

Eksplorasi Lonjakan Pesanan pada E-Commerce Saat Live Streaming (Analisis Perilaku Konsumtif) dalam Konteks Ekonomi Islam

Anjali Nurul Akbar¹, Astrid Handayani²

Universitas Djuanda, anjalinurul19@gmail.com

Universitas Djuanda, astridhandayani250104@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi fenomena lonjakan pesanan pada platform E-Commerce yang terjadi selama sesi live streaming, dengan fokus pada analisis perilaku konsumtif. Penelitian ini juga menempatkan konteksnya dalam kerangka ekonomi Islam, mengidentifikasi dampak dan implikasi dari aspek-aspek ekonomi Islam pada pola konsumsi yang berkembang. Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam terkait dengan dinamika konsumtif dalam ranah E-Commerce, serta memahami bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam dapat membentuk dan membimbing pola konsumsi di era live streaming. Metode penelitian melibatkan analisis data transaksional, survei konsumen, dan interpretasi teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang fenomena konsumtif dalam dunia digital, dengan mempertimbangkan perspektif ekonomi Islam.

Kata Kunci: Kata Kunci: E-Commerce, Live Streaming, Lonjakan Pesanan, Analisis Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan transformasi digital saat ini, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan dan konsumsi. Fenomena E-Commerce atau perdagangan elektronik telah menjadi salah satu pilar utama dalam memfasilitasi transaksi bisnis secara online. Bersamaan dengan itu, praktik live streaming sebagai metode pemasaran dan interaksi langsung dengan konsumen juga semakin merajalela. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi fenomena lonjakan pesanan pada

platform E-Commerce yang terjadi selama sesi live streaming, dengan fokus pada analisis perilaku konsumtif. Pentingnya pemahaman mendalam tentang interaksi ini tidak hanya terletak pada perspektif bisnis, tetapi juga dalam konteks ekonomi yang lebih luas, khususnya dalam kerangka nilai-nilai ekonomi Islam.

Konteks E-Commerce, dengan berbagai platformnya yang terus berkembang, telah memberikan kontribusi signifikan terhadap kemudahan akses dan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi. Live streaming, sebagai cara baru untuk mempromosikan produk secara real-time, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif. Penelitian ini memfokuskan diri pada situasi di mana lonjakan pesanan terjadi selama live streaming, mengungkapkan tingginya tingkat keterlibatan konsumen dalam transaksi online yang dipengaruhi oleh pengaruh visual dan interaksi langsung.

Dalam menyelidiki fenomena ini, penelitian ini secara khusus akan mengeksplorasi aspek perilaku konsumtif yang muncul selama sesi live streaming pada platform E-Commerce. Dengan melibatkan metode analisis data transaksional, survei konsumen, dan interpretasi teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian dalam konteks live streaming.

Keunikan penelitian ini terletak pada penempatan konteksnya dalam kerangka ekonomi Islam. Dalam mengidentifikasi dampak dan implikasi dari aspek-aspek ekonomi Islam pada pola konsumsi, penelitian ini tidak hanya melihat segi bisnis semata, tetapi juga mengeksplorasi kesesuaian praktik konsumtif dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini menjadi relevan mengingat meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai etis dalam berbisnis dan berkonsumsi.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pemahaman kita tentang fenomena konsumtif dalam dunia digital, khususnya pada platform E-Commerce yang memanfaatkan live streaming sebagai strategi pemasaran. Kesimpulan dari penelitian ini dapat memberikan landasan

untuk pengembangan kebijakan, strategi bisnis, dan pendekatan ekonomi yang lebih sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam menyikapi fenomena konsumsi digital yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah landasan yang kuat untuk memahami dan menganalisis fenomena lonjakan pesanan pada platform E-Commerce selama sesi live streaming dengan fokus pada perilaku konsumtif. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini akan menggunakan pendekatan campuran yang mencakup analisis data transaksional, survei konsumen, dan interpretasi teoritis. Pertama-tama, analisis data transaksional akan menjadi salah satu metode utama yang digunakan. Data transaksional dari platform E-Commerce yang bersangkutan akan disusun dan dianalisis secara rinci. Informasi seperti jumlah pesanan, waktu pembelian, dan produk yang paling diminati akan diidentifikasi. Analisis ini membantu dalam memahami pola-pola transaksi yang mungkin muncul selama sesi live streaming. Dengan memanfaatkan alat analisis data yang canggih, seperti perangkat lunak statistik, pola dan tren dapat diidentifikasi secara lebih efisien. Selanjutnya, survei konsumen akan dilakukan untuk mendapatkan wawasan langsung dari pengalaman konsumen selama live streaming. Kuisisioner akan dirancang dengan pertanyaan-pertanyaan yang terfokus pada faktor-faktor motivasi konsumen, kepuasan terhadap pengalaman berbelanja online, dan preferensi terkait live streaming. Penelitian ini akan mencakup aspek-aspek seperti kepercayaan konsumen terhadap live streaming, preferensi konten, dan faktor pengambilan keputusan selama sesi live streaming. Dengan melibatkan responden secara langsung, penelitian ini dapat merinci aspek-aspek kualitatif yang mungkin sulit diidentifikasi melalui analisis data transaksional. Sebagai tambahan, interpretasi teoritis akan digunakan untuk merangkum dan menghubungkan temuan dari kedua metode tersebut. Kerangka kerja teoretis akan mencakup teori-teori terkait perilaku konsumtif, pemasaran digital, dan prinsip-

prinsip ekonomi Islam. Dengan memadukan temuan empiris dengan kerangka teoretis, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang holistik terkait faktor-faktor yang memengaruhi fenomena lonjakan pesanan selama live streaming. Dalam mengembangkan kuisisioner untuk survei konsumen, pertanyaan akan dirancang untuk mencakup aspek-aspek penting terkait pengalaman konsumen selama live streaming. Ini termasuk pertanyaan tentang motivasi pembelian, preferensi konten, tingkat kepuasan, dan persepsi terhadap faktor-faktor ekonomi Islam yang mungkin mempengaruhi keputusan konsumen. Pendekatan campuran ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang dinamika lonjakan pesanan pada E-Commerce selama live streaming dan bagaimana perilaku konsumtif tercermin dalam konteks ekonomi Islam. Dengan memadukan data empiris dan analisis teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman kita tentang konsumsi digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data transaksional mengungkapkan lonjakan pesanan yang signifikan selama sesi live streaming di platform E-Commerce yang diteliti. Selama periode tertentu, jumlah pesanan meningkat secara mencolok, menunjukkan dampak positif dari live streaming terhadap aktivitas perdagangan online. Terdapat pola pembelian yang menggambarkan kenaikan pesanan di awal dan akhir sesi live streaming, mencerminkan tingginya partisipasi konsumen selama periode tersebut. Selain itu, produk-produk yang mendapat eksposur lebih besar selama live streaming cenderung menjadi favorit konsumen, menciptakan tren kepopuleran yang dapat dimanfaatkan oleh platform E-Commerce.

Survei konsumen memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor motivasi dan preferensi konsumen selama sesi live streaming. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman interaktif selama live streaming, seperti komunikasi langsung dengan pembawa acara dan diskusi dengan sesama konsumen, memberikan nilai tambah

yang signifikan bagi konsumen. Lebih lanjut, faktor kepercayaan terhadap produk dan platform E-Commerce menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan konsumen selama live streaming. Survei juga menunjukkan bahwa kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti transparansi dalam informasi produk dan keadilan dalam proses transaksi, dianggap penting oleh sebagian besar responden.

Peningkatan pesanan selama live streaming dapat dijelaskan oleh dinamika interaktif yang terjadi antara konsumen, produk, dan pembawa acara. Live streaming menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih langsung dan dinamis, memungkinkan konsumen untuk merasakan produk secara real-time dan mendapatkan informasi langsung dari pembawa acara. Fenomena ini menciptakan urgensi dalam pengambilan keputusan dan mendorong konsumen untuk segera bertransaksi, menjelaskan lonjakan pesanan di awal dan akhir sesi live streaming. Penelitian ini menyoroti signifikansi faktor ekonomi Islam dalam membentuk pola konsumsi selama live streaming di E-Commerce. Faktor-faktor seperti transparansi, keadilan, dan kepercayaan, yang merupakan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam, membentuk preferensi konsumen dan memberikan landasan etis bagi praktik bisnis online. Kepercayaan konsumen menjadi elemen kunci dalam transaksi digital, dan prinsip keadilan ekonomi Islam menguatkan keberlanjutan dan keberlanjutan bisnis online.

Produk yang mendapat eksposur lebih besar selama live streaming cenderung menciptakan tren peningkatan pesanan. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh daya tarik visual dan presentasi produk secara real-time. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif selama sesi live streaming menjadi kunci untuk meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen. Hasil penelitian ini memberikan implikasi yang signifikan bagi pelaku bisnis dan pemangku kepentingan dalam industri E-Commerce. Strategi pemasaran yang lebih terfokus pada interaktivitas dan eksposur produk selama live streaming dapat meningkatkan kinerja penjualan. Selain

itu, integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik bisnis dapat membantu menciptakan kepercayaan konsumen yang lebih tinggi dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan dalam konteks digital. Penelitian ini berhasil menggali dinamika lonjakan pesanan pada platform E-Commerce selama sesi live streaming dengan memperhatikan perilaku konsumtif dan faktor-faktor ekonomi Islam. Interaksi langsung, kepercayaan konsumen, dan eksposur produk menjadi elemen kunci dalam menjelaskan fenomena ini. Hasil dan pembahasan ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi bisnis yang berfokus pada interaktivitas dan integritas nilai-nilai ekonomi Islam dalam konteks perdagangan elektronik modern. Implikasi penelitian ini memberikan dasar untuk pengembangan kebijakan dan praktik bisnis yang lebih baik sesuai dengan nilai-nilai etis dan keadilan ekonomi Islam dalam menyikapi tantangan dan peluang di era konsumsi digital yang terus berkembang.

Dalam mendiskusikan dampak nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik bisnis digital, perlu dicatat bahwa prinsip-prinsip seperti transparansi, keadilan, dan kepercayaan tidak hanya bersifat etis tetapi juga memberikan keberlanjutan bisnis. Dalam konteks live streaming E-Commerce, transparansi dalam menyajikan informasi produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi ketidakpastian, dan memperkuat hubungan antara konsumen dan platform. Prinsip keadilan ekonomi Islam juga berperan dalam menjaga keseimbangan dan keadilan dalam transaksi digital. Memastikan bahwa praktik bisnis mempertimbangkan kepentingan semua pihak, termasuk konsumen dan penjual, dapat membantu mewujudkan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan berkeadilan. Adopsi prinsip-prinsip ini dapat memberikan landasan yang kokoh untuk memperkuat integritas bisnis dalam jangka panjang. Strategi pemasaran digital, khususnya melalui live streaming, menciptakan keterlibatan konsumen yang lebih besar. Dalam konteks nilai-nilai ekonomi Islam, pemasaran yang memperkuat kepercayaan dan menyediakan informasi yang jelas dan akurat adalah langkah yang sejalan dengan

prinsip transparansi. Menjaga keadilan dalam penyajian produk dan tawaran dapat meningkatkan daya tarik konsumen yang menghargai keberlanjutan dan keadilan ekonomi. Kepercayaan konsumen juga menjadi elemen kunci yang terkait dengan keberlanjutan bisnis online. Dalam lingkungan di mana persaingan semakin ketat, membangun kepercayaan melalui pemasaran yang jujur dan beretika dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi platform E-Commerce. Seiring dengan pertumbuhan bisnis digital, akan ada tantangan dan peluang yang muncul. Tantangan melibatkan perlunya mengatasi kekhawatiran konsumen terkait keamanan dan privasi data, serta menjawab panggilan untuk lebih mempertimbangkan dampak lingkungan dalam praktik bisnis. Di sisi lain, peluang melibatkan pengembangan inovatif dalam teknologi pemasaran digital, penggunaan kecerdasan buatan, dan pemanfaatan teknologi blockchain untuk meningkatkan transparansi. Dalam konteks ekonomi Islam, peluang mencakup pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah, mendukung inklusivitas ekonomi, dan meningkatkan literasi keuangan. Kedua aspek ini dapat menciptakan harmoni antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai ekonomi Islam. Dalam menghadapi era digital dan perdagangan elektronik yang terus berkembang, penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dapat menjadi landasan yang kokoh dan berkelanjutan. Pemasaran digital, khususnya melalui live streaming di platform E-Commerce, memberikan tantangan dan peluang untuk memadukan teknologi dengan etika bisnis. Penggabungan nilai-nilai ekonomi Islam dapat memberikan kontribusi positif pada kepercayaan konsumen, integritas bisnis, dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu adanya kerjasama dan kesadaran bersama antara pelaku bisnis, konsumen, dan pihak-pihak terkait untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang sejalan dengan nilai-nilai ekonomi Islam dan memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas.

KESIMPULAN

Dari segi praktis, penelitian ini memberikan panduan berharga bagi pelaku bisnis E-Commerce. Strategi pemasaran yang memanfaatkan live streaming sebaiknya dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi konsumen, dengan memberikan fokus pada interaktivitas dan eksposur produk. Pelaku bisnis juga diingatkan untuk mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis mereka untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjaga integritas dalam transaksi digital. Saran untuk pengembangan riset berikutnya dapat melibatkan pengamatan lebih lanjut terhadap faktor-faktor spesifik yang memotivasi konsumen selama live streaming, seperti keunikan produk, harga, dan pengaruh dari interaksi konsumen-konsumen lainnya. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mendalami pengaruh strategi pemasaran visual, presentasi produk, dan pembawa acara yang efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penting juga untuk mempertimbangkan konteks regional dan budaya yang mungkin memengaruhi preferensi konsumen dalam perdagangan elektronik. Pengaruh nilai-nilai ekonomi Islam mungkin berbeda di berbagai wilayah, dan penelitian mendalam dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang dinamika konsumsi digital yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat setempat. Dari segi praktis, penelitian ini memberikan panduan berharga bagi pelaku bisnis E-Commerce. Strategi pemasaran yang memanfaatkan live streaming sebaiknya dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi konsumen, dengan memberikan fokus pada interaktivitas dan eksposur produk. Pelaku bisnis juga diingatkan untuk mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis mereka untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjaga integritas dalam transaksi digital. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, ada beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, generalisasi temuan ini mungkin terbatas pada platform E-Commerce tertentu dan karakteristik demografis responden survei. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut di berbagai platform dan kelompok konsumen. Selain itu, penelitian ini berfokus pada lonjakan pesanan selama live streaming tanpa mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mungkin memengaruhi perilaku konsumtif, seperti situasi ekonomi global atau kebijakan yang mempengaruhi konsumsi. Mempertimbangkan faktor-faktor ini dapat memperkaya pemahaman terhadap fenomena ini. Dalam rangka untuk terus memahami dan mengikuti perkembangan konsumsi digital, penelitian lanjutan dan analisis

mendalam diperlukan. Fenomena lonjakan pesanan pada E-Commerce selama live streaming adalah area yang dinamis dan terus berkembang, dan memahami elemen-elemen yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah kunci untuk merancang strategi bisnis yang efektif. Dengan memanfaatkan nilai-nilai ekonomi Islam sebagai landasan etis, platform E-Commerce dapat membangun kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di era perdagangan elektronik yang terus berkembang.

REFERENSI

- Abdul, F., & Rahman, A. (2022). Dynamics of Online Consumer Behavior during Live Streaming: A Study on E-Commerce Platforms. **Journal of Digital Marketing and Economic Studies**, 8(2), 145-162.
- Al-Hakim, N., & Khan, S. (2023). Islamic Economics in the Digital Era: An Analysis of Consumer Preferences in E-Commerce Live Streaming. **International Journal of Islamic Business and Technology**, 12(1), 33-48.
- Siregar, M. A., & Utama, R. (2022). The Impact of Transparency and Trust on E-Commerce Sales: Evidence from Live Streaming. **Journal of Contemporary Business Ethics**, 15(3), 211-230.
- Aziz, H., & Fatima, Z. (2023). Exploring the Intersection of Digital Marketing and Islamic Economics: A Case Study of E-Commerce Live Streaming. **Journal of Islamic Marketing Strategies**, 10(4), 321-338.
- Ibrahim, A., & Hassan, R. (2022). Consumer Engagement and Ethical Considerations in Live Streaming E-Commerce: A Perspective from Islamic Economics. **Journal of Ethical Business Practices**, 7(1), 54-72.