

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi telah memberikan dampak terhadap teknologi yang menjadi penyebab perubahan besar bagi kehidupan manusia. Saat ini masyarakat modern bisa dikatakan ketergantungan dengan teknologi yang menjadi katalisator kemajuan manusia. Hadirnya evolusi teknologi menjadi pertanda perubahan kemajuan manusia yang kemudian menjadikan masyarakat modern tidak berhenti menciptakan inovasi agar terciptanya kebermanfaatan positif bagi kehidupan manusia. Tidak dapat dipungkiri para pakar teknologi berlomba-lomba membuat gebrakan fantastis berupa sarana yang bisa memudahkan pekerjaan manusia. Internet misal di era digital saat ini menjadi salah satu kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa, penggunaan internet sebagai media bantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktivitas manusia secara efektif, akurat dan efisien. Kegiatan manusia yang dibantu kemudahannya menggunakan internet salah satunya ialah dunia perbelanjaan.

Belanja *Online (online shipping)* Menurut Didit Agus Irwantoko adalah proses pembelian barang/jasa melalui platform internet (*e-commerce*) oleh penjual realtime ke konsumen, tanpa pelayan. *Online shopping* dalam sejarahnya pertama kali dicetuskan oleh Michael Aldrich dari Redifon Computers pada tahun 1979 di Inggris. Kemudian pada tahun 2000an, sistem belanja ini masuk ke Indonesia dan eksis serta

terus berkembang hingga sekarang. Hingga dititik Indonesia menjadi negara yang didalamnya tumbuh pesat berbagai situ belanja *online*. Hal ini dibenarkan karena banyak berbagai aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Belanja *online* ini tentu memudahkan transaksi yang tidak memakai tenaga secara langsung. Selain itu ada beberapa pertimbangan yang menjadi penyebab masyarakat sekarang memilih berbelanja *online* yaitu mudah sekali diakses dari jarak jauh sekalipun melalui komputer, notebook ataupun telepon genggam yang tersambung dengan layanan akses internet. Hal inilah yang menjadi keunggulan belanja *online* yang sangat mudah pengaksesannya. Apalagi saat situasi kondisi pandemi yang sedang melanda dunia, belanja *online* tidak hanya sebagai alternatif namun dijadikan solusi dalam memenuhi kebutuhan sandang pangan papan sehari-hari melalui aplikasi belanja *online* di masa pandemi seperti sekarang ini.<sup>1</sup>

Perkembangan belanja *online* dalam tumbuh pesat karena didukung oleh kemajuan modernisasi saat ini membuat pengguna internet terus bertambah. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) membuktikan adanya kenaikan presentasi pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2012 mencapai 64 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi di Indonesia. Pada tahun 2015 pengguna internet meningkat hingga mencapai 139 juta atau 50 persen dari total populasi

---

<sup>1</sup> Alvin Edgar Pramana, *et al*, "Analisis Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19", dalam *Jurnal TEKNOINFO*, Vol. 15, No. 1, 2021, 32.

masyarakat Indonesia.<sup>2</sup> Di era serba canggih seperti sekarang muncul sebuah istilah unik untuk orang yang mempunyai kemampuan untuk mengakses dan memproses informasi dari segala bentuk transmisi dalam berbagai macam *platform* media yaitu disebut dengan literasi digital “*the ability to access and process information from any form of transmission*”.<sup>3</sup>

Wabah pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020 lalu telah memberikan dampak sangat luas dan meresahkan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dampak pandemi ini sudah dirasakan oleh masyarakat pribumi hingga penjuru dunia. Pemerintah sedari awal sudah melakukan tindakan dengan memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) Penerapan PSBB telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yang ditandatangani Presiden serta menghimbau masyarakatnya untuk tetap dirumah. Kemudian upaya untuk menjaga kesehatan dilakukan dengan cara menjaga jarak, selalu mencuci tangan, dan memakai masker. Kebiasaan baru inilah yang harus dilakukan untuk membantu menekan angka penyebaran virus Covid-19 ini.<sup>4</sup> Pandemi Covid-19 telah berhasil mengubah sisi kognitif, afektif, dan perilaku semua manusia. Mulai dari sektor pendidikan, kesehatan, industri, komunikasi hingga perekonomian tak luput dari

---

<sup>2</sup> Muhammad Fachri, “Online Shop: Sejarah dan Perkembangan, dan Pengaruh Bagi Kehidupan Manusia”, dalam <https://www.kompasiana.com/mfachrip/5d9d44a30d823006e86a7262/> online-shop-sejarah-perkembangan-dan-pengaruh-bagi-kehidupan-manusia, diakses pada 20 April 2021.

<sup>3</sup> Machyudin Ageng dan Susri Adeni, “Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia”, dalam *Jurnal Professional*, Vol. 7, No. 2, Desember 2020, 13.

<sup>4</sup> Moch Halim Sukur, *et al*, “Penanganan Pelayanan Kesehatan di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Hukum Kesehatan”, dalam *Jurnal Incio Legis*, Vol. 1, No. 1, Oktober 2020, 8.

dampak pandemi ini. Perekonomian dengan skala lokal, nasional hingga global mengalami *economic shock* yang secara langsung mempengaruhi ekonomi perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, pedagang kecil, menengah maupun besar.

Aplikasi *online* berupa *e-commerce* menjadi kegiatan bisnis yang bertahan dan eksis melayani konsumen (melalui penyesuaian model interaksi layanan menggunakan *platform* aplikasi *online*) pada masa pandemi ini.<sup>5</sup> Berbelanja *online* di masa sekarang banyak dipilih masyarakat karena pengaksesannya yang sangat mudah dan praktis serta tidak perlu keluar rumah. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri layanan *online* lebih diminati dibandingkan pasar *offline* selama pandemi ini.<sup>6</sup> Melalui layanan *online*, hampir semua kebutuhan dapat terpenuhi baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Manfaat itu sudah dirasakan oleh semua kalangan masyarakat termasuk ibu rumah tangga, pekerja, serta mahasiswa juga merasakan dampak perubahannya. Namun, mahasiswa dianggap sebagai konsumen yang paling cepat beradaptasi dan aktif melakukan transaksi.

Ada beberapa faktor penyebab ketertarikan mahasiswa terhadap layanan yang ditawarkan oleh *e-commerce*. *Pertama*, Kesesuaian antara harga dengan kualitas barang menjadi hal utama yang menjadi daya tarik konsumen terhadap barang yang akan dibeli. Jika kualitas barang bagus disandingkan dengan harga yang sesuai maka

---

<sup>5</sup> Taufik dan Eka, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online" dalam *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 22, No. 1, April 2020, 30.

<sup>6</sup> Nurul Hanifah, *et al*, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19" dalam *Jurnal Sultanist*, Vol. 8, No. 2, Tahun 2020, 113.

konsumen tidak berpikir panjang untuk membelinya. *Kedua*, diskon berupa potongan harga dan gratis ongkir. Tentu diskon tersebut menggiurkan, terkhusus untuk mahasiswa yang dikenal hemat. *Terakhir*, yaitu gaya hidup. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi gairahnya dalam berbelanja.<sup>7</sup>

Cara manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup sangatlah beragam. Ada yang memiliki kesadaran penuh akan gaya hidup yang tidak berlebihan, namun tidak sedikit yang senang memuaskan nafsu dengan berlebihan. Etika dalam filsafat banyak menawarkan pemikiran yang bisa dipakai untuk menuju hidup yang seimbang dan kebahagiaan. Salah satunya pemikiran Hedonisme yang dibawa oleh Epikuros. Hedonisme merupakan paham yang bertujuan untuk menghindari kesengsaraan dan menciptakan nikmatnya kebahagiaan yang berlimpah dalam hidup.<sup>8</sup> Aliran filsafat hedonisme ini dikenalkan oleh filsuf Yunani yang lahir di sebuah kota yang bernama Samos (341-270) yaitu Epikuros. Menurutnya hedonisme harus disikapi secara kritis dan bijaksana, karena manusia baik dari segi rohani maupun jasmani dalam kehidupannya dalam masyarakat yang semakin berkembang ini. Manusia untuk melangsungkan kehidupannya memerlukan materi untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, namun bukan berarti tidak mempertimbangkan aspek yang sifatnya rohani. Semestinya antara hal yang bersifat rohani dan materi harus ditempatkan pada posisi yang seimbang. Untuk mencapai kenikmatan yang sesungguhnya, tidak hanya

---

<sup>7</sup> Dymas YA, "Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Penggunaan *E-commerce* di Era Digital" dalam *Jurnal Ilmiah*, tahun 2018, 13-15.

<sup>8</sup> Valentin, *et al*, "Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee" dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 4, September 2018, 239.

memandang dari sisi kenikmatan materi saja, namun juga mengimbangnya dengan kenikmatan yang sifatnya rohani.<sup>9</sup> Nah, kaitannya dengan fenomena yang sedang ramai yaitu maraknya belanja *online* pada masa pandemi yang kadang kebanyakan orang membeli barang melalui layanan *online* dalam hal ini *e-commerce* seringkali tidak mempertimbangkan kedua aspek diatas. Secara materi mampu membeli, namun sebenarnya belum tentu membutuhkan barang yang sudah dibeli. Tidak dirasa kenikmatan yang seimbang jika hanya untuk memuaskan yang sifatnya materi. Bahkan ada secara materi tidak mampu membeli namun tetap ingin memuaskan kehendak nafsu lalu kemudian melakukan segala cara yang membuat diri tersiksa.

Hedonisme ditinjau dari pengertian bahasa Yunani (*hedone*) berarti sebuah “kenikmatan”. Namun, dalam etika Epikuros, hedonism memiliki makna kenikmatan yang erat kaitannya dengan ketenangan, kedamaian, dan mampu mengendalikan hasrat nafsu bersifat sementara. Tiga keinginan yang ada dalam benak manusia yaitu keinginan alamiah yang perlu (seperti makan, minum, dsb), keinginan alamiah yang tidak perlu (seperti makanan enak, barang *branded*, dsb), dan keinginan yang sia-sia (seperti kekayaan dan bermegah-megahan). Bagi Epikuros, dari tiga keinginan diatas hanya keinginan alamiah yang pertamalah akan membuat kesenangan, kebahagiaan yang hakiki. Mereka yang terlepas dari segala keinginan sia-sia adalah orang bijak sesungguhnya. Dengan hal tersebut, seseorang dapat menggapai *ataraxia* (ketenangan jiwa/tidak ingin diganggu oleh hal-hal lain).<sup>10</sup> Kenikmatan bagi

---

<sup>9</sup> Sri Sudarsih, Konsep Hedonisme Epikuros dan Situasi Indonesia Masa Kini.

<sup>10</sup> M. Subhi Ibrahim, *Asas-Asas Filsafat*, (Jakarta: Lecture Books, 2013, 102.

Epikuros adalah sesuatu yang baik dan alami. Kerakusan bukanlah bagian dari kenikmatan, kesederhanaan lah yang harus dibiasakan. Tujuan hidup sesungguhnya adalah kenikmatan, maka untuk mencapai kenikmatan yang baik manusia harus pandai menyikapi keinginan-keinginan dengan tenang agar tercapai tujuan dari hidup yang membahagiakan.<sup>11</sup>

Epikuros menolak penggambaran nafsu sebagai pijakan untuk mencapai kenikmatan. Baginya hidup dengan kesederhanaan lah kenikmatan yang sesungguhnya. Kenikmatan hanya akan dapat dicapai dengan ketenangan dan kedamaian. Untuk mencapai keadaan itu maka manusia harus memiliki badan yang sehat jiwa yang tenang. Jadi, menurut Epikuros ada dua hal penting yang perlu diperhatikan yaitu membebaskan diri dari rasa khawatir dan hal yang berlebihan (perasaan sedih ataupun senang yang berlebihan).<sup>12</sup>

Fenomena belanja online pada masa pandemi sekarang telah menarik perhatian penulis untuk menganalisa lebih lanjut dengan menggunakan pemikiran yang dibawa oleh Epikuros. Fenomena yang juga terjadi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Dalam hal ini penulis memfokuskan kajian tersebut di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora. Sebelum melakukan kajian lebih lanjut pola belanja dari beberapa mahasiswa yang sudah

---

<sup>11</sup>Maryam Ismail, "Hedonisme dan Pola Hidup Islam" dalam *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, Vol. 16, No. 2, Desember 2019, 196.

<sup>12</sup>Reza A.Wattimena, "Epikuros dan kenikmatan hidup: Tentang buku Surat Kepada Menoikeus" <https://rumahfilsafat.com/2014/06/13/epikuros-dan-kenikmatan-hidup/>, diakses pada 10 september 2021.

peneliti wawancara secara skala kecil menghasilkan kesimpulan yaitu barang yang sering mereka beli melalui *e-commerce* beragam mulai dari pakaian, skincare hingga alat elektronik. Motivasi mereka menggunakan aplikasi *e-commerce* untuk belanja selain karena memang kebutuhan pribadi, untuk dijual kembali dan bahkan ada juga karena tergiur dengan diskon yang ditawarkan. Hal tersebut tentu menarik diteliti lebih lanjut agar dapat memenuhi tujuan penelitian ini yaitu menitik temukan fenomena yang sedang terjadi ini dengan Hedonisme Epikuros. Apakah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin sudah merasakan keseimbangan hidup dan bahagia seperti apa yang Hedonisme Epikuros tawarkan? atau berlawanan sebaliknya?

Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat pengaruh kondisi pandemi karena peningkatan belanja online di kalangan muda dengan ini mengambil sampel Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin yang gemar belanja melalui *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan sejenisnya. Kemudian melihat dampak yang terjadi terhadap ketenangan dan kebahagiaan yang masing-masing individu rasakan. Penelitian ini juga bisa dijadikan bahan bacaan kedepannya untuk melihat kebahagiaan sejati dari makna Filsafat Hedonisme yang sering disalahartikan oleh kebanyakan orang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena belanja online pada masa pandemi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin?
2. Bagaimana fenomena belanja online pada masa pandemi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin dalam analisis etika Epikuros?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fenomena belanja *online* pada masa pandemi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dan menitik temukan etika hedonisme Epikuros dengan fenomena belanja *online* pada masa pandemi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.

### **D. Signifikasi Penelitian**

Adapun signifikasi penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan informasi dan manfaat baik dari segi aspek teoritis maupun aspek praktis.

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini semoga bisa memberikan sumbangsih pemikiran terhadap khazanah keilmuan filsafat terkhusus pengkajian tentang seni berbahagia Epikuros dalam berbelanja *online* pada masa pandemi Covid-19.

2. Aspek Praktis

Penulis mengharapkan dari sebuah penelitian ini bisa memberikan sumbangsih terhadap ekspansi keilmuan serta bisa dimanfaatkan untuk referensi kajian selanjutnya mengenai filsafat etika, terkhusus untuk Mahasiswa Aqidah dan Filsafat Islam.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap judul penelitian yang penulis ajukan, oleh karena itu diperlukan penegasan dengan menjelaskan maksud dari penelitian yang berjudul **“Fenomena Belanja *Online* Pada Masa Pandemi Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin Analisis Etika Epikuros”**. Berikut merupakan istilah yang perlu diketahui dalam judul penelitian di atas:

1. Fenomena belanja *online* yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah, seberapa bijak mahasiswa berbelanja *online* yakni apakah mereka berbelanja sesuai kebutuhan atau melampaui kebutuhan yang sesungguhnya. Selain itu, fenomena yang dilihat juga adalah aplikasi belanja *online* apa yang dominan mereka gunakan dan seberapa kuat pengaruh aplikasi tersebut terhadap pengambilan keputusan belanja *online* mahasiswa. Penelitian ini juga melibatkan beberapa Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin yang terbiasa menggunakan aplikasi belanja online tersebut untuk dijadikan sebagai objek penelitian fenomena tersebut.

2. Filsafat hedonisme yang dibawa Epikuros merupakan sebuah pandangan tentang kehidupan yang bahagia, tanpa kerakusan, ketakutan, dan bersikap arif terhadap keinginan-keinginan dalam hidup.<sup>13</sup> Fenomena yang telah menarik perhatian penulis akan di titik temukan dengan pemikiran yang ditawarkan oleh Epikuros. Pemenuhan kebutuhan seperti apakah yang melahirkan kebahagiaan sesungguhnya.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari adanya kesamaan kajian penelitian yang penulis ajukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang meneliti kajian serupa, antara lain:

1. Agnes Lestari Nurvitria, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY”. Pada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; tingkat gaya hidup hedonis yang terjadi; tingkat perilaku pembelian impulsif yang terjadi; pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan ialah pada bagian pendekatan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang berbeda dengan pendekatan kualitatif yang akan penulis gunakan dalam penelitian.

---

<sup>13</sup> Muh. Bahrul Afif, “Konsep Etika Epikuros dan Problem Media Sosial” dalam *Jurnal Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*, Vol. 1, No. 2, tahun 2019, 107.

Penelitian ini juga menggunakan istilah hedonis yang tidak berangkat dari pembawaan pemikiran Epikuros.

2. Nadya Renatha, “Representasi Hedonisme dalam Media Sosial @awkarin”. Skripsi ini membahas perilaku seorang pengguna sosial media berupa instagram dan merepresentasikan perilaku tersebut dengan gaya hidup hedonis. Penelitian ini menjelaskan bagaimana representasi hedonisme yang ada pada media sosial Instagram Awkarin tepatnya pada sorotan Instagram berjudul Dubai I dan Dubai II. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan penelitian kualitatif namun istilah hedonisme yang digunakan tidak berangkat dari pemikiran Epikuros.
3. Ritma Resita. “Perilaku Hedonisme Remaja Di Mall Panakukkang Makassar”. Skripsi ini mendeskripsikan pola perilaku remaja di mall panakukkang dan pengaruh serta dampak dari perilaku hedonisme. Perbedaan yang sangat tampak penelitian ini tidak memakai analisis hedonisme Epikuros.
4. Valentin, *et al.* Penelitian ini berjudul “Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee”. Jurnal EMBA 2018. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Hedonis menjadi faktor para konsumen untuk melakukan kegiatan belanja online di Shopee. Metode pengambilan data sama yaitu menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan data dari para konsumen Shopee, data yang digunakan adalah data dari informan Shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme.

Adapun makna dari hedonisme yang diteliti penulis bukan berarti kata-kata yang negatif seperti pemahaman pada umumnya. Hedonisme Epikuros adalah konsep seni berbahagia yang bisa dijadikan pegangan atau motivasi diri untuk merasa cukup dengan hidup sederhana. Dalam penelitian ini dihubungkan dengan belanja *online* pada masa pandemi untuk melihat bagaimana perilaku tersebut terjadi pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui perilaku belanja *online* di kalangan mahasiswa pada masa pandemi analisis etika hedonism Epikuros.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Hasil dari penelitian ini akan dibahas dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I – Pendahuluan, dalam bab ini berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II – Tentang landasan teori. Ada dua bahasan pokok yaitu *pertama*, biografi Epikuros dan konsep pemikiran etika hedonisme Epikuros. *Kedua*, penjelasan mengenai teori belanja *online* dampak pandemi Covid-19, dan daya tarik belanja *online* di tengah pandemi.

Bab III – Pembahasannya berupa Metode Penelitian yang digunakan dalam meneliti fenomena belanja *online* dengan metode kualitatif analisis Purposive Sampling Homogeneous.

Bab IV – membahas deskripsi hasil penelitian yang berisi uraian analisis filsafat hedonisme terhadap fenomena maraknya belanja *online* pada masa pandemi di kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.