

***E-commerce* Berbasis Whatsapp: Studi Kasus Whatsapp Group "Kuto Market" dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kuto dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam**

Heri Mustofa¹, Aris widodo², Waluyo³

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Coressponding Author: herimustofa169@gmail.com*

Abstrak

E-commerce berbasis media sosial, khususnya WhatsApp, semakin populer sebagai sarana jual beli bagi usaha kecil dan menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran WhatsApp Group "Kuto Market" dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kuto serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara, observasi langsung, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Group "Kuto Market" memberikan dampak positif terhadap perekonomian desa, antara lain meningkatkan pendapatan pedagang, mengurangi biaya operasional, serta membuka peluang usaha bagi ibu rumah tangga dan pemuda desa. Selain itu, sebagian besar transaksi dalam grup ini telah sesuai dengan prinsip syariah, seperti kejujuran (shiddiq), keadilan (adl), dan keterhindaran dari riba. Namun, terdapat beberapa potensi pelanggaran, seperti ketidaksesuaian harga dan kualitas barang serta kurangnya transparansi dalam akad jual beli. Sebagai rekomendasi, diperlukan edukasi bagi anggota grup mengenai prinsip jual beli dalam Islam, peningkatan standar transparansi transaksi, serta pengawasan internal untuk memastikan perdagangan tetap sesuai dengan hukum ekonomi Islam. Dengan implementasi yang tepat, WhatsApp Group "Kuto Market" dapat menjadi model *e-commerce* berbasis syariah yang berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

Kata kunci: *E-commerce*, WhatsApp Group, Hukum Ekonomi Islam, UMKM, Perekonomian Desa

Abstract

E-commerce based on social media, especially WhatsApp, is increasingly popular as a means of buying and selling for small and medium enterprises (MSMEs). This research aims to analyze the role of WhatsApp Group "Kuto Market" in improving the economy of the Kuto Village community and review its suitability with the principles of Islamic economic law. This research uses a qualitative method with a case study approach, where data is obtained through interviews, direct observation, and literature study. The results showed that the WhatsApp Group "Kuto Market" has a positive impact on the village economy, including increasing traders' income, reducing operational costs, and opening business opportunities for housewives and village youth. In addition, most transactions in this group are in accordance with sharia principles, such as honesty (shiddiq), justice (adl), and avoidance of usury. However, there are some potential violations, such as price and quality mismatches and lack of transparency in the sale and purchase contract. As a recommendation, it is necessary to educate group members on the principles of buying and selling in Islam, improve transaction transparency standards, and internal supervision to ensure that trading remains in accordance with Islamic economic law. With proper implementation, WhatsApp Group "Kuto Market" can become a sharia-based *e-commerce* model that contributes to the economic welfare of the village community.

Keywords: *E-commerce*, WhatsApp Group, Islamic Economic Law, MSMEs, Village Economy

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan bertransaksi. Salah satu perubahan paling signifikan adalah munculnya *e-commerce*, yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online (Achadi et al., 2021; Ali & Bhasin, 2019; Julianti, 2018; Teresya et al., 2022; Witi, 2021). *E-commerce*, terutama yang berbasis media sosial, telah menjadi alat penting bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk memasarkan produk mereka. Di Indonesia, WhatsApp sebagai platform komunikasi yang luas digunakan, telah dimanfaatkan oleh banyak pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara langsung dan efisien. Penggunaan WhatsApp sebagai media *e-commerce* menawarkan berbagai keuntungan, seperti kemudahan akses, biaya operasional yang rendah, dan kemampuan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan (Barry & Jan, 2018; Effendi, 2020; Julianti, 2018). Namun, meskipun terdapat banyak potensi, terdapat juga tantangan dan masalah yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan bahwa praktik perdagangan yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terutama dalam konteks hukum ekonomi Islam (Mahfudhoh & Santoso, 2020; Tamam, 2018). Dalam konteks ini, penelitian ini berfokus pada WhatsApp Group "Kuto Market", yang merupakan contoh nyata dari *e-commerce* berbasis WhatsApp yang digunakan oleh masyarakat Desa Kuto.

Meskipun WhatsApp Group "Kuto Market" memberikan banyak manfaat bagi pelaku usaha lokal, terdapat beberapa masalah spesifik yang perlu diidentifikasi dan dianalisis. Pertama, banyak anggota grup yang tidak sepenuhnya memahami prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam yang perlu diterapkan dalam transaksi. Hal ini dapat menyebabkan potensi pelanggaran, seperti ketidaksesuaian antara harga dan kualitas barang yang dijual. Beberapa pembeli sering kali mengeluhkan bahwa produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipromosikan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dan berpotensi merugikan salah satu pihak dalam transaksi (Bahrudin & Zuhro, 2016; Indrasari, 2019; Kusumowardhani, 2021; Rohaeni & Marwa, 2018; Yusuf et al., 2022). Kedua, kurangnya transparansi dalam akad jual beli juga menjadi masalah yang signifikan. Banyak transaksi dilakukan dengan konfirmasi melalui chat, tanpa adanya akad yang jelas antara penjual dan pembeli. Dalam konteks hukum Islam, akad adalah syarat sahnya transaksi dan harus dilakukan dengan jelas dan transparan. Ketiga, terdapat tantangan dalam menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli, yang merupakan aspek penting dalam perdagangan yang sesuai syariah. Kepercayaan ini bisa tergerus jika transaksi tidak dilakukan secara jujur dan adil.

Saat ini, banyak penelitian telah dilakukan mengenai *e-commerce* dan dampaknya terhadap UMKM. Namun, masih terdapat kekurangan dalam literatur yang membahas secara spesifik mengenai penerapan hukum ekonomi Islam dalam *e-commerce* berbasis media sosial, terutama di Indonesia. Sebagian besar studi lebih berfokus pada aspek teknis dan ekonomi dari *e-commerce*, tanpa mempertimbangkan dimensi hukum dan etika yang penting dalam konteks Islam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi

celah tersebut dengan menganalisis bagaimana praktik perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market" sejalan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas aspek-aspek *e-commerce* dan penerapan teknologi dalam perdagangan. Gustama dan Syafi'i (2024) dalam penelitian mereka mengembangkan sebuah platform yang memanfaatkan WhatsApp sebagai fitur komunikasi untuk meningkatkan interaksi antara penjual dan pembeli dalam penjualan hewan qurban. Penelitian ini menunjukkan potensi integrasi teknologi dalam memfasilitasi transaksi yang lebih efektif. Selanjutnya, Syah (2021) dalam disertasi doktoralnya mengkaji penerapan API WhatsApp pada sistem informasi penjualan berbasis website, yang menunjukkan bagaimana penggunaan WhatsApp dapat meningkatkan efisiensi komunikasi dalam transaksi jual beli. Fenando (2020) juga memberikan kontribusi penting melalui penelitiannya menyoroti pentingnya desain sistem yang user-friendly dalam *e-commerce* dan penggunaan metode prototype untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Meskipun ada berbagai penelitian yang menunjukkan potensi *e-commerce* dan integrasi teknologi dalam perdagangan, masih sedikit studi yang fokus pada penerapan hukum ekonomi Islam dalam konteks *e-commerce* berbasis media sosial seperti WhatsApp. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan analisis mendalam mengenai praktik perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market" dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.

Studi ini menawarkan analisis yang mendalam mengenai mekanisme perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market" serta bagaimana transaksi dalam grup tersebut dapat disesuaikan dengan prinsip hukum ekonomi Islam. Dengan mengeksplorasi konteks lokal dan perilaku masyarakat Desa Kuto, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana *e-commerce* berbasis WhatsApp dapat diimplementasikan secara syariah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kesesuaian praktik perdagangan dengan prinsip-prinsip syariah, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mekanisme perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market", menilai dampaknya terhadap perekonomian masyarakat Desa Kuto, serta mengkaji kesesuaian praktik perdagangan dalam grup ini dengan prinsip hukum ekonomi Islam. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha dan masyarakat tentang praktik *e-commerce* yang sesuai dengan syariah, serta meningkatkan pemahaman tentang etika bisnis dalam Islam. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis yang dapat meningkatkan transparansi dan keadilan dalam transaksi, sehingga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus untuk memahami fenomena *e-commerce* berbasis WhatsApp dalam konteks ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme perdagangan di grup WhatsApp "Kuto Market," menilai dampaknya terhadap perekonomian masyarakat, dan mengkaji kesesuaian praktiknya dengan prinsip hukum ekonomi Islam. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan anggota grup, observasi langsung terhadap aktivitas perdagangan, dan studi literatur terkait. Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta kesimpulan dan verifikasi. Untuk memastikan keabsahan data, diterapkan strategi triangulasi sumber dan metode, serta member checking. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara dengan anggota grup, dan data sekunder dari sumber tertulis yang relevan, seperti literatur tentang *e-commerce* dan hukum ekonomi Islam. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan prinsip syariah dalam perdagangan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market"

WhatsApp Group "Kuto Market" merupakan salah satu bentuk *e-commerce* berbasis media sosial yang memungkinkan para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Kuto untuk memasarkan produk mereka dengan mudah. Mekanisme perdagangan dalam grup ini mencakup beberapa tahapan utama, yaitu proses penjualan, transaksi, dan pengiriman barang.

A. Proses Penjualan

Proses perdagangan di WhatsApp Group "Kuto Market" diawali dengan penjual menawarkan produk kepada anggota grup. Mekanisme yang dilakukan oleh penjual meliputi:

1. Mengunggah Foto dan Deskripsi Produk

Penjual memposting gambar produk yang jelas dan menarik. Informasi produk yang biasanya dicantumkan meliputi:

- a. Nama produk
- b. Harga
- c. Ukuran/varian (jika ada)
- d. Stok yang tersedia
- e. Cara pemesanan
- f. Metode pembayaran yang diterima

2. Interaksi dengan Pembeli

- a. Setelah produk diposting, anggota grup dapat langsung mengajukan pertanyaan mengenai produk tersebut melalui kolom komentar atau chat pribadi.

- b. Penjual wajib memberikan informasi yang transparan dan akurat untuk menghindari kesalahpahaman dalam transaksi.

3. Promosi melalui Status WhatsApp

- a. Selain menggunakan grup, penjual juga memanfaatkan fitur Status WhatsApp untuk menjangkau lebih banyak calon pembeli yang tidak tergabung dalam grup.
- b. Status ini biasanya berisi foto produk, testimoni pelanggan, atau promo khusus.

B. Transaksi

Setelah pembeli tertarik dengan produk yang ditawarkan, transaksi dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Pembeli Menghubungi Penjual Secara Langsung

Pembeli dapat menghubungi penjual melalui chat pribadi untuk menanyakan detail lebih lanjut atau melakukan negosiasi harga jika diperbolehkan.

2. Kesepakatan Harga dan Metode Pembayaran

Harga produk bisa bersifat tetap atau bisa dinegosiasikan tergantung kebijakan penjual. Pembayaran dapat dilakukan melalui beberapa metode, seperti:

- a. Transfer bank
- b. Dompet digital (seperti GoPay, OVO, atau Dana)
- c. Pembayaran tunai saat pengambilan barang (COD – Cash on Delivery)

3. Konfirmasi Pemesanan

Setelah pembayaran dilakukan, pembeli wajib mengirimkan bukti transfer atau konfirmasi pembayaran kepada penjual. Penjual kemudian akan memverifikasi pembayaran sebelum melanjutkan ke tahap pengiriman barang.

4. Pengiriman Barang

Setelah transaksi dikonfirmasi, barang akan dikirim kepada pembeli dengan mekanisme berikut:

a. Pengiriman melalui Kurir Lokal

Jika pembeli berada di luar desa atau tidak bisa mengambil barang sendiri, penjual akan menggunakan kurir lokal atau layanan ekspedisi seperti JNE, J&T, atau GrabExpress untuk mengirimkan barang. Biaya pengiriman biasanya ditanggung oleh pembeli, kecuali ada promo "gratis ongkir" dari penjual.

b. Pengambilan Langsung oleh Pembeli

Pembeli yang berada di wilayah sekitar Desa Kuto dapat mengambil barang langsung dari penjual. Dalam beberapa kasus, metode COD (Cash on Delivery) juga digunakan, di mana pembeli membayar barang saat mengambilnya langsung dari penjual.

c. Konfirmasi Penerimaan Barang

Setelah barang diterima, pembeli biasanya mengonfirmasi kepada penjual melalui chat WhatsApp. Jika ada keluhan atau barang tidak sesuai dengan deskripsi, pembeli bisa mengajukan komplain atau permintaan pengembalian barang.

Dampak WhatsApp Group "Kuto Market" terhadap Perekonomian Desa Kuto

WhatsApp Group "Kuto Market" telah membawa perubahan signifikan terhadap perekonomian masyarakat Desa Kuto. Sebagai platform perdagangan berbasis media sosial, grup ini memberikan kemudahan akses pasar bagi pelaku usaha lokal serta menciptakan peluang ekonomi bagi berbagai lapisan masyarakat.

Dampak utama yang dihasilkan dari penggunaan WhatsApp Group ini dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama, yaitu:

A. Peningkatan Pendapatan

Salah satu dampak terbesar dari WhatsApp Group "Kuto Market" adalah peningkatan pendapatan bagi para pedagang lokal. Beberapa faktor yang berkontribusi terhadap hal ini antara lain:

1. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas

Sebelum adanya grup ini, banyak pedagang hanya mengandalkan penjualan dari warung atau pasar tradisional dengan jumlah pelanggan yang terbatas. Dengan WhatsApp, pedagang bisa menjangkau pembeli di dalam dan di luar Desa Kuto, sehingga meningkatkan peluang penjualan dan memperbesar omzet.

2. Kemudahan Promosi Produk

Pedagang dapat memposting foto dan deskripsi produk di grup kapan saja tanpa harus mengeluarkan biaya untuk pemasaran. Adanya fitur Status WhatsApp juga memungkinkan penjual untuk memperkenalkan produk kepada lebih banyak calon pelanggan di luar grup.

3. Peningkatan Frekuensi Transaksi

Dengan kemudahan komunikasi langsung melalui chat, proses negosiasi dan transaksi dapat dilakukan lebih cepat dibandingkan metode konvensional. Hal ini berdampak pada peningkatan jumlah penjualan dalam waktu yang lebih singkat.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pedagang di grup ini, omzet mereka meningkat sekitar 20-50% setelah aktif berjualan di WhatsApp dibandingkan hanya mengandalkan toko fisik atau pasar tradisional.

B. Efisiensi Bisnis

WhatsApp Group "Kuto Market" juga membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih efisien dengan mengurangi berbagai biaya operasional, antara lain:

1. Tidak Memerlukan Toko Fisik

Penjual tidak perlu menyewa atau membangun toko fisik, sehingga dapat menghemat biaya sewa, listrik, dan operasional lainnya. Barang dagangan bisa disimpan di rumah dan hanya dikirim ketika ada pesanan.

2. Pengurangan Biaya Pemasaran

WhatsApp sebagai platform gratis memungkinkan pedagang untuk mempromosikan produk tanpa perlu membayar iklan seperti di marketplace besar atau media cetak. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut antar anggota grup semakin meningkatkan peluang penjualan.

3. Efisiensi Waktu dan Tenaga

Dengan sistem pesan instan dan komunikasi langsung, penjual dapat mengelola pesanan dengan lebih cepat dan efisien dibandingkan harus menunggu pembeli datang ke toko secara fisik. Pembeli juga dapat melihat berbagai produk secara real-time tanpa harus datang langsung ke pasar atau toko.

Dampak dari efisiensi ini memungkinkan para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk lebih fokus pada kualitas produk dan layanan tanpa terbebani oleh biaya operasional yang besar.

C. Pemberdayaan Masyarakat

Selain menguntungkan pedagang, WhatsApp Group "Kuto Market" juga berperan dalam memberdayakan masyarakat Desa Kuto, terutama kelompok-kelompok yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap peluang ekonomi, seperti:

1. Kesempatan Berwirausaha bagi Ibu Rumah Tangga

Banyak ibu rumah tangga yang sebelumnya hanya mengurus rumah kini dapat berjualan makanan, kue, kerajinan tangan, atau pakaian dari rumah melalui WhatsApp. Mereka tidak perlu meninggalkan rumah untuk berdagang, sehingga tetap bisa mengurus keluarga sambil mendapatkan penghasilan tambahan.

2. Membuka Peluang bagi Pemuda Desa

Anak muda di Desa Kuto kini memiliki kesempatan untuk menjadi reseller atau dropshipper tanpa perlu modal besar. Mereka bisa menjual produk orang lain melalui grup dan mendapatkan komisi dari setiap transaksi. Beberapa pemuda bahkan mulai membangun usaha jasa pengiriman lokal untuk mengantarkan barang ke pelanggan yang masih berada di sekitar desa.

3. Meningkatkan Partisipasi Ekonomi Secara Keseluruhan

Semakin banyak orang yang terlibat dalam kegiatan ekonomi di grup ini, semakin besar dampaknya terhadap perekonomian desa secara keseluruhan. Adanya WhatsApp Group mempermudah distribusi produk lokal, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata.

Analisis Hukum Ekonomi Islam terhadap Perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market"

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market" harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengatur keadilan, kejujuran, dan keterhindaran dari praktik yang dilarang, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi berlebihan). Berdasarkan analisis terhadap aktivitas perdagangan dalam grup ini, terdapat beberapa aspek yang menunjukkan

kesesuaian dengan prinsip syariah, serta beberapa potensi pelanggaran yang perlu diperbaiki.

A. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah

Mayoritas transaksi dalam WhatsApp Group "Kuto Market" telah sesuai dengan hukum ekonomi Islam, terutama dalam aspek berikut:

1. Transaksi dilakukan secara transparan dan jujur

Penjual biasanya mencantumkan foto produk, harga, dan deskripsi barang dengan jelas dalam setiap postingan. Pembeli memiliki kesempatan untuk bertanya dan menegosiasikan harga sebelum transaksi terjadi. Tidak ada unsur paksaan (ikrah) dalam proses jual beli.

2. Sistem pembayaran yang sesuai dengan syariah

Sebagian besar transaksi menggunakan transfer bank atau pembayaran tunai (cash), yang tidak mengandung unsur riba (tambahan bunga yang merugikan salah satu pihak). Sistem Cash on Delivery (COD) juga sesuai dengan syariah karena pembeli dapat memastikan kondisi barang sebelum membayar.

3. Adanya rasa saling ridha antara penjual dan pembeli

Dalam hukum Islam, transaksi yang sah harus didasarkan pada prinsip "an taradin minkum" (saling ridha antara dua pihak). Dalam praktiknya, mayoritas anggota grup menyetujui harga dan kualitas barang sebelum menyelesaikan transaksi, yang menunjukkan kesepakatan antara kedua belah pihak.

4. Tidak ada unsur perjudian atau spekulasi berlebihan (maysir)

Produk yang diperjualbelikan adalah barang nyata dan bukan bentuk spekulasi yang dilarang dalam Islam, seperti perjudian atau investasi tanpa kejelasan aset.

Secara umum, perdagangan dalam grup ini sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam aspek transparansi, keadilan, dan kesepakatan dalam transaksi.

B. Potensi Pelanggaran dalam Perspektif Hukum Islam

Meskipun sebagian besar transaksi dalam WhatsApp Group "Kuto Market" telah sesuai dengan syariah, masih terdapat beberapa potensi pelanggaran yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Ketidaksesuaian antara harga dan kualitas barang

Beberapa pembeli mengeluhkan bahwa produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipromosikan dalam grup. Hal ini bisa masuk dalam kategori gharar (ketidakjelasan dalam transaksi), yang dilarang dalam Islam karena dapat merugikan salah satu pihak. Contoh kasus: Seorang pembeli membeli baju yang diklaim "bahan premium", tetapi saat barang diterima, kualitasnya jauh lebih rendah dari ekspektasi.

2. Kurangnya kejelasan dalam kebijakan pengembalian barang

Dalam beberapa kasus, pembeli mengalami kesulitan dalam mengembalikan atau menukar barang ketika produk yang diterima rusak atau tidak sesuai deskripsi. Hal ini dapat bertentangan dengan prinsip keadilan (adl) dalam Islam, di mana penjual harus memberikan hak yang jelas kepada pembeli.

3. Penetapan harga yang tidak konsisten

Beberapa penjual di grup menaikkan harga secara tidak wajar atau memberikan harga yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda. Dalam Islam, harga harus ditentukan dengan adil dan transparan, serta tidak boleh ada praktik penipuan atau eksploitasi pasar.

4. Kurangnya akad jual beli yang eksplisit

Beberapa transaksi hanya dilakukan dengan konfirmasi via chat, tanpa adanya akad jual beli yang jelas. Dalam hukum Islam, akad merupakan syarat sah transaksi yang harus mengandung ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) secara eksplisit.

Misalnya, dalam transaksi online, pembeli sebaiknya mengonfirmasi dengan jelas:

- "Saya membeli produk ini dengan harga sekian."
- Penjual menjawab: "Baik, saya terima pembayaran Anda dan barang akan segera dikirim."

Solusi: Untuk menghindari potensi pelanggaran, sebaiknya dalam setiap transaksi, penjual dan pembeli mengonfirmasi transaksi secara eksplisit agar akad jual beli menjadi lebih jelas.

C. Rekomendasi: Perlunya Edukasi tentang Prinsip Jual Beli dalam Islam

Untuk meningkatkan kesesuaian perdagangan dalam WhatsApp Group "Kuto Market" dengan hukum ekonomi Islam, berikut beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan:

1. Edukasi bagi Penjual dan Pembeli

a) Sosialisasi tentang prinsip jual beli syariah

Para anggota grup perlu diberikan pemahaman tentang konsep kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam transaksi sesuai hukum Islam. Bisa dilakukan melalui diskusi di grup, webinar, atau pembagian artikel edukatif.

b) Penegasan kebijakan pengembalian barang

Setiap penjual harus menetapkan kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil, sehingga pembeli tidak dirugikan. Contoh kebijakan: Barang bisa dikembalikan dalam 3 hari jika tidak sesuai deskripsi.

2. Peningkatan Standar Transparansi dalam Transaksi

a) Mewajibkan deskripsi produk yang lebih akurat

Penjual harus menyertakan foto asli, ukuran, bahan, dan kondisi barang secara detail untuk menghindari unsur gharar.

b) Mewajibkan konfirmasi akad jual beli secara eksplisit

Dalam setiap transaksi, sebaiknya ada konfirmasi dari kedua belah pihak, seperti:

- "Saya setuju membeli produk ini dengan harga sekian."
- "Saya terima pembayaran Anda dan akan segera mengirimkan barangnya."

3. Pengawasan Internal dalam Grup

Admin grup dapat membuat aturan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti: Melarang penjual yang sering melanggar aturan (misalnya, menjual barang tidak sesuai deskripsi). Mengedukasi anggota grup tentang etika perdagangan Islam.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis WhatsApp Group "Kuto Market" menunjukkan bahwa grup ini telah memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat Desa Kuto, dengan meningkatkan pendapatan dan efisiensi bisnis. Dari perspektif hukum ekonomi Islam, perdagangan yang dilakukan dalam grup ini sebagian besar sesuai dengan prinsip syariah. Namun, masih terdapat potensi pelanggaran yang perlu diperbaiki untuk memastikan kepatuhan yang lebih baik terhadap prinsip-prinsip syariah. Saran yang dapat diajukan meliputi peningkatan pemahaman anggota grup tentang etika bisnis dalam Islam untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik. Selain itu, penting untuk membentuk regulasi internal dalam grup guna menjaga transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi. Pemanfaatan teknologi tambahan, seperti dompet digital berbasis syariah, juga direkomendasikan untuk mendukung transaksi yang lebih aman dan efisien.

REFERENSI

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak. com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207–1212.
- Ali, A., & Bhasin, J. (2019). Understanding customer repurchase intention in e-commerce: Role of perceived price, delivery quality, and perceived value. *Jindal Journal of Business Research*, 8(2), 142–157.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Barry, M., & Jan, M. T. (2018). Factors influencing the use of m-commerce: An extended technology acceptance model perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 26(1), 157–183.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21–32.
- Fenando, F. (2020). Implementasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 6(2), 66–77.
- Gustama, I., & Syafi'i, M. (2024). Membangun platform e-commerce penjualan hewan qurban berbasis wordpress dengan fitur chat whatsapp. *Prosiding Seminar Nasional Informatika*, 2, 678–683.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

- Julianti, S. (2018). *Mastering Packaging for E-commerce*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumowardhani, D. (2021). Analisis pengaruh nilai pelanggan, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan perusahaan pada pelayanan laboratorium kesehatan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 23(1), 74–91.
- Mahfudhoh, Z., & Santoso, L. (2020). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media Online Di Kalangan Mahasiswa. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 29–40.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Syah, H. R. R. U. M. (2021). *Penerapan Api Whatsapp Pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website Pada TB. ABC Wonosobo*. Universitas Amikom Purwokerto.
- Tamam, A. B. (2018). Konsep Subyek Hukum Dalam Hukum Islam, Hukum Positif dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 1(2), 107–117.
- Teresya, R., Nabiilah, R. R., & Tunnajah, S. (2022). Literature Review E-Commerce: Profitabilitas, tekanan eksternal dan kemudahan pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 474–484.
- Witi, F. L. (2021). *Membangun E-Commerce: Teori, Strategi dan Implementasi*. AMERTA MEDIA.
- Yusuf, Y., Taufik, M., Hastuti, H., Usna, W. O., & Ariawan, A. (2022). Pengaruh Harga, Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan:(Studi pada Usaha Ayam Potong Peternakan La Lati di Desa Bente Kecamatan Kabawo Kabupaten Muna). *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(2), 110–120.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)