

BAB IV
BELANJA *ONLINE* MAHASISWA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA

A. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang dilakukan dengan beberapa hal, mengingat bahwa angka Covid-19 menaik kembali dan peneliti melakukan observasi kepada para responden dengan cara wawancara secara langsung tatap muka dan daring melalui aplikasi *Whatsapp*. Adapun respondennya sebagai berikut:

- a) Dari wawancara peneliti dengan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin, data yang didapatkan di lapangan tersebut bahwa dari berbagai aplikasi belanja *online* terdapat pemakaian salah satu aplikasi yang dominan, akan tetapi sebagian juga memilih menggunakan aplikasi yang beragam. Dalam berbelanja *online* selama ini peneliti mendapati bahwa aplikasi Shopee sekarang lebih mendominasi karena menurut sebagian besar mahasiswa yang penulis berhasil mewawancarai adanya keunggulan yang disediakan oleh aplikasi Shopee ini seperti voucher gratis ongkir dan diskon yang lebih banyak dibandingkan aplikasi *e-commerce* lainnya. Hal tersebutlah yang membuat daya tarik Shopee sangat kuat. Selain itu aplikasi ini menyediakan fitur yang sangat mudah digunakan oleh semua kalangan dalam berbelanja *online*. Namun aplikasi shopee tidak sepenuhnya sempurna, karena ada beberapa orang yang mengatakan fitur yang ada dalam aplikasi shopee adalah standar aplikasi

pada umumnya, tidak memuaskan namun tidak juga mengecewakan. Hubungannya dengan penelitian ini adalah letak ketertarikan mahasiswa terhadap banyaknya promo dan kemudahan fitur tersebut apakah membuat mereka lupa akan bijaknya dalam berbelanja.

Namun sebenarnya aplikasi belanja *online* yang lain juga sama-sama menyediakan fitur yang tidak jauh berbeda seperti yang dinyatakan oleh responden yaitu seperti Tokopedia, Lazada, Tiktok Shop, dll. Walaupun memiliki banyak kesamaan, tentu setiap orang memiliki pertimbangan tersendiri hingga kemudian memutuskan untuk berbelanja di salah satu aplikasi. Selain alasan umum tersebut, salah satu responden mengatakan alasan membeli barang-barang khususnya otomotif yang dibutuhkannya hanya ada dijual di luar kota dan berkat aplikasi *e-commerce* ini barang tersebut bisa dibeli dengan mudah.

Selain dua aplikasi diatas, aplikasi lain yang juga digunakan responden yaitu *tiktok shop* dan tokopedia. Perbedaan yang menonjol dari *tiktok shop* dengan *e-commerce* lainnya yaitu aplikasi ini awalnya bukanlah untuk berbelanja melainkan tempat membagikan video hiburan yang sekarang semakin ramai di tonton oleh semua kalangan karena peningkatan fitur yang disediakan. Video yang dibagikan oleh *tiktokers* (sebutan bagi pembuat video di *tiktok*) sekarang semakin beragam, dari hiburan, tips memasak, make up, skincare, hingga pakaian. Oleh karena itulah, aplikasi ini sekarang tidak hanya sebagai *platform* hiburan melainkan juga sebagai tempat transaksi jual beli *online* berlangsung. Selanjutnya aplikasi tokopedia yang tidak jauh berbeda dengan aplikasinya

dalam hal fitur dan penawaran. Tokopedia juga menyediakan fitur menarik untuk memudahkan konsumen mencari barang terdekat, termurah, bahkan termahal sekalipun dalam sekali klik. Namun, selera dan kenyamanan yang dirasakan masing-masing konsumen berbeda membuat tokopedia ini tidak banyak menjadi pilihan responden untuk berbelanja *online*.

Penelitian yang dibawakan oleh penulis bahwa apa yang dikatakan Epikuros yaitu bukan makna hedonisme berkonotasi negatif pada umumnya yang pada akhirnya akan jadi bumerang kepada diri kita tetapi hedonisme yang dimaksudkan Epikuros ini adalah menghindari penderitaan dan hidup dengan hidup sederhana atau dalam kecukupan, selama keperluan dan kebutuhan terpenuhi dengan bijak maka diri sendiri pun akan mendapatkan efek kebahagiaan. Contoh pengaplikasian yang bisa digunakan oleh kalangan muda yang sering membeli secangkir kopi dengan harga mahal di coffee shop, sebaiknya memanfaatkan kata hemat dan mengamalkannya dengan membeli kopi dengan harga yang lebih *affordable* melalui *e-commerce*. Selain menghemat uang, tindakan tersebut juga menghemat waktu serta tenaga. Jadi para responden yang berkuliah di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora adalah para mahasiswa yang kritis terhadap berbelanja *online* untuk tidak menjadikan hidup ini sebagai kesengsaraan, namun bijaksana akan pemikiran dengan mencari yang lebih murah demi sebuah keperluan dan dijual kembali agar mendapatkan sebuah keuntungan. Terkadang berbelanja di pasar dengan harga yang cukup tinggi membuat kantong mahasiswa tersebut akan kesulitan dan akan membuat para

mahasiswa sengsara dalam menjalani perkuliahan dengan tidak ada lagi sisa uang saku, berbeda nanti ketika mahasiswa tersebut sudah menjadi seorang pekerja dan memiliki penghasilan sendiri maka mereka bisa saja membeli barang dipasar demi menaikkan perekonomian sesama warga dan masyarakat.

- b) Intensitas transaksi belanja dalam kurung waktu sebulan yang dilakukan oleh para responden berbeda-beda. Tujuan mereka memanfaatkan *platform* belanja *online* pun beragam. Mulai dari untuk dijual kembali dan untuk keperluan pribadi sehari-hari. Harga yang cenderung lebih murah dibandingkan pasar dan adanya subsidi ongkos kirim membuat salah satu responden memanfaatkan hal tersebut untuk berjualan di desa tempat tinggalnya. Penghasilan yang didapatkan dari usaha tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan seorang mahasiswa.

Melihat perilaku tersebut, *platform* belanja *online* dengan segala kemudahannya juga bisa dimanfaatkan untuk hal positif. Jika kebanyakan orang memanfaatkan *platform* belanja *online* untuk memuaskan keinginan seperti membeli barang yang hanya berkesan di mata. Maka mahasiswa yang berperilaku diatas adalah salah satu contoh cerdas dan bijaksana dalam bertindak. Tentu hal ini memberikan pembenaran terhadap konsep etika hedonisme Epikuros bahwa jika seseorang bijaksana dalam hidupnya, kedamaian dan kebahagiaan yang akan membersaminya.

- c) Belanja *online* seperti namanya barang dipesan melalui jaringan internet namun barang akan dikirimkan melalui ekspedisi seperti J&T, JNE, Sicepat Express, dll.

Semua ekspedisi kalau dilihat dari kaca mata sekeliling dan masyarakat sekitar bahwa hampir tiap menit para kurir berkeliling kompleks perumahan yang ada di daerah Banjarmasin. Aplikasi belanja *online* sekarang memiliki rating tertinggi dan kalah dari pasar yang ada di daerah, para responden sepakat saat dilakukan sesi wawancara via *whatsapp* dan langsung mereka mengungkapkan bahwa selain tidak ribet dalam prosesnya karena hanya tinggal menekan layar saja sudah cukup untuk mendapatkan sesuatu yang ia inginkan. Semua fasilitas disediakan smartphone dalam berbelanja *online* ini, semua usia dari muda sampai tua bisa memainkannya dengan cara yang simpel.

Melihat dari segi fitur yang ditawarkan hingga promo yang bombastis apalagi hari belanja *online* nasional, semua *e-commerce* banyak menawarkan promonya masing-masing. Penawaran yang disediakan mulai dari 10% hingga 90% yang membuat orang lain tergiur akan promonya, selain itu harga yang ekonomis dari pasar membuat tempat ini semakin ramai dan tidak pernah sepi akan pengunjung di aplikasi tersebut. Responden hampir serentak akan jawaban yang mereka berikan tentang ini, karena para mahasiswa kritis akan masalah ekonomi yang sulit seperti saat ini, masing-masing dari mereka membeli sesuai dengan kebutuhan dan memilih harga yang tidak menguras kantong. Promo yang ditawarkan para *e-commerce* beragam, mulai dari potongan harga yang sangat murah dan gratis ongkir ke wilayah pengiriman menjadi sebuah alasan yang berguna bagi keuangan para customer. Namun hanya saja ketika kita berbelanja

kita haruslah teliti dan harus melihat dari kolom komentar orang yang habis beli tersebut, sehingga pada akhirnya yang kita dapatkan sesuai dengan ekspektasinya

- d) Berbelanja *online* adalah tindakan yang mudah, terlebih lagi akses yang sangat cepat dan tepat. Sebuah hasil yang diterima dari hasil wawancara adalah mereka memiliki keinginan berbelanja dengan seperlunya saja, karena apa yang dikatakan epikuros itu benar bahwa kebahagiaan yang sesungguhnya adalah bahagia tanpa menderita dengan kesenangan yang artinya bahwa tidak perlu kita menghabiskan uang dengan keborosan dan setelahnya menderita tetapi harus bijaksana dalam memilah dan milih sebuah keperluan dan kebutuhan yang digunakan untuk kesenangan. Maka para responden menyebutkan mereka ada berbelanja dalam sebulan satu hingga maksimal lima barang yang mereka beli terkecuali beda dengan yang berdagang, terlebih lagi diskon yang ditawarkan para pelanggan aplikasi belanja *online* tersebut tidak berpuluh-puluh voucher yang didapatkan. *Voucher* yang tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit ini memberikan dampak kebahagiaan tersendiri kepada para pelanggan yang ada ini untuk memuaskan para penjual dan pembeli demi mempermudah akses dan menaikkan rating ekonomi indonesia yang saat ini sangat menurun drastis karena efek dari pandemi covid-19. Dampak dari pandemi ini yang kita tau bahwa hampir lapisan elemen masyarakat terkena, tidak hanya orang pedagang pasar saja namun sampai pengusaha-pengusaha pun juga merasakan dampak dan akibatnya.

e) Barang yang tersedia di pasar *online* bisa dikategorikan lengkap karena semua yang diinginkan ada tersedia. Barang yang ditawarkan pun beragam dari branded sampai yang tiruan. Harga yang ditawarkan di pasar *online* pun sangat miring daripada yang ada di pasar tradisional. Sebagai customer para responden maka jawaban mereka sangat beragam dan banyak macamnya karena bisa dibilang begitu lengkap dan banyak jenisnya, mungkin hanya saja ada yang beberapa juga yang tidak ada di aplikasi tersebut tetapi ada di aplikasi lain dan saling melengkapi satu sama lain. Adapun hal-hal yang lebih sering digunakan dalam berbelanja *online* adalah pakaian, perabot rumah, makanan, kosmetik, elektronik. Barang tersebut adalah barang yang tidak hanya mereka saja tetapi banyak dari anak muda sampai tua juga berbelanja paling tinggi diantara yang disebutkan, dikarenakan murah dan juga kualitas barang tidak murahan. Rating paling tinggi adalah pakaian, sebuah kebutuhan untuk sehari-hari didalam rumah ataupun diluar rumah mesti harus menutupi sebuah badan karena sangat vital dan tidak serumit dahulu ketika zaman purba. Hal ini didasarkan atas kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja serta meningkatkan pakaian sebagai hal yang wajib untuk menutup aurat, model-model yang ditawarkan sangatlah beragam dari ujung kepala sampai ujung kaki. Perpindahan jaman yang modern sudah ada sejak lama, maka dari itu fashion-fashion semakin berkembang dan semakin mengikuti arus barat yang dimana fashion sangat-sangat produktif. Contoh dari berbelanja pakaian diantaranya tas, sepatu, baju, jam tangan, dll. Hal itu disebabkan kebutuhan dan keperluan yang sangat mendorong untuk tampil

percaya diri, tetapi dengan adanya penelitian ini tampil dengan indah namun tidak merobek dikantong dan juga berpakaian untuk perkuliahan atau kegiatan lainnya.

Sebuah tempat tinggal yang ada dipermukaan bumi adalah hal dan anugerah dari Allah SWT, maka sebagaimana hadist dari Rasulullah SAW “Sesungguhnya Allah itu menyukai hal-hal yang suci, Dia maha bersih yang menyukai kebersihan, Dia maha mulia yang menyukai kemuliaan, Dia maha indah karena menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu (HR. Tirmizi). Berdasarkan sumber hadist tersebut kita selalu dianjurkan untuk bersih, termasuk bersih dalam najis ketika mau sholat dan dibersihkan dengan wudhu. Barang perabot rumah adalah hal yang sangat penting untuk berbagai macam keperluan, tidak heran banyak yang membeli itu sebab seandainya tanpa kebersihan maka akan kotor sebuah istana sekalipun. Tentulah perabotan yang dijual di aplikasi belanja *online* ini sangat beragam dan miring harga dan kualitas menentukan harga yang dibeli, namun banyak juga harga murah kualitas yang dimiliki sangat bagus. Barang yang didefinisikan sebagai perabotan yaitu seperti sapu, gayung, pel lantai, dll. Barang tersebut sangat penting dalam kehidupan kita dalam berkegiatan sehari-hari yang dimana sapu untuk menyapu rumah, gayung untuk akses mengguyur air yang kita basahkan untuk ketubuh kita dan masih banyak lagi.

Sebagai bahan paling penting untuk mendukung perkuliahan diantaranya kebutuhan berbelanja elektronik, pembayaran listrik dan pdam, makanan, serta

kosmetik. Sebuah barang yang sangat penting untuk zaman sekarang adalah elektronik, apalagi ketika pandemi pasti yang akan persis dicari adalah berbelanja *handphone*, *flashdisk*, ataupun berbelanja lainnya. Pada umumnya tidak hanya pandemi namun sebelum pandemi perkuliahan juga lebih banyak menggunakan barang elektronik untuk mengerjakan tugas dan menjalankan organisasi. Barang yang dibeli lainnya seperti makanan ini paling sering membeli karena tidak ada dikota tempat tinggal customer dan juga harga yang lebih miring, membuat makanan juga masih eksis ada di *online shop*, padahal sejenis mie goreng memang murah di aplikasi tersebut dan ketika dikirim ongkirnya ke pulau akan lebih mahal dari kota asal, maka dari itu makanan yang didefinisikan disini adalah yang tidak ada atau jarang dilihat di kotanya seperti makanan khas daerah dan lain-lainnya. Tidak hanya sampai disitu, tren yang sangat digandrungi sekarang adalah kosmetik, tetapi kosmetik yang ada penelitian ini adalah mereka yang menjual dengan meraup keuntungan, tidak hanya memakai tetapi memanfaatkan kelebihan berbelanja *online* sebagai ladang usahanya.

Berbagai macam keperluan pribadi dan keinginan berbeda-beda setiap orang pada umumnya pada penelitian ini juga ada yang membeli keperluan sebuah otomotif atau sparepart sepeda motor dan tidak ada tersedia di pasar sparepart hanya tersedia di aplikasi *e-commerce* tersebut. Dengan ini bahwa tersedianya barang yang ada di *e-commerce* dengan harga yang murah memudahkan segala bentuk keinginan dan kebutuhan sehari-hari. Tetapi dalam penelitian ini pencarian barang yang sesuai dengan bentuk kepuasan, keinginan

dan kebutuhan tanpa harus menderita cukup bahagia dengan sederhana dengan harga dan potongan gratis ongkir yang ditawarkan begitu bombastis di *e-commerce* tersebut.

- f) Berbelanja pada masa kini tidak mesti harus ke pasar dan memakai uang cash, di jaman era modern ini kemudahan-kemudahan yang ditawarkan selalu memperbaharui sistem demi kepuasan berbelanja adalah suatu tujuan yang harus mesti dicapai demi memberi layanan yang memuaskan. Faktanya bahwa aplikasi belanja *online* sekarang sudah berjuta-juta yang menginstal dan memakainya, tidak hanya kaum muda tetapi orang tua sekalipun sudah candu dan pandai dalam memainkan aplikasinya. Analisis yang dihasilkan dalam sebuah motivasi berbelanja ini hampir semua jawaban dari mereka tidak lain dan bukan adalah sama. Akses yang mudah dan simpel administrasinya membuat pelanggan merasa nyaman dan tidak merasa kesulitan, cukup dengan melengkapi profil dan data diri serta rumah maka akses anda sudah bisa bertransaksi dan menghemat waktu para pelanggan dirumah ataupun dimana berada. Harga yang menjadi pembanding kantong saku adalah alasan utama para customer, sangat hemat dikantong dan kualitasnya sangat memuaskan. Promo yang menarik dari atas kepala hingga kaki membuat penggemarnya kegirangan akan hal tersebut, potongan harga yang beragam ditawarkan oleh aplikasi tersebut mulai dari potongan harga dibarang dan potongan harga yang ada pada voucher gratis ongkir, tidak ada salahnya banyak yang memprioritaskan belanja disana dan model-model yang terkini hanya tinggal klik lalu ketik sudah muncul apa yang

diinginkan. Ketika membeli dengan macam produk diskon maka jangan lupa ketika berbelanja periksalah barang yang ingin anda pesan dengan cara melihat dari komenan yang sudah membeli dan telah mereview atau unboxing. Setelah berbelanja para pelanggan diwajibkan aplikasi untuk mereview barang dan kemudian akan dievaluasi oleh pemilik barang dagangan tersebut. Terkadang ada juga yang membeli dengan harga yang lumayan tetapi tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, sebelum memesan maka disana tersedia keranjang dan harus cek out untuk meyakinkan pembeli sebelum berbelanja dan memeriksa kembali alamat tujuan yang ingin dikirimkan.

Kepuasan berbelanja *e-commerce* sekarang ini bisa dikatakan cukup puas, disisi lain semua memiliki kekurangan masing-masing dari aplikasinya tersebut. Penilaian itu tidak semata untuk aplikasi tetapi untuk memperbaiki sistem kerja para seller demi kenyamanan para kostumer. Hadirnya aplikasi berbelanja *online* ini membuat sebuah negara menjadi berwarna dengan kemudahan-kemudahannya, dengan kata lain bahwa motivasi-motivasinya kebanyakan karena para pelanggannya tertarik dengan harga yang ditawarkan dan diskon yang sangat besar. Kepuasan berbelanja yang berbeda-beda dari para responden memiliki sisi penilaian yang beragam untuk sebuah aplikasi dan para seller yang dibeli. Menurut hasil observasi bahwa diantara penilaian satu sampai lima maka yang mendapatkan empat bintang ada kisaran empat sampai lima orang dan sisanya ada yang tiga. Mereka memiliki pendapat yang beragam mengenai masalah rating ini bahwa harus memilih dan memilah dan bijaksana

dalam berbelanja tersebut, bahwa sebelum membeli maka hendaknya melihat komentar dari para pembeli sebelumnya. Banyak yang puas dengan pelayanannya yang sangat memanjakan para pelanggannya, harga yang ditawarkan sangat murah dan berkualitas meski yang kualitas kw pun sangat bagus dan layak untuk dipakai sehari-hari. Berbelanja *online* yang di gandrungi banyak orang membuat kegiatan ekspedisi pengiriman barang seperti J & T, JNE, ID Express, Si Cepat dan masih banyak lagi yang kini kian membantu para pekerjanya selama pandemi covid-19 dan setidaknya mengurangi angka penurunan ekonomi yang terjadi saat pandemi ini.

B. Analisis

Hasil dari wawancara dengan objek penelitian dan observasi di lapangan. Maka didapatkan data bahwa perilaku belanja *online* pada Mahasiswa Ushuluddin dan Humaniora sejalan dengan konsep etika hedonisme Epikuros. Konsep tersebut mengajarkan bahwa orang yang bijaksana dengan hidupnya akan bersahabat dengan kesederhanaan. Hedonisme Epikuros mengatakan kenikmatan atau kebahagiaan tidak datang dari kemewahan, bersikap sederhana dan merasa cukup serta bertanggung jawab dengan apa yang dimiliki dalam hidup adalah langkah awal untuk bisa selalu merasa cukup dan merasakan damai dalam hidup. Maka setelah itu seni berbahagia yang ia tanam berjalan tanpa adanya rasa sakit yang diderita. Ada dua istilah yang akrab dengan etika ini yaitu *aponia* (ketiadaan rasa sakit) dan *ataraxia* (ketenangan hati). Selain itu perlu menanamkan penghindaran yang baik seperti “kesenangan itu baik dan rasa sakit itu buruk”. Manusia sebagai makhluk yang memiliki kelebihan

untuk berpikir, seharusnya bisa mengesampingkan hawa nafsu dan memilih kesenangan abadi seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Begitu juga dalam berbelanja, bijaksana memilah sesuatu yang memang dibutuhkan dan mengesampingkan yang hanya sekedar keinginan.

Responden M melakukan transaksi di *e-commerce* shopee sebanyak 6 kali dalam sebulan dan paling tidak ada 2 barang yang Ia beli dalam sekali transaksi. Perbelanjaannya dikategorikan sebagai seorang yang bijaksana karena ia menggunakan platform *e-commerce* sebagai pilihan berbelanja untuk membeli barang yang memang ia butuhkan. Hal tersebut selaras dengan konsep etika hedonisme Epikuros yang mengajarkan untuk bijak dalam hidup termasuk dalam memenuhi kebutuhan hidup dalam hal ini berbelanja *online*. Selanjutnya teman perempuan satu jurusan berinisial AV juga sama-sama menggunakan aplikasi shopee. Berbelanja 2 sampai 3 kali dalam sebulan dengan total setidaknya ada 3 barang. Ia membeli keperluan sehari-hari seperti pakaian, makanan, perabotan rumah, dan barang elektronik. Barang yang dibeli tidak semata-mata dalam keinginan akan tetapi untuk kebutuhan. Artinya mereka bijaksana dalam menggunakan aplikasi *online* untuk membeli kebutuhan yang memang mereka butuhkan. Hal tersebut selaras dengan konsep etika hedonisme Epikuros yang mengedepankan bijak kemudian melahirkan perasaan tenang dan tubuh yang sehat.

MZ dari Prodi Aqidah dan Filsafat Islam dalam sebulan melakukan transaksi dua sampai tiga kali dan aplikasi yang dipakai masih sama yaitu shopee. Ia berpendapat bahwa belanja di shopee lebih murah dan mudah, layanan dalam aplikasi

juga aman. Berbeda dengan responden berinisial SJ yang sudah menggunakan platform belanja *online* untuk bisnis yang sudah Ia geluti. Menjadi *reseller* dari beberapa brand produk membuat Ia bisa melakukan transaksi hingga satu kali dalam sehari. Penawaran diskon dan gratis ongkir digunakan secara bijaksana sebagai *reseller*. Memaknai ini apa yang dikatakannya Epikuros itu tepat, teori yang dibuat adalah tentang pemilihan atau penghindaran. Bisa dikatakan apakah ingin berbahagia jangka panjang atau hanya sebatas jangka pendek.

Responden MB dalam memilih aplikasi lebih sering berbelanja di tokopedia akan tetapi juga sesekali memakai shopee. Selain berbelanja, platform belanja *online* juga digunakan untuk membayar tagihan listrik dan PDAM. Karena anjuran pemerintah waktu itu cukup berdiam diri dirumah saja, dan cukup lewat aplikasi maka pembayaran sudah terselesaikan. MB membeli barang kebutuhan lainnya sama di tokopedia, dalam sebulan bisa melakukan transaksi hingga 3 kali. Menurut penulis dengan kondisi yang serba terbatas di masa pandemi, pemanfaatan aplikasi *online* untuk membayar dan membeli kebutuhan adalah pilihan yang tepat. Hal itu juga sudah dilakukan oleh responden MB, yang artinya konsep etika hedonisme Epikuros secara tidak langsung sudah perlahan Ia terapkan dalam berbelanja *online*. Kemudian responden berinisial PA melakukan transaksi sebanyak 1-4 barang dalam sebulan, selain mempertimbangkan barang yang akan dibeli Ia memperhatikan keuangan yang ada agar tidak terjadi pemborosan. Barang yang dibeli tergolong kebutuhannya sebagai mahasiswa seperti flashdisk, dll. Tindakan PA tersebut termasuk dalam kategori memperhatikan dirinya agar tidak terjerat rasa susah dikemudian hari. Hal

itu juga termasuk pencapaian aponia dengan ketiadaan rasa sakit. Dua hal yang dapat diambil dari wawancara dengan PA yaitu bijaksana dalam berbelanja dan bijak dalam mengatur keuangan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Selanjutnya, responden berinisial P dari Prodi Studi Agama-Agama menyatakan dirinya menyukai berbelanja *online*. Ia biasa melakukan transaksi satu atau dua barang dalam sebulan. Jenis barang yang ia beli adalah sesuatu yang berhubungan dunia otomotif. Aplikasi yang dipilihnya adalah Lazada. Dalam wawancara ia mengungkapkan bahwa barang yang Ia butuhkan tidak ada di Banjarmasin. Hal tersebutlah yang menjadikan *platform* belanja *online* menjadi solusi baginya. Masih dari Prodi Studi Agama-Agama, responden berinisial H menyukai belanja *online* lewat aplikasi shopee, karena katanya semua yang kita butuhkan ada di aplikasi tersebut. Namun, untuk menghindari pengeluaran yang berlebihan atau pemborosan, penting sekali untuk selalu mempertimbangkan keuangan dan kebutuhan sebelum memutuskan untuk membeli. Kata responden ini salah satu yang menguntungkan dalam memanfaatkan *platform* belanja *online* adalah voucher gratis ongkir yang disediakan oleh aplikasi shopee. Dalam sebulan Ia bisa melakukan transaksi sebanyak 5 kali untuk membeli keperluan. Perilaku dua responden ini jika dilihat dari kaca mata etika hedonisme Epikuros adalah orang yang kritis dalam melakukan sesuatu terkhusus dalam melakukan transaksi pada *platform* belanja *online*.

Berdasarkan hasil analisis tersebut mereka lebih senang berbelanja *online* karena menurut mereka harga di *e-commerce* lebih miring dibandingkan harga

dipasaran. Dalam hal ini aplikasi shopee menjadi prioritas dari aplikasi lainnya, selain shopee responden juga menyukai lazada dan tokopedia. Gratis ongkos kirim yang menjadi pemikat pengunjungnya, namun bukan semata-mata rakus dalam berbelanja akan tetapi semua para responden berbelanja sesuai dengan kebutuhan yang memang mereka butuhkan. Mereka membeli barang tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan bukan atas keinginan semata. Selain itu juga dimanfaatkan sebagai modal usaha untuk dijual kembali dan hasilnya untuk memenuhi kebutuhan sebagai mahasiswa. Hal tersebut selaras dengan konsep etika Epikuros bahwa tidak perlu bermewahan untuk mencapai suatu kebahagiaan, cukup dengan memenuhi kebutuhan dengan bijaksana dan berperilaku hidup sederhana maka akan hidup dengan kebahagiaan yang sesungguhnya. Jadi, hasil dari analisis diatas menghasilkan informasi bahwa etika hedonisme Epikuros adalah sebagai motivasi dan solusi dalam berbelanja *online* agar tidak terjerumus kedalam jurang kesengsaraan seperti perilaku boros. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin dalam perilakunya terhadap belanja *online* selaras dengan konsep etika hedonisme Epikuros yang mengajarkan bijak serta kritis dalam memenuhi kebutuhan hidup agar terhindar dari rasa sakit dan merasakan kebahagiaan juga kedamaian..