

Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah

Hujaimah, Intan Aulia Rahmah, Kartika, Lusy Sephiana Sapara
Email : hujaimahhujai@gmail.com , intanrahmah22@gmail.com ,
kartikatika67834@gmail.com , sephianalusy99@gmail.com
Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Abstrak

Hedonisme adalah pandangan hidup yang mencari kesenangan untuk mencapai kebahagiaan, seringkali dengan fokus pada materi dan keuntungan. Namun, Islam menolak sikap hidup hedonisme, terutama dalam hal perilaku boros dan kikir yang bertentangan dengan konsep kesederhanaan Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis isi dengan data dari artikel jurnal terkait budaya hedonisme dan konsumsi dalam berbelanja online serta ekonomi syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa budaya ini dapat memiliki dampak negatif pada masyarakat dari perspektif ekonomi syariah. Namun, juga ada dampak positif, seperti peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengatasi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif, terutama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbelanja bijak dan beretika dalam ekonomi syariah.

Kata Kunci: *hedonisme, berbelanja online, ekonomi Syariah*

Abstract

Hedonism is a view of life that seeks pleasure to achieve happiness, often with a focus on material goods and benefits. However, Islam rejects hedonism, especially in terms of wasteful and miserly behavior that is contrary to the Islamic concept of simplicity. This research uses descriptive qualitative and content analysis methods with data from journal articles related to the culture of hedonism and consumption in online shopping and Islamic economics. The results show that this culture can have a negative impact on society from an Islamic economic perspective. However, there are also positive impacts, such as increased welfare and economic growth. Therefore, efforts are needed to overcome the negative impacts and maximize the positive impacts, especially in raising public awareness about wise and ethical shopping in Islamic economics.

Keywords: *hedonism, online shopping, Sharia economy*

Pendahuluan

Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet secara global, bisnis online telah menjadi fenomena yang berkembang pesat, termasuk di Indonesia. Di Indonesia, bisnis online sangat beragam, trend berbelanja online telah menjadi fenomena yang merambah dari skala individu hingga skala yang lebih besar dalam masyarakat dapat dengan mudah membeli berbagai barang favorit melalui perangkat *smartphone* atau *laptop*, berkat kemudahan dan fleksibilitas waktu belanja. Namun, Mudahnya berbelanja online telah mendorong sebagian orang untuk mengembangkan kebiasaan berbelanja secara berlebihan, sehingga menghabiskan uang pada barang-barang yang tidak diperlukan dan berpotensi merusak kondisi keuangan.

Salah satu contoh dari perkembangan e-commerce adalah munculnya toko online yang telah membawa fenomena baru atau perubahan gaya hidup di kalangan masyarakat, yaitu kemunculan tren berbelanja secara online (Pasaribu & Dewi, 2015). Pada masa kini, pertumbuhan fenomena berbelanja online terus berkembang dengan cepat. Hal ini disebabkan oleh kemampuan berbelanja melalui platform online yang memungkinkan pengguna untuk menghemat waktu tanpa harus pergi ke toko fisik. Kemudahan ini sering kali menghasilkan kebiasaan konsumen yang condong menuju kegiatan berbelanja secara impulsif dan bahkan cenderung menghabiskan uang secara tidak efisien. Berbelanja online memang memiliki sejumlah keuntungan dibandingkan dengan belanja offline, termasuk efisiensi dan efektivitas, serta kemungkinan adanya berbagai penawaran menarik seperti potongan harga, opsi pembayaran nanti, pengembalian uang, penawaran harga khusus, dan berbagai promosi lainnya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suryani & Achiria (2019), disebutkan bahwa saat ini, konsumen seringkali menghadapi kesulitan dalam memahami perbedaan antara kebutuhan (*hajah*) dan keinginan (*raghbah*). Fenomena tren gaya hidup yang sedang berlangsung saat ini mendorong individu untuk cenderung menjadi boros dan terus-menerus berpikir tentang konsumsi. Perilaku konsumtif sering kali melibatkan konsumsi yang berlebihan terhadap suatu barang atau jasa, sedangkan perilaku hedonis lebih berorientasi pada pencarian kenikmatan instan (Muhyiddin et al., 2020, halaman 45).

Istilah "hedon" sering digunakan untuk mencirikan atau mengkritik seseorang yang memiliki gaya hidup konsumtif dan menghabiskan uang secara boros untuk hal-hal yang tidak esensial (Ariyanti, 2019). Istilah "hedon" juga sering digunakan untuk merujuk kepada seseorang yang gemar berbelanja tanpa pertimbangan yang matang. Asal kata "hedonisme" berasal dari bahasa Yunani "Hedone," yang memiliki makna kenikmatan dan kesenangan. Hedonisme adalah keyakinan bahwa mencari kesenangan adalah sasaran utama dalam kehidupan. Dalam bahasa Arab, konsep serupa disebut sebagai "Madzhab Al Mut'ah" atau "Madzhab Al Ladzzdzah" (Al-Munawwir, 2012). Hedonik shopping memiliki dampak pada gaya hidup berbelanja konsumen, yang mencerminkan cara seseorang memilih untuk penggunaan waktu dan uang individu (Nainggolan et al., 2020). Kebutuhan hedonis ini mencakup upaya untuk mengejar kenikmatan, keinginan untuk memperoleh barang-barang baru, dan daya tarik terhadap produk-produk khusus. Tidak puas merupakan salah satu sifat dasar manusia yang dianggap sebagai akar dari perilaku hedonis (Elyta & Mutia, 2020, hlm. 94). Saat diterapkan secara positif, ketidakpuasan ini sebenarnya dapat memiliki dampak positif. Namun, jika digunakan untuk memenuhi nafsu dan ambisi, dapat mengakibatkan dampak negatif (Susminingsih & Kanafi,

2020). Perilaku hedonis atau konsumtif bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor individu atau personal, seperti ketidaktahuan, kurangnya pengetahuan agama, dan berbagai faktor ekonomi dan sosial, termasuk lingkungan sosial, status sosial, dan citra sosial, dapat memengaruhi perilaku ini.

Artikel ini akan menjelaskan tentang kultur hedonisme yang berujung pada perilaku konsumtif dalam konteks ekonomi Syariah (Islam). Prinsip dasar ekonomi Islam, atau yang sering disebut sebagai ekonomi Syariah, merujuk pada penerapan prinsip-prinsip dan ajaran syariat Islam dalam berbagai aspek kegiatan ekonomi (Mufid, 2017, halaman 22). Pemahaman ini memiliki relevansi yang tinggi dan dapat digunakan sebagai landasan untuk melakukan analisis untuk memahami permasalahan dalam aktivitas ekonomi di tengah masyarakat, termasuk Perilaku konsumsi yang terpengaruh oleh ajaran Islam serta berbagai faktor lainnya.

Kerangka Teori

1. Budaya Hedonisme

Istilah "hedonisme" berasal dari Bahasa Yunani, khususnya dari kata dasar "hedone," yang artinya adalah "kenikmatan." Konsep ini mencoba untuk menjelaskan bahwa yang dianggap baik adalah apa yang dapat memenuhi keinginan manusia dan meningkatkan tingkat kenikmatan itu sendiri. Budaya hedonisme menggambarkan pola hidup yang berfokus pada pencarian kenikmatan dalam kehidupan, seperti menghabiskan waktu di luar rumah, bermain, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Teori hedonistik mengklaim bahwa semua tindakan manusia, baik yang disadari maupun tidak, bermula dari tujuan yang sama, yaitu mencari pengalaman yang mengembirakan dan menghindari pengalaman yang menyakitkan.

Gaya hidup hedonis mengacu pada pola hidup yang mengejar kenikmatan, termasuk menghabiskan waktu di luar rumah, bersenang-senang, dan mencari perhatian. Individu yang mengikuti pendekatan ini cenderung menjadikan kenikmatan sebagai prioritas utama, seringkali tanpa mempertimbangkan konsekuensi atau pertimbangan yang lebih bijak. Hedonisme adalah usaha untuk mengejar kebahagiaan dalam kehidupan, melalui pencapaian materi dan kenikmatan dunia. Orang yang memiliki ciri-ciri hedonisme cenderung tidak pernah merasa puas dan selalu ingin lebih. Mereka akan mencari berbagai cara untuk memenuhi keinginan pribadi mereka, seringkali dengan mengorbankan aspek keuangan mereka yang sehat, yang bisa berujung pada hutang dan bahkan depresi.

Gaya hidup hedonisme dapat berdampak negatif pada individu dan masyarakat seperti:

- Ketergantungan pada kesenangan: Akibat budaya hedonisme, orang dapat terlalu berkonsentrasi pada kesenangan dan kepuasan pribadi mereka sehingga mengabaikan tugas sosial dan tanggung jawab mereka.

- Konsumsi yang berlebihan: Orang-orang hedonisme sering memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi terlalu banyak dan tidak terkontrol, yang dapat menyebabkan pemborosan dan penghancuran sumber daya yang seharusnya digunakan untuk tujuan yang lebih produktif.
- Merusak kesehatan: Budaya hedonisme bisa menyebabkan individu mengabaikan aspek kesehatan dan gaya hidup mereka, seperti mengonsumsi makanan dan minuman yang kurang sehat, merokok, dan menggunakan obat-obatan terlarang.

Batra dan Ahtola mengartikan "nilai hedonis" sebagai penilaian keseluruhan seorang konsumen berdasarkan pengalaman kenikmatan. Terdapat enam dimensi yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan hedonis seorang konsumen, yakni: Petualangan, Belanja Sosial, Belanja Gratifikasi, Belanja Ide, Belanja Peran, dan Belanja Nilai.

2. Konsumtif

Konsumsi berlebihan dan tidak terkontrol dari barang dan jasa dikenal sebagai perilaku konsumtif. Penggunaan berlebihan dan tanpa pengendalian atas produk dan layanan dikenal sebagai tindakan konsumtif. Tindakan konsumtif mencirikan perilaku atau gaya hidup individu yang senang mengeluarkan uang tanpa pertimbangan yang teliti. Hal ini bisa tercermin dalam kebiasaan untuk selalu membeli barang-barang terbaru, seperti perangkat elektronik terkini, kendaraan dari merek tertentu, dan memperoleh barang atau layanan terbaru meskipun tidak terlalu penting. Orang yang konsumtif cenderung merasa tergoda untuk membeli barang baru secara terus-menerus terlepas dari apa yang benar-benar mereka butuhkan karena hanya untuk kesenangan sementara. Salah satu penyebab gaya hidup konsumtif yaitu memiliki rasa gengsi tinggi yang akhirnya mendorong untuk bersifat konsumtif agar dapat terlihat mampu dalam pandangan orang lain.

Perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan tingkat finansial dapat menjadi sebuah pengaruh yang sangat berdampak bagi perekonomian yang dapat mengakibatkan permasalahan kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Gejala sosial dalam bentuk perilaku konsumtif dianggap wajar ketika individu atau masyarakat memiliki kemampuan finansial yang memadai untuk mendukung perilaku tersebut. Namun, bagi golongan sosial ekonomi yang lebih rendah, gejala sosial seperti perilaku konsumtif ini bisa memunculkan masalah sosial. Untuk mengatasi perilaku konsumtif ini, langkah-langkah yang dapat diambil mencakup menyusun daftar prioritas kebutuhan, menabung, dan membuat rencana anggaran belanja. Menyusun daftar prioritas kebutuhan bertujuan untuk membantu kita mengenali dan memberikan prioritas pada kebutuhan sehari-hari yang esensial.

Perilaku ini dapat berdampak negatif pada masyarakat dan individu, seperti:

- Pemborosan: Akibat perilaku konsumtif, orang cenderung membeli barang dan jasa yang tidak diperlukan. Akibatnya, pemborosan dan penghamburan sumber daya.

- Hutang: Perilaku konsumtif dapat menyebabkan hutang berlebihan, yang membuat individu terjebak dalam lingkaran hutang yang sulit untuk keluar darinya.
 - Merusak lingkungan: Konsumsi yang berlebihan dan tidak terkontrol dapat menyebabkan kerusakan lingkungan seperti pencemaran air dan udara, deforestasi, dan penggunaan bahan berbahaya.
 - Mengabaikan kepentingan masyarakat: Perilaku konsumtif cenderung mengabaikan kepentingan masyarakat dan hanya memperhatikan kepuasan diri sendiri, yang dapat menyebabkan ketimpangan sosial dan ekonomi yang dapat mengancam eksistensi masyarakat.
- Pemborosan: Akibat perilaku konsumtif, orang cenderung membeli barang dan jasa yang tidak diperlukan. Akibatnya, pemborosan dan penghamburan sumber daya.

Konsumsi dalam Islam dan Konsep Islam Tentang Kebutuhan

Konsumsi dalam Islam merujuk pada penggunaan atau pengeluaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia sesuai dengan ketentuan syariat. Dalam pandangan Islam, kebutuhan ini ditentukan oleh prinsip "Maslahah," yang mengharuskan bahwa tujuan syariat harus membimbing tindakan konsumen. Konsep konsumsi pada dasarnya didasarkan pada dua faktor, yakni kebutuhan dan manfaat. Dengan logika ini, seseorang tidak akan menggunakan suatu barang jika tidak memerlukannya atau tidak mendapatkan manfaat darinya.

a. Kebutuhan (hajat)

Kebutuhan manusia dalam konteks ekonomi Islam merujuk pada semua barang dan layanan yang dapat memberikan dampak positif terhadap kemaslahatan.

b. Kegunaan (manfaat)

Konsep "Maslahah" terkait dengan barang atau jasa mencakup manfaat dan berkah, yang tidak hanya meliputi kepuasan yang dirasakan individu, tetapi juga mencerminkan pencapaian kemaslahatan sejati dan nilai maksimal yang tidak berdampak negatif pada masa depan. Manfaat yang diterima oleh konsumen saat membeli barang mencakup manfaat dalam hal materi, fisik, psikis, intelektual, serta manfaat jangka panjang dalam perspektif Islam.

3. Berbelanja Online

Berbelanja online adalah proses pembelian barang atau jasa melalui internet, dan karena kemudahan serta kenyamanannya, aktivitas ini semakin populer di kalangan masyarakat. Toko online atau online shop adalah sistem belanja online di mana pembeli dapat mengajukan pertanyaan tentang harga atau produk kepada penjual melalui media sosial seperti LINE, Facebook, Instagram, atau Whatsapp. Bisnis ini beroperasi secara digital, mencakup aspek seperti jual-beli, layanan pelanggan, dan pemasaran. Keunggulan berbelanja online adalah kemampuan untuk menghemat waktu dan tenaga,

memungkinkan seseorang untuk berbelanja dari mana saja dan kapan saja tanpa perlu meninggalkan lokasi fisiknya. Sejak pandemi, aktivitas berbelanja online mengalami peningkatan signifikan karena pembatasan aktivitas di luar rumah, yang mendorong orang mencari alternatif online. Meskipun demikian, masih ada konsumen yang enggan berbelanja online karena kekhawatiran seperti kurangnya kepercayaan pada penjual online dan ketidakmampuan melihat produk secara langsung sebelum membelinya. Berikut adalah beberapa keuntungan dan kelemahan belanja online:

Keuntungan

- Fasilitas untuk membandingkan barang dan harga dengan mudah.
- Kemampuan untuk melakukan pembelian produk dari luar negeri.
- Harga yang bersaing karena adanya persaingan tinggi di dalam bisnis Belanja melalui internet memungkinkan Masyarakat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik.

Kelemahan

- Tidak ada kesempatan untuk menguji produk sebelum melakukan pembelian dan risiko menerima produk yang tidak sesuai dengan harapan atau standar yang diinginkan.
- Biaya pengiriman: Jika Anda membeli sesuatu secara online, biasanya pelanggan harus membayar biaya pengiriman.
- Risiko Penipuan: Belanja online juga meningkatkan kemungkinan penjual yang tidak bertanggung jawab melakukan penipuan.
- Tidak ramah lingkungan: Belanja melalui internet memerlukan pengiriman produk yang dapat menghasilkan emisi karbon yang lebih tinggi dan tidak ramah lingkungan. Tidak dapat melihat produk secara langsung: Karena belanja online, pelanggan tidak dapat melihat produk secara langsung, ada kemungkinan bahwa produk yang mereka terima tidak sesuai dengan ekspektasi.

4. Perspektif Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Dalam cabang ilmu ekonomi ini, prinsip-prinsip syariah Islam dipegang teguh, yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Tujuan dari penerapan ekonomi syariah adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim sesuai dengan ajaran Islam, sehingga mereka dapat mengikuti prinsip-prinsip agama tanpa keraguan atau penyimpangan. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk menjalankan ibadah kepada Allah dengan tepat.

Sistem ekonomi yang dikenal sebagai ekonomi Syariah berbasis pada nilai-nilai Islam seperti keadilan, keseimbangan, dan keberkahan. Budaya hedonisme dapat berdampak negatif pada ekonomi dan masyarakat karena dapat menyebabkan praktik riba seperti penggunaan kartu kredit dan pinjaman konsumtif, yang bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah.

Perspektif Islam adalah pandangan Islam terkait transaksi jual beli online. Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilakukan secara sah dan tidak boleh melibatkan unsur-unsur haram seperti perjudian, ketidakpastian berlebihan, riba, atau penipuan. Selain itu, prinsip-prinsip etika bisnis Islam harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis, termasuk menjalankannya sesuai dengan nilai-nilai Islam dan menghindari tindakan saling merugikan.

Perspektif Islam adalah pandangan Islam terkait transaksi jual beli online. Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilakukan secara sah dan tidak boleh melibatkan unsur-unsur haram seperti perjudian, ketidakpastian berlebihan, riba, atau penipuan. Selain itu, prinsip-prinsip etika bisnis Islam harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis, termasuk menjalankannya sesuai dengan nilai-nilai Islam dan menghindari tindakan saling merugikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Masyarakat untuk memahami pentingnya menjalankan konsumsi yang terkontrol dan bertanggung jawab serta menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari. Menurut ekonomi syariah, konsumsi yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan dan dilarang.

Berdasarkan kerangka teori tersebut, dapat disarikan bahwa prinsip-prinsip ekonomi Syariah bisa berkonflik dengan budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam belanja online. Ini disebabkan oleh fakta bahwa budaya hedonisme menekankan pencapaian kenikmatan sebagai tujuan utama dalam kehidupan dan tindakan manusia, sementara perilaku konsumtif melibatkan keinginan berlebihan dalam membeli barang atau jasa yang seringkali melebihi kebutuhan. Oleh karena itu, dalam konteks berbelanja online, penting menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Syariah.

Metode Penelitian

Cara yang digunakan dalam mengkaji penelitian Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online dari sudut pandang Ekonomi Syariah adalah dengan mengumpulkan data melalui literatur sebagai metode penelitian yang relevan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kajian literatur. Jenis penelitian ini dipilih karena dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online serta pandangan ekonomi syariah terhadapnya melalui studi literatur.

Data dalam penelitian ini bersumber dari literatur yang relevan dengan budaya hedonisme, perilaku konsumtif dalam berbelanja online, dan perspektif ekonomi syariah terhadapnya. Literatur yang dimanfaatkan mencakup jurnal dan artikel penelitian sebelumnya yang sesuai dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah analisis literatur. Analisis literatur melibatkan penelusuran dan pengumpulan materi literatur yang sesuai dengan topik penelitian dari berbagai sumber, termasuk jurnal dan artikel lainnya. Dalam karya berjudul "Hedonisme dan Perilaku Konsumen: Tinjauan dan Model Integratif" yang dikarang oleh J. Paul Peter dan Jerry C. Olson pada tahun 2005, studi literatur ini mengulas tentang korelasi antara budaya hedonisme serta tingkah laku konsumtif dalam lingkup perilaku konsumen. Dengan

memanfaatkan literatur yang relevan dengan fokus penelitian, diharapkan dapat menyediakan pemahaman yang komprehensif tentang budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam konteks berbelanja online, serta bagaimana pandangan ekonomi syariah mengenainya.

Informasi yang diperoleh melalui penelitian literatur akan dievaluasi dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Penilaian ini dimaksudkan untuk memahami dengan lebih rinci tentang budaya hedonisme dan kebiasaan konsumtif dalam pembelian online serta perspektif ekonomi syariah terhadap fenomena tersebut. Dengan menggunakan metode penelitian yang sama seperti penelitian sebelumnya, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai fenomena budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online dari perspektif ekonomi syariah melalui studi literatur. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan strategi yang tepat dalam mengatasi budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online secara syariah.

Hasil dan Pembahasan

Hedonisme dan budaya konsumen dalam berbelanja online, ketika dilihat dari sudut pandang ekonomi syariah, menjadi perhatian penting dapat menjadi masalah dalam perspektif ekonomi syariah. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari beberapa studi literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah oleh Fitria (2019). Studi tersebut mencerminkan bahwa Hedonisme dan budaya konsumen dalam berbelanja online, ketika dilihat dari sudut pandang ekonomi syariah, menjadi perhatian penting karena dapat bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Ekonomi syariah melarang konsumsi yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan. Kebiasaan berbelanja dan perilaku konsumerisme dalam konteks belanja online menjadi perhatian yang signifikan dalam perspektif ekonomi Islam. Berdasarkan temuan dari studi Fitria pada tahun 2019, hedonisme, yang melihat pencarian kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidup, dapat menghasilkan pola konsumsi yang berlebihan dan fokus yang berlebihan pada akumulasi harta benda. Tindakan semacam ini mungkin tidak sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang menekankan pentingnya moderasi, tanggung jawab sosial, dan konsumsi yang memenuhi etika. Penelitian tersebut menyoroti pentingnya kesadaran konsumen tentang potensi konflik antara pandangan hedonis dan nilai-nilai Islam serta menekankan pentingnya membuat keputusan pembelian yang lebih cermat dan berintegritas.

Islamic Perspectives on Consumer Behavior oleh Ali Abdullah Al-Khouri (2013). Penelitian ini mengindikasikan bahwa dalam Islam, ada penekanan pada pentingnya menjaga keseimbangan dan keadilan dalam hal konsumsi. Konsumsi yang berlebihan dan tidak seimbang dengan kebutuhan dapat menyebabkan kerugian baik bagi individu maupun masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Abdullah Al-Khouri pada tahun 2013 tentang perspektif Islam terhadap perilaku konsumen menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dan keadilan dalam konsumsi. Temuan dari penelitian tersebut menyoroti bahwa konsumsi yang berlebihan dan tidak seimbang dapat memberikan dampak negatif kepada individu dan masyarakat secara keseluruhan. Artikel tersebut berpendapat bahwa ajaran Al-Qur'an dapat

memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman mengenai perilaku konsumen, dan prinsip-prinsip Islam memiliki potensi untuk memandu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang lebih etis dan berkesadaran.

Artikel tersebut juga menekankan pentingnya moderasi dalam konsumsi, mengingat bahwa pemborosan dan berhemat dapat memiliki dampak yang merugikan pada tingkat individu, masyarakat, dan aspek ekonomi secara keseluruhan. Namun, perlu dicatat bahwa artikel ini tidak hanya berlaku bagi konsumen Muslim, melainkan juga relevan untuk konsumen secara umum dalam konteks ekonomi pasar bebas tanpa memandang agama. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan perilaku konsumen dengan mengingatkan mereka akan prinsip-prinsip moral yang menjadi dasar dalam konsumsi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi Islam dapat memberikan dorongan kepada konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih sadar dan etis dengan menggarisbawahi nilai-nilai konsumsi yang beretika, tanggung jawab sosial, dan moderasi.

E-Commerce and Islamic Values: A Literature Review oleh Mohd Hafizuddin Mohd Yusof dan Nor Azila Mohd Noor (2018). Penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam konteks ekonomi syariah, etika dan moral dalam transaksi online memiliki peran yang signifikan. Penggunaan yang berlebihan dan tidak tepat dalam konsumsi bisa memberikan dampak negatif kepada individu dan masyarakat. Tinjauan literatur yang dilakukan pada tahun 2018 oleh Mohd Hafizuddin Mohd Yusof dan Nor Azila Mohd Noor mengenai e-commerce dan prinsip-prinsip Islam menekankan peran sentral etika dan moralitas dalam e-commerce, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini mengajukan argumen bahwa prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang menitikberatkan pada tanggung jawab sosial, konsumsi yang beretika, dan moderasi dalam perilaku konsumtif, memiliki potensi untuk membimbing konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih berbasis informasi dan etis ketika mereka berbelanja secara daring.

Selain itu, studi ini juga mengkaji dampak negatif yang mungkin timbul akibat perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak tepat terhadap individu dan masyarakat, seperti masalah utang, ketidakstabilan ekonomi, dan kerusakan lingkungan. Penelitian ini mengusulkan agar platform-platform e-commerce turut berperan dalam mempromosikan konsumsi yang etis dan berinformasi. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan informasi yang jelas mengenai dampak etis dan lingkungan dari produk tertentu, menawarkan harga yang adil, serta mendorong tanggung jawab sosial. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya membangun kepercayaan dan transparansi dalam e-commerce, yang dapat dicapai melalui tindakan seperti sertifikasi halal, ulasan dari pelanggan, dan sistem pembayaran yang aman. Keseluruhannya, penelitian ini menekankan bahwa nilai-nilai Islam memiliki peran yang signifikan dalam mempromosikan perilaku konsumen yang etis dan berinformasi dalam dunia e-commerce, dengan dampak positif yang dapat dirasakan oleh individu dan masyarakat dalam jangka panjang.

Secara umum, hasil penelitian ini menekankan bahwa etika dan moralitas memiliki peran sentral dalam mendorong perilaku konsumen di dalam e-commerce, terutama ketika dilihat dari perspektif ekonomi Islam. Dengan pemahaman konsumen terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam dan penerapan nilai-nilai ini dalam konteks e-commerce, mereka dapat berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang lebih beretika, berkelanjutan, dan adil. Platform-platform e-

commerce juga memiliki peran kunci dalam mendukung konsumsi yang etis dan berinformasi, serta mempromosikan transparansi dan kepercayaan dalam lingkungan e-commerce. Berdasarkan hasil dan analisis sebelumnya, dapat diartikan bahwa Hedonisme dan budaya konsumen dalam berbelanja online, ketika dilihat dari sudut pandang ekonomi syariah, menjadi perhatian penting karena seringkali tidak sejalan dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks berbelanja online guna menghindari konsumsi berlebihan dan memastikan sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, menjaga etika dan moral dalam berbelanja online juga memiliki signifikansi yang tinggi dalam perspektif ekonomi syariah.

Kesimpulan

Kajian mengenai Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online dari sudut pandang Ekonomi Syariah merupakan topik yang signifikan. Berdasarkan tinjauan literatur yang relevan, dapat disimpulkan bahwa:

- Budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online bisa bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.
- Ekonomi syariah melarang konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan.
- Pandangan Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan keadilan dalam konsumsi.
- Etika dan moral dalam berbelanja online sangat vital dalam perspektif ekonomi syariah.

Untuk mengatasi budaya hedonisme dan perilaku konsumtif dalam berbelanja online secara syariah, perlu menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah serta memperhatikan etika dan moral dalam berbelanja online. Ini dapat dicapai dengan mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya, menghindari konsumsi berlebihan, serta memilih produk yang halal dan berkualitas. Harapannya adalah tercipta konsumsi yang sehat sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Abdullah Al-Khouri (2013). *Islamic Perspectives on Consumer Behavior*
- Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Store Media Sosial Dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Sharia Economics*, 3, 23–37.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3, 52–62.
- Fitria, T. N., & Prastiwi, I. E. (2020). Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6, 731–736.
- Mohd Hafizuddin MohdYusof dan Nor Azila Mohd Noor (2018). *E-Commerce and Islamic Values: A Literature Review*
- Rahmat, A., Asyari, & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Studies*, 4, 39–55.
- Razali, R. (2020). Perilaku Konsumen: Hedonisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal JESKaPe*, 4, 115–124.
- Suryani, M., & Achira, S. (2019). *Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. 5, 238–250.
- Wildana, & Ainiyyah, F. A. (n.d.). *Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Islam (Studi Kasus MH Whitening Skin)*. 1–12.