

Analisis Bibliometrik tentang Social Commerce

Loso Judijanto

IPOSS Jakarta, Indonesia dan losojudijantobumn@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan struktur intelektual, tren penelitian, dan evolusi tematik dalam penelitian perdagangan sosial melalui analisis bibliometrik komprehensif terhadap publikasi yang terindeks di Scopus. Dengan menggunakan teknik bibliometrik kuantitatif, termasuk analisis kinerja dan pemetaan ilmu pengetahuan, penelitian ini menganalisis pertumbuhan publikasi, penulis berpengaruh, negara-negara terdepan, serta tema-tema penelitian utama. Visualisasi dilakukan menggunakan VOSviewer untuk mengeksplorasi jaringan kolaborasi penulis, kolaborasi antar negara, kemunculan bersama kata kunci, tren tumpang tindih, dan pola kepadatan. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam penelitian perdagangan sosial, terutama setelah perluasan platform media sosial. Tema inti meliputi kepercayaan, keterlibatan konsumen, interaksi media sosial, dan niat beli, sementara topik yang muncul seperti keberlanjutan dan pembelajaran mesin menunjukkan pergeseran ke arah penelitian interdisipliner dan berbasis teknologi. Temuan ini juga mengungkapkan bahwa kontribusi penelitian didominasi oleh negara-negara seperti Tiongkok dan Amerika Serikat, dengan kolaborasi global yang semakin meningkat. Studi ini memberikan kontribusi dengan menyajikan gambaran terstruktur tentang bidang ini, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan menawarkan arahan untuk penelitian di masa depan.

Kata Kunci: *Perdagangan Sosial, Analisis Bibliometrik, Scopus, VOSviewer, Pemasaran Digital*

ABSTRACT

This study aims to map the intellectual structure, research trends, and thematic evolution of social commerce research through a comprehensive bibliometric analysis of publications indexed in the Scopus. Using quantitative bibliometric techniques, including performance analysis and science mapping, the study analyzes publication growth, influential authors, leading countries, and key research themes. Visualization was conducted using VOSviewer to explore co-authorship networks, country collaborations, keyword co-occurrence, overlay trends, and density patterns. The results show a significant increase in social commerce research, particularly after the expansion of social media platforms. Core themes include trust, consumer engagement, social media interaction, and purchase intention, while emerging topics such as sustainability and machine learning indicate a shift toward interdisciplinary and technology-driven research. The findings also reveal that research contributions are dominated by countries such as China and the United States, with increasing global collaboration. This study contributes by providing a structured overview of the field, identifying research gaps, and offering directions for future research.

Keywords: *Social Commerce, Bibliometric Analysis, Scopus, VOSviewer, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan pesat teknologi digital dan meluasnya penggunaan platform media sosial telah secara signifikan mengubah lanskap perdagangan elektronik. Munculnya perdagangan sosial (social commerce) menandai konvergensi antara e-commerce tradisional dan jejaring sosial, di mana transaksi daring difasilitasi melalui interaksi sosial, konten yang dibuat pengguna, dan keterlibatan komunitas (Biason, 2020; Talreja et al., 2024). Berbeda dengan e-commerce konvensional yang terutama berfokus pada efisiensi transaksi, perdagangan sosial lebih menekankan pada pembentukan kepercayaan, pengaruh sesama pengguna, dan komunikasi interaktif di antara pengguna (Mandasari & Pratama, 2020; Navisha et al., 2023). Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok telah menjadi ekosistem sentral di mana

konsumen tidak hanya menemukan produk, tetapi juga berbagi pengalaman, ulasan, dan rekomendasi, sehingga membentuk keputusan pembelian dalam lingkungan yang lebih tertanam secara sosial (Andon & Annuar, 2023; Navisha et al., 2023).

Pentingnya perdagangan sosial yang semakin meningkat semakin diperkuat oleh perubahan perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi muda yang tumbuh dengan teknologi digital dan sangat bergantung pada validasi sosial serta komunitas daring (Gao et al., 2024; Lin, 2015). Integrasi fitur-fitur seperti siaran langsung, pemasaran influencer, dan pembelian dalam aplikasi yang mulus telah memungkinkan bisnis untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan imersif. Akibatnya, perdagangan sosial telah berkembang menjadi bidang yang dinamis dan multidimensi yang bersinggungan dengan berbagai disiplin ilmu, termasuk pemasaran, sistem informasi, perilaku konsumen, dan analitik data. Transformasi ini telah menarik perhatian akademis yang semakin besar, yang menyebabkan peningkatan substansial dalam publikasi akademis yang mengeksplorasi berbagai aspek perdagangan sosial (Bala & Verma, 2018; Muharam et al., 2024).

Meskipun jumlah literatur terus bertambah, lanskap penelitian perdagangan sosial tetap terfragmentasi, dengan studi tersebar di berbagai disiplin ilmu dan jurnal. Penelitian yang ada telah meneliti topik-topik beragam seperti pembentukan kepercayaan, keterlibatan konsumen, risiko yang dirasakan, adopsi teknologi, dan peran pengaruh sosial. Namun, masih terdapat kekurangan tinjauan komprehensif dan sistematis yang mengintegrasikan temuan-temuan ini ke dalam struktur intelektual yang koheren. Secara khusus, studi sebelumnya sering kali berfokus pada tema tertentu atau menggunakan pendekatan tinjauan pustaka tradisional, yang mungkin tidak sepenuhnya menangkap luasnya, evolusi, dan keterkaitan penelitian dalam bidang tersebut.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, analisis bibliometrik telah muncul sebagai pendekatan metodologis yang kuat untuk memetakan pengetahuan ilmiah dan mengidentifikasi tren penelitian. Dengan memanfaatkan data bibliografi berskala besar dari basis data seperti Scopus, para peneliti dapat secara sistematis menganalisis pola publikasi, struktur kutipan, dan jaringan kolaboratif. Alat seperti VOSviewer semakin memperkuat analisis ini dengan memungkinkan visualisasi hubungan di antara penulis, kata kunci, dan tema penelitian. Melalui teknik-teknik ini, studi bibliometrik memberikan wawasan berharga mengenai perkembangan, struktur, dan arah masa depan suatu bidang penelitian.

Mengingat relevansi perdagangan sosial yang semakin meningkat dan kebutuhan akan pemahaman holistik terhadap lintasan penelitiannya, studi ini bertujuan untuk melakukan analisis bibliometrik komprehensif terhadap literatur perdagangan sosial yang terindeks di Scopus. Secara spesifik, tujuan studi ini terdiri dari tiga hal: (1) mengkaji pertumbuhan dan distribusi publikasi dari waktu ke waktu, (2) mengidentifikasi penulis, jurnal, dan negara paling berpengaruh yang berkontribusi pada bidang ini, serta (3) memetakan struktur intelektual dan evolusi tematik penelitian perdagangan sosial melalui analisis ko-kemunculan kata kunci dan analisis jaringan. Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, penelitian ini berupaya berkontribusi pada bidang teoretis dan praktis, menawarkan landasan terstruktur untuk penelitian di masa depan serta wawasan strategis bagi praktisi yang beroperasi di lingkungan perdagangan digital.

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara studi-studi yang terfragmentasi dan memberikan gambaran komprehensif tentang perdagangan sosial sebagai bidang penyelidikan yang terus berkembang. Penelitian ini tidak hanya menyoroti tren utama dan tema-tema dominan, tetapi juga mengungkap bidang-bidang baru yang memerlukan

penyelidikan lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini mendukung kemajuan pengetahuan dan mendorong penelitian yang lebih terintegrasi, interdisipliner, dan berorientasi ke depan di bidang perdagangan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik kuantitatif untuk menganalisis secara sistematis perkembangan penelitian di bidang perdagangan sosial. Analisis bibliometrik secara luas diakui sebagai metode yang ketat untuk mengevaluasi hasil ilmiah, mengidentifikasi tren penelitian, dan memetakan struktur intelektual suatu bidang tertentu (Fenerich et al., 2023; Xie & Lau, 2023). Data untuk penelitian ini diperoleh dari basis data Scopus, yang dianggap sebagai salah satu sumber publikasi akademis yang telah melalui tinjauan sejawat (peer-reviewed) yang paling komprehensif dan andal. Proses pengumpulan data melibatkan penggunaan kata kunci spesifik seperti “perdagangan sosial,” “belanja sosial,” dan istilah terkait yang diterapkan pada judul, abstrak, dan kata kunci. Untuk memastikan relevansi dan kualitas data, hanya artikel jurnal, makalah konferensi, dan makalah tinjauan yang diterbitkan dalam bahasa Inggris yang dimasukkan, sementara duplikat dan catatan yang tidak relevan disingkirkan melalui proses penyaringan.

Setelah pengumpulan data, penelitian ini menggunakan dua teknik bibliometrik utama: analisis kinerja dan pemetaan ilmu pengetahuan. Analisis kinerja digunakan untuk mengevaluasi produktivitas dan dampak publikasi, penulis, jurnal, dan negara berdasarkan indikator seperti jumlah publikasi, sitasi, dan nilai h-index. Sementara itu, pemetaan ilmu pengetahuan dimanfaatkan untuk mengeksplorasi hubungan dan pola dalam dataset, termasuk jaringan kolaborasi penulis, analisis sitasi bersama, dan kemunculan bersama kata kunci. Teknik-teknik ini memungkinkan identifikasi tema penelitian dominan, struktur kolaborasi, dan evolusi pengetahuan dalam bidang perdagangan sosial. Analisis ini juga mempertimbangkan tren temporal untuk mengkaji bagaimana fokus penelitian telah bergeser seiring waktu.

Untuk mendukung visualisasi dan analisis jaringan, studi ini menggunakan VOSviewer, yang memungkinkan representasi grafis dari jaringan bibliometrik. VOSviewer sangat efektif dalam memvisualisasikan kluster item terkait, seperti kata kunci yang sering muncul bersamaan atau kelompok penulis kolaboratif, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai struktur intelektual bidang tersebut (Chawla & Goyal, 2022; Rafiq et al., 2023). Perangkat lunak ini menghasilkan peta berdasarkan ukuran kesamaan, di mana simpul mewakili item (misalnya, penulis atau kata kunci) dan tautan menunjukkan hubungan di antara mereka. Visualisasi yang dihasilkan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi kluster penelitian utama, topik yang muncul, dan arah potensial di masa depan, memastikan bahwa temuan tersebut komprehensif dan kuat secara analitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Author Collaboration Analysis

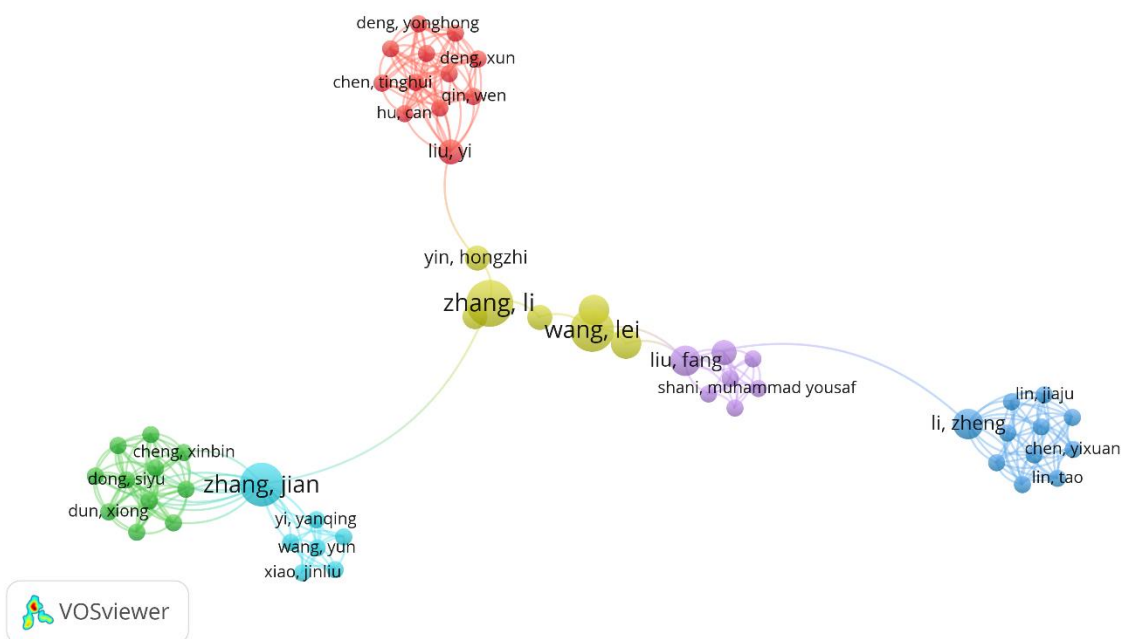


Figure 1. Author Visualization

Source: Data Analysis

Gambar 1 menyajikan visualisasi jaringan kolaborasi penulis yang dihasilkan menggunakan VOSviewer, yang menggambarkan struktur kolaborasi di antara para penulis dalam penelitian perdagangan sosial. Peta tersebut memperlihatkan beberapa kelompok yang berbeda, masing-masing mewakili kelompok peneliti yang sering berkolaborasi dalam sub-tema tertentu di bidang ini. Para penulis terkemuka seperti Zhang Jian, Wang Lei, dan Li Zheng muncul sebagai simpul pusat dalam kelompok masing-masing, yang menunjukkan pengaruh signifikan dan ikatan kolaboratif yang kuat. Hubungan antar-kluster, meskipun ada, relatif terbatas, menunjukkan bahwa meskipun ada kolaborasi aktif di dalam kelompok, interaksi lintas kluster tetap kurang intensif. Pola ini menyoroti tingkat fragmentasi dalam lanskap penelitian, di mana pengembangan pengetahuan cenderung terjadi di dalam komunitas-komunitas khusus. Namun demikian, keberadaan simpul penghubung yang menghubungkan kluster-kluster tersebut menunjukkan munculnya kolaborasi interdisipliner, yang sangat penting untuk memajukan pemahaman yang lebih terintegrasi dan komprehensif tentang penelitian perdagangan sosial.

B. Country Contribution Analysis

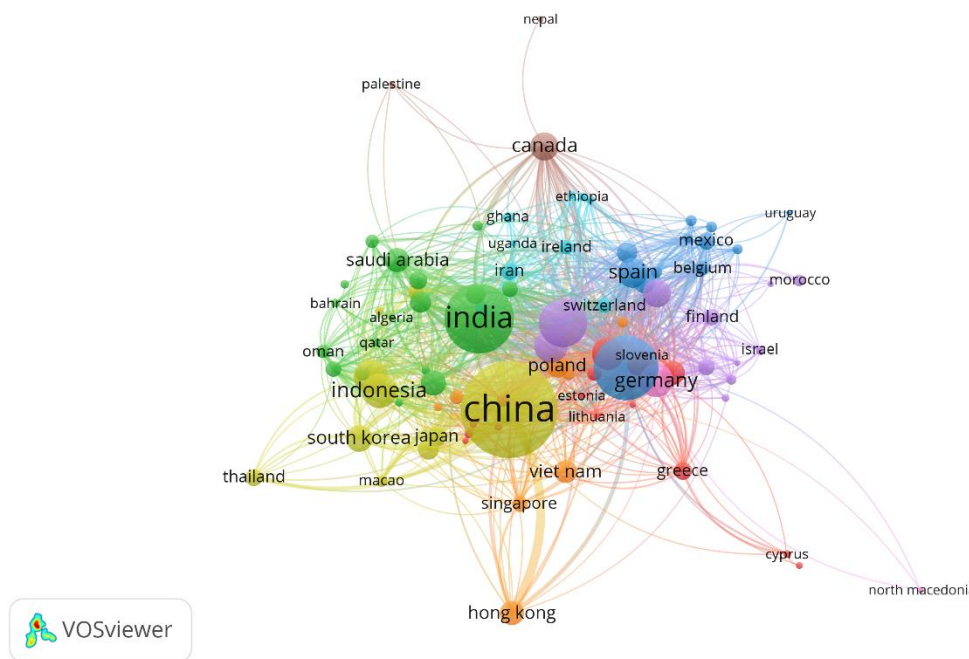


Figure 2. Country Visualization

Source: Data Analysis

Gambar 2 menggambarkan jaringan kolaborasi antarnegara dalam penelitian perdagangan sosial, yang divisualisasikan menggunakan VOSviewer. Peta tersebut menyoroti bahwa Tiongkok muncul sebagai kontributor yang paling dominan dan sentral, yang ditandai dengan ukuran simpul yang besar dan koneksi yang luas dengan berbagai negara. Negara-negara berpengaruh lainnya seperti India, Jerman, Spanyol, dan Indonesia juga menunjukkan aktivitas penelitian dan intensitas kolaborasi yang signifikan di dalam klaster masing-masing. Struktur jaringan tersebut memperlihatkan pengelompokan regional yang kuat, di mana negara-negara Asia cenderung berkumpul bersama, sementara negara-negara Eropa membentuk kelompok terhubung lainnya. Selain itu, negara-negara seperti Kanada bertindak sebagai simpul penghubung yang menghubungkan berbagai wilayah, memfasilitasi kolaborasi penelitian internasional. Interkoneksi yang padat di antara negara-negara menunjukkan bahwa penelitian perdagangan sosial sangat terglobalisasi, dengan meningkatnya kerja sama lintas batas yang berkontribusi pada pertukaran pengetahuan dan pengembangan perspektif penelitian yang lebih beragam.

C. Citation Analysis: Influential Publications

Tabel 1. Literatur yang Paling Berpengaruh

Referensi	Penulis dan Tahun	Judul
6842	Porter, M.E.,Kramer, M.R. (2006)	Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility
4776	Nicola, M.,Alsafi, Z.,Sohrabi, C.,... Agha, M.,Agha, R. (2020)	The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review
4487	Sarker, I.H. (2021)	Machine Learning: Algorithms, Real-World Applications and Research Directions

Gambar 3 menyajikan visualisasi jaringan kata kunci yang dihasilkan menggunakan VOSviewer, yang menggambarkan struktur konseptual penelitian perdagangan sosial. Peta tersebut memperlihatkan beberapa kelompok yang saling terhubung, dengan “perdagangan” ditempatkan sebagai simpul pusat, yang menunjukkan perannya sebagai tema inti yang menghubungkan berbagai bidang penelitian. Kelompok berwarna merah menyoroti topik-topik yang berkaitan dengan dampak ekonomi dan sosial, termasuk keberlanjutan, investasi, dan implikasi kebijakan, yang mengindikasikan meningkatnya keprihatinan terhadap dampak sosial yang lebih luas dari aktivitas perdagangan. Sementara itu, kluster hijau berfokus pada perdagangan elektronik, pemasaran, media sosial, dan perilaku pembelian, yang mencerminkan arah utama studi perdagangan sosial. Kluster biru menekankan dimensi teknologi seperti pembelajaran mesin, pembelajaran mendalam, dan sistem pengambilan keputusan, yang menunjukkan integrasi analitik canggih yang semakin meningkat di bidang ini. Selain itu, kluster kuning menghubungkan aspek ketenagakerjaan dan sosial, yang menunjukkan relevansi dinamika tenaga kerja dan masyarakat. Secara keseluruhan, hubungan yang erat antar kluster menunjukkan bahwa penelitian perdagangan sosial bersifat sangat interdisipliner, berkembang melalui integrasi perspektif ekonomi, teknologi, dan sosial.

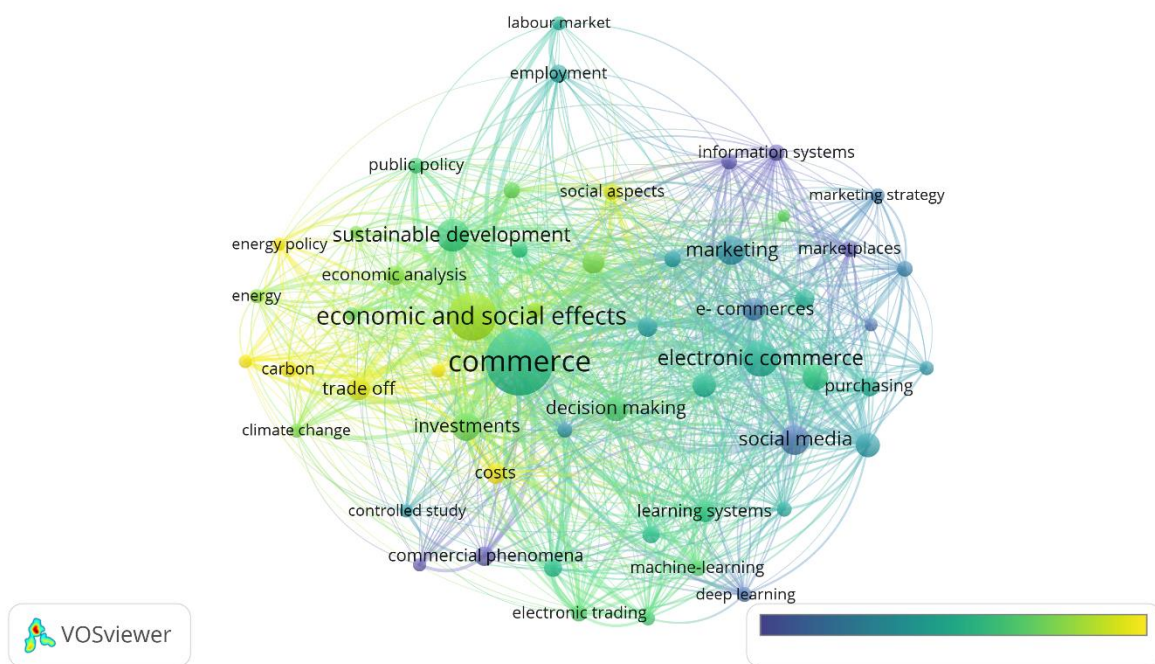


Figure 4. Overlay Visualization

Source: Data Analysis

Gambar 4 menyajikan visualisasi overlay yang dihasilkan menggunakan VOSviewer, yang menggambarkan perkembangan tematik penelitian dalam bidang perdagangan sosial dari waktu ke waktu. Gradasi warna, mulai dari biru tua (penelitian awal) hingga kuning (penelitian terbaru), menunjukkan bagaimana topik-topik penelitian telah berkembang seiring waktu. Penelitian awal didominasi oleh tema-tema seperti sistem informasi, strategi pemasaran, dan perdagangan elektronik, yang mencerminkan fokus dasar pada adopsi teknologi dan mekanisme transaksi daring. Seiring berkembangnya bidang ini, studi-studi yang lebih baru (ditandai dengan warna hijau hingga

kuning) semakin menekankan topik-topik seperti pembangunan berkelanjutan, dampak ekonomi dan sosial, kebijakan energi, serta perubahan iklim, yang menunjukkan pergeseran ke arah perhatian yang lebih luas terhadap masalah sosial dan keberlanjutan dalam perdagangan sosial. Selain itu, munculnya kata kunci yang terkait dengan pembelajaran mesin dan analitik lanjutan menunjukkan integrasi yang semakin meningkat dari pendekatan berbasis data. Secara keseluruhan, visualisasi ini menunjukkan bahwa penelitian perdagangan sosial sedang bertransisi dari perspektif yang berpusat pada teknologi ke fokus yang lebih holistik dan interdisipliner yang menggabungkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

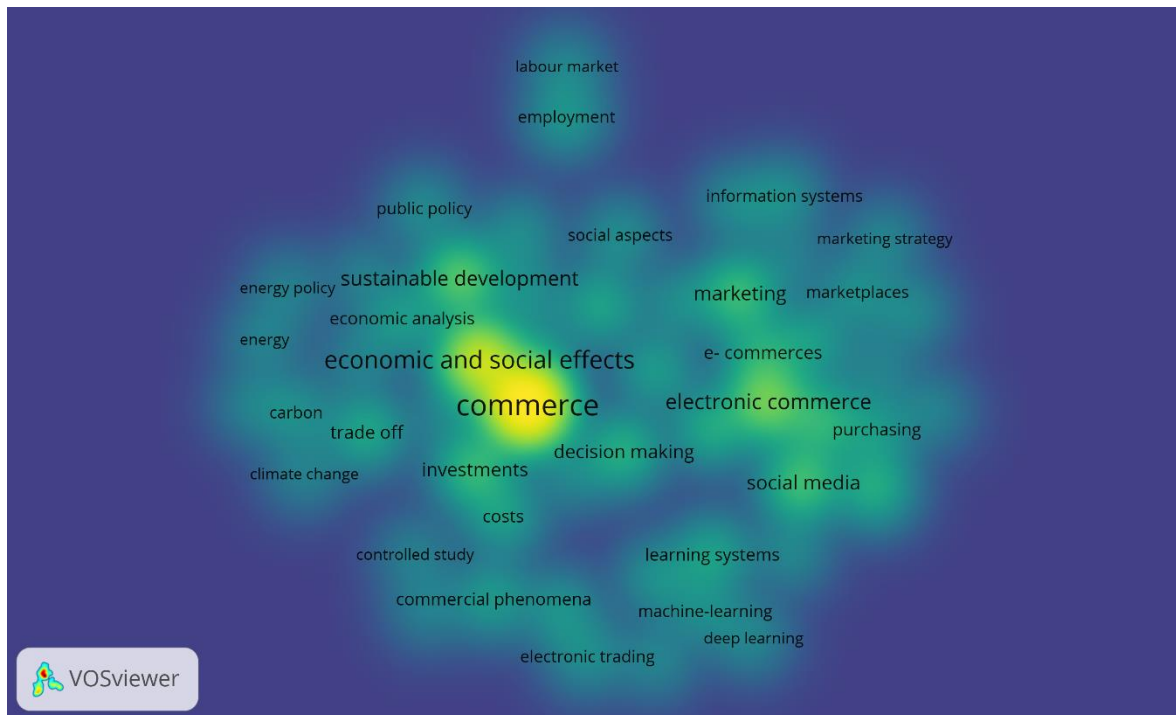


Figure 5. Density Visualization

Source: Data Analysis

Gambar 5 menyajikan visualisasi kepadatan yang dihasilkan menggunakan VOSviewer, yang menyoroti konsentrasi dan intensitas topik penelitian dalam bidang perdagangan sosial. Area dengan warna yang lebih cerah (kuning hingga hijau) menunjukkan kepadatan penelitian yang lebih tinggi, dengan “perdagangan” muncul sebagai tema yang paling menonjol dan sentral, dikelilingi oleh topik-topik yang terkait erat seperti perdagangan elektronik, pemasaran, media sosial, dan pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa area-area tersebut telah menerima perhatian akademis terbesar dan membentuk fondasi inti dari bidang ini. Sementara itu, area dengan kepadatan sedang mencakup tema seperti dampak ekonomi dan sosial, pembangunan berkelanjutan, dan investasi, yang mencerminkan minat yang semakin meningkat terhadap dampak yang lebih luas dari aktivitas perdagangan. Sebaliknya, wilayah yang lebih gelap (nuansa biru) mewakili topik yang kurang dieksplorasi seperti pembelajaran mesin, pembelajaran mendalam, dan perdagangan elektronik, yang menandakan peluang penelitian yang sedang berkembang. Secara keseluruhan, visualisasi ini menunjukkan bahwa meskipun penelitian perdagangan sosial sangat terkonsentrasi pada aspek transaksional dan pemasaran inti, terdapat diversifikasi yang semakin meningkat menuju inovasi teknologi dan isu-isu terkait keberlanjutan.

Pembahasan

Temuan studi ini menunjukkan bahwa perdagangan sosial telah berkembang menjadi bidang penelitian yang matang dan berkembang pesat, yang ditandai dengan integrasi interdisipliner yang kuat. Pertumbuhan konsisten dalam jumlah publikasi mencerminkan meningkatnya minat akademis yang didorong oleh adopsi luas platform digital seperti Facebook dan TikTok, yang telah mengubah cara konsumen berinteraksi, berbagi informasi, dan membuat keputusan pembelian. Dominasi tema-tema seperti kepercayaan, keterlibatan, dan niat beli menunjukkan bahwa penelitian perdagangan sosial berakar kuat pada pemahaman perilaku konsumen dalam lingkungan yang terhubung secara sosial. Pada saat yang sama, kehadiran teori-teori dasar dari e-commerce, sistem informasi, dan psikologi sosial menyoroti kekayaan teoretis bidang ini (Apostolov & Coco, 2021; Tolstoy et al., 2022).

Dari perspektif struktural, analisis kolaborasi penulis dan negara menunjukkan bahwa produksi pengetahuan dalam perdagangan sosial terkonsentrasi di antara sejumlah akademisi berpengaruh dan wilayah tertentu, terutama Tiongkok dan Amerika Serikat. Meskipun konsentrasi ini telah berkontribusi pada perkembangan pesat bidang ini, hal ini juga mengindikasikan potensi ketidakseimbangan dalam representasi penelitian global. Adanya kluster kolaborasi yang berbeda-beda menunjukkan bahwa komunitas penelitian cenderung beroperasi dalam batas-batas tematik atau regional tertentu. Oleh karena itu, memperkuat kolaborasi lintas wilayah dan interdisipliner akan bermanfaat dalam meningkatkan keragaman perspektif dan memperbaiki generalisasi temuan di berbagai konteks sosio-budaya.

Analisis tematik lebih lanjut mengungkapkan evolusi yang jelas dalam fokus penelitian dari waktu ke waktu. Studi awal terutama menekankan pada adopsi teknologi dan aspek transaksional perdagangan elektronik, sedangkan penelitian yang lebih baru telah bergeser ke isu-isu yang lebih luas seperti keberlanjutan, dampak sosial, dan analitik canggih. Munculnya topik terkait pembelajaran mesin dan pengambilan keputusan berbasis data menunjukkan bahwa perdagangan sosial semakin dipengaruhi oleh inovasi teknologi. Pergeseran ini menunjukkan bahwa penelitian di masa depan kemungkinan akan mengeksplorasi interaksi yang lebih kompleks antara teknologi, perilaku konsumen, dan hasil sosial, melampaui model tradisional menuju kerangka kerja yang lebih terintegrasi dan dinamis (Geng et al., 2020; Moriuchi & Takahashi, 2023).

Meskipun ada kemajuan ini, studi ini juga mengidentifikasi beberapa celah dan peluang untuk penelitian di masa depan. Kepadatan topik-topik yang muncul seperti kecerdasan buatan, pembelajaran mendalam, dan integrasi keberlanjutan yang relatif rendah menunjukkan bahwa bidang-bidang ini masih kurang dieksplorasi. Selain itu, fragmentasi yang diamati dalam jaringan kolaborasi menunjukkan perlunya pendekatan penelitian yang lebih integratif yang menjembatani kelompok-kelompok yang ada. Studi di masa depan juga harus mempertimbangkan wilayah dan konteks yang kurang terwakili untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perdagangan sosial secara global. Dengan mengatasi kesenjangan ini, para peneliti dapat berkontribusi pada pengembangan pengetahuan yang lebih holistik dan berwawasan ke depan yang selaras dengan transformasi digital dan sosial yang sedang berlangsung.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai perkembangan dan struktur penelitian perdagangan sosial melalui analisis bibliometrik, yang menegaskan

bahwa bidang ini telah mengalami pertumbuhan pesat dan berkembang menjadi domain multidisiplin yang mengintegrasikan pemasaran, sistem informasi, dan ilmu-ilmu sosial. Dominasi tema-tema inti seperti kepercayaan, keterlibatan, dan perdagangan elektronik menyoroti fokus utama dari studi-studi yang ada, sementara munculnya topik-topik seperti keberlanjutan dan pembelajaran mesin mencerminkan transformasi berkelanjutan yang didorong oleh kemajuan teknologi dan perubahan sosial. Selain itu, temuan ini mengungkapkan bahwa kontribusi penelitian masih terkonsentrasi di wilayah tertentu, terutama Tiongkok dan Amerika Serikat, meskipun kolaborasi global terus meningkat. Hasil visualisasi lebih lanjut menunjukkan bahwa meskipun bidang inti telah mapan, beberapa topik yang muncul masih belum dieksplorasi secara mendalam, sehingga menghadirkan peluang untuk penelitian di masa depan; dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memetakan keadaan penelitian perdagangan sosial saat ini, tetapi juga memberikan wawasan berharga bagi akademisi dan praktisi dalam memahami lintasan dan perkembangan masa depannya di era digital.

REFERENSI

- Andon, N. S., & Annuar, S. N. S. (2023). The Adaptation of Social Media Marketing Activities in S-Commerce: TikTok Shop. *Information Management and Business Review*, 15(1 (I) SI), 176–183.
- Apostolov, M., & Coco, N. (2021). Digitalization-based innovation—A case study framework. ... of *Innovation and Technology Management*. <https://doi.org/10.1142/S021987702050025X>
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type: - Review and Viewpoint. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Biason, R. (2020). The effect of job satisfaction on employee retention. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 8(3), 405–413.
- Chawla, R. N., & Goyal, P. (2022). Emerging trends in digital transformation: a bibliometric analysis. *Benchmarking: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2021-0009>
- Fenerich, F. C., Guedes, K., Cordeiro, N. H. M., Lima, G. de S., & De Oliveira, A. L. G. (2023). Energy efficiency in industrial environments: an updated review and a new research agenda. *Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*, 14(3), 3319–3347. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i3.1802>
- Gao, F., Nketiah, E., & Shi, V. (2024). Understanding and Enhancing Food Conservation Behaviors and Operations. *Sustainability (Switzerland)*, 16(7). <https://doi.org/10.3390/su16072898>
- Geng, R., Wang, S., Chen, X., Song, D., & Yu, J. (2020). Content marketing in e-commerce platforms in the internet celebrity economy. *Industrial Management and Data Systems*, 120(3), 464–485. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2019-0270>
- Lin, Z. (2015). An empirical investigation of user and system recommendations in e-commerce. *Decision Support Systems*, 68, 111–124. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.10.003>
- Mandasari, I. A. C. S., & Pratama, I. G. S. (2020). use of e-commerce during COVID-19 pandemic towards revenue and volume of MSMEs sales. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(6), 124–130. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n6.1022>
- Moriuchi, E., & Takahashi, I. (2023). An empirical study on repeat consumer's shopping satisfaction on C2C e-commerce in Japan: the role of value, trust and engagement. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(3), 560–581.
- Muharam, H., Wandrial, S., Rumondang, P. R., Handayani, M. A., & Masruchan, M. (2024). Innovative Strategies in Digital Marketing: Enhancing Consumer Engagement and Brand Loyalty. *Global International Journal of Innovative Research*, 2(7), 1629–1643.
- Navisha, A. N., Ambarwati, R., & Hariasih, M. (2023). Twitter Social Network Interaction As Customer Engagement In Competition For E-Commerce E-Health Performance In Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 10(02), 303–324.

- Rafiq, M., Dastane, O., & Mushtaq, R. (2023). Waste reduction as ethical behaviour: a bibliometric analysis and development of future agenda. *Journal of Global Responsibility*.
- Talreja, V., S, S., Singh, S., & Vishwakarma, R. (2024). A STUDY ON EMPLOYEE EMPOWERMENT IN IT SECTOR. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH IN COMMERCE, MANAGEMENT & SOCIAL SCIENCE*.
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Review*, 31(3), 101946.
- Xie, H., & Lau, T. C. (2023). Evidence-Based Green Human Resource Management: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151410941>