

Analisis Bibliometrik *E-Commerce* Dalam Bidang Akuntansi

Vicky Dzaky Cahaya Putra^{1*}, Ifan Wicaksana Siregar², Khaerunisa Harsono³

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi, ³Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Satu Bandung

¹vickydzaky@ak.unjani.ac.id, ²ifanwicaksana@ak.unjani.ac.id,

³khaerunisa.harsono@univ.satu.ac.id

*)Vicky Dzaky Cahaya Putra

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sumber referensi artikel ilmiah yang berkaitan dengan *E-Commerce* yang dikutip dalam jurnal dengan menggunakan metodologi analisis bibliometrik. Penelitian ini melibatkan akuisisi data dari artikel ilmiah yang terindeks dalam database Scopus. Data tersebut kemudian diperiksa dengan metode bibliometrik, termasuk analisis kutipan, analisis kata kunci, dan visualisasi data menggunakan VOS Viewer. Penggunaan analisis bibliometrik bertujuan untuk menemukan topik yang belum dibahas sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dalam konteks e-commerce. Temuan berupa gambaran perkembangan serta jaringan penelitian yang mengungkap pola evolusi penelitian tentang perilaku konsumen dalam konteks era digital. Penelitian ini berkontribusi pada peningkatan pemahaman tentang transformasi dalam konteks konsumen era digital.

Kata Kunci: *E-Commerce, Akuntansi, Analisis bibliometrik, Tren Penelitian*

Abstract

The aim of this research is to analyze reference sources for scientific articles related to E-Commerce cited in journals using bibliometric analysis methodology. This research involves data acquisition from scientific articles indexed in the Scopus database. The data was then examined using bibliometric methods, including citation analysis, keyword analysis, and data visualization using VOS Viewer. The use of bibliometric analysis aims to find topics that have not been discussed so that further research can be carried out in the context of E-Commerce. The findings are in the form of an overview of developments and a research network that reveals the evolutionary pattern of research on consumer behavior in the context of the digital era. This research contributes to increasing understanding of transformation in the context of digital era consumers.

Keywords: *E-Commerce, Accounting, Bibliometric analysis, Research trends*

DOI: <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v5i2.6261>

Diterima 19 November 2024; Direvisi 21 November 2024; Disetujui 17 Desember 2024

PENDAHULUAN

E-commerce memainkan peran penting dalam dunia pemasaran. Telah ditemukan bahwa perusahaan e-commerce, seperti Amazon.com dan Tokopedia memiliki tingkat keunggulan yang berbeda dalam hal skala bisnis, teknologi, dan produk (Mandag, 2023). Adopsi e-commerce di UKM telah terbukti mempengaruhi sistem informasi akuntansi dan kinerja organisasi. Dengan karakteristik manajemen dan kesiapan organisasi menjadi

penentu utama (Hertati, 2021).

Sistem komputerisasi dan jaringan akuntansi di industri e-commerce mampu meningkatkan kecepatan dan akurasi pemrosesan informasi akuntansi, namun hal ini juga menimbulkan tantangan bagi audit internal (Shi, 2021). Secara keseluruhan, e-commerce telah mengubah industri akuntansi tradisional. Dengan menganalisis hubungan ekonomi dan mekanisme e-commerce, dapat membantu memahami dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi (Zhang, 2023).

Studi bibliometrik berupaya untuk mengidentifikasi pola-pola penting studi penelitian yang telah lama berkembang. Penelitian ini berupaya menganalisis publikasi ilmiah, kutipan, dan data bibliografi di bidang e-commerce. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan signifikan bagi para peneliti dan praktisi di lapangan terutama yang berkaitan dengan e-commerce. Penggunaan analisis bibliometrik dapat mengeksplorasi permasalahan penelitian sehingga membantu para peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam membuat penilaian yang berkaitan dengan e-commerce.

Analisis kutipan adalah elemen penting yang dapat membantu para peneliti dalam memahami dampak literatur akademis. Pemeriksaan jaringan *co-authorship* memberikan wawasan mengenai dinamika kolaborasi. Sementara analisis kata kunci dan topik menunjukkan fokus penelitian dan tren dalam disiplin akademis tertentu (Uddin et al., 2011). Metode analisis bibliometrik digunakan untuk mempelajari literatur akademis, memahami kualitas dan pola penelitian, kutipan, dan data bibliografi (Goodrum et al., 2001). Metodologi ini penting karena dapat mengukur dampak penelitian, mengevaluasi, mengidentifikasi, dan menginformasikan alokasi sumber daya dan kebijakan penelitian (Goodrum et al., 2001). Penelitian dikumpulkan untuk dikaji pola produktivitasnya yang mencakup aspek-aspek seperti kuantitas publikasi, distribusinya di berbagai jurnal dan bidang akademik, serta penyebaran geografisnya. Upaya ini memberikan perspektif holistik tentang lingkungan penelitian.

Masih sedikit penelitian bibliometrik dengan tema e-commerce (Bawack et al., 2022; Guillén-Pujadas et al., 2023; Krithika et al., 2023; Mumu et al., 2022; Resciniti et al., 2020). Penelitian ini mengkaji artikel ilmiah mengenai e-commerce di bidang akuntansi dari tahun 1997 hingga 2023 dengan menggunakan metode bibliometrik. Studi ini menganalisis peristiwa-peristiwa selama 26 tahun dan mengungkap ciri-ciri yang tidak ditemukan dalam studi jangka pendek. Penelitian ini berkontribusi terhadap akademis dengan mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyarankan penelitian lebih lanjut. Para peneliti dapat memandu penelitian akademis di masa depan dengan mengidentifikasi dan menganalisis tren baru dalam koridor eksplorasi e-commerce.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian E-Commerce

E-commerce adalah semua bentuk transaksi penjualan, pembelian, distribusi serta marketing melalui sistem online internet atau menggunakan media elektronik (Nanda, 2018). Seiring berkembangnya e-commerce terdapat beberapa fitur-fitur manfaat yang ditawarkan e-commerce dari berbagai item pemasaran, seperti sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Sistem ini merupakan salah satu layanan yang ditawarkan ecommerce untuk memudahkan pembelian masyarakat dalam berbelanja.

Banyaknya UMKM yang masuk dan berhasil memanfaatkan e-commerce menjadi indikasi pemanfaatan teknologi digital. E-commerce merupakan suatu aplikasi yang memanfaatkan internet untuk melakukan aktivitas pemasaran dan mengembangkan pangsa pasar guna menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Joseph et al., 2020). Dalam perkembangannya, e-commerce berupaya dapat memengaruhi dan memotivasi kunjungan, baik secara virtual maupun aktual (teknologi, dan informasi tertentu). E-commerce terus berinovasi untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keuntungan dalam berbelanja (Zaid, 2021).

Majdah dan Noriah (2016) menyebutkan beberapa manfaat proses bisnis e-commerce bagi perusahaan, diantaranya adalah 1) penawaran, promosi, dan penjualan yang tidak terhalang oleh ruang dan waktu, 2) biaya cenderung lebih murah dan mudah karena semua proses penawaran, jual beli, transaksi pembayaran serta pengiriman serba digital atau online, 3) Pemasaran lebih luas dan lebih modern dengan target pasar yang lebih banyak, 4) pelayanan ke pelanggan lebih responsif dan cepat, 5) promosi lebih cepat tersalurkan dengan target pasar yang luas karena memanfaatkan media sosial dan *marketplace*.

Analisis Bibliometrik

Menurut Nuryudi (2016), analisis bibliometrik merupakan salah satu bidang kajian yang memiliki keunggulan karena mengungkapkan secara mendalam suatu bidang ilmu tertentu. Penelitian ini melakukan upaya analisis bibliometrik tentang *E-Commerce* dalam penelitian akuntansi dengan melakukan identifikasi tren dan pola penelitian ilmiah. Beberapa penelitian telah menunjukkan peningkatan berkelanjutan dalam produksi artikel ilmiah setelah tahun 2015. Penerbitan prosiding dan artikel jurnal menjadi jenis dokumen yang paling umum diterbitkan (Ledesma & Gonzál, 2022). Dampak adopsi *E-Commerce* pada sistem informasi akuntansi dan kinerja organisasi UKM mengungkapkan bahwa sistem informasi akuntansi memediasi hubungan antara *E-Commerce* dan kinerja keuangan dan manajemen (Wulfert & Karger, 2022).

Analisis bibliometrik kuantitatif juga telah mengidentifikasi perkembangan penelitian *E-Commerce*, dengan empat *cluster*, yaitu: model bisnis, perdagangan sosial, infrastruktur, dan karakteristik sosio-teknis (Shi, 2021). Selanjutnya, tinjauan publikasi di jurnal sistem informasi terkemuka telah mengkategorikan penelitian *E-Commerce* menjadi tiga fase dan menyarankan topik yang menjanjikan untuk penelitian masa depan (Ardiansah et al., 2021; Yoo & Jang, 2019). Penelitian-penelitian ini memberikan wawasan berharga dalam hubungan *E-Commerce* dan akuntansi yang dapat memberikan kontribusi dan pemahaman pada bidang yang terkait.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis bibliometrik, yaitu cara yang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh tentang suatu topik penelitian tertentu. Bibliometrika merupakan bidang studi yang muncul pada awal abad kedua puluh (Godin, 2006). Perkembangan metodologi utamanya terjadi pada tahun 1960an (Price, 1965; Pritchard, 1969; Raisig, 1962). Dengan munculnya database yang komprehensif dan mudah dicari, seperti Scopus, bibliometrik telah mengalami pertumbuhan yang signifikan akhir-akhir ini. Bibliometrik memiliki dua tujuan utama, yakni: membuat peta yang menunjukkan bagian mana dari literatur yang paling erat kaitannya (Börner et al., 2005) dan mendeteksi cluster yang merupakan bagian dari literatur yang lebih erat terhubung secara internal dibandingkan dengan bagian di luar cluster (Small & Sweeney, 1985). Cluster yang terdeteksi dalam literatur menyiratkan struktur akademik bidang penelitian. Para peneliti telah menggunakan pembuatan peta dan analisis kluster untuk menjawab pertanyaan tentang struktur ilmu pengetahuan secara keseluruhan (Boyack et al., 2005), serta disiplin ilmu individu (Yeung et al., 2017) atau bidang penelitian antar disiplin (Youngblood & Lahti, 2018).

Tujuan dari analisis bibliometrik ini adalah untuk memberikan gambaran kuantitatif atas data penelitian dan tren yang ditemukan dalam makalah ilmiah, terutama menyasar penelitian bidang terkait (Maia et al., 2019). Pendekatan ini juga membantu penilaian produktivitas dan kualitas penelitian melalui kuantifikasi kutipan dan publikasi (Vanti, 2002). Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik yang dimodifikasi, mengambil inspirasi dari metodologi yang diusulkan oleh Maia dkk. (2019) yang kemudian disesuaikan agar selaras dengan tujuan spesifik penelitian ini. Untuk mencapai

tujuan ini, metode penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap terpisah: perencanaan, pencarian, serta mengorganisasikan dan menganalisis data (Maia et al., 2019).

Perencanaan tahap awal yang dilaksanakan pada tanggal 1 November 2023 meliputi eksplorasi menyeluruh terhadap database Scopus dengan menggunakan kata kunci “e-commerce” dan “bibliometric” dalam domain topik bisnis, manajemen, dan akuntansi. Penyelidikan ini menghasilkan total 5 publikasi ilmiah. Dari beberapa artikel yang ditemukan dalam penyelidikan lebih berfokus pada wilayah atau subtopik tertentu dari topik e-commerce, yang menunjukkan kurangnya penyelidikan bibliometrik yang komprehensif. Studi ini mengembangkan penyelidikannya pada jangka waktu 26 tahun dan menggunakan database Scopus agar menghasilkan analisis yang lebih mendetail. Fase penelusuran terjadi pada bulan November 2023, ditemukan artikel mulai dari tahun 1996 hingga 2023, dengan istilah penelusuran yang diperluas seperti "e-commerce", "electronic commerce" dan "accounting". Filter diterapkan untuk menyaring pencarian, termasuk bidang subjek tertentu, bahasa Inggris, dan jenis dokumen berupa artikel, sehingga menghasilkan 135 dokumen (lihat Tabel 1 untuk rinciannya).

Pada tahap pengorganisasian dan analisis data, data yang dikumpulkan diimpor ke perangkat lunak VOS Viewer untuk analisis bibliometrik kuantitatif dan kualitatif. Kumpulan data tersebut mencakup 135 artikel dari berbagai aspek penelitian e-commerce yang diperiksa, seperti tren publikasi, distribusi negara, penulis utama, dan institusi akademis terkemuka. Analisis kualitatif melibatkan mempelajari kemunculan kata kunci dan hubungannya dari waktu ke waktu.

Tabel 1. Strategi pencarian untuk tinjauan bibliometrik

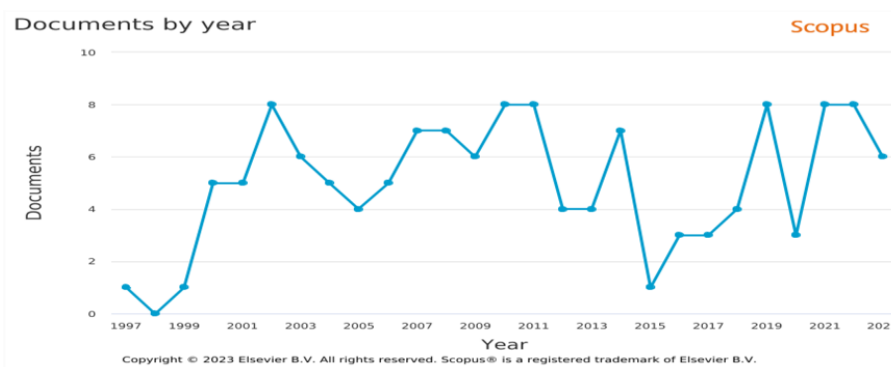
Kata Kunci	Bidang Pencarian	Filter	Hasil
TITLE-ABS-KEY (e-commerce OR "electronic commerce" AND accounting)	Abstract, Titles and Keywords	Subject area: Business, Management and Accounting Language: English Document type: Article Years: 1997 to 2023	135 dokumen

Source: Data Diolah, 2024

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

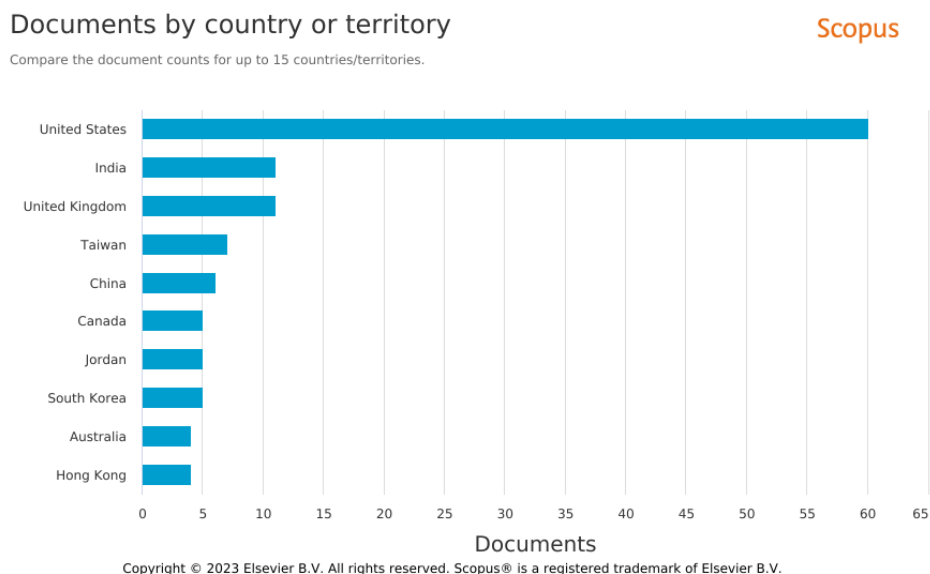
Berdasarkan hasil penelitian, analisis bibliometrik terhadap e-commerce dalam bidang akuntansi menunjukkan tren penelitian yang fluktuatif tetapi cenderung meningkat dalam dua dekade terakhir. Hasil ini menggambarkan perkembangan signifikan dalam minat ilmiah terhadap e-commerce, khususnya sejak tahun 2015, di mana jumlah publikasi meningkat drastis. Namun pada tahun 2023 cenderung mengalami penurunan. Jumlah publikasi yang teridentifikasi diperkirakan mencapai 123. Hal ini mencerminkan transformasi digital yang semakin relevan dengan praktik akuntansi.



Source: scopus.com, 2024

Gambar 1. Tren Perkembangan Penelitian Di Scopus Tahun 1997 Sampai 2023

Antara tahun 2015 sampai 2019, publikasi telah berkembang secara signifikan, dengan 19 dokumen mencakup 14,07% dari total 135 dokumen yang diterbitkan. Publikasi terbanyak terjadi pada tahun 2002, 2009, 2010, 2021 dan 2022 sebanyak 8 dokumen atau setara dengan 5,90%. Grafik pada Gambar 1 menunjukkan perkembangan publikasi dari tahun 1997 hingga tahun 2023.



Source: scopus.com, 2024

Gambar 2. Tren Perkembangan Penelitian Di Scopus Berdasarkan Negara

Menurut Gambar 2, antara tahun 1997 sampai 2023, Amerika Serikat menerbitkan jumlah makalah penelitian terbanyak dalam bidang e-commerce, dengan 60 publikasi. Diikuti oleh Inggris dengan 11 publikasi dan India dengan 11 publikasi. Jumlah peneliti yang berkontribusi dalam penelitian e-commerce di perguruan tinggi dengan minimal 1 publikasi adalah 303 penulis. Sepuluh peneliti dengan kontribusi terbesar pada tahun 1997 – 2023 dari segi output dapat dilihat pada Tabel 2. Terlihat bahwa *top researcher* adalah Gupta, S. dan Kim, H.W dengan masing-masing 181 kutipan publikasi.

Tabel 2. Sepuluh Penulis Teratas Tentang E-Commerce Di Bidang Akuntansi

No	Nama Penulis	Jumlah Publikasi
1.	Gupta, S.	3
2.	Kim, H.W.	3
3.	Chu, H.	2
4.	Greenstein, M.	2
5.	Lambrecht, A.	2
6.	Liao, S.	2
7.	Rezaee, Z.	2
8.	Shaw, M.	2
9.	Sutton, S.G.	2
10.	Vana, P.	2
11.	Zager, M.	2

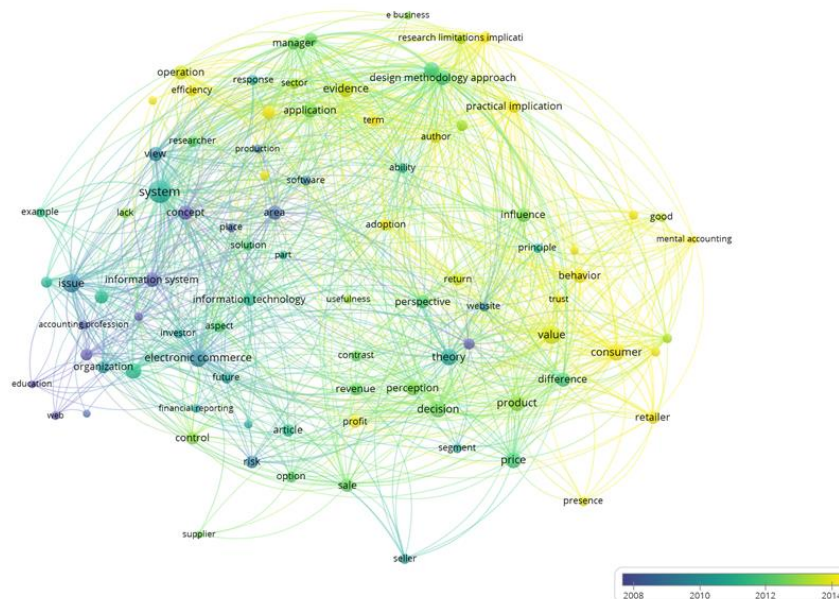
Source: scopus.com, 2024

Tabel 3. Sepuluh Jurnal Dengan Publikasi Terbanyak

No	Nama Jurnal	Jumlah Publikasi
1.	<i>Decision Support Systems</i>	6
2.	<i>Managerial Auditing Journal</i>	5
3.	<i>International Journal Of Accounting Information Systems</i>	4
4.	<i>International Journal Of Industrial Organization</i>	4
5.	<i>Academy Of Accounting And Financial Studies Journal</i>	3
6.	<i>Electronic Commerce Research And Applications</i>	3
7.	<i>Issues In Accounting Education</i>	3
8.	<i>Management Science</i>	3
9.	<i>Apparel</i>	2
10.	<i>HVP High Volume Printing</i>	2

Source: scopus.com, 2024

Terdapat 135 dokumen tentang e-commerce di database Scopus. Berdasarkan kata kunci penulis, teridentifikasi sebanyak 89 topik. Visualisasi jaringan dan overlay menunjukkan hubungan subjek dengan garis antar deskriptor di setiap bidang. Semakin dekat hubungan antar dokumen, semakin banyak string antar deskriptor. Visualisasi kepadatan menunjukkan hubungan antara topik dan skala warna.



Source: Data Diolah, 2024

Gambar 3. Visualisasi Jaringan Penelitian

Terlihat pada Gambar 3, warna kuning menunjukkan frekuensi penelitian yang padat atau tinggi, sedangkan warna hijau menunjukkan frekuensi penelitian yang jarang atau rendah. Analisis *co-occurrence* dilakukan untuk mengetahui tren terkini perkembangan topik penelitian dari tahun 1997 hingga 2023. Jumlah minimal isu yang ditetapkan adalah lima. Gambar 3 menampilkan hasil visualisasi perkembangan topik terkini. Sedangkan Tabel 3 menunjukkan bahwa jurnal teratas yang mempublikasikan hasil penelitian ini adalah jurnal *Decision Support Systems* dengan 6 dokumen, disusul oleh *Managerial Auditing Journal* dengan 5 dokumen, dan jurnal *International Journal of*

Accounting Information Systems dengan 4 dokumen.

Tabel 4. Daftar Relevansi Penelitian

No	Authors	Title	Year	Source Title
1	Adamopoulos P.; Todri V.; Ghose A.	Demand effects of the internet-of-things sales channel: Evidence from automating the purchase process	2021	Information Systems Research
2	Mallat N.	Exploring consumer adoption of mobile payments - A qualitative study	2007	Journal of Strategic Information Systems
3	Bay D.; Cook G.L.; Grubisic J.; Nikitkov A.	Identifying Fraud in Online Auctions: A Case Study	2014	Accounting Perspectives
4	Burke Q.L.; Eaton T.V.	Alibaba group initial public offering: A case study of financial reporting issues	2016	Issues in Accounting Education
5	Ljungkvist T.; Boers B.	The founder's psychological ownership and its strategic implications	2020	Journal of Small Business and Enterprise Development
6	Trąpczyński P.; Kawa A.	Firm capabilities, use of Internet technologies and export performance: an empirical study of Polish exporters	2023	Journal of Organizational Change Management
7	Abdallah W.	The conversion from US-GAAP to IFRS and transfer pricing: Irreconcilable differences	2017	Journal of Applied Business Research
8	Ben Mimoun M.S.; Poncin I.	A valued agent: How ECAs affect website customers' satisfaction and behaviors	2015	Journal of Retailing and Consumer Services
9	Kim H.-W.; Gupta S.	A comparison of purchase decision calculus between potential and repeat customers of an online store	2009	Decision Support Systems
10	Nishikiori S.; Higa K.	A comparative cost analysis of e-business and brick-and-mortar business based on quantitative data	2014	International Journal of Electronic Business
11	Abdallah W.M.; Maghrabi A.S.	Do multinational companies have effective transfer pricing systems of intangible assets and e-commerce?	2009	International Journal of Commerce and Management
12	Bapna R.; Jank W.; Shmueli G.	Price formation and its dynamics in online auctions	2008	Decision Support Systems
13	Premuroso R.F.; Hopwood W.S.; Bhattacharya S.	Tasteless Tea Company: A comprehensive revenue transaction cycle case study	2011	Issues in Accounting Education
14	Faraj Z.S.	The Cost Of Investing In Information Systems And Their Reality In Iraqi Banks	2021	Academy of Strategic Management Journal
15	Matopoulos A.; Vlachopoulou M.; Manthou V.	Understanding the factors affecting e-business adoption and impact on logistics processes	2009	Journal of Manufacturing Technology Management
16	Khouja M.; Park S.; Cai G.(G.)	Channel selection and pricing in the presence of retail-captive consumers	2010	International Journal of Production Economics
17	Deltas G.; Jeitschko T.D.	Auction hosting site pricing and market equilibrium with endogenous bidder and seller participation	2007	International Journal of Industrial Organization
18	Lin Y.; Wang Y.; Lee L.H.; Chew E.P.	Profit-maximizing parcel locker location problem under threshold Luce model	2022	Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review
19	Lee C.-C.	Analysis on the strategy of improving management consulting business performance: Evidence on a management consulting company established by an accounting firm	2021	Asia Pacific Management Review
20	Garasyim P.; Bradul A.; Slobodyanyuk N.; Volyanyk H.; Shutka S.	Model of calculation management with enterprise contractors	2019	Academy of Accounting and Financial Studies Journal
21	Kim H.-W.; Xu Y.; Gupta S.	Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust?	2012	Electronic Commerce Research and Applications
22	Lim S.F.W.T.; Wang Q.; Webster S.	Do it right the first time: Vehicle routing with home delivery attempt predictors	2023	Production and Operations Management
23	Liao S.; Chu H.	Influence of consumer online resale awareness on purchase decisions: A mental accounting perspective	2013	European Journal of Marketing
24	Arnold V.; Sutton S.G.	The impact of enterprise systems on business and audit practice and the implications for university accounting education	2007	International Journal of Enterprise Information Systems
25	Nikitkov A.N.; Stone D.N.; Miller T.C.	Internal controls, routine activity theory (RAT), and sustained online auction deception: A longitudinal analysis	2014	Journal of Information Systems
26	Shbeilat M.K.; Al-Hajaia M.E.	Electronic Accounting Applications In Micro-Enterprises: Challenges And Impact On Financial	2022	Journal of Governance and Regulation

		Inclusion		
27	Bouri E.; Gil-Alana L.A.; Gupta R.; Roubaud D.	Modelling long memory volatility in the Bitcoin market: Evidence of persistence and structural breaks	2019	International Journal of Finance and Economics
28	Unsal Memis M.	E-Accounting: An evaluation on the Turkish case	2011	European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences
29	Celuch K.; Bourdeau B.; Saxby C.; Ehlen C.	SME internet use: The moderating role of normative influence	2014	Journal of Small Business Strategy
30	Wang X.; Wang X.; Yu B.; Zhang S.	A comparative study of entry mode options for E-commerce platforms and suppliers	2019	Electronic Commerce Research and Applications
31	Haynes M.; Thompson S.	Price, price dispersion and number of sellers at a low entry cost shopbot	2008	International Journal of Industrial Organization
32	Khurana H.; Koleva R.K.	Scalable Security and Accounting Services for Content-Based Publish/Subscribe Systems	2006	International Journal of E-Business Research (IJEER)
33	Zager M.	Costume gallery: Fine-tunes production with GCS'a2000	2009	Apparel
34	Yapa P.W.S.; Guah M.W.	Public-Sector Accounting and E-Governance in Developing Countries: Case of Sri Lanka	2012	Journal of Asia-Pacific Business
35	Batsakis G.; Theoharakis V.; Li C.; Konara P.	Internationalization and digitalization: Their differing role on grocer and non-grocer retailer performance	2023	Journal of Retailing
36	Baek U.; Lee S.-K.	Searching for comparative value in small and medium-sized alternative accommodation: A synthesis approach	2018	Journal of Asian Finance, Economics and Business
37	Runyan B.; Smith K.T.; Smith L.M.	Implications of Web assurance services on e-commerce	2008	Accounting Forum
38	Gupta S.; Abbas A.F.; Srivastava R.	Technology Acceptance Model (TAM): A Bibliometric Analysis from Inception	2022	Journal of Telecommunications and the Digital Economy
39	Lawrence E.; Lawrence J.; Culjak G.	Legal and technical issues management framework for peer-to-peer networks	2006	Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research
40	Swanson E.B.	How information systems came to rule the world: Reflections on the information systems field	2020	Information Society
41	De los Santos B.	Consumer search on the Internet	2018	International Journal of Industrial Organization
42	Di Angelo L.; Di Stefano P.	Parametric cost analysis for web-based e-commerce of layer manufactured objects	2010	International Journal of Production Research
43	Sutton S.G.; Reinking J.; Vicky A.	On the use of grounded theory as a basis for research on strategic and emerging technologies in accounting	2011	Journal of Emerging Technologies in Accounting
44	Schön C.	On the Optimal Product Line Selection Problem with Price Discrimination	2010	Management Science
45	Meghanadh B.; Aravalath L.; Joshi B.; Sathiamoorthy R.; Kumar M.	Imputation of Missing Values in the Fundamental Data: Using MICE Framework	2019	Journal of Quantitative Economics
46	Iyer K.N.S.	Demand chain collaboration and operational performance: Role of IT analytic capability and environmental uncertainty	2011	Journal of Business and Industrial Marketing
47	Mobaraki E.B.	An elaboration on the status of e-commerce in Iran considering its growth and challenges	2017	International Journal of Applied Business and Economic Research
48	Rezaee Z.; Lambert K.R.; Ken Harmon W.	Electronic commerce education: Analysis of existing courses	2006	Accounting Education
49	Arumugam T.; Hameed S.S.; Sanjeev M.A.	Buyer behaviour modelling of rural online purchase intention using logistic regression	2023	International Journal of Management and Enterprise Development
50	Godoe H.; Hansen T.B.	Technological regimes in m-commerce: Convergence as a barrier to diffusion and entrepreneurship?	2009	Telecommunications Policy
51	Dutta S.K.; Caplan D.H.; Marcinko D.J.	Growing pains at Groupon	2014	Issues in Accounting Education
52	Collins M.K.; Winrow B.	Porter's generic strategies as applied toward e-tailers post-Leegin	2010	Journal of Product and Brand Management
53	Kim J.J.; Song H.; Choi J.; Kim Y.; Hong J.	Channel stickiness in the shopping journey for electronics: Evidence from China and South Korea	2021	Journal of Business Research
54	El-Dalabeeh A.E.-R.K.	The impact of accounting information systems development on improving ecommerce in the Jordanian	2019	Academy of Accounting and Financial Studies

		public shareholding industrial companies		Journal
55	Bogdan A.M.; Popirlan C.	Dropshipping: Accounting and mathematical models	2016	Journal of Applied Economic Sciences
56	Sokullu S.	More Is Better, Or Not? An Empirical Analysis of Buyer Preferences for Variety on the E-Market	2023	Journal of Economic Behavior and Organization
57	Ezekiel K.; Vassilev V.; Ouazzane K.; Patel Y.	Adaptive business rules framework for workflow management	2019	Business Process Management Journal
58	Chatterjee P.	Framing online promotions: Shipping price inflation and deal value perceptions	2011	Journal of Product and Brand Management
59	Youssef M.A.	Management accounting change in an Egyptian organization: An institutional analysis	2013	Journal of Accounting and Organizational Change
60	Urueña-López A.; Pascual-Miguel F.; Iglesias-Pradas S.	Value, quality, purchasing habits and repurchase intention in B2C: Differences between frequent and occasional purchaser	2012	Direccion y Organizacion
61	Yu Z.; Bingjia S.	The effectiveness of mandatory customer participation on perceived co-creation and online post-recovery satisfaction	2022	Journal of Industrial Engineering and Engineering Management
62	Rushinek A.; Rushinek S.	Assessment automation software for accounting of domain name auctions, forensic audit appraisal, ANOVA of price and cost, ROI univariate and multivariate linear regression forecasting models	2011	International Journal of Managerial and Financial Accounting
63	Hsu P.-F.	Integrating ERP and e-business: Resource complementarity in business value creation	2013	Decision Support Systems
64	Chu H.; Liao S.	Buying while expecting to sell: The economic psychology of online resale	2010	Journal of Business Research
65	Zager M.	Equestrian collections: Riding strong	2007	Apparel
66	Abeysekera I.	Reputation building, website disclosure and the case of intellectual capital	2011	Studies in Managerial and Financial Accounting
67	Sijia C.; Zhenzhong G.	Return policy for online retailers in the presence of product value uncertainty and consumer anticipated regret	2022	Journal of Industrial Engineering and Engineering Management
68	Gupta S.; Kim H.-W.	Value-driven internet shopping: The mental accounting theory perspective	2010	Psychology and Marketing
69	Vana P.; Lambrecht A.; Bertini M.	Cashback Is Cash Forward: Delaying a Discount to Entice Future Spending	2018	Journal of Marketing Research
70	Erkmen E.; Turegun N.	Success model of online food delivery system: The role of brand image in customer responses	2022	Innovative Marketing
71	Jiang H.; Cao J.; Shen Z.-J.M.	Intertemporal Pricing via Nonparametric Estimation: Integrating Reference Effects and Consumer Heterogeneity	2023	Manufacturing and Service Operations Management
72	Doktoralina C.M.; Apollo	The contribution of strategic management accounting in supply chain outcomes and logistic firm profitability	2019	Uncertain Supply Chain Management
73	O'Connor N.G.; Martinsons M.G.	Management of information systems: Insights from accounting research	2006	Information and Management
74	Griffis S.E.; Rao S.; Goldsby T.J.; Niranjan T.T.	The customer consequences of returns in online retailing: An empirical analysis	2012	Journal of Operations Management
75	Efrim Boritz J.; No W.G.	E-commerce and privacy: Exploring what we know and opportunities for future discovery	2011	Journal of Information Systems
76	Peng B.; He C.	Does 'Internet+Sales' business model help managers improve earnings forecast quality?—Based on the data of e-commerce platforms	2021	China Journal of Accounting Studies
77	Kumar A.; Karnik N.; Agarwal V.	Usage Metering for Service-Oriented Grid Computing	2006	International Journal of E-Business Research (IJEER)
78	Morganti E.; Dablan L.; Fortin F.	Final deliveries for online shopping: The deployment of pickup point networks in urban and suburban areas	2014	Research in Transportation Business and Management
79	Bastani H.	Predicting with proxies: Transfer learning in high dimension	2021	Management Science
80	Yin P.-L.	Empirical tests of information aggregation	2007	International Journal of Industrial Organization
81	Amelinckx I.; Muylle S.; Lievens A.	Extending electronic sourcing theory: An exploratory study of electronic reverse auction outcomes	2008	Electronic Commerce Research and Applications

82	Vijayakumar V.; Sobhani A.	Performance optimisation of pick and transport robot in a picker to parts order picking system: a human-centric approach	2023	International Journal of Production Research
83	Bhatia L.; Jain B.	Card bases payment mode – an accounting perspective: a comparison between credit card and debit card payment systems in India	2013	International Journal of Managerial and Financial Accounting
84	Jurado E.B.; Uclés D.F.; Moral A.M.; Poyatos R.P.	Influencing Aspects For Online Sales: An Analysis Of 2nd-Degree Olive Cooperative Societies In Spain	2023	Journal of Competitiveness
85	Rabinovich E.; Knemeyer A.M.; Mayer C.M.	Why do Internet commerce firms incorporate logistics service providers in their distribution channels?. The role of transaction costs and network strength	2007	Journal of Operations Management
86	Dwirandra A.A.N.B.; Astika I.B.P.	Impact of Environmental Uncertainty, Trust and Information Technology on User Behavior of Accounting Information Systems	2020	Journal of Asian Finance, Economics and Business
87	Drayer J.; Frascella V.P.; Shapiro S.L.; Mahan J.E., III	Examining the relationship between legitimacy-building strategies and firm revenues	2014	European Sport Management Quarterly
88	Hamilton L.C.; Asundi R.	Technology usage and innovation: Its effect on the profitability of SMEs	2008	Management Research News
89	Nguyen D.H.; de Leeuw S.; Dullaert W.; Foubert B.P.J.	What Is the Right Delivery Option for You? Consumer Preferences for Delivery Attributes in Online Retailing	2019	Journal of Business Logistics
90	Serrano-Cinca C.; Fuertes-Callén Y.; Mar-Molinero C.	A structural model for sales in the e-retailing industry	2010	Journal of the Operational Research Society
91	Chou C.L.-y.; Du T.; Lai V.S.	Continuous auditing with a multi-agent system	2007	Decision Support Systems
92	Kulyk V.; Škodová Parmová D.	E-business development: The comparative study of the Czech Republic and the Ukraine	2017	DETUROPE
93	Al Abdallah G.M.; Abou-Moghli A.A.; Al-Thani A.H.	An examination of the e-commerce technology drivers in the real estate industry	2018	Problems and Perspectives in Management
94	Fisher R.; Chu S.Z.	Initial online trust formation: The role of company location and web assurance	2009	Managerial Auditing Journal
95	Ganguly A.; Joseph J.M.; Dutta S.; Dey K.	Exploring the Employer–Employee Relationship: A Management Versus Employee Perspective of the Vicissitudes in the Virtual Workplace	2022	Global Business Review
96	Salameh R.S.; AL Fatafta O.K.; Al Shawawreh T.B.	The Possibility of Applying the Tax accounting System and its Effectiveness on Electronic Commerce in Jordan	2021	Academy of Accounting and Financial Studies Journal
97	Vana P.; Lambrecht A.	The effect of individual online reviews on purchase likelihood	2021	Marketing Science
98	Chandra C.	The case for healthcare supply chain management: Insights from problem-solving approaches	2008	International Journal of Procurement Management
99	Yang M.-H.; Chen J.C.H.; Wu C.-H.; Chao H.-Y.	On characteristics influencing consumer's intention to use web-based self-service	2010	Human Systems Management
100	Sana'A N.M.	Recognition and measurement obstacles of the conceptual framework of financial accounting underlying E-commerce business	2016	Journal of Internet Banking and Commerce
101	Shaw M.	Mill managers see new products as potential bright spot on the horizon	2003	Pulp and Paper
102	Noronha C.; Vinten G.	Taxation of e-commerce in Hong Kong: Applying UK and US experience	2003	Managerial Auditing Journal
103	Ekström M.A.; Björnsson H.C.; Nass C.I.	Accounting for rater credibility when evaluating AEC subcontractors	2003	Construction Management and Economics
104	Glover J.C.; Ijiri Y.	"Revenue accounting" in the age of e-commerce: A framework for conceptual, analytical, and exchange rate considerations	2002	Journal of International Financial Management and Accounting
105	Gupta K.M.; Gunasekaran A.	Costing in new enterprise environment: A challenge for managerial accounting researchers and practitioners	2005	Managerial Auditing Journal
106	Zhao N.; Yen D.C.; Chang I.-C.	Auditing in the e-commerce era	2004	Information Management and Computer Security
107		Print MIS: Gaining momentum downstream	2005	HVP High Volume Printing
108	Alhashim D.D.; Weiss E.J.	Recent developments in accounting education and the future of the Aicpa 150-hour requirement	2004	International Journal of Commerce and

				Management
109	Baker C.R.	Enterprise Information Systems and B2B E-Commerce: The Significance of XML	2005	International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)
110	Howell B.	The rural-urban 'digital divide' in New Zealand: Fact or fable?	2001	Prometheus: Critical Studies in Innovation
111	James S.	The future international tax environment and European tax harmonization: a personal view	1999	European Accounting Review
112	Bradbard D.A.; Robbins D.K.; Riddle E.J.; Grigsby W.W.; Stuart E.W.	Business school curricular responses to the emergence of electronic commerce	2002	Journal of Internet Commerce
113	Geerts G.L.; McCarthy W.E.	An ontological analysis of the economic primitives of the extended-REA enterprise information architecture	2002	International Journal of Accounting Information Systems
114	Anon	2000 NPTA forecast of business prospects in paper	2000	HVP High Volume Printing
115		China's textile e-commerce gradually taking shape	2001	ATA Journal
116	Shaw Monica	ERP and e-procurement software assist strategic purchasing focus at Sonoco	2000	Pulp and Paper
117	Westland J.C.	Transaction risk in electronic commerce	2002	Decision Support Systems
118	Galbraith C.S.; Merrill G.B.	IPO performance in business to business "B2B" E-commerce firms: Effects of strategy and industry	2001	Managerial Finance
119	Dugan M.W.	Measuring quality in the department of defense	2002	Quality Progress
120	Strader T.J.; Shaw M.J.	Characteristics of electronic markets	1997	Decision Support Systems
121	Lin F.; Sheng O.R.L.; Wu S.	An integrated framework for eChain bank accounting systems	2005	Industrial Management and Data Systems
122	Greenstein M.; McKee T.E.	Assurance practitioners' and educators' self-perceived IT knowledge level: An empirical assessment	2004	International Journal of Accounting Information Systems
123	Ragothaman S.; Davies T.; Dykstra D.	Legal aspects of electronic commerce and their implications for the accounting profession	2000	Human Systems Management
124	Welsh C.; Kyj L.S.; Nouri H.	First Delta bank	2002	Journal of Accounting Education
125	Rajgopal S.; Venkatachalam M.; Kotha S.	Managerial actions, stock returns, and earnings: The case of business-to-business Internet firms	2002	Journal of Accounting Research
126	O'Donnell E.; David J.S.	How information systems influence user decisions: A research framework and literature review	2000	International Journal of Accounting Information Systems
127	Pathak J.	A conceptual risk framework for internal auditing in e-commerce	2004	Managerial Auditing Journal
128	Chaston I.; Mangles T.	E-commerce and small UK accounting firms: Influence of marketing style and orientation	2001	Service Industries Journal
129	Vasarhelyi M.; Greenstein M.	Underlying principles of the electronization of business: A research agenda	2003	International Journal of Accounting Information Systems
130	Golotto J.C.; Kim S.	Market valuation of dot com companies; R&D versus hype	2003	Managerial Finance
131	Gangolly J.; Wu Y.-F.	On the automatic classification of accounting concepts: Preliminary results of the statistical analysis of term-document frequencies	2000	New Review of Applied Expert Systems and Emerging Technologies
132	Rezaee Z.; Elam R.; Sharbatoghlie A.	Continuous auditing: The audit of the future	2001	Managerial Auditing Journal
133	Clemons E.K.; Hann I.-H.; Hitt L.M.	Price dispersion and differentiation in online travel: An empirical investigation	2002	Management Science
134	Medlin B.D.	Skills crucial to the information technology professionals in the global business environment: an empirical study in the United States	2004	International Journal of Human Resources Development and Management
135	Jamal K.; Maier M.; Sunder S.	Privacy in e-commerce: Development of reporting standards, disclosure, and assurance services in an unregulated market	2003	Journal of Accounting Research

Source: scopus.com, 2024

Setelah dilakukan proses screening pada Tabel 4, dapat terlihat bahwa dari total 135 penelitian publikasi scopus, terdapat 28 variabel independen yang menjelaskan topik e-commerce.

Pembahasan

Penelitian yang dilakukan oleh Adamopoulos et al (2021) menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik dari penerapan teknologi IoT dan nilai bisnis terhadap nilai merk. Lee (2021) berpendapat e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis konsultasi manajemen. Penelitian Trąpczyński & Kawa (2023) menemukan temuan bahwa penggunaan teknologi internet memiliki hubungan positif dengan kemampuan perusahaan. Bapna et al. (2008) menemukan bahwa peringkat penjual yang lebih tinggi secara positif dapat memengaruhi dinamika harga, akan tetapi efeknya lebih lemah pada lelang. Selanjutnya menurut Khouja et al. (2010) pemilihan saluran dan penetapan harga dari produsen berpengaruh terhadap penjualan e-Commerce. Menurut Celuch et al. (2014), internet terbukti bermanfaat dan memiliki efek positif yang kuat terhadap niat pemilik/manajer untuk meningkatkan pemasaran menggunakan internet.

Gupta et al. (2012) melalui penelitiannya menyatakan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh yang lebih kuat pada keputusan pembelian online pada pelanggan tetap dibandingkan dengan pelanggan potensial. Faktor penentu yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu membeli online secara langsung dan tidak langsung adalah berdasarkan persepsi nilai (Gupta dan Kim, 2010). Hsu (2013) berpendapat bahwa ERP dan teknologi e-bisnis secara independen menunjukkan efek positif pada nilai bisnis penggunaannya. Menurut Iyer (2011) kemampuan analitik TI berhubungan positif dengan kolaborasi dan turbulensi pasar. Temuan ini semakin mendukung hubungan antara kolaborasi dan kinerja operasional yang lebih baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Erkmen dan Turegun (2022) terdapat pengaruh positif yang signifikan dari citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk menggunakan. Citra merek dapat dimasukkan ke dalam model kesuksesan e-commerce sebagai variabel baru karena peran mediasi parsialnya dan efek yang signifikan terhadap tanggapan pelanggan. Informasi harga menunjukkan konvergensi agregasi informasi (Yin, 2007). Doktoralina dan Apollo (2019) berpendapat bahwa praktik akuntansi manajemen strategis memiliki hubungan positif yang signifikan dengan rantai pasokan yang juga berdampak positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan logistik. Griffis et al. (2012) menyatakan bahwa proses manajemen pengembalian barang dapat secara signifikan dan positif mempengaruhi perilaku pembelian ulang dengan menggunakan e-commerce.

Penelitian yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2019) menyatakan bahwa waktu dan kenyamanan mempengaruhi preferensi konsumen untuk opsi pengiriman online. Menurut Al-Abdallah et al. (2018) persepsi kegunaan memiliki pengaruh langsung positif terhadap adopsi e-commerce, selain itu persepsi kemudahan penggunaan, penyesuaian, dan faktor instrumental kognitif memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap adopsi e-commerce. Fisher dan Chu (2009) menyatakan bahwa segel jaminan web memiliki pengaruh yang kecil terhadap kepercayaan. Berdasarkan Salameh et al. (2021) penerapan sistem akuntansi pajak memiliki hubungan positif pada e-commerce di Yordania. Sedangkan Vana dan Lambrecht (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa ulasan individu memiliki efek yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce setelah memperhitungkan peringkat produk. Menurut Yang et al. (2010) karakteristik kontrol mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan web. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan fleksibilitas dalam proses penyampaian layanan sehingga konsumen dapat meningkatkan niat untuk mengadopsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Jumlah publikasi meningkat signifikan sejak tahun 1990 dibandingkan tahun sebelumnya, namun terdapat penurunan di tahun 2015 kemudian meningkat kembali di tahun 2019. Meskipun laju pertumbuhannya cenderung berfluktuasi, namun tetap meningkat secara konsisten. Yonsei University dan Michigan University adalah institusi paling produktif dan Gupta.S adalah penulis paling produktif dalam topik penelitian e-commerce. Negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, dan India mendominasi publikasi di bidang ini. Hal ini menandakan kontribusi negara-negara tersebut dalam menghasilkan penelitian yang membentuk arah pengembangan e-commerce dalam akuntansi. Namun, rendahnya publikasi dari negara berkembang menunjukkan perlunya upaya lebih besar untuk mendorong kolaborasi penelitian internasional. Dengan adanya pembahasan dari 135 penelitian tersebut maka penelitian mengenai e-commerce memiliki banyak peluang untuk diteliti.

Jurnal Decision Support Systems merupakan jurnal teratas yang mempublikasikan topik penelitian e-commerce. Selain itu, peta kemajuan publikasi berdasarkan *co-occurrence* terdiri dari 3 kluster. Topik penelitian saat ini meliputi: *mental accounting, purchase intension, adoption dan behaviour*. Sintesis hasil analisis bibliometrik dan konten menunjukkan masih sedikitnya penelitian e-commerce di Scopus dan perlunya penelitian terbaru mengenai e-commerce di bidang akuntansi di negara-negara berkembang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan data dari Scopus dan kata kunci tertentu, sehingga mungkin belum mencakup semua literatur yang relevan. Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk memperluas pencarian dengan menggunakan database tambahan seperti Web of Science atau Google Scholar. Selain itu, memperluas cakupan kata kunci dapat memberikan gambaran yang lebih holistik tentang tren penelitian e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansah, M. N., Chariri, A., & Raharja, S. (2021). Does E-Commerce Impact on Accounting Information System and Organizations Performance? 476–481. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210615.090>
- Bawack, R. E., Wamba, S. F., Carillo, K. D. A., & Akter, S. (2022). Artificial intelligence in E-Commerce: A bibliometric study and literature review. *Electronic Markets*, 32(1), 297–338. Scopus. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00537-z>.
- Börner, K., Chen, C., & Boyack, K. W. (2005). Visualizing knowledge domains. *Annual Review of Information Science and Technology*, 37(1), 179–255. <https://doi.org/10.1002/aris.1440370106>
- Boyack, K. W., Klavans, R., & Börner, K. (2005). Mapping the backbone of science. *Scientometrics*, 64(3), 351–374. <https://doi.org/10.1007/s11192-005-0255-6>
- Godin, B. (2006). On the origins of bibliometrics. *Scientometrics*, 68(1), 109–133. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0086-0>.
- Goodrum, A., McCain, K. W., Lawrence, S., & Giles, C. L. (2001). Scholarly Publishing in the Internet Age: A Citation Analysis of Computer Science Literature. *Information Processing & Management*. [https://doi.org/10.1016/s0306-4573\(00\)00047-9](https://doi.org/10.1016/s0306-4573(00)00047-9).
- Guillén-Pujadas, M., Alaminos, D., Vizuete-Luciano, E., Argila-Irurita, A. M., & Solé-Moro, M. L. (2023). Digital Marketing and E-Commerce a Bibliometric Analysis. 253–269. Scopus. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31836-8_26.
- Hertati, L. (2021). The Role Of E-Commerce Era Covid-19 in The Revolution of The Accounting Information Systems. *Jambura Science of Management*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.37479/jsm.v3i2.9765>.
- Joseph, O., Tulung, J. E., & Wangke, S. (2020). Impact of Social Media Marketing

- Towards Business Performance of Msmes in Manado During Covid-19 Pandemic Dampak Pemasaran Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Manado Di Masa Pandemi Covid-19. 596 Jurnal EMBA, 8(4), 596–605.
- Krithika, P., Vasantha, S., & Kiruba, A. S. (2023). Emerging Patterns of E-Commerce Apparel Attributes: A Bibliometric Analysis. *Quality - Access to Success*, 24(194), 409–418. Scopus. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.46>
- Ledesma, F., & González, B. E. M. (2022). Patrones de comunicación científica sobre E-commerce: Un estudio bibliométrico en la base de datos Scopus. *Región Científica*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.58763/rc202214>.
- Maia, S. C., De Benedicto, G. C., Do Prado, J. W., Robb, D. A., De Almeida Bispo, O. N., & De Brito, M. J. (2019). Mapping the literature on credit unions: A bibliometric investigation grounded in Scopus and Web of Science. *Scientometrics*, 120(3), 929–960. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03165-1>.
- Majdah Zawawi1 and Noriah Ramli. (2016). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah “Integritas,”* Vol.2no.(May), 31–48. *Jurnal Ilmiah “Integritas,”* Vol.2 No.(May), 31–48.
- Mandag, H. R. (2023). The Role of Digital Accounting And Quality of Accounting Information on Trust in E-Commerce Companies. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ky7rh>
- Mumu, J. R., Saona, P., Mamun, M. A. A., & Azad, M. A. K. (2022). Is Trust Gender Biased? A Bibliometric Review of Trust in E-Commerce. *Journal of Internet Commerce*, 21(2), 217–245. Scopus. <https://doi.org/10.1080/15332861.2021.1927437>.
- Nanda, A. Y. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif bagi Pengguna E-Commerce (Vol. 1).
- Price, D. J. de S. (1965). Networks of Scientific Papers. *Science*, 149(3683), 510–515. <https://doi.org/10.1126/science.149.3683.510>
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1570009750342049664>
- Raisig, L. M. (1962). Statistical Bibliography in the Health Sciences. *Bulletin of the Medical Library Association*, 50(3), 450–461. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC197860/>
- Resciniti, R., Matarazzo, M., & De Vanna, F. (2020). Special Session: A Bibliometric Review on the Role of E-Commerce for Firms’ International Growth: An Abstract. *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 181–182. Scopus. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42545-6_49
- Shi, W. (2021). Research on the influence of accounting computerization and networking on E-commerce. *EURASIP Journal on Wireless Communications and Networking*, 2021(1), 148. <https://doi.org/10.1186/s13638-021-02024-z>
- Small, H., & Sweeney, E. (1985). Clustering the science citation index® using co-citations. *Scientometrics*, 7(3), 391–409. <https://doi.org/10.1007/BF02017157>.
- Uddin, S., Hossain, L., Abbasi, A., & Rasmussen, K. J. (2011). Trend and Efficiency Analysis of Co-Authorship Network. *Scientometrics*. <https://doi.org/10.1007/s11192-011-0511-x>
- Vanti, N. A. P. (2002). Da bibliometria à webometria: Uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. *Ciência da Informação*, 31, 369–379. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652002000200016>
- Wulfert, T., & Karger, E. (2022). A bibliometric analysis of platform research in e-commerce: Past, present, and future research agenda. *Corporate Ownership and Control*, 20(1), 185. <https://virtusinterpress.org/A-bibliometric-analysis-of->

- platform-research-in-e-commerce-Past-present-and-future-research-agenda.html
- Yeung, A. W. K., Goto, T. K., & Leung, W. K. (2017). The Changing Landscape of Neuroscience Research, 2006–2015: A Bibliometric Study. *Frontiers in Neuroscience*, 11. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnins.2017.00120>
- Yoo, B., & Jang, M. (2019). A bibliographic survey of business models, service relationships, and technology in electronic commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 100818. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.11.005>
- Youngblood, M., & Lahti, D. (2018). A bibliometric analysis of the interdisciplinary field of cultural evolution. *Palgrave Communications*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0175-8>.
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merk Dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Layanan*. Academia Publication.
- Zhang, Y. (2023). Compilation of China's e-commerce social accounting matrix. *Second International Conference on Statistics, Applied Mathematics, and Computing Science (CSAMCS 2022)*, 12597, 939-945. <https://doi.org/10.1117/12.2672326>.