(Analisis Penjualan Ekonomi Islam WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg")

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah aktivitas ekonomi masyarakat pedesaan melalui pemanfaatan WhatsApp sebagai media social commerce. Penelitian ini menganalisis mekanisme penjualan, kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam, serta kontribusi WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo, Gresik. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam terhadap 11 informan (admin, penjual, dan pembeli), serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penjualan berlangsung sistematis melalui sebelas tahapan mulai dari pendaftaran anggota hingga konfirmasi transaksi. Praktik penjualan telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena menerapkan kejujuran (sidq), keterbukaan informasi, kerelaan (an-taradin), keadilan ('adl), serta menghindari unsur gharar, riba, dan maisir. Keberadaan grup ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat melalui perluasan pemasaran produk lokal, peningkatan pendapatan, dan penguatan hubungan sosial. Dalam kerangka maqasid al-syari'ah, aktivitas ini mendukung pemeliharaan harta (hifz al-mal), pemeliharaan jiwa (hifz al-nafs), dan terciptanya kemaslahatan sosial.

Kata Kunci: *Betoyo Makmur Wareg; Ekonomi Islam; Gresik; Penjualan; WhatsApp Grup*

Abstract

The development of digital technology has transformed the economic activities of rural communities through the use of WhatsApp as a social commerce medium. This study analyzes the sales mechanism, compliance with Islamic economic principles, and the contribution of the WhatsApp Group "Betoyo Makmur Wareg" to the economy of Betoyo Village, Gresik. The research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data collection was conducted through observation, in-depth interviews with 11 informants (admin, sellers, and buyers), and documentation. The results show that the sales mechanism runs systematically through eleven stages, from member registration to transaction confirmation. Sales practices comply with Islamic economic principles by applying honesty (sidq), transparency of information, mutual consent (an-tarāḍin), justice ('adl), and avoiding elements of gharar, riba, and maisir. The existence of this group positively impacts the community's economy through expanding local product marketing, increasing income, and strengthening social relations. Within the maqasid al-syari'ah framework, this activity supports the preservation of wealth (hifz al-mal), preservation of life (hifz al-nafs), and the creation of social benefit.

Keywords: *Betoyo Makmur Wareg; Gresik; Islamic Economics; Sales; WhatsApp Group*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Kemajuan ini mendorong pergeseran pola interaksi masyarakat, di mana media sosial dan aplikasi pesan instan tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi media pemasaran serta transaksi bisnis yang efektif (Komunikasi et al., 2023). Kondisi ini sejalan dengan pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia yang pada awal tahun 2025 tercatat mencapai sekitar 212 juta pengguna atau setara dengan 74,6% dari total penduduk (Haryanto, 2025).

WhatsApp menjadi platform pesan instan yang paling dominan dan populer di Indonesia. Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Meltwater* (2025), sekitar 90% pengguna internet di Indonesia aktif menggunakan *WhatsApp* setiap bulan (Annisa, n.d.). Tingginya tingkat penggunaan tersebut menunjukkan bahwa *WhatsApp* telah berevolusi dari sekadar alat komunikasi personal menjadi *platform strategis* dalam aktivitas sosial dan ekonomi. Dalam konteks *social commerce*, *WhatsApp* kini berfungsi sebagai ruang interaksi langsung antara penjual dan pembeli, sekaligus sebagai "*etalase digital*" yang memudahkan proses promosi, negosiasi, hingga transaksi dalam satu ekosistem percakapan (Administrator, n.d.).

Fenomena pemanfaatan *WhatsApp* sebagai media perdagangan digital tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan, tetapi juga merambah ke wilayah pedesaan. Salah satunya dapat dilihat di Desa Betoyo, Kecamatan

Manyar, Kabupaten Gresik. Keberadaan teknologi digital mulai dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas perekonomian masyarakat lokal. Di desa ini terbentuk sebuah grup *WhatsApp* bernama "Betoyo Makmur Wareg" yang beranggotakan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta masyarakat setempat. Grup ini menjadi wadah interaksi antara penjual dan pembeli yang mayoritas berasal dari Desa Betoyo, dengan produk yang diperdagangkan meliputi hasil pertanian, makanan olahan rumahan, serta kebutuhan pokok rumah tangga (Arifah, 2026).

Hasil observasi awal pada periode Januari hingga Desember 2025, grup WhatsApp "Betoyo Makmur Wareg" memiliki sekitar 872 anggota, dengan lebih dari 90% berasal dari warga Desa Betoyo. Aktivitas transaksi di dalam grup tergolong tinggi, dengan rata-rata 210 hingga 245 transaksi berhasil setiap bulan. Mekanisme transaksi umumnya dilakukan melalui kesepakatan di kolom percakapan grup maupun pesan pribadi, dengan metode pembayaran yang didominasi oleh sistem pembayaran langsung *(cash on delivery)* dan transfer digital. Pola ini menunjukkan adanya hubungan sosial yang kuat serta tingkat kepercayaan yang tinggi antaranggota, sehingga grup tersebut telah berkembang menjadi *platform social commerce* berbasis komunitas yang berperan penting dalam mendukung perekonomian lokal Desa Betoyo.

Seiring dengan meningkatnya praktik perdagangan digital, kajian akademik terkait keabsahan transaksi online dalam perspektif hukum dan ekonomi Islam juga semakin berkembang. Penelitian tentang jual beli online dalam perspektif hukum Islam menjelaskan bahwa transaksi jual beli online diperbolehkan selama objek transaksi bersifat halal serta akad yang digunakan tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir (Risnawati et al., 2024). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa praktik jual beli online dapat dinilai sesuai dengan prinsip ekonomi Islam apabila dilakukan dengan akad yang sah, informasi barang yang jelas, serta tidak mengandung unsur penipuan (Noviana et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pemanfaatan WhatsApp Group dalam aktivitas ekonomi. Mustofa, Widodo, & Waluyo (2025) meneliti WhatsApp Group "Kuto Market" terkait perdagangan digital berbasis syariah. Oktavian, Maulana, & Aminulloh (2025) menganalisis praktik jual beli online di *WhatsApp Group* "Pasar Umum GHA" dalam perspektif hukum Islam. Kurniawan, Pangestu, & Amin (2023) membahas strategi pemasaran digital berbasis syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Nabil, Muhammad, & Faraby (2023) mengkaji pengaruh strategi pemasaran digital syariah terhadap UMKM. Kurniawan (2024) menganalisis inovasi teknologi digital dalam pengembangan ekonomi Islam masyarakat desa.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu masih memiliki beberapa keterbatasan. Sebagian besar penelitian hanya berfokus

pada kesesuaian transaksi digital dengan prinsip-prinsip *syariah*, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi digital secara umum. Objek penelitian yang digunakan juga berbeda, sehingga belum menggambarkan kondisi yang terjadi pada WhatsApp Group "Betoyo Makmur Wareg" di Desa Betoyo. Penelitian terdahulu juga belum banyak mengkaji secara terpadu bagaimana mekanisme penjualan yang berlangsung, kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam, serta dampak nyata aktivitas jual beli tersebut terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada integrasi tiga aspek kajian sekaligus dalam satu kerangka analisis yang holistik, yaitu mekanisme penjualan, kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam, dan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan maqasid *al-syari'ah* sebagai kerangka analisis dampak ekonomi, yang memungkinkan kajian tidak hanya pada aspek legal-formal transaksi, tetapi juga pada pencapaian tujuan syariah seperti menjaga harta *(hifz al-mal),* menjaga jiwa *(hifz al-nafs),* dan mewujudkan kemaslahatan sosial. Selain itu, objek penelitian ini memiliki keunikan karena WhatsApp Group "Betoyo Makmur Wareg" dikelola secara formal oleh Pemerintah Desa Betoyo, berbeda dengan grup pada penelitian sebelumnya yang umumnya dikelola secara swadaya oleh komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan mendeskripsikan mekanisme penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" di Desa Betoyo; (2) menganalisis kesesuaian praktik penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam; dan (3) menganalisis kontribusi WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" terhadap aktivitas ekonomi masyarakat Desa Betoyo dalam perspektif *maqasid al-syari'ah.*

KAJIAN LITERATUR

Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Penjualan atau *al-bay'* dalam perspektif ekonomi Islam merupakan aktivitas pertukaran barang atau jasa yang dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah guna mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat (Rozalinda, 2017). Kegiatan jual beli tidak hanya dipandang sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas muamalah yang memiliki dimensi moral dan spiritual. Menurut Al-Ghazali (2005), aktivitas ekonomi merupakan salah satu sarana manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menjaga keberlangsungan kehidupan sosial. Kegiatan perdagangan harus diarahkan pada tercapainya kemaslahatan (*maslahah*) serta kesejahteraan masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan.

Prinsip utama dalam penjualan menurut ekonomi Islam adalah prinsip kerelaan (*an-tarāḍin*), yaitu adanya kesepakatan yang didasarkan pada kehendak bebas kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan, tekanan, maupun manipulasi (Azzam, 2010). Prinsip ini menjadi landasan penting dalam transaksi karena menunjukkan bahwa penjual dan pembeli sama-sama memahami serta menyetujui hak dan kewajiban yang timbul dari akad yang dilakukan. Prinsip berikutnya adalah kejujuran (*ṣidq*), di mana penjual berkewajiban menyampaikan informasi yang benar mengenai barang atau jasa yang ditawarkan, baik terkait kualitas, kuantitas, manfaat, maupun kondisi sebenarnya dari objek transaksi (Suhendi, 2019).

Islam juga menekankan pentingnya keadilan (*'adl*) dalam setiap transaksi penjualan. Keadilan diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar, kesesuaian antara harga dan kualitas barang, serta tidak adanya tindakan yang merugikan salah satu pihak (Judijanto, 2025). Prinsip ini bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli sehingga tidak terjadi eksploitasi maupun praktik perdagangan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

Transaksi harus terbebas dari *gharar*, yaitu segala bentuk ketidakjelasan atau ketidakpastian yang berkaitan dengan objek, harga, jumlah, kualitas, maupun waktu penyerahan barang atau jasa (Az-Zuhaili, 2011). Adanya unsur *gharar* dapat menimbulkan keraguan dan sengketa di kemudian hari, sehingga Islam mensyaratkan agar seluruh informasi yang berkaitan dengan transaksi dijelaskan secara jelas dan dapat dipahami oleh kedua belah pihak sebelum akad dilaksanakan. Transaksi juga harus terbebas dari penipuan (*tadlīs*), *riba* (tambahan yang diperoleh secara tidak sah), dan *maisir* (spekulasi atau perjudian) (Suhendi, 2002; Judijanto, 2025).

Keabsahan transaksi penjualan menurut syariah ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat akad, meliputi adanya penjual dan pembeli yang cakap hukum, adanya objek transaksi yang halal dan jelas, adanya harga yang diketahui oleh kedua belah pihak, serta adanya ijab dan kabul sebagai bentuk kesepakatan (Mardani, 2019). Tujuan penjualan dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada perolehan keuntungan, tetapi juga pada terciptanya kemaslahatan umum dalam kerangka *maqāṣid al-syarī'ah* yang bertujuan menjaga dan mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan manusia (Auda, 2008).

Platform Media WhatsApp sebagai Sarana Transaksi

WhatsApp merupakan aplikasi komunikasi digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna melakukan pertukaran informasi secara instan melalui pesan teks, suara, gambar, video, dokumen, serta panggilan suara dan video (Afnibar, 2020). Dalam perspektif teknologi komunikasi, WhatsApp merupakan inovasi media yang mengintegrasikan prinsip mobilitas, kemudahan akses, efisiensi penggunaan data, serta kemampuan

komunikasi real-time. Fitur *group chat* memungkinkan interaksi banyak pengguna secara simultan, menjadikan WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai sarana koordinasi organisasi, edukasi, bisnis, dan aktivitas sosial kemasyarakatan (Fadhil, 2024).

Penggunaan WhatsApp dapat dijelaskan melalui teori *Computer Mediated Communication* (CMC), yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dapat berlangsung melalui media elektronik dengan tetap mempertahankan tujuan, makna, dan efektivitas komunikasi (Walther, 1996). Perkembangan teknologi informasi telah mendorong WhatsApp menjadi salah satu media yang efektif dalam mendukung aktivitas pemasaran digital (*digital marketing*). WhatsApp Business secara khusus menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung kegiatan pemasaran digital, seperti profil bisnis, katalog produk, pesan otomatis, balasan cepat, dan label pelanggan (Anang, 2019). Keunggulan komunikasi yang bersifat personal dan interaktif menjadikan WhatsApp sebagai salah satu media pemasaran digital yang banyak digunakan dalam kegiatan perdagangan modern.

Perekonomian Masyarakat dan Indikatornya

Perekonomian masyarakat meliputi aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi yang dilakukan oleh individu, rumah tangga, pelaku usaha, dan pemerintah dalam memenuhi kebutuhan hidup (Muhammad Hasan, 2018). Perekonomian masyarakat dianalisis melalui dua kerangka utama, yaitu mikroekonomi yang mempelajari perilaku individu serta rumah tangga dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan konsumsi, produksi, penawaran, permintaan, dan pembentukan harga pasar (Sundari et al., 2022), serta makroekonomi yang membahas fenomena ekonomi secara agregat, meliputi pendapatan nasional, distribusi pendapatan, konsumsi agregat, tabungan, investasi, inflasi, pengangguran, hingga pertumbuhan ekonomi (Sudarmanto, 2024).

Indikator perekonomian masyarakat meliputi: tersedianya lapangan kerja, pendapatan yang meningkat, kebutuhan yang terpenuhi dan taraf hidup yang membaik, serta kemampuan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi desa (Muhammad Hasan, 2018). Dalam konteks penelitian ini, indikator tersebut digunakan untuk mengukur kontribusi aktivitas penjualan melalui WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Desa Betoyo.

Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian literatur yang telah diuraikan, kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut: WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" berfungsi sebagai platform social commerce berbasis komunitas yang memfasilitasi aktivitas jual beli

masyarakat Desa Betoyo. Aktivitas penjualan dalam grup dianalisis dari tiga aspek utama: (1) mekanisme penjualan yang meliputi alur transaksi dari penawaran hingga penyelesaian; (2) kesesuaian praktik penjualan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam (kerelaan, kejujuran, keadilan, serta terhindar dari gharar, riba, dan maisir); dan (3) kontribusi terhadap perekonomian masyarakat yang dianalisis melalui kerangka maqasid al-syari'ah (hifz al-mal, hifz al-nafs, dan kemaslahatan sosial). Ketiga aspek tersebut saling terkait dan membentuk pemahaman yang komprehensif mengenai peran WhatsApp Grup dalam mendukung perekonomian masyarakat Desa Betoyo secara syariah.

METODE PENELITIAN (Hanya untuk Penelitian Kuantitatif, Untuk Kualitatif menyesuaikan)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis serta menerapkan studi kasus (*case study*) sebagai strategi utama penelitian. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam fenomena praktik perdagangan yang berlangsung di platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" dalam dimensi sosial, ekonomi, serta keagamaan komunitas Desa Betoyo (Creswell & Poth, 2018). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) karena data utama diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap subjek yang terlibat dalam aktivitas jual beli (Moleong, 2021).

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Betoyo, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Penetapan lokasi ini dilatarbelakangi oleh pesatnya adopsi teknologi digital dalam kegiatan ekonomi warga desa, terutama melalui pemanfaatan WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" sebagai medium utama jual beli produk lokal. Subjek penelitian terdiri atas tiga kategori: (1) penjual, yaitu para pelaku UMKM yang aktif mempromosikan dan memasarkan produk melalui grup WhatsApp sebanyak lima orang; (2) pembeli, yaitu anggota grup yang secara rutin melakukan pembelian produk sebanyak lima orang; dan (3) pengelola atau admin grup, yaitu Wakil Kepala Desa Betoyo selaku pengelola utama grup sebanyak satu orang. Pemilihan subjek dilakukan secara purposif dengan kriteria: telah menjadi anggota grup minimal satu tahun, aktif melakukan transaksi dalam enam bulan terakhir, bersedia menjadi informan, serta mewakili berbagai kategori produk yang diperdagangkan.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui interaksi dengan subjek penelitian, mencakup mekanisme penjualan, prosedur akad, sistem pembayaran, pola komunikasi, tingkat kepercayaan, serta pemahaman dan penerapan

prinsip-prinsip ekonomi Islam. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur akademik, buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, dan dokumen terkait aktivitas WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg".

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode: (1) observasi partisipatif pasif, di mana peneliti bergabung sebagai anggota grup untuk mengamati aktivitas perdagangan tanpa terlibat aktif dalam transaksi, serta observasi langsung di lapangan terhadap aktivitas pengiriman dan penerimaan barang; (2) wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur yang dilakukan dengan tiga kelompok informan; dan (3) dokumentasi berupa pengumpulan bukti tertulis maupun visual seperti arsip percakapan grup, katalog produk, catatan transaksi, dan dokumen aturan grup.

Teknik analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang meliputi: (1) reduksi data, yaitu menyaring, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan mengklasifikasikan data mentah; (2) penyajian data, yaitu mengorganisasikan data ke dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan kutipan langsung; dan (3) penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan makna dan implikasi dari data yang telah dianalisis serta melakukan verifikasi melalui member check dan triangulasi.

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi yang mencakup tiga jenis: (1) triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan memverifikasi data yang diperoleh dari berbagai informan yang berbeda (penjual, pembeli, dan admin); (2) triangulasi metode/teknik, yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi) untuk memperoleh informasi yang sama; dan (3) triangulasi waktu, yaitu mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi dan stabilitas temuan (Moleong, 2021).

PEMBAHASAN

Gambaran Umum WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"

WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" merupakan media digital berbasis komunitas yang dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Betoyo Kecamatan Manyar, Gresik, Jawa Timur sebagai sarana aktivitas jual beli. Grup ini dibentuk oleh Muhammad Suhel selaku Kepala Desa sekaligus admin pengawas sejak 17 April 2021. Pada awal pembentukannya, grup hanya beranggotakan sekitar 75 orang yang terdiri atas 20 penjual aktif dan 55 pembeli aktif. Produk yang dipasarkan masih terbatas pada makanan, minuman, dan kebutuhan rumah tangga. Perkembangan jumlah anggota grup mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun: 180 orang (2022), 350 orang (2023), 560 orang (2024), 780 orang (2025), dan 960 orang (2026). Pertumbuhan anggota juga diikuti

dengan meningkatnya jumlah penjual aktif (dari 20 menjadi 150 orang) dan pembeli aktif (dari 55 menjadi 810 orang).

Tabel 1. Perkembangan Anggota WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" Tahun 2021-2026

Tahun	Jumlah Anggota	Penjual Aktif	Pembeli Aktif
2021	75 orang	20 orang	55 orang
2022	180 orang	35 orang	145 orang
2023	350 orang	60 orang	290 orang
2024	560 orang	95 orang	465 orang
2025	780 orang	125 orang	655 orang
2026	960 orang	150 orang	810 orang

Sumber: Pengelola WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"

Jenis produk yang diperjualbelikan dalam grup semakin beragam, meliputi: (1) produk UMKM (nasi kuning, lontong bumbu, dll), (2) sembako dan sayur, (3) ikan hasil panen, (4) pakaian, dan (5) cemilan UMKM. Peraturan dalam grup meliputi: dikhususkan bagi warga Betoyo, setiap anggota wajib bersikap jujur dan amanah, grup dibuka setiap hari pukul 04.30-22.00 WIB, iklan dibatasi maksimal 10 gambar per hari, diskusi lanjutan dilakukan melalui pesan pribadi (japri), dan anggota yang melakukan spam tiga kali akan dikeluarkan dari grup (Arifah, 2026).

Mekanisme Penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"

Berdasarkan hasil wawancara dengan admin grup (Arifah), sejumlah penjual (Ida, Hj Misri, dan Oktavia), serta para pembeli (Jamilah, Yanti, Diro, dan Khoirotun), mekanisme penjualan di WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" berlangsung secara sistematis melalui sebelas tahapan yang saling berkaitan. Proses ini melibatkan peran aktif seluruh pihak guna memastikan setiap transaksi berjalan lancar, aman, serta memberikan keuntungan bagi semua.

Tahap awal diawali dengan pendaftaran anggota grup yang diperuntukkan bagi warga Desa Betoyo. Admin menegaskan bahwa seluruh anggota wajib mematuhi tata tertib yang telah ditetapkan (Arifah, 2026). Sebelum melakukan aktivitas penjualan, setiap anggota diwajibkan mengikuti aturan yang berlaku, terutama yang berkaitan dengan kejujuran dan amanah dalam menyampaikan informasi produk. Admin pun bertindak sebagai pengawas guna menciptakan suasana grup yang tertib, nyaman, dan aman.

Memasuki tahap inti perdagangan, penjual memulai dengan penawaran produk melalui unggahan foto, video, harga, deskripsi produk, stok barang, metode pembayaran, serta sistem pengantaran. Penjual menegaskan bahwa penggunaan foto asli dan penjelasan produk yang sesuai merupakan bentuk komitmen terhadap kejujuran dalam bertransaksi (Ida, 2026; Hj Misri, 2026). Informasi ini kemudian dipelajari oleh calon pembeli, yang menyatakan bahwa mereka dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai harga, kualitas produk, metode pembayaran, dan pengantaran hanya melalui telepon genggam (Jamilah, 2026).

Apabila pembeli tertarik, terjadilah interaksi dan negosiasi melalui kolom komentar di grup maupun pesan pribadi (*japri*). Pada tahap ini, kedua belah pihak saling menanyakan detail produk, melakukan tawar-menawar harga, menentukan jumlah pembelian, serta membahas metode pembayaran dan pengiriman (Diro, 2026; Khoirotun, 2026). Para informan menyatakan bahwa fitur pesan pribadi sangat mempermudah komunikasi dan mempercepat pengambilan keputusan. Proses tawar-menawar yang intensif ini kemudian berakhir pada kesepakatan transaksi (*deal*), yang meliputi harga final, jumlah barang, dan metode pembayaran yang disetujui bersama. Seluruh penjual menyatakan bahwa transaksi selalu didahului oleh kesepakatan kedua belah pihak sebelum pembayaran dilakukan (Ida, 2026; Oktavia, 2026).

Setelah kesepakatan bulat tercapai, pembeli melakukan pembayaran melalui berbagai metode yang tersedia, seperti transfer bank, dompet digital (*e-wallet*), tunai, maupun *cash on delivery* (COD). Metode COD dan transfer merupakan sistem yang paling sering digunakan dalam transaksi di grup ini (Oktavia, 2026). Setelah pembayaran berhasil dikonfirmasi, penjual segera melakukan penyiapan

dan pengiriman barang dengan memastikan produk dikemas rapi dan dikirimkan sesuai pesanan. Keunikan khas dari grup "Betoyo Makmur Wareg" adalah adanya layanan *delivery order* (DO) gratis yang sangat mempermudah distribusi barang (Arifah, 2026).

Selanjutnya, pembeli melakukan penerimaan barang. Mayoritas pembeli menyatakan bahwa barang yang diterima sesuai dengan informasi yang dipromosikan sebelumnya (Yanti, 2026). Kesesuaian antara foto, deskripsi, dan kondisi fisik barang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap penjual. Untuk melengkapi proses, pembeli biasanya memberikan konfirmasi kepada penjual; jika merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang (*repeat order*). Tahap akhir ditandai dengan selesainya transaksi, yakni setelah barang diterima dengan baik dan tidak terdapat keluhan dari pembeli (Ida, 2026).

Dengan mekanisme yang tertib, transparan, dan komprehensif ini, grup WhatsApp "Betoyo Makmur Wareg" berhasil menciptakan ekosistem jual beli digital yang efektif, terpercaya, serta berkelanjutan bagi seluruh warganya.

Analisis Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Analisis Akad dan Mekanisme Transaksi

Berdasarkan hasil wawancara, mekanisme transaksi pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" menunjukkan adanya pola jual beli berbasis media digital yang berlangsung secara sistematis dan terstruktur. Dalam perspektif ekonomi Islam, mekanisme transaksi yang berlangsung telah memenuhi unsur-unsur akad jual beli. Pertama, terdapat *aqidain* (para pihak yang berakad), yaitu penjual dan pembeli yang secara sadar melakukan transaksi. Kedua, terdapat *ma'qud 'alaih* (objek akad), yaitu barang yang diperjualbelikan dengan spesifikasi, harga, dan kondisi yang dijelaskan oleh penjual sebelum transaksi dilakukan. Ketiga, terdapat shighat akad (ijab dan qabul), yang diwujudkan melalui penawaran produk oleh penjual dan persetujuan pembeli melalui komunikasi digital hingga tercapai kesepakatan (Mardani, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses akad dalam grup ini berlangsung secara bertahap. Penawaran produk yang dipublikasikan dalam grup dapat dipahami sebagai bentuk ijab, sedangkan persetujuan pembeli yang disampaikan melalui pesan pribadi merupakan bentuk qabul. Meskipun dilakukan melalui media elektronik dan tidak mempertemukan kedua pihak secara langsung, akad tersebut tetap sah karena terdapat pernyataan kehendak yang jelas, dapat dipahami oleh kedua belah pihak, serta menghasilkan kesepakatan yang mengikat. Hal ini sesuai dengan pendapat Az-Zuhaili (2011) bahwa akad dapat dilakukan secara lisan, tulisan, atau isyarat selama menunjukkan kerelaan kedua belah pihak. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Evita Oktavia:

"Selalu ada kesepakatan sebelum transaksi, jadi akadnya jelas" (Oktavia, 2026).

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya penerapan prinsip antaradhin atau kerelaan kedua belah pihak dalam transaksi. Setiap pembeli diberikan kebebasan untuk mempertimbangkan penawaran yang tersedia, melakukan negosiasi, atau membatalkan pembelian apabila belum mencapai kesepakatan. Tidak ditemukan adanya unsur paksaan, intimidasi, maupun manipulasi dalam proses transaksi. Keberadaan admin grup memiliki peran penting dalam menjaga kualitas transaksi melalui fungsi pengawasan terhadap unggahan produk, kejujuran informasi, dan perilaku anggota. Hal ini sejalan dengan konsep hisbah dalam ekonomi Islam yang dijelaskan oleh Rozalinda (2016) sebagai mekanisme pengawasan pasar untuk menjaga keadilan dan mencegah kecurangan.

Analisis Prinsip Kerelaan (An-Taradin) dalam Transaksi

Prinsip an-taradin merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ekonomi Islam yang mengharuskan setiap transaksi dilakukan atas dasar kerelaan dan persetujuan kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pembeli memiliki kebebasan penuh untuk menentukan apakah akan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Jamilah: "Iya, semuanya santai aja. Nggak ada paksaan, kita beli kalau memang butuh. Harga juga biasanya sudah jelas dari awal" (Jamilah, 2026). Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Fetty Faridah: "Iya, transaksi dilakukan dengan jujur dan tidak ada paksaan" (Faridah, 2026).

Prinsip kerelaan juga tercermin dari kebebasan anggota grup dalam memilih produk sesuai kebutuhan dan kemampuan masing-masing. WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" menyediakan berbagai jenis produk yang dipasarkan oleh banyak penjual, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menentukan produk yang paling sesuai tanpa adanya pembatasan. Seluruh informan penjual menyatakan bahwa transaksi selalu diawali dengan komunikasi dan kesepakatan mengenai harga, jumlah barang, metode pembayaran, serta sistem pengiriman (Ida, 2026; Diro, 2026; Hj Misri, 2026; Yun, 2026; Oktavia, 2026). Kesepakatan tersebut umumnya dilakukan melalui pesan pribadi (japri) setelah pembeli melihat promosi produk di grup.

Analisis Kejujuran (Sidq) dan Amanah dalam Penjualan

Praktik penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" menunjukkan adanya penerapan nilai kejujuran (sidq) dan amanah sebagai prinsip dasar dalam aktivitas jual beli. Salah satu indikator kejujuran yang ditemukan adalah penyampaian informasi produk secara

jelas dan terbuka. Para penjual secara konsisten mencantumkan foto asli produk, video pendukung, deskripsi barang, harga, metode pembayaran, dan sistem pengantaran. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Idah: "Saya biasanya kasih foto asli, kadang juga video biar lebih jelas. Terus dijelaskan juga detail deskripsi produk dan metode pembayaran... biar nggak mengecewakan pembeli. Soalnya di grup ini memang ditekankan harus jujur" (Ida, 2026).

Indikator berikutnya adalah adanya kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan barang yang diterima oleh pembeli. Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pembeli merasa informasi yang diberikan penjual telah sesuai dengan kondisi barang yang diterima. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Wiji Yanti: "Iya, selama ini saya merasa transaksi berjalan jujur dan tidak ada kecurangan, foto yang dipromosikan sama ikan yang dijual sesuai" (Yanti, 2026). Prinsip kejujuran juga tercermin dalam keterbukaan penjual mengenai metode pembayaran dan sistem pengantaran barang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa admin grup memiliki peran penting dalam menjaga penerapan nilai kejujuran dan amanah. Admin tidak hanya berfungsi sebagai pengelola grup, tetapi juga bertindak sebagai pengawas yang memastikan seluruh anggota mematuhi aturan yang telah ditetapkan. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Ning Arifah: "Admin grup selalu ngawasi setiap harinya. Kalau ada yang melapor masalah, biasanya dikasih peringatan dulu. Kalau masih ngulang, ya dikeluarkan. Jadi bisa meminimalisir penipuan atau hal yang merugikan" (Arifah, 2026).

Analisis Prinsip Keadilan ('Adl) dalam Penetapan Harga dan Transaksi

Prinsip keadilan ('adl) dalam ekonomi Islam menuntut agar setiap aktivitas ekonomi dilaksanakan secara proporsional, transparan, dan tidak merugikan salah satu pihak yang bertransaksi (Judijanto, 2025). Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa prinsip keadilan telah diterapkan dalam praktik penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg". Hal tersebut terlihat dari adanya keterbukaan informasi mengenai produk yang dijual, termasuk harga, kondisi barang, metode pembayaran, dan sistem pengantaran yang disampaikan secara jelas kepada calon pembeli. Transparansi tersebut memberikan kesempatan yang sama bagi pembeli untuk mempertimbangkan keputusan pembelian berdasarkan informasi yang memadai sehingga dapat meminimalkan terjadinya kesalahpahaman dalam transaksi.

Penerapan prinsip keadilan juga tercermin dari adanya tata tertib yang dibuat oleh admin grup untuk menjaga keamanan dan kenyamanan transaksi. Admin secara aktif melakukan pengawasan terhadap aktivitas jual beli dan memberikan sanksi kepada penjual yang terbukti

menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang sebenarnya. Dalam perspektif ekonomi Islam, keberadaan aturan dan pengawasan semacam ini sejalan dengan konsep hisbah, yaitu mekanisme pengawasan yang bertujuan menjaga kejujuran, keteraturan, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi masyarakat (Rozalinda, 2016).

Dari sisi penjual, penerapan prinsip keadilan terlihat melalui upaya memberikan informasi produk secara lengkap dan akurat. Para penjual menyampaikan foto asli produk, video pendukung, ukuran, kondisi barang, serta metode pembayaran yang dapat dipilih oleh pembeli. Sementara itu, dari sisi pembeli, seluruh informan menyatakan bahwa informasi yang diberikan penjual sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Tidak ditemukan adanya unsur paksaan dalam proses transaksi, di mana pembeli memiliki kebebasan untuk memilih, menawar, atau membatalkan pembelian, dan penjual juga memiliki hak untuk menentukan harga dan syarat transaksi selama disampaikan secara transparan.

Analisis Terhindar dari Unsur Gharar, Riba, dan Maisir

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan pada WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" telah berupaya menghindari unsur gharar. Hal ini terlihat dari adanya penyampaian informasi produk secara jelas dan transparan oleh para penjual, meliputi foto asli produk, video pendukung, ukuran, kondisi barang, harga, metode pembayaran, dan sistem pengantaran. Kelengkapan informasi tersebut memberikan kesempatan kepada pembeli untuk mengetahui secara pasti objek transaksi sebelum melakukan pembelian sehingga dapat meminimalkan terjadinya ketidakjelasan yang berpotensi menimbulkan sengketa (Az-Zuhaili, 2011). Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Hj Misri: "Saya kirim foto ikan hasil panen dan deskripsi metode pembayaran cash on delivery (COD) supaya pembeli tahu kualitasnya" (Hj Misri, 2026).

Penerapan prinsip menghindari gharar juga didukung oleh adanya pengawasan dari admin grup. Berdasarkan keterangan Ibu Ning Arifah selaku admin, setiap laporan terkait permasalahan transaksi akan ditindaklanjuti melalui pemberian peringatan hingga pengeluaran anggota dari grup apabila pelanggaran dilakukan secara berulang (Arifah, 2026). Dalam perspektif ekonomi Islam, upaya ini sejalan dengan tujuan syariah untuk menjaga hak-hak para pihak yang melakukan transaksi dan menciptakan keamanan dalam kegiatan muamalah (Rozalinda, 2016).

Berkaitan dengan unsur riba, hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi dalam grup dilakukan melalui mekanisme jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli. Pembayaran dilakukan menggunakan sistem cash on delivery (COD) maupun transfer bank

sesuai kesepakatan para pihak tanpa adanya tambahan bunga atau keuntungan yang disyaratkan atas penangguhan pembayaran. Dengan demikian, praktik transaksi yang berlangsung tidak menunjukkan adanya unsur riba sebagaimana yang dilarang dalam ekonomi Islam (Judijanto, 2025).

Selain itu, tidak ditemukan adanya unsur maisir dalam aktivitas penjualan pada grup WhatsApp "Betoyo Makmur Wareg". Seluruh transaksi dilakukan berdasarkan keberadaan barang yang nyata, harga yang diketahui, serta kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli. Tidak terdapat praktik spekulasi, perjudian, maupun transaksi yang bergantung pada unsur untung-untungan yang dapat merugikan salah satu pihak. Aktivitas jual beli yang berlangsung lebih berorientasi pada pertukaran barang dan manfaat secara nyata sehingga sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam (Suhendi, 2002).

Analisis Peran Teknologi (WhatsApp) dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan teknologi pada dasarnya diperbolehkan selama digunakan untuk tujuan yang halal, memberikan kemaslahatan, serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan WhatsApp sebagai media transaksi dipilih karena kemudahan penggunaannya dan telah menjadi aplikasi yang familiar di kalangan masyarakat desa. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Ning Arifah: "Karena WhatsApp itu paling gampang dipakai, semua orang sudah biasa. Nggak ribet dan komunikasinya juga cepat" (Arifah, 2026). Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Idah: "Lebih simpel sih, semua orang sudah pakai. Nggak perlu aplikasi tambahan, tinggal kirim foto sama chat saja sudah bisa jualan" (Ida, 2026).

Dari sisi pengelolaan grup, admin menilai bahwa WhatsApp menjadi media yang efektif karena memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat dan mudah. Fitur grup digunakan sebagai sarana promosi produk kepada seluruh anggota secara bersamaan, sedangkan fitur pesan pribadi digunakan untuk melanjutkan proses transaksi setelah terjadi ketertarikan dari calon pembeli. Fitur pengiriman foto membantu penjual dalam menampilkan kondisi produk secara visual sehingga informasi yang diterima pembeli menjadi lebih jelas. Dari perspektif penjual, penggunaan WhatsApp memberikan kemudahan dalam memasarkan produk kepada konsumen tanpa harus memiliki toko fisik atau mengeluarkan biaya promosi yang besar (Oktavia, 2026; Yun, 2026).

Sementara itu, dari sisi pembeli, WhatsApp memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai produk yang

ditawarkan tanpa harus datang langsung ke lokasi penjual. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Fetty Faridah: "WhatsApp sangat membantu karena memudahkan saya ketika ingin membeli baju melihat berbagai pilihan modelnya" (Faridah, 2026). Selain memberikan kemudahan, penggunaan WhatsApp juga mendukung terciptanya transparansi dalam transaksi. Melalui fitur pengiriman foto, video, dan pesan tertulis, penjual dapat menjelaskan spesifikasi produk secara lebih rinci, sedangkan pembeli dapat meminta informasi tambahan apabila diperlukan. Keterbukaan informasi tersebut membantu mengurangi potensi terjadinya kesalahpahaman dan ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi.

Analisis Dampak Penjualan terhadap Perekonomian Desa dalam Perspektif Maqasid al-Syari'ah

Maqasid al-Syariah merupakan tujuan-tujuan luhur yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam dalam setiap sendi kehidupan manusia. Sebagaimana dijelaskan oleh Imam Al-Shatibi dalam kitab *Al-Muwafaqat*, tujuan utama syariah adalah mewujudkan kemaslahatan bagi manusia di dunia dan akhirat melalui pemeliharaan terhadap lima hal pokok (*al-dharuriyat al-khamsah*), yaitu menjaga agama (*hifz al-din*), menjaga jiwa (*hifz al-nafs*), menjaga akal (*hifz al-'aql*), menjaga keturunan (*hifz al-nasl*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*) (Al-Shatibi, 2004). Dalam konteks penelitian ini, tiga aspek maqasid menjadi fokus utama karena paling relevan dengan fenomena yang diteliti, yaitu pemeliharaan harta (*hifz al-mal*), pemeliharaan jiwa (*hifz al-nafs*), serta terciptanya kemaslahatan sosial sebagai tujuan akhir dari aktivitas ekonomi.

Berdasarkan temuan penelitian, kegiatan jual beli di WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" menunjukkan keselarasan yang kuat dengan prinsip-prinsip Maqasid al-Syariah. Aktivitas ekonomi yang berlangsung di dalam grup ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan material, tetapi juga mencakup aspek perlindungan jiwa, penguatan hubungan sosial, serta pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Dari aspek **Hifz al-Mal (pemeliharaan harta)**, penelitian menemukan bahwa grup ini membuka peluang usaha baru yang signifikan, terutama bagi ibu rumah tangga dan pelaku UMKM yang selama ini memiliki keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Para penjual merasakan peningkatan pendapatan yang nyata, sekaligus menikmati efisiensi biaya promosi dan operasional karena seluruh proses pemasaran dapat dilakukan secara digital. Dampak ekonominya pun terasa jelas: pendapatan masyarakat meningkat, jangkauan pasar menjadi lebih luas, dan biaya usaha dapat ditekan secara signifikan. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas jual beli dalam grup tidak hanya memberikan manfaat ekonomi produktif, tetapi juga sejalan dengan

tujuan syariat untuk menjaga dan mengembangkan harta secara halal, transparan, dan penuh keberkahan.

Pada aspek **Hifz al-Nafs (pemeliharaan jiwa)**, kemudahan akses terhadap kebutuhan pokok menjadi nilai utama yang sangat dirasakan oleh anggota grup. Para pembeli tidak hanya dimudahkan dalam memperoleh produk segar dan berkualitas, tetapi juga diuntungkan dengan efisiensi waktu, tenaga, serta penghematan biaya transportasi. Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara cepat, praktis, dan tanpa menguras energi fisik ini secara langsung berkontribusi terhadap kelangsungan hidup dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat. Dengan demikian, grup ini berperan penting dalam menjaga keberlangsungan hidup serta kesejahteraan jasmani seluruh anggota komunitasnya.

Selanjutnya, dari perspektif **Al-Maslahah al-Ijtima'iyyah (kemaslahatan sosial)**, aktivitas ekonomi dalam grup terbukti memperkuat hubungan silaturahmi, meningkatkan kepercayaan sosial, serta menumbuhkan solidaritas ekonomi antarwarga. Keunikan sistem pengantaran gratis yang diterapkan tidak hanya mempermudah distribusi barang, tetapi juga menjadi sarana strategis untuk mempererat interaksi sosial antaranggota. Dampaknya, kohesivitas sosial semakin kokoh, rasa aman dalam bertransaksi meningkat, dan modal sosial masyarakat pun bertumbuh secara alami. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi di dalam grup mampu menciptakan keseimbangan yang harmonis antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat luas, sebagaimana dikehendaki oleh prinsip maqasid.

Lebih jauh lagi, grup WhatsApp ini juga menjelma menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi dan kemandirian masyarakat yang efektif. Temuan penelitian menunjukkan adanya peningkatan partisipasi warga dalam aktivitas ekonomi, yang memicu efek berganda (*multiplier effect*) terhadap pertumbuhan usaha di tingkat desa. Yang paling menarik adalah adanya transformasi peran masyarakat, yakni dari yang semula hanya berposisi sebagai konsumen pasif, kini mulai bertransformasi menjadi produsen yang mandiri dan kreatif. Dampak positifnya meliputi meningkatnya perekonomian desa, berkembangnya kapasitas ekonomi masyarakat, serta terwujudnya kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa aktivitas jual beli di WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" tidak sekadar berorientasi pada keuntungan material semata, melainkan juga selaras dengan tujuan syariat yang holistik dan menyeluruh. Dengan memadukan nilai-nilai pemeliharaan harta, perlindungan jiwa, kemaslahatan sosial, dan pemberdayaan ekonomi, grup ini berhasil menciptakan ekosistem ekonomi digital yang berkah, berkeadilan, dan berkelanjutan bagi seluruh warganya. Keberhasilan ini sekaligus

memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, jika dikelola dengan prinsip-prinsip syariah, dapat menjadi sarana efektif untuk mewujudkan kemaslahatan bersama.

Pemeliharaan Harta (Hifz al-Mal) melalui Peningkatan Pendapatan dan Peluang Usaha

Keberadaan WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam pemeliharaan dan pengembangan harta masyarakat Desa Betoyo. Hal ini terlihat dari beberapa indikator. Pertama, terbukanya peluang usaha baru bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses pasar yang memadai. Ibu Ning Arifah selaku admin grup menjelaskan: "Iya, sangat berpengaruh. Banyak ibu rumah tangga jadi bisa jualan dari rumah tanpa harus punya toko. Tidak hanya UMKM, warga juga menjual sembako kemasan pabrik dan ada yang hasil panennya, misalnya ikan hasil panen tambak dan beras hasil panen" (Arifah, 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa grup WhatsApp telah menjadi sarana yang efektif untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berkontribusi secara ekonomi tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Kedua, peningkatan pendapatan yang dialami oleh para penjual setelah memanfaatkan grup sebagai media pemasaran. Ibu Idah menambahkan: "Alhamdulillah ada peningkatan yang signifikan. Dulu jualan cuma ke tetangga dekat, sekarang bisa lebih luas ke warga lain, jadi lebih banyak yang beli, tanpa membuka toko fisik" (Ida, 2026). Ibu Diro selaku penjual sembako juga mengkonfirmasi: "Makin banyak. Dulu pembeli hanya sekitar RT terdekat, sekarang bisa lebih banyak karena satu grup bisa lihat semua" (Diro, 2026). Peningkatan pendapatan ini menunjukkan bahwa grup WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan material masyarakat.

Ketiga, adanya efisiensi biaya promosi dan operasional yang memungkinkan penjual memperoleh keuntungan lebih besar. Dengan memanfaatkan WhatsApp sebagai media pemasaran, penjual tidak perlu mengeluarkan biaya sewa toko, biaya iklan, atau biaya distribusi yang besar. Sistem delivery order (DO) gratis yang diterapkan dalam grup juga mengurangi biaya pengiriman yang biasanya dibebankan kepada konsumen.

Pemeliharaan Jiwa (Hifz al-Nafs) melalui Kemudahan Akses Kebutuhan Pokok

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pembeli, keberadaan WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" memberikan kemudahan yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ibu Jamilah selaku pembeli menyatakan: "Sangat memudahkan. Tinggal lihat di grup, kalau

cocok langsung chat. Nggak perlu keluar rumah. Mau beli makanan, sayur, atau kebutuhan lain jadi lebih gampang dan cepat" (Jamilah, 2026). Kemudahan akses ini sangat relevan dengan pemeliharaan jiwa karena masyarakat dapat memperoleh makanan dan kebutuhan pokok dengan lebih cepat, mudah, dan efisien.

Ibu Khoirotun selaku pembeli sembako juga menambahkan: "Saya cukup sering membeli, terutama untuk kebutuhan dapur seperti beras, minyak, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Saya biasanya melihat dulu di grup, lalu kalau cocok langsung chat pribadi ke penjual" (Khoirotun, 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa grup WhatsApp telah menjadi bagian dari solusi pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Ibu Wiji Yanti selaku pembeli ikan hasil panen juga mengungkapkan: "Saya cukup sering membeli, apalagi kalau ada ikan segar hasil panen. Saya tidak perlu pergi ke pasar untuk membeli ikan" (Yanti, 2026). Kemudahan memperoleh bahan makanan segar tanpa harus pergi ke pasar tidak hanya menghemat waktu dan tenaga, tetapi juga memastikan bahwa masyarakat dapat mengonsumsi makanan yang sehat dan bergizi.

Terciptanya Kemaslahatan Sosial (Al-Maslahah al-Ijtima'iyyah) melalui Penguatan Hubungan Sosial dan Kerja Sama Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai wadah penguatan hubungan sosial dan kerja sama antarwarga. Ibu Ning Arifah selaku admin grup menjelaskan: "Nggak cuma jual beli mba, tapi juga bikin hubungan antarwarga jadi lebih dekat. Apalagi ada sistem antar barang (delivery order) secara gratis, jadi makin sering interaksi. Warga juga jadi saling kenal, silaturahmi juga makin kuat" (Arifah, 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dalam grup telah melampaui fungsi transaksional dan menjadi medium untuk mempererat tali silaturahmi.

Ibu Idah selaku penjual juga mengkonfirmasi: "Pembeli juga lebih percaya karena kita sama-sama warga sini, dan juga meningkatkan hubungan antarwarga jadi lebih kenal" (Ida, 2026). Kepercayaan yang terbangun karena adanya ikatan kewargaan menjadi modal sosial (social capital) yang sangat berharga dalam aktivitas ekonomi. Kepercayaan ini tidak hanya meningkatkan volume transaksi, tetapi juga menciptakan rasa aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Dalam perspektif maqasid, kepercayaan dan hubungan sosial yang baik merupakan bagian dari kemaslahatan karena mencegah terjadinya konflik, kecurangan, dan perselisihan yang dapat merusak tatanan sosial masyarakat.

Pemberdayaan Ekonomi dan Kemandirian Masyarakat sebagai Wujud Kemaslahatan Komprehensif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" telah menjadi sarana pemberdayaan ekonomi dan kemandirian masyarakat Desa Betoyo. Hal ini terlihat dari meningkatnya partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi produktif, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Ning Arifah: "Ya, grup WhatsApp 'Betoyo Makmur Wareg (BMW)' sangat membantu. Ekonomi warga jadi lebih hidup, partisipasi juga meningkat. Selain itu, hubungan antarwarga juga makin erat. Jadi nggak cuma ekonomi, tapi sosialnya juga ikut berkembang" (Arifah, 2026).

Bapak Hj Misri selaku penjual ikan hasil panen menambahkan: "Banyak warga jadi punya peluang usaha dari grup ini" (Hj Misri, 2026). Pernyataan ini mengindikasikan bahwa grup WhatsApp telah menciptakan efek berganda (multiplier effect) dalam perekonomian desa. Ibu Yun selaku penjual baju juga menyatakan: "Banyak warga jadi tertarik ikut jualan" (Yun, 2026). Ketertarikan warga untuk ikut berjualan menunjukkan adanya perubahan pola pikir dari konsumtif menjadi produktif. Masyarakat tidak hanya menjadi pembeli, tetapi juga menjadi pelaku usaha yang berkontribusi terhadap perputaran ekonomi desa. Dalam perspektif maqasid, transformasi dari konsumen menjadi produsen merupakan bentuk pemberdayaan yang signifikan karena meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis penjualan di WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" dapat disimpulkan bahwa mekanisme transaksinya berlangsung sistematis melalui sebelas tahapan, mulai dari pendaftaran anggota, unggahan produk, negosiasi melalui pesan pribadi (japri), kesepakatan deal, pembayaran (transfer, e-wallet, atau COD), pengiriman barang, hingga konfirmasi penerimaan dan testimoni. Seluruh rangkaian ini berjalan tertib berkat adanya aturan grup yang jelas, pengawasan aktif dari admin, serta tingginya tingkat kepercayaan antaranggota.

Dari sisi kesesuaian syariah, praktik jual beli dalam grup ini secara umum telah memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini terlihat dari terwujudnya unsur kerelaan (an-tarāḍin) tanpa paksaan, kejujuran dan amanah (sidq) dalam penyampaian informasi produk, serta keadilan ('adl) melalui transparansi harga dan kesetaraan hak. Transaksi terbebas dari unsur gharar (ketidakjelasan), riba (bunga), dan maisir (spekulasi), karena seluruh produk dijual dengan spesifikasi jelas, harga pasti, dan barang nyata. Pengawasan yang dilakukan admin grup juga sejalan dengan konsep hisbah dalam Islam sebagai mekanisme kontrol pasar untuk menjaga keadilan.

Keberadaan grup ini memberikan dampak positif signifikan bagi perekonomian Desa Betoyo, antara lain membuka peluang usaha baru

bagi ibu rumah tangga dan pelaku UMKM, meningkatkan pendapatan penjual dengan jangkauan pasar yang lebih luas tanpa biaya promosi besar, serta memudahkan masyarakat mengakses kebutuhan sehari-hari secara efisien. Grup ini juga mendorong pemberdayaan produk lokal dan mempererat hubungan sosial antarwarga. Dalam kerangka maqasid al-syari'ah, inisiatif ini mendukung pemeliharaan harta (hifz al-mal) melalui peningkatan pendapatan, pemeliharaan jiwa (hifz al-nafs) melalui kemudahan pemenuhan kebutuhan pokok, serta terciptanya kemaslahatan sosial. Dengan demikian, WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg" terbukti sebagai inovasi ekonomi digital berbasis komunitas yang tidak hanya efektif secara praktis, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam dan berkontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Administrator. "Social Commerce 2025 Melesat, WhatsApp Business API Jadi Peran Sentral." ivosights.com, n.d. https://ivosights.com/read/berita/whatsapp-business-api-social-commerce-2025-melesat-jadi-peran-sentral?utm_source.

Afnibar, Afnibar. "Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Komunikasi Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Menunjang Kegiatan Belajar (Studi Terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang)." *AL-MUNIR: JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM* 11, no. 1 (2020).

Al-Ghazali, Imam. *Ihya' Ulum Al-Din, Juz II*. Beirut: Dar al-Fikr, 2005.

Al-Shatibi, Imam Abu Ishaq. *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Shariah Jilid II*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004.

Anang, Firmansyah. "Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)." *CV. Penerbit Qiara Media*, 2019.

Annisa, Fatha. "Hampir 63% Populasi Indonesia Aktif Di Medsos, WhatsApp Jadi Favorit." medcom.id, n.d. https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/GNGGv0lN-hampir-63-populasi-indonesia-aktif-di-medsos-whatsapp-jadi-favorit?utm_source.

Arifah, N. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara admin.

Auda, J. (2008). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. London: The International Institute of Islamic Thought.

Az-Zuhaili, W. (2011). *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu Jilid V*. Damaskus: Dar al-Fikr.

Azzam, A. A. M. (2010). *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Diro. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara penjual.
Fadhil, R. W. dan M. (2024). Efektivitas WhatsApp Group Sebagai Media Interaksi Dan Pertukaran Informasi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 52-54.
Faridah, F. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara pembeli.
Haryanto, A. T. (2025). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta Di 2025. detikInet.
Hj Misri. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara penjual.
Ida. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara penjual.
Jamilah. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara pembeli.
Judijanto, L. (2025). *Ekonomi Syariah: Teori Dan Penerapannya Di Indonesia* (E. Elfitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
Khoirotun. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara pembeli.
Komunikasi, P. I., Yogyakarta, U. R., & Solihin, M. (2023). Whatsapp Group Sebagai Media Transaksi Pembangkit Ekonomi Masyarakat Pasar Rebo Miliran Yogyakarta, 6(September), 137-153.
Kurniawan, A., Pangestu, A., & Amin, M. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Sandal Melalui Media Online, 9, 155-162.
Kurniawan, M. R. D., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Inovasi Dan Implementasi Peran Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 127-133.
Mardani, D. (2019). *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Prenadamedia Group.
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
Muhammad Hasan, M. A. (2018). *Pembangunan Ekonomi*. CV. Nur Lina.
Mustofa, H. (2025). E-Commerce Berbasis Whatsapp: Studi Kasus Whatsapp Group "Kuto Market" Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kuto Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam, 5(Maret), 640-650.
Nabil, D., Muhammad, & Faraby, E. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Syariah Upaya Meningkatkan UMKM Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 658-668.

Noviana, P. L., Amelia, N., Khalifah, N., & Sution, P. (2023). Informasi Dengan Menggunakan Teknologi Internet. Pasar e-Dan Memilih Berbagai Jenis Produk Yang Di Tawarkan. Merek e-Shopee Dan Bukalapak Karena Menawarkan Promo Dan Berbagai, 2(2), 158-169.

Oktavia, E. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara penjual.

Oktavian, U. N., Maulana, R., & Aminulloh, A. (2025). Analisis Praktik Jual Beli Online Melalui Aplikasi Whatsapp Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Grup Whatsapp Pasar Umum Gha, Kabupaten Bekasi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 353-371.

Risnawati, H., Nadhifah, T., & Rosita, D. (2024). Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 3(1 Juni), 125-134.

Rozalinda. (2016). Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip Dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.

Rozalinda, D. (2017). Ekonomi Islam (Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi). Jakarta: Rajawali Pers.

Sudarmanto, E. (2024). *Teori Ekonomi Modern: Mikro Dan Makro*. Minhaj Pustaka.

Suhendi, H. (2002). *Fiqh Muamalah* (RajaGrafindo Persada, Ed.).

Suhendi, H. (2019). *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers.

Sundari, S., Prahara, R. S., & A'yuni, D. S. (2022). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Minhaj Pustaka.

Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.

Yanti, W. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara pembeli.

Yun. (2026). Platform WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg." Gresik: wawancara penjual.