

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era *digital* telah membawa perubahan yang sangat 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 efektif¹. 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 penduduk².

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 bulan³. 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

¹ Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Respati Yogyakarta, and Mohammad Solihin, "Whatsapp Group Sebagai Media Transaksi Pembangkit Ekonomi Masyarakat Pasar Rebo Miliran Yogyakarta" 6, no. September (2023): 137–53.

² Agus Tri Haryanto, "Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta Di 2025," detikInet, 2025.

³ Fatha Annisa, "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.

langsung antara penjual dan pembeli, sekaligus sebagai "etalase *digital*" yang memudahkan proses promosi, negosiasi, hingga transaksi dalam satu ekosistem percakapan⁴.

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.

Keberadaan *grup WhatsApp* "Betoyo Makmur Wareg" memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli tanpa harus membuka toko fisik atau keluar rumah. Selain mendukung efisiensi transaksi, aktivitas jual beli yang berlangsung di dalam grup ini juga memperkuat solidaritas ekonomi antarwarga karena seluruh proses perdagangan dilakukan dalam lingkup komunitas lokal yang saling mengenal dan saling percaya. Grup ini tidak hanya

⁴ 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.

berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media pemberdayaan ekonomi masyarakat desa berbasis *digital*⁵.

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*⁶. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa praktik

⁵ Yolanda Widya Anggreni Situmorang, Bakhtiar Efendi, and Lia Nazliana Nasution, "Analisis Peranan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 4, no. 2 (2025): 637–49.

⁶ Heni Risnawati, Tuti Nadhifah, and Dian Rosita, "Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 3, no. 1 Juni (2024): 125–34, <https://doi.org/10.14421/jmes.2024.031-08>.

jual beli *online* dapat dinilai sesuai dengan prinsip ekonomi Islam apabila dilakukan dengan akad yang sah, informasi barang yang jelas, serta tidak mengandung unsur penipuan⁷.

Praktik penjualan yang berlangsung melalui *grup WhatsApp* "Betoyo Makmur Wareg" di Desa Betoyo menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama terkait kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam serta kontribusinya terhadap aktivitas perekonomian masyarakat. *Grup WhatsApp* tersebut semakin relevan karena tidak hanya dikelola secara mandiri oleh masyarakat, tetapi juga berada di bawah naungan Pemerintah Desa Betoyo. Struktur pengelolaan grup melibatkan Kepala Desa dan perangkat desa sebagai admin, sehingga aktivitas penjualan yang berlangsung tidak sepenuhnya bersifat informal, melainkan berada dalam pengawasan dan pembinaan pemerintah desa.

Keterlibatan aparatur desa sebagai pengelola memberikan legitimasi kelembagaan terhadap aktivitas ekonomi yang berlangsung di dalam grup. Pemerintah desa berperan sebagai fasilitator dalam mendorong partisipasi pelaku UMKM lokal, menjaga ketertiban interaksi, serta memastikan etika dan keadilan dalam transaksi. Pengawasan juga memperkuat nilai akuntabilitas dan transparansi, di mana setiap anggota grup diharapkan mematuhi aturan bersama terkait mekanisme penjualan, penyampaian informasi produk, dan etika komunikasi. Kondisi tersebut mendorong terciptanya transaksi yang lebih tertib, berkeadilan,

⁷ Putri Leli Noviana et al., "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, no. 2 (2023): 158–69.

dan selaras dengan prinsip ekonomi Islam, khususnya nilai kejujuran, keterbukaan informasi, serta kerelaan antara penjual dan pembeli.

Penting untuk meninjau secara mendalam bagaimana praktik penjualan yang berlangsung di *grup WhatsApp* "Betoyo Makmur Wareg" ditinjau dari perspektif ekonomi Islam serta kontribusinya terhadap aktivitas perekonomian masyarakat Desa Betoyo. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam melalui Platform WhatsApp Grup 'Betoyo Makmur Wareg' dalam Berkontribusi terhadap Aktivitas Perekonomian Masyarakat Desa Betoyo.**"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mekanisme penjualan yang dilakukan melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* belum diketahui secara jelas.
2. Alur transaksi jual beli dalam *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* belum dipahami secara rinci, mulai dari penawaran, pemesanan, pembayaran, hingga penyerahan barang.
3. Pola komunikasi antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* belum diketahui secara mendalam.

4. Kesesuaian praktik penjualan dalam *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam belum diketahui secara pasti.
5. Penerapan prinsip kejujuran, keadilan, kejelasan akad, serta terhindarnya transaksi dari unsur *gharar*, *riba*, dan *maysir* dalam kegiatan jual beli melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* belum dianalisis secara mendalam.
6. Kontribusi penjualan melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* terhadap dukungan terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo belum diketahui secara empiris.
7. Analisis penjualan melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* dalam perspektif Ekonomi Islam sebagai upaya kontribusi terhadap aktivitas perekonomian masyarakat Desa Betoyo masih perlu dikaji lebih lanjut.

C. Batasan Masalah

Agar peneliti lebih terarah dan fokus sekaligus mendalami terhadap penelitian maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas mekanisme penjualan yang berlangsung melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"*.
2. Pembahasan mekanisme penjualan dibatasi pada alur transaksi yang meliputi penawaran produk, pemesanan, pembayaran, dan penyerahan atau pengiriman barang.

3. Penelitian hanya mengkaji pola komunikasi antara penjual dan pembeli yang terjadi dalam proses transaksi di *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"*.
4. Analisis praktik penjualan dibatasi pada kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam.
5. Prinsip Ekonomi Islam yang dikaji meliputi kejujuran, keadilan, kejelasan akad, keterbukaan informasi produk, serta terhindarnya transaksi dari unsur *gharar, riba, dan maysir*.
6. Kajian dampak ekonomi dibatasi pada kontribusi penjualan melalui *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* terhadap dukungan terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo.
7. Penelitian hanya berfokus pada anggota grup yang aktif melakukan transaksi jual beli selama periode penelitian berlangsung dan tidak membahas transaksi di luar grup maupun pada *platform* digital lainnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Penjualan *platform WhatsApp grup "Betoyo Makmur Wareg"*?
2. Bagaimana kesesuaian praktik penjualan pada *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?
3. Bagaimana kontribusi *WhatsApp Grup "Betoyo Makmur Wareg"* terhadap aktivitas ekonomi masyarakat Desa Betoyo?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan mekanisme penjualan pada *WhatsApp Grup* "Betoyo Makmur Wareg" di Desa Betoyo.
- b. Untuk menganalisis kesesuaian praktik penjualan pada *WhatsApp Grup* "Betoyo Makmur Wareg" dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
- c. Untuk menganalisis kontribusi *WhatsApp Grup* "Betoyo Makmur Wareg" terhadap aktivitas ekonomi masyarakat Desa Betoyo.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Menjadikan referensi akademis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji bagaimana mekanisme jual beli berbasis komunitas melalui *WhatsApp Group* di pedesaan.
- 2) Memberikan kontribusi ilmiah hukum Islam (fiqh muamalah), terutama tentang penerapan prinsip jual beli syariah (seperti kejujuran, keadilan, dan larangan riba/gharar) dalam transaksi digital.
- 3) Memperkuat studi tentang tujuan syariah (maqasid syariah), yaitu bagaimana pemanfaatan teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara halal dan berkah.

b. Kegunaan Praktisi

- 1) Memberikan masukan bagi pengelola *grup WhatsApp* "Betoyo Makmur Wareg" Menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki aturan dan pengawasan, sehingga transaksi di grup tetap aman, tertib, dan sesuai syariah.
- 2) Menjadi panduan sederhana agar bisa berjualan secara jujur, efektif, dan lebih menguntungkan melalui media digital.
- 3) Menjadi pedoman bagi masyarakat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya bertransaksi secara halal, aman, dan saling menguntungkan di dunia digital.
- 4) Menjadi pedoman bagi Pemerintah Desa menjadi masukan untuk membuat kebijakan pengembangan ekonomi digital berbasis komunitas yang bisa membantu mendukung pendapatan warga desa.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi masyarakat telah banyak diteliti, khususnya yang berkaitan dengan perdagangan dan pemasaran berbasis syariah. Berikut beberapa kajian terdahulu:

F. Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Mustofa, Widodo, & Waluyo (2025)	Jurnal	Studi Kasus <i>WhatsApp group</i> "Kuto Market" terkait	Sama-sama membahas pemanfaatan <i>WhatsApp Group</i> sebagai	Penelitian terdahulu membahas <i>WhatsApp Group</i> seperti

			perdagangan digital berbasis Syariah	media perdagangan masyarakat desa dan menekankan kepatuhan pada prinsip ekonomi Islam (kejujuran, keadilan, kejelasan akad) ⁸ .	Kuto Market dan Pasar Umum GHA, sedangkan penelitian ini secara khusus meneliti WhatsApp Group “Betoyo Makmur Wareg” di Desa Betoyo, sehingga memberikan gambaran yang lebih fokus pada konteks sosial ekonomi masyarakat desa tersebut.
2.	Oktaviani, Maulana, & Aminullo (2025)	Jurnal	Praktik jual beli online di <i>grup WhatsApp ”Pasar Umum GHA”</i>	Sama-sama membahas transaksi melalui WhatsApp dan pemenuhan rukun dan	Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah,

⁸ Jurnal Sosial and Heri Mustofa, “E-Commerce Berbasis Whatsapp : Studi Kasus Whatsapp Group " Kuto Market " Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kuto Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam” 5, no. Maret (2025): 640–50.

				syarat jual beli syariah serta analisis <i>muamalah</i> ⁹ .	sedangkan penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek hukum ekonomi Islam, tetapi juga menganalisis dampak nyata aktivitas jual beli melalui WhatsApp Group terhadap dukungan terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo.
3.	Kurniawan, Pangestu, & Amin (2023)	Jurnal	Strategi pemasaran digital berbasis Syariah dalam meningkatkan	Sama-sama menekankan pentingnya pemasaran digital sesuai prinsip syariah untuk meningkatkan penjualan dan	Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah, sedangkan

⁹ Ufairrotun Nafisah Oktavian, Rizal Maulana, and Ali Aminulloh, “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, no. 2 (2025): 353–71.

			kepercayaan konsumen	kepercayaan konsumen ¹⁰ .	penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek hukum ekonomi Islam, tetapi juga menganalisis dampak nyata aktivitas jual beli melalui WhatsApp Group terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Desa Betoyo.
4.	Nabil, Muhammad, & Faraby (2023)	Jurnal	Pengaruh strategi pemasaran digital Syariah terhadap UMKM	Sama-sama menekankan dalam konsep bahwa pemasaran digital syariah dapat meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing ¹¹ .	Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah, sedangkan penelitian ini tidak hanya

¹⁰ A Kurniawan, A Pangestu, and M Amin, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Sandal Melalui Media Online Sharia Marketing Strategy in Increasing Sandal Sales through Online Media" 9 (2023): 155–62.

¹¹ Dhaifunan Nabil, & Muhammad, and Ersya Faraby, "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Syariah Upaya Meningkatkan UMKM Kabupaten Bangkalan," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 6, no. 2 (2023): 658–68.

					mengkaji aspek hukum ekonomi Islam, tetapi juga menganalisis dampak nyata aktivitas jual beli melalui WhatsApp Group terhadap dukungan terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo.
5.	Kurniawan (2024)	Jurnal	Inovasi teknologi digital (<i>e-commerce</i> , kolaborasi online) dalam pengembangan Ekonomi Islam masyarakat desa	Sama-sama melihat hubungan teknologi digital dengan peningkatan ekonomi masyarakat desa ¹² .	Jika penelitian terdahulu banyak membahas inovasi digital berskala besar seperti <i>e-commerce</i> atau kolaborasi online lebih luas, penelitian ini fokus pada inovasi digital

¹² No Juli, Muhammad Rizky, and Dwi Kurniawan, “Analisis Inovasi Dan Implementasi Peran Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Era Digital” 2, no. 3 (2024): 127–33.

					yang sederhana namun efektif, yakni WhatsApp Group, yang lebih mudah diterapkan dalam keseharian 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. Selain itu, objek penelitian yang digunakan juga berbeda, yaitu WhatsApp Group “Kuto Market” dan “Pasar Umum GHA”, sehingga belum menggambarkan kondisi yang terjadi pada WhatsApp Group “Betoyo Makmur Wareg” di Desa Betoyo. Penelitian terdahulu juga belum banyak mengkaji bagaimana mekanisme penjualan yang berlangsung dalam grup WhatsApp serta dampak nyata aktivitas jual beli tersebut terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu dan analisis kesenjangan yang ditemukan, kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan tiga aspek kajian sekaligus dalam satu kerangka analisis yang holistik, yaitu mekanisme penjualan, kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam, dan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat, yang

belum pernah dilakukan secara terpadu dalam penelitian sebelumnya. Kedua, penelitian ini 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, sehingga memberikan dimensi analisis yang lebih mendalam dan kontekstual. Ketiga, objek penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena WhatsApp Group "*Betoyo Makmur Wareg*" dikelola secara formal oleh Pemerintah Desa Betoyo dengan struktur pengawasan yang terlembaga, berbeda dengan grup pada penelitian sebelumnya yang umumnya dikelola secara swadaya oleh komunitas, sehingga menghadirkan perspektif baru tentang peran pemerintah desa dalam mendorong dan mengawasi aktivitas *social commerce* berbasis komunitas. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar mengulang kajian dengan lokasi berbeda, melainkan menawarkan kontribusi akademik yang signifikan melalui pendekatan analisis yang komprehensif, kerangka teoritis yang lebih luas, serta objek kajian yang memiliki karakteristik kelembagaan yang khas.

G. Sistematik Pembahasan

Sistematik penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini menguraikan landasan awal penelitian sebagai kerangka konseptual dan kontekstual. Pembahasan meliputi latar belakang yang menjelaskan perkembangan teknologi digital, pemanfaatan *WhatsApp* sebagai media *social commerce* di tingkat desa, serta urgensi

kajian dari perspektif Ekonomi Islam. Selanjutnya dijabarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran alur pembahasan secara menyeluruh.

2. **BAB II LANDASAN TEORI:** Bab ini membahas landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Kajian teori meliputi konsep penjualan, perekonomian masyarakat, *social commerce*, serta karakteristik platform *WhatsApp* sebagai media transaksi ekonomi. Selanjutnya diuraikan prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam jual beli, seperti keabsahan akad, kerelaan, kejujuran, keadilan, serta larangan unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Bab ini ditutup dengan kerangka pemikiran penelitian yang mengaitkan penggunaan *WhatsApp Grup* dengan peningkatan perekonomian masyarakat dalam perspektif Ekonomi Islam.
3. **BAB III METODE PENELITIAN:** Bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi dan subjek penelitian, serta sumber data primer dan sekunder. Selanjutnya dipaparkan teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi aktivitas transaksi di *WhatsApp Grup* “Betoyo Makmur Wareg”. Bab ini juga menjelaskan teknik analisis data yang digunakan untuk mengkaji kesesuaian praktik jual beli dengan prinsip Ekonomi Islam serta dampaknya terhadap perekonomian masyarakat Desa Betoyo.
4. **BAB IV HASIL PENELITIAN:** Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data empiris di lapangan. Pembahasan meliputi gambaran

umum *WhatsApp Grup* “Betoyo Makmur Wareg”, karakteristik pelaku usaha dan konsumen, jenis produk yang diperdagangkan, serta mekanisme transaksi yang berlangsung. Selanjutnya dianalisis praktik penjualan dalam perspektif Ekonomi Islam, mencakup aspek akad, kejelasan objek transaksi, sistem pembayaran, dan tingkat kepercayaan antaranggota. Bab ini juga membahas kontribusi aktivitas penjualan melalui *grup WhatsApp* terhadap aktivitas ekonomi Masyarakat

5. **BAB V PENUTUP:** Bab penutup memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas secara komprehensif, serta implikasi teoritis dan praktis dari temuan penelitian. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran bagi pelaku usaha, masyarakat desa, dan peneliti selanjutnya terkait pengembangan praktik *social commerce* berbasis komunitas yang sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.