق جودة البضائع المنشورة على Instagram مع البضائع الفعلية. ومع ذلك ، طبقت فيلشوب مبدأ الاستقلالية هذا (إدارة شؤونها الخاصة) في أعمالها. تظهر الشركة ذلك من خلال محاولة الوفاء بالتزاماتها التجارية.¹⁰

في البحث الذي تم وصفه أعلاه ، يركز الباحث على البحث في نظام تطبيق أخلاقيات العمل في الخدمة والتسعير في متاجر فيلشوب بالإضافة إلى وجهات نظر الشريعة الإسلامية في الخدمة والتسعير التي تحدث في متاجر فيلشوب ماديون. وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحّد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روية في مونتيلان ماجيلانج.

¹⁰ Laelatul Afifah, "Analisis Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan dan Penetapan Harga di Vilshop Madiun". (IAIN Ponorogo 2021), 72.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Laelatul+Afifah%2C+%282021%29.+Analisis+Prinsipprinsip+Etika+Bisnis+Islam+dalam+Pelayanan+dan+Penetapan+Harga+di+Vilshop+Madiun.+Ekonomi+Dan+Bisnis%3A+Percikan+Pemikiran+Mahasiswa+Ekonomi+Syariah+IAIN+Ponorogo%2C+2%2C+152&btnG=.

رابعاً، بحث أجرته هيرا أنغريني بعنوان "استراتيجية التسويق في زيادة مبيعات المنتجات وقوة المنظور الاقتصادي الشرعي (سيتودي في خمسة وثلاثين ألف روبية متجر متعدد الأقسام، جالان كيميري، مدينة بالو). أجرت هذه الدراسة بحثاً وصفيًا نوعيًا. في هذا البحث ، تم جمع البيانات الأولية والثانوية من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. يستخدم تحليل البيانات نماذج مثل تقليل البيانات والعرض التقديمي والتحقق من البيانات. تظهر نتائج الدراسة أن مزيج التسويق 7P يستخدم للترويج للمنتجات في خمسة وثلاثين ألف روبية متجر متعدد الأقسام ، والذي يقدم منتجات عالية الجودة وأسعاراً معقولة ومواقع استراتيجية. يضم المتجر 8 موظفين ، ويتم تنفيذ عملية إنتاج بعض المنتجات مباشرة في الحمل الحراري ، والذي يمكن رؤيته في الموقع الفعلي. يعطي المتجر متعدد الأقسام الذي تبلغ تكلفته خمسة وثلاثين ألف روبية الأولية للقيم الأخلاقية والأخلاقية للعملاء من منظور اقتصاديات الشريعة. تم بناء المتجر على مفهوم استراتيجيات التسويق مثل الإلهية والأخلاقية والواقعية والإنسانية.¹¹

¹¹ Hera Anggreni, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dan Daya Saing Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Toko serba RP. 35.000 Jl. Kemiri Kota Palu) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2023), 108.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Anggreni%2C+H.+%282023%29.+Strategi+Pemasaran+Dalam+Meningkatkan+Penjualan+Produk+Dan+Daya+Saing+Perspektif+Ekonomi+Syariah+%28Studi+Pada+Toko+serba+RP.+35.000+Jl.+Kemiri+Kota+Palu%29+%28Doctoral+dissertation%2C+Universitas+Islam+Negeri+Datokarama+Palu%29.&btnG=

في البحث الموصوف أعلاه ، يركز الباحث على البحث في نظام التسويق في زيادة مبيعات المنتجات وقوة الاقتصاد الشرعي من منظور (سيتودي في متجر متعدد الأقسام خمسة وثلاثين ألف روبية ، جالان كيمييري ، مدينة بالو). وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على مراجعة الشريعة الإسلامية على استراتيجية التسويق بسعر موحد في الدكان فيانكا المقابل خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلانج.

خامسا، بحث أجرته فيكي أنديكا بوترا (2020) بعنوان "مراجعة الشريعة الإسلامية حول استراتيجية الترويج للسعر الواحد في البيع والشراء" (دراسة حالة في خمسة وثلاثين ألف روبية متجر متعدد الأقسام Jl. Hayamwuruk Bandar Lampung City). أظهرت نتائج الدراسة أن وضع لافتات بقيمة خمسة وثلاثين ألف روبية روبية إندونيسية داخل وخارج متجر صغير بقيمة خمسة وثلاثين ألف روبية روبية إندونيسية في Jl. Hayam Wuruk ، مدينة Bandar Lampung هي استراتيجية ترويجية فعالة. في الشريعة الإسلامية ، يعتبر البيع والشراء وفقا لشروط ومبادئ البيع والشراء أمرا قانونيا. ومع ذلك ، فإن طريقة الترويج هذه محظورة لأنها تحتوي على عناصر الخداع أو الاحتيال. لأن

المتجر وضع لافتة عليها عبارة "خمسـة وثلاثين ألف روبية روية إندونيسية" ، على الرغم من

أن جميع السلع هناك ليست تكلف خمسـة وثلاثين ألف روبية روية إندونيسية.¹²

في البحث الذي تم وصفه أعلاه ، يركز الباحث على البحث في نظام استراتيجية

الترويج بسعر واحد في البيع والشراء في خمسـة وثلاثين ألف روبية روية متجر صغير في Jl.

Hayamwuruk Bandar Lampung City وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه

هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق

بسرالموحد الدكان فيانكا أبي خمسـة وثلاثين ألف روبية روية في مونتيلان ماجيلانج.

سادسا ، بحث أجرته سيلفيا أرياني (2023) بعنوان "استراتيجية ترويج سعر موحد

من منظور القانون الاقتصادي الشرعي (دراسة حالة ل خمسـة وثلاثين ألف روبية روية متجر

صغير Jl. Sukarno Hatta ، منطقة مترو الغربية ، مدينة مترو)". تظهر نتائج هذه الدراسة

أن نظام الدكان المقابل خمسـة وثلاثين ألف روبية روية يستخدم استراتيجية ترويج بسعر

واحد، حيث يقوم بتثبيت لافتة الدكان المقابل خمسـة وثلاثين ألف روبية روية داخل وأمام

¹² Fiki Andika Putra, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Di Toko serba 35.000 Jl. Hayam Wuruk Kota Bandar Lampung), (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 81.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=++Putra%2C+F.+A.+%282020%29.+Tinjauan+Hukum+Islam+Terhadap+Strategi+Promosi+Satu+Harga+Dalam+Jual+Beli+%28Studi+Kasus+Di+Toko+serba+35.000+Jl.+Hayam+Wuruk+Kota+Bandar+Lampung%29+%28Doctoral+dissertation%2C+UIN+Raden+Intan+Lampung%29.&btnG=.

المتجر. تمكنت هذه الاستراتيجية من جذب المشتريين لأن سعر خمسة وثلاثين ألف روبية كان أقل سعر وكان في متناول الجميع. عادة ما تكون التكلفة أو رأس المال والأرباح والمنافسة هي أساس طرق التسعير المستخدمة. وفقا لمراجعة للقانون الاقتصادي الشرعي، يمكن استخدام استراتيجية الترويج بسعر واحد بقيمة خمسة وثلاثين ألف روبية طالما أنها لا تنتهك مبادئ المملة أو تحتوي على عناصر محرمة في البيع والشراء الإسلامي. ومع ذلك، وضع المتجر لافتة مقابل خمسة وثلاثين ألف روبية، على الرغم من عدم بيع جميع العناصر المباعة بهذا السعر. مع هذه الاستراتيجية، هناك خيانة الأمانة في التسعير بحيث يشعر المشترون بالخداع عند إجراء المدفوعات.¹³

في البحث الذي تم وصفه أعلاه، ركز الباحث على البحث في نظام التسويق بسعر واحد من منظور القانون الاقتصادي الشرعي في خمسة وثلاثين ألف روبية مليون متجر صغير. سوكارنو هاتا، منطقة مترو الغربية، مترو سيتي. وفي الوقت نفسه، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة، يريد الباحث التركيز على مراجعة الشريعة الإسلامية

¹³ Silvia Arianti, "Strategi Promosi Satu Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus Toko serba 35.000 Jl. Soekarno Hatta Kecamatan Metro Barat Kota Metro)" (Doctoral dissertation, IAIN Metro, 2023), 85.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Arianti%2C+S.+%282023%29.+Strategi+Promosi+Satu+Harga+Dalam+Perspektif+Hukum+Ekonomi+Syari%E2%80%99ah+%28Studi+Kasus+Toko+serba+35.000+Jl.+Soekarno+Hatta+Kecamatan+Metro+Barat+Kota+Metro%29+%28Doctoral+dissertation%2C+IAIN+Metro%29.&btnG=

على استراتيجية التسويق بسعر موحد في الدكان فيانكا المقابل خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلانج.

سابعاً، بحث أجراه محمد إحسان (2023). بعنوان "مراجعة الشريعة الإسلامية للبيع والشريعة بنظام الخصم (دراسة عن متجر الطوب Jl.Yos Sudarso، منطقة بانجانج، مدينة بندر لامبونج)". أظهرت نتائج الدراسة أن البيع والشراء بنظام الخصم في توكو باتا محظور بموجب الشريعة الإسلامية لأن هذا النظام يصدر سرا، لذلك لا يعرف المشترون ما إذا كان يتم خصمه بشكل مباشر أو تم زيادة السعر أولاً قبل الخصم. وبالتالي ، فإن نظام الخصم هذا هو كذبة في تقديم الخصومات.¹⁴

في البحث الموصوف أعلاه ، يركز الباحث على البحث في نظام استراتيجية التسويق عن طريق الديكون في محلات الطوب في Jl.Yos Sudarso ، منطقة Panjang ، مدينة Bandar Lampung ومراجعة استراتيجية التسويق مع الشريعة الإسلامية. وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم

¹⁴ M Ikhsan, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli dengan Sistem Diskon (Studi pada Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung" (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung, 2018)., 55.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Ikhsan%2C+M.+%282018%29.+Tinjauan+Hukum+Islam+Tentang+Jual+Beli+dengan+Sistem+Diskon+%28Studi+pada+Toko+Bata+Jl.+Yos+Sudarso+Kecamatan+Panjang+Kota+Bandar+Lampung%29+%28Doctoral+dissertation%2C+UIN+Raden+Intan+Lampung%29.&btnG=.

الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحّد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج .

ثامنا ، البحث الذي أجراه نور إدايتي بعنوان "تحديد الأسعار والحد الأقصى لمبلغ الربح في البيع والشراء" من منظور الشريعة الإسلامية (دراسة عن إندوماريت وميني ماركت 212 منطقة كوبري سوكرامي)". أظهرت نتائج الدراسة أن متاجر إندوماريت تستخدم أولاً طريقة قائمة على التكلفة، مما يعني أن إندوماريت تأخذ في الاعتبار جميع التكاليف المتكبدة لإجراء مقارنة بين أسعار المنتجات التي سيتم إجراؤها في ميزانية العام التالي. من ناحية أخرى ، يستخدم الدكان مصغر 212 طريقة قائمة على سعر المنافس ، مما يعني أن الدكان مصغر 212 تحدد السعر من خلال مقارنة سعر المنافس بنفس المنتج. ثانياً: من وجهة نظر الشريعة الإسلامية لا يوجد حد لتحديد الحد الأقصى للسعر والربح. لم تقم أي من هذه الشركات بأي أعمال يحظرها الإسلام. ومع ذلك ، يجب على الشركات إعطاء الأولوية للشهرة المتبادلة ومدونة أخلاقيات التداول لتجنب الخسائر لطرف

واحد.¹⁵

¹⁵ Nurul Idayati, "Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Indomart dan Minimarket 212 Korpri Kecamatan Sukarame)" (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung 2020)., 3.

في البحث الذي تم وصفه أعلاه ، يركز الباحث على البحث في نظام استراتيجية التسويق وكذلك تحديد الأسعار ومقدار الأرباح القصوى في البيع والشراء وفقا لمنظور الشريعة الإسلامية في متاجر إندوماريت والأسواق الصغيرة 212 كوبري سوكا رامي ديستريكت. وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على مراجعة الشريعة الإسلامية على استراتيجية التسويق بسعر موحد في الدكان فيانكا المقابل خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلا نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلا نج .

تاسعا، البحث الذي أجرته بيتي نور إلمياي بعنوان "مراجعة الشريعة الإسلامية لسعر نظام البوفيه في مطعم سانبارتو سينداغا البسيط، منطقة كيياسن، بانيوماس ريجنسي". تظهر نتائج الدراسة أن مطعم Sanparto Cindaga البسيط منطقة Kebasen ، Banyumas Regency. وفقا لبحث المؤلف حول التسعير في مطاعم نظام البوفيه في Sanparto Cindaga ، منطقة Banyumas Regency ، Kebasen ، فإن ممارسة البيع والشراء

والتسعير المطبقة مسموح بها (قانونية). ومع ذلك ، فقد تم استخدام نفس السعر منذ فترة طويلة وأصبح مألوفاً بسبب الثقة والاتفاق وغياب الإكراه بين الطرفين. وفقاً لأدلة القرآن والحديث ، يمكن القول إن هذه العناصر هي عادات المحامين (عادات متكررة).¹⁶

في البحث الذي تم وصفه أعلاه ، ركز الباحث على البحث في نظام استراتيجية التسويق بالإضافة إلى تسعير ومراجعة الشريعة الإسلامية التي حدثت في مطعم بوفيه في سانبارتو سينداغا ، منطقة كيياسين ، بانيوماس ريجنسي. وفي الوقت نفسه ، في البحث الذي سيتم إجراؤه هذه المرة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحّد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج .

¹⁶ Baeti Nur Ilmiyati, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Sistem Prasmanan Di Rumah Makan Sederhana Sanparto Cindaga Kec. Kebasen Kab. Banyumas" (IAIN Purwokerto, 2018).

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Ilmiyati%2C+B.+N.+%282018%29.+Tinjauan+Hukum+Islam+Terhadap+Penetapan+Harga+Sistem+Prasmanan+Di+Rumah+Makan+Sederhana+Sanparto+Cindaga+Kec.+Kebasen+Kab.+Banyumas+%28Doctoral+dissertation%2C+IAIN+Purwokerto%29.&btnG=#d=gs_cit&t=1745795939735&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AKQYt3RkmO5sJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Did.

بعد شرح العديد من الدراسات السابقة ، يريد الباحث التركيز على نظرية حكم
الإسلامي في استراتيجية التسويق بسعر الموحّد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف
روبية في مونتيلان ماجيلانج .

و. منهج البحث

بشكل عام، يتم تعريف منهج البحث على أنه نشاط علمي مخطط له، منظم،
ومنهجي، وله هدف محدد، سواء كان ذلك على المستوى العملي أو النظري. يتضمن
البحث الاهتمام بجوانب المعرفة والنظريات المخططة، مع مراعاة عوامل مثل الوقت،
التكاليف، وإمكانية الوصول إلى المصادر والبيانات المتاحة.¹⁷

هذا البحث هو بحث بأسلوب وصفي نوعي، حيث يركز المنهج النوعي على
دراسة الظواهر في بيئتها الطبيعية. "طبيعية" تعني أن البيانات يتم جمعها من خلال
وجود الباحث في الميدان الفعلي حيث تُجرى الدراسة. تُجمع البيانات مباشرة من
المصادر الأصلية. الباحثون هم الأدوات الرئيسية لجمع البيانات. باختصار، يشارك

¹⁷ J.R Raco, "Metode Penelitian Kualitatif" Jenis. Karakteristik Dan Keunggulannya,
(Jakarta: Grasindo, 2010), 5.

الباحثون بشكل مباشر في البحث، سواء من خلال جمع البيانات باستخدام المقابلات والملاحظات، أو من خلال تحليل البيانات وتفسير النتائج.¹⁸

نوع البحث الذي أجراه المؤلف هو البحث الميداني. في تنفيذه، يقوم الباحث بمراقبة المستجيبين بشكل مباشر والإنخراط في البيئة الاجتماعية، بالإضافة إلى الاندماج مع الثقافة السائدة. يمكن تنفيذ هذا النوع من البحث من خلال عدة أساليب مثل المقابلات الرسمية وغير الرسمية، المحادثات، الاستطلاعات، وجمع الوثائق الشخصية (مثل الكتابات، تسجيلات المحادثات، الصور الفوتوغرافية، وما إلى ذلك).¹⁹

1. موقع البحث

موضوع البحث الذي سيدرسه الباحث هو في استراتيجية التسويق بسعر الموحد الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية في مونتيلان ماجيلانج.

2. مصدر البيانات

¹⁸ J.R Raco, "Metode Penelitian Kualitatif" Jenis. Karakteristik Dan Keunggulannya, (Jakarta: Grasindo, 2010), 56.

¹⁹ Zuchri Abdussamad, "Metode Penelitian Kualitatif," *Teknik pengambilan sampel*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 132.

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

مصادر البيانات التالية:

أ. البيانات الأولية

مصادر البيانات الأولية هي مصادر البيانات التي يتم الحصول عليها وجمعها مباشرة من قبل الباحثين في هذا المجال ، بالطبع عن طريق المقابلات أو الملاحظة المباشرة وجمع البيانات بطريقة منهجية موضوعية في اتخاذ القرارات.²⁰ بالطبع ، من خلال إجراء مقابلات مباشرة مع موظفي وأصحاب في الدكان فيانكا أبي خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيان ماجيلانج.

ب. البيانات الثانوية

مصادر البيانات الثانوية هي مصادر بيانات إضافية لا يتم الحصول عليها مباشرة في الميدان ، ولكن من مصادر تم إنشاؤها بواسطة الآخرين ، على سبيل المثال: الكتب والمستندات والصور والإحصائيات. يمكن استخدام مصادر البيانات الثانوية في البحث ، والذي يعمل كمصدر بيانات تكميلي

²⁰ Amtai Alaslan, "Metode Penelitian Kualitatif." *pertimbangan memilih masalah*, (Depok: Rajawali Pres), 48-50.

أو المصدر الرئيسي إذا لم تكن هناك مصادر متاحة في وظيفته كمصدر بيانات أساسي.²¹ بالطبع ، يتم أخذ هذه البيانات الثانوية من مصادر البيانات في شكل وثائق وملفات وملفات مرتبطة في الدكان فيانكاأبي خمسة وثلاثين ألف روية مونتيلان ماجيلانج .

3. طريقة جمع البيانات

أ. الملاحظة

طريقة الملاحظة هي طريقة تستخدم لجمع البيانات التي توفر نظرة عامة على الوضع المحلي أو البيئة الاجتماعية التي هي سياق مناقشة البحث. تم الحصول على البيئة الاجتماعية من خلال الملاحظة والتوثيق ، أي النظر في البيانات الميدانية والاستماع إلى المعلومات من المخبرين ، وقصص السكان

المحليين.²²

ب. المقابلة

²¹ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta) 113.

²² . Tjipto Subadi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: Muhammadiyah Press, 2006), 66.

المقابلة هي محادثة وجها لوجه ، حيث يسعى أحد الأطراف للحصول على معلومات من المحاور بهدف الحصول على المعلومات والمعلومات الصحيحة حول موضوع معين ، والهدف هو أن تكون قادرا على الخوض في موضوع معين من خلال أسئلة مختلفة حول هذا الموضوع.²³ المقابلة التي سيتم استخدامها هي مقابلة شبه منظمة ، تهدف هذه المقابلة إلى أن تكون قادرة على الحصول على أفكار وآراء حول المشكلة التي يتم بحثها بشكل مفتوح بحيث يحتاج الباحث فقط إلى الاستماع بعناية وتسجيل المعلومات المنقولة ، وفي هذه الحالة يمكن للباحث أيضا طرح أسئلة جديدة تلقائيا تتوافق مع السياق الذي تتم مناقشته.²⁴ يتم إجراء المقابلات شبه المنظمة مباشرة مع جميع الأشخاص المشاركين في نظام الخدمة هذا ، مثل مالكي الشركات والموظفين في الدكان فيانكا سريبا خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلانج.

(ج.0) التوثيق

²³ Fadhallah, "Wawancara", *Definisi Wawancara* (Jakarta: UNJ Press, 2021), 1.

²⁴ Amtai Aslan, "Metode Penelitian Kualitatif", *Teknik interview wawancara*(Depok: Rajawali Pers, 2021), 78.

في القاموس الإندونيسي الكبير ، جمع المعلومات واختيارها ومعالجتها وتخزينها في مجال المعرفة ، بالإضافة إلى توفير أو جمع الأدلة والمعلومات (مثل الصور والاقتباسات وقصاصات الصحف والمواد المرجعية الأخرى). التوثيق هو أحد طرق جمع البيانات من خلال الأرشفة ويشمل أيضا كتبنا عن الآراء والآراء والنظريات والمسلمات أو القوانين وغيرها من الكتب المتعلقة بمشاكل البحث. في البحث النوعي ، تعد تقنية جمع البيانات من الأشياء الرئيسية لأن إثبات الفرضية يتم اقتراحه منطقيا وعقلانيا من خلال الآراء أو النظريات أو القوانين ، إما لدعم الفرضية أو رفضها.²⁵

هناك حاجة إلى التوثيق من أجل الحصول على بيانات ثانوية ، أي عن طريق جمع المستندات والأدبيات اللازمة لتحليل نظام استراتيجية التسويق في الدكان فيانكا سريبا خمسة وثلاثين ألف روبية مونتيلان ماجيلانج .

²⁵ Iryana dan Risky Kawasati, *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*, Jurnal Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong, (2019), 11.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Iryana+dan+Risky+Kawasati%2C+&btnG=.

4. طريقة تحليل البيانات

تحليل البيانات هو أهم مرحلة في تنفيذ البحث. في البحث النوعي، لن تعني البيانات التي تم الحصول عليها من عملية جمع البيانات أي شيء إذا لم يتم تحليلها بشكل صحيح وصحيح. في هذه الحالة، يعد تحليل البيانات النوعية جهدا للعمل مع البيانات، وتنظيم البيانات، واختيار أن تصبح بيانات جيدة وقابلة للإدارة، والقدرة على العثور على الأنماط، والقدرة على العثور على ما هو مهم ويمكن تعلمه، حتى يمكن أخيرا تفسير البيانات ونقلها إلى الآخرين.²⁶

في تحليل أبحاث البيانات النوعية، يمكن القيام بذلك عن طريق:

(1) سجل الأشياء التي تم الحصول عليها من خلال السجلات الميدانية، ثم يتم إعطاؤك رمزا بحيث يسهل تتبع مصدر البيانات.

(2) يتم جمع البيانات وفرزها وتصنيفها وتوليفها وتلخيصها وفهرستها.

²⁶ Sobry Sutikno dan Prosmala Hadisaputra, 'Penelitian Kualitatif', (Lombok: Holistica, 2020),

(3) قم بعمل التجميع والتصنيف بحيث يكون له معنى ، ثم ابحث وابحث عن الأنماط ثم اختتم النتائج.

وبالتالي ، يمكن القول أن تحليل البيانات النوعية هو عملية ترتيب مكونات مكونات البيانات بشكل منهجي وهيكلية للعثور على الأنماط بحيث يسهل على الجميع فهمها.²⁷ في البحث النوعي، يتم التركيز على التحليل الاستقرائي ، وليس الاستنتاجي. يتم الحصول على النظرية التي سيتم العثور عليها في البحث النوعي في مجال الدراسة بناء على البيانات التي تم الحصول عليها بشكل منفصل مع مختلف الأدلة التي تم جمعها والمترايط.²⁸

ز. تنظيم كتابة البحث

النظاميات تتكون مناقشة البحث في هذه الدراسة من 4 فصول وهي:

²⁷ Amtai Aslan, "Metode Penelitian Kualitatif", *Teknik interview wawancara (Depok: Rajawali Pers, 2021)* 86-87.

²⁸ Farida Nugrahani, "Metode Penelitian Kualitatif", *Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (2014) 96.

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Farida+Nugrahani%2C+%E2%80%9CMetode+Penelitian+Kualitatif%E2%80%9D%2C+Dalam+Penelitian+Pendidikan+Bahasa&btnG=#d=gs_cit&t=1745798856012&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3ALbuBuO6WpoJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3DId.

الباب الأول: مقدمة ، تحتوي على خلفية المشكلة ، وصياغة المشكلة ، والغرض

من المناقشة وفوائد البحث

الباب الثاني: الإطار النظري، يحتوي على تعريف استراتيجية التسويق، تعريف

الغرض وتعريف التدليس

الباب الثالث: عرض البيانات وتحليلها يحتوي على نظرة عامة الدكان فيانكا

سيربا خمسة وثلاثين ألف روية في مونتيلان وتطبيقها ثم تحليلها بحكم الإسلامي.

الفصل الرابع: الاختتام يشمل على نتائج البحث والاقتراحات