



Cross Border E-Commerce: Tinjauan Pustaka Sistematis

Yustikarani Julianti Pambudi^{1,*}, Dhisa Tania Priyadi², Anisa Rahmawati³, Dhany Surya Ratana⁴

^{1,2,3,4}Politeknik APP Jakarta, Jakarta Selatan, Indonesia

*Email: yustikarani.j.pambudi@gmail.com

Abstract: *Cross-border e-commerce continues to develop, opening boundaries between regions and countries in buying and selling transactions. The ease as a result of this technological development continues to make various parties strive to contribute. This research aims to identify research trends on CBEC topics, the development of the number of international publications on CBEC topics, the productivity of international publications on CBEC research, and the development of research topics in international publications on CBEC topics. A total of 190 articles were identified for further analysis using the bibliometric method. The results of this study obtained three main theme groups related to CBEC, namely CBEC technology, consumer behaviour and CBEC business processes.*

Abstraksi: *Cross border e-commerce terus berkembang membuka batas antar wilayah dan negara dalam melakukan transaksi jual beli. Kemudahan akibat dari perkembangan teknologi ini terus membuat berbagai pihak berupaya untuk berkontribusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren penelitian pada topik CBEC, perkembangan jumlah publikasi internasional pada topik CBEC, produktivitas publikasi internasional pada penelitian CBEC, perkembangan topik penelitian pada publikasi internasional untuk topik CBEC. Sebanyak 190 artikel yang berhasil diidentifikasi untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan metode bibliometrik. Hasil dari penelitian ini didapatkan tiga kelompok tema utama berkaitan dengan CBEC yaitu teknologi CBEC, perilaku konsumen dan proses bisnis CBEC.*

Keywords: *Bibliometric analysis, Cross border e-commerce, Systematic Literature Analysis*

Pendahuluan

Cross border e-commerce (CBEC) merupakan wujud nyata dari perkembangan teknologi yang memberikan semakin banyak pilihan media atau *platform* untuk melakukan transaksi jual beli. CBEC secara spesifik merupakan pengembangan teknologi transaksi jual beli secara daring dengan jangkauan internasional (Q. Zhu et al., 2023), yang mana antara penjual dan pembeli tidak berada di satu negara yang sama (Abdulkarem & Hou, 2021). Jarak spasial dan geografis tidak lagi menjadi hambatan dengan menggunakan CBEC (Sun & Li, 2021). Penjual tidak perlu lagi untuk membuka tempat secara khusus di negara tujuan, hanya dengan menggunakan *website* ataupun aplikasi perusahaan sudah dapat menjual produknya ke berbagai negara (Jian et al., 2023). Sebagai contohnya perusahaan di China dapat menjual produknya ke Indonesia dengan menggunakan *platform* CBEC milik Shopee.

CBEC mengambil peran yang sangat penting dalam perdagangan internasional karena kemampuannya yang dapat menjangkau seluruh negara dan regional di dunia (W. Zhu et al., 2019). Adanya CBEC menyederhanakan proses transaksi jual beli antar negara (Giuffrida et al., 2020), dan membantu penjual untuk memperluas pasar secara internasional (Kraemer & Gibbs, 2005). Pengembangan CBEC membuka kesempatan bagi para industri kecil menengah untuk memasarkan produknya secara lebih luas (Han & Kim, 2019). Transaksi melalui CBEC tidak hanya terbatas pada konsep *business to consumer* (B2C) namun juga *business to business* (B2B) dan *consumer to consumer* (C2C) (W. H. Chen et al., 2023). Dalam konsep B2C, CBEC memiliki dua model yaitu pengiriman langsung ke luar negeri dan pengiriman dalam negeri dimana barang dikumpulkan terlebih dahulu di gudang domestik (Shao et al., 2021).

Pengembangan teknologi CBEC tidak hanya meningkatkan transaksi internasional, namun juga mengubah perilaku berbelanja (Jian et al., 2023). Perusahaan perlu mempelajari lebih dalam mengenai perubahan perilaku berbelanja yang ditimbulkan dengan adanya CBEC untuk memastikan perusahaan mampu beradaptasi dan bersaing (Mou et al., 2020). CBEC memberikan perubahan dan kesempatan pengembangan proses bisnis diantaranya proses pemasaran yang lebih beragam untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen baru dari berbagai negara (Han & Kim, 2019). Tidak hanya itu saja, CBEC juga membuka potensi bisnis model baru (H. Z. Zhang et al., 2017). Strategi yang tepat dari perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pasar domestik (Witek-Hajduk et al., 2022).

CBEC berbeda dengan konsep *e-commerce* domestik yang telah lebih dahulu berkembang (Mou et al., 2020). CBEC menghadapi berbagai tantangan dalam perdagangan internasional seperti bahasa, pajak dan kebijakan antar negara (Q. Zhu et al., 2023). Tantangan dalam pengembangan CBEC menarik perhatian berbagai pihak tidak hanya dari perusahaan yang mengembangkan teknologi, perusahaan CBEC namun juga dari para akademisi. CBEC tidak hanya mempengaruhi pola transaksi dan perilaku berbelanja, namun juga mengubah proses bisnis secara keseluruhan. Penelitian dan pembahasan secara komprehensif mengenai CBEC dapat menjadi panduan bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya dan juga pengembangan teknologi CBEC ke depannya.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis bibliometrik dan review pustaka untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian. Adapun penelitian ini berusaha untuk menjawab beberapa pertanyaan yaitu bagaimana tren penelitian pada topik CBEC, bagaimana perkembangan jumlah publikasi internasional pada topik CBEC, bagaimana produktivitas publikasi internasional untuk penelitian mengenai CBEC, dan bagaimana

perkembangan topik penelitian pada publikasi internasional untuk topik CBEC.

Kajian Teori

Electronic commerce atau *e-Commerce* adalah topik yang saat ini sedang tren, tetapi tidak ada yang benar-benar mengerti apa itu *e-Commerce*. *e-Commerce* didefinisikan dalam banyak arti. Definisi yang diberikan untuk *e-Commerce* oleh beberapa ahli semuanya memberikan pengertian yang kurang lebih sama. Wilkins et al (2000) telah mengutip banyak definisi dari beberapa sumber yang berbeda (seperti yang dikutip oleh penulis) dan kemudian membahas kelebihan serta kekurangan dari setiap definisi yang ada. *e-Commerce* secara manfaatnya didefinisikan sebagai pelaksanaan perdagangan barang dan jasa, melalui bantuan telekomunikasi dan alat berbasis telekomunikasi. *e-Commerce* merupakan aktivitas pemerintah atau personal yang menggunakan komputer dan jaringan telekomunikasi dan mencakup beragam aktivitas yang melibatkan pertukaran informasi, data, atau pertukaran berbasis nilai yang melibatkan dua pihak atau lebih. Pertukaran berbasis nilai yang dimaksud adalah transaksi atau aktivitas bisnis. *e-Commerce* memiliki beberapa benefit jika dibandingkan dengan saat consumer berbelanja secara langsung, seperti 1) semua barang sudah tersedia di dalam satu tempat, 2) menghemat waktu dan biaya, 3) sederhana dan nyaman, 4) banyaknya pilihan yang bisa dikomparasi, 5) mempertahankan gaya hidup sehat (dalam konteks COVID-19) (Mustafa et al., 2022).

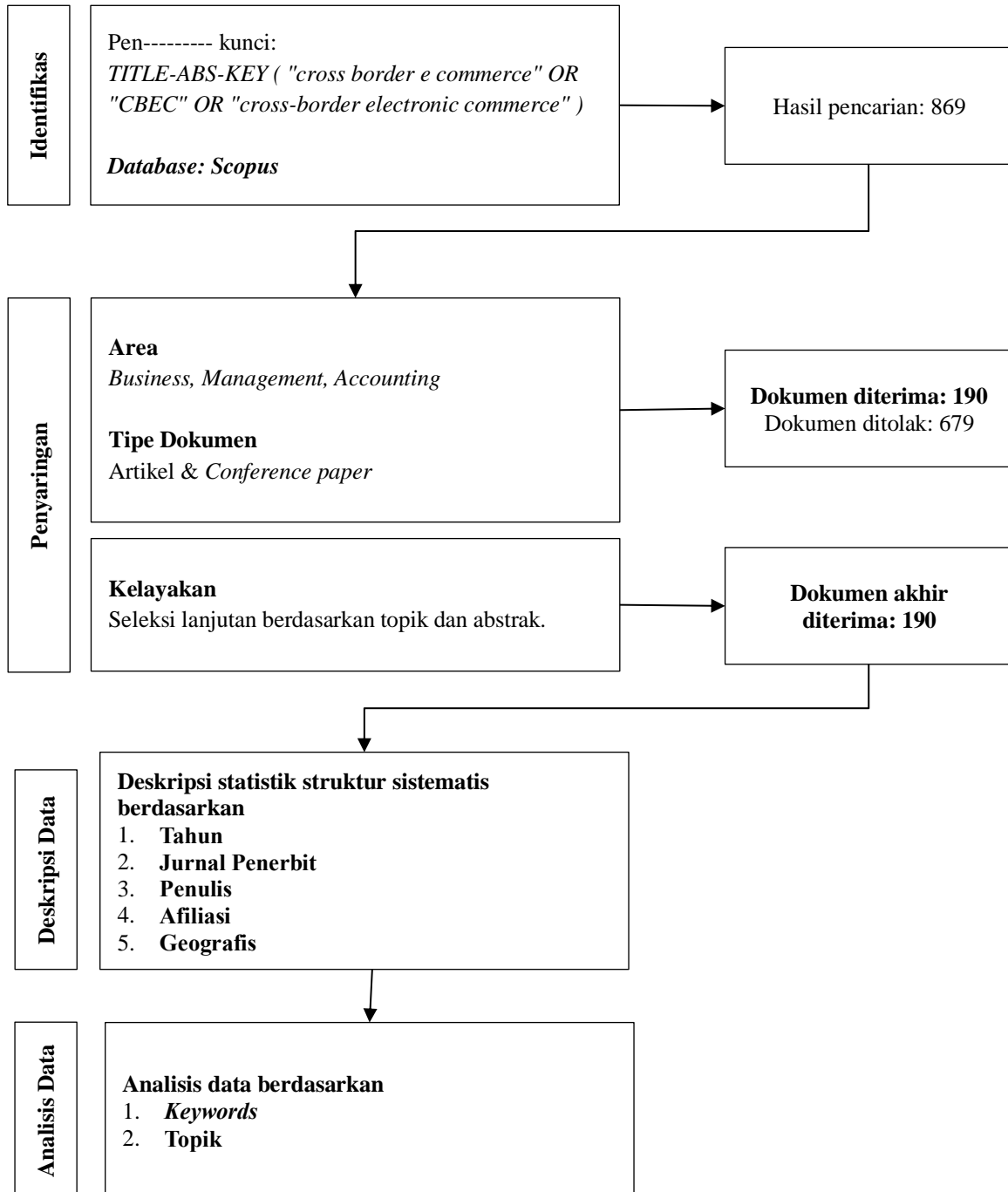
Perkembangan ekonomi modern saat ini telah menghasilkan layanan yang memungkinkan pengusaha memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Perdagangan lintas negara telah menjadi mode baru dalam kegiatan ekonomi global. Perdagangan lintas negara tidak hanya dapat secara efektif mengatasi kekurangan sumber daya di berbagai negara, tetapi juga mengoptimalkan alokasi sumber daya yang ada di berbagai negara (He & Wang, 2019). Keberadaan *e-Commerce* dan perkembangan

ekonomi digital menjadi pendorong adanya CBEC. CBEC menjadi tren yang terus meningkat di kalangan pengusaha untuk masuk pasar internasional, namun penelitian tentang cross border masih belum banyak ditemukan. Keberadaan CBEC bergantung pada teknologi khusus pada suatu platform yang menghubungkan konsumen

internasional dengan produk dan layanan secara lintas negara (Q. Zhu et al., 2023).

Metode

Pendekatan tinjauan pustaka bertujuan untuk melakukan kajian secara menyeluruh pada sumber ilmiah terpercaya yang telah dipublikasikan (Calandra et al., 2023). Tinjauan literatur bertujuan untuk



Gambar. 1 Kerangka Penelitian

membangun basis pengetahuan pada bidang penelitian tertentu (Tranfiled et al., 2003) dan melakukan analisis untuk melihat kekuatan dan kritik terhadap teori dan metode yang digunakan oleh para peneliti (Pickering & Byrne, 2014). Secara lebih spesifik pendekatan tinjauan pustaka yang digunakan adalah *systematic literature review* (SLR) dengan membahas pertanyaan spesifik, menggunakan metode eksplisit dan transparan untuk melakukan pencarian literatur secara menyeluruh dan penilaian kritis terhadap studi serta menarik kesimpulan dari pertanyaan dan topik tertentu (Pati & Lorusso, 2018). Penggunaan metode SLR bertujuan untuk memastikan kualitas dalam tinjauan sistematis literatur, meminimalkan potensi bias dan kesalahan serta memastikan validitas dan transparansi hasil analisis (Chaudhuri et al., 2023). Proses SLR dilakukan dalam tiga tahap yaitu (1) identifikasi jurnal yang akan dianalisis dari sumber database, (2) penyaringan jurnal sesuai dengan kriteria yang ditentukan, (3) memeriksa kelayakan dari jurnal terpilih.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan SLR dengan beberapa metode analisis yaitu analisis bibliometrik, dan analisis tematik. Analisis bibliometrik bertujuan untuk menganalisis dan mengukur beberapa variabel yaitu tahun, penulis, jurnal publikasi, afiliasi, dan geografis publikasi (Calandra et al., 2023; Chaudhuri et al., 2023). Analisis kedua merupakan analisis tematik yang membahas lebih lanjut mengenai konten dan topik dari setiap publikasi (Secundo et al., 2021). Penelitian mengenai topik CBEC dibatasi ke dalam lima tahapan yang diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu dengan pendekatan SLR (Calandra et al., 2023; Cheng et al., 2023; Micelli et al., 2023). (1) Identifikasi literature yang akan digunakan dalam penelitian, (2) melakukan proses penyaringan dokumen, (3) seleksi lanjutan melalui uji kelayakan dokumen berdasarkan topik dan abstrak, (4) proses deskripsi data, dan (5) analisis, diskusi dan identifikasi topik penelitian selanjutnya.

Penelitian ini melakukan analisis dengan data yang bersumber dari *database* Scopus

dengan tahun publikasi menyesuaikan dengan hasil yang didapatkan dari proses pencarian. Hal ini bertujuan agar dapat menganalisis dengan lebih tepat perkembangan tulisan dan dokumen dari tahun ke tahun (Machado et al., 2022). Adapun kata kunci yang digunakan pada penelitian ini sesuai dengan tema utama yang akan dikaji yaitu berhubungan dengan *cross border e-commerce*. Untuk memastikan bahwa semua jurnal terkait dapat tersaring dalam proses pencarian maka digunakan beberapa kata kunci yang menyerupai CBEC. Diharapkan dapat membuka lebih luas kemungkinan penambahan jumlah jurnal yang berhasil ditemukan. *TITLE-ABS-KEY ("cross border e commerce" OR "CBEC" OR "cross-border electronic commerce")*

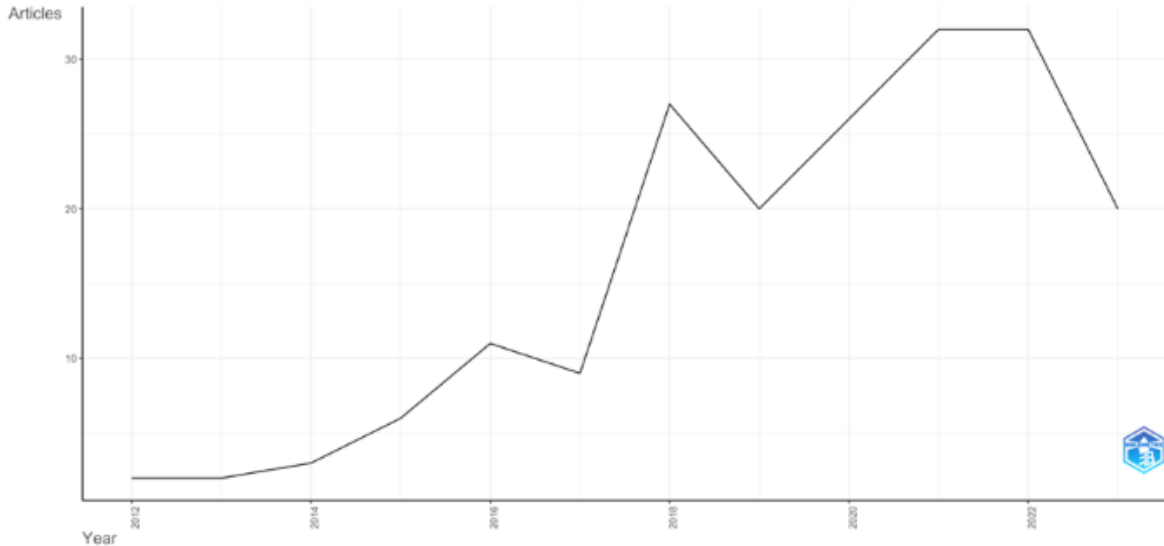
Berdasarkan hasil pencarian menggunakan kata kunci CBEC didapatkan hasil 869 dokumen yang secara umum memiliki topik berkaitan dengan CBEC. Untuk semakin memperkuat hasil pencarian maka ditambahkan beberapa kriteria tambahan untuk menyaring dokumen (Calandra et al., 2023). Pada analisis ini dispesifikan data yang akan digunakan merupakan dokumen dari bidang *business, management, accounting* serta tipe dokumen yang dipilih merupakan jurnal ilmiah terpublikasi serta *conference paper*.

TITLE-ABS-KEY ("cross border e commerce" OR "CBEC" OR "cross-border electronic commerce") AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, "BUSI")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "cp"))

Penambahan kriteria dalam proses penyaringan dokumen mengubah hasil yang didapatkan menjadi 190 dokumen, yang mana 679 dokumen lainnya dikeluarkan dari proses analisis karena tidak sesuai dengan kriteria tambahan yang ditentukan. Proses selanjutnya adalah untuk memastikan bahwa setiap dokumen layak dilanjutkan dalam proses penelitian melalui seleksi berdasarkan topik dan abstrak. Hal ini dilakukan dengan proses *screening* dokumen untuk melihat setiap dokumen yang terpilih memiliki minimum abstrak yang dapat diakses. Dari hasil proses

screening seluruh dokumen dapat diakses dan memiliki topik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga proses analisis dilanjutkan dengan hasil akhir 190 dokumen.

Selama periode ini pertumbuhan publikasi sebesar 23.28%, hal ini mengindikasikan bahwa penambahan jumlah penelitian berkaitan dengan CBEC berkembang dengan



Gambar. 1 Jumlah Publikasi Tahun 2012 2023

Proses setelah mendapatkan seluruh dokumen adalah melakukan analisis bibliometrik dan analisis tematik. Analisis bibliometrik dilakukan dengan menggunakan alat Biblioshiny (Aria & Cuccurullo, 2017). Seluruh proses pengumpulan dokumen dan proses analisis sebagaimana yang tergambar pada kerangka penelitian pada Gambar 1.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan 190 dokumen hasil pencarian berkaitan dengan CBEC dilakukan analisis bibliometrik. Data bibliometrik yang didapatkan dari jurnal terdiri dari abstrak, afiliasi penulis, penulis, tipe dokumen, publikasi, bahasa, tahun publikasi, judul, total sitasi, sistasi, dan kata kunci.

Sebagai bagian dari pengolahan data menggunakan Biblioshiny, terdapat penambahan kata kunci berdasarkan hasil analisis pada jurnal terkait. Hasil deskriptif utama dari 190 dokumen terdapat pada Tabel 1.

Sebagaimana yang terlihat pada Tabel 2, hasil pengumpulan dokumen pada penelitian ini terdapat 190 dokumen dengan tahun publikasi dari tahun 2012 hingga tahun 2023.

cukup pesat.

Tren peningkatan jumlah publikasi, dapat dilihat pada Gambar 2, terjadi dalam dua gelombang yaitu pada tahun 2016 dan tahun 2018. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan pertama menjadi 11 jurnal, pada tahun ini juga diindikasikan menjadi awal mula perkembangan metode berbelanja melalui daring. Peningkatan kedua terjadi pada tahun 2018 mencapai 27 publikasi.

Tabel. 1 Informasi Data Utama

Deskripsi	Hasil
Informasi utama data	
Jangka waktu	2012-2023
Sumber (Jurnal, <i>conference paper</i>)	98
Dokumen	190
Pertumbuhan publikasi (%)	23.28
Rata-rata sitasi per dokumen	8484
Rata-rata sitasi per tahun per dokumen	3.35
Reference	6637
Jenis Dokumen	
Artikel	110

Conference Paper	80
Konten Dokumen	
Keyword plus (ID)	844
Keyword penulis (DE)	566
Penulis	
Penulis	384
Penulis tunggal	26
Kolaborasi penulis	
Jurnal penulis tunggal	29
Penulis bersama dalam dokumen	2.76

Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan mendukung pengembangan CBEC. Publikasi tulisan ilmiah tersebar dalam beberapa jurnal dan *conference paper*. Analisis dampak jurnal bertujuan untuk mengidentifikasi jurnal yang memiliki ketertarikan pada topik CBEC dan besaran dampak yang ditimbulkan dari jurnal yang dipublikasi. Pada analisis ini dipilih 10 jurnal publikasi dengan dampak terbesar. Penilaian berdasarkan *h_index*, *g_index*, dan total sitasi. *H-index* merupakan perhitungan mengenai capaian ilmiah sebagai ukuran produktivitas (Bornmann & Daniel, 2013). *G-index* merupakan pengembangan dari *h-index* yang mana menambahkan komponen

distribusi dari seluruh publikasi (Costas & Bordons, 2008). Hasil yang didapatkan pada Tabel 2 bahwa Jurnal *Electronic Commerce Research and Application* menjadi jurnal terproduktif dalam publikasi karya ilmiah dengan tema CBEC dan memiliki dampak terbesar. Publikasi artikel pertama kali dilakukan sejak tahun 2019 dengan menghasilkan total 7 publikasi yang sesuai dengan tema penelitian ini dan total kutipan 93 kali.

Perkembangan teknologi membuat pertumbuhan CBEC meluas tidak hanya berpusat pada satu area saja. Hal ini terlihat pula dari sebaran publikasi ilmiah mengenai CBEC secara geografis.

Secara negara, terlihat pada Tabel 3, penulis dan publikasi ilmiah mengenai CBEC didominasi dari negara China dengan jumlah tulisan mencapai 361 publikasi. Selain jumlah publikasi terbesar, China juga memberikan dampak yang besar. Hal ini terlihat dari jumlah sitasi yang mencapai 736 sitasi. Akan tetapi bila dilihat lebih detil melalui rata-rata sitasi pada artikel, nilai China masih jauh di bawah negara lainnya. Rata-rata sitasi per artikel terbesar berasal dari publikasi di Belanda yang mana mencapai 88.00. Kondisi bermakna bahwa setiap artikel yang dipublikasi dari Belanda memiliki dampak yang lebih besar dari rata-rata publikasi di China secara keseluruhan.

Tabel. 2 Publikasi, Faktor Dampak, dan Sitasi Top-10 Jurnal

Sumber	NP	h_index	g_index	TC	PY_start
Electronic Commerce Research And Applications	7	5	7	93	2019
Journal Of Global Information Management	7	4	7	64	2020
15th Wuhan International Conference On E-Business, Whiceb 2016	3	3	3	21	2016
International Journal Of Logistics Research And Applications	4	3	4	36	2021
Journal Of Retailing And Consumer Services	5	3	5	142	2019

Catatan: NP: total publikasi; *h_index*: mengukur produktivitas dan dampak kutipan dari artikel yang diterbitkan oleh penulis; *g_index*: diukur melalui distribusi kutipan yang dimiliki publikasi peneliti; TC: jumlah total sitasi; *PY_start*: tahun publikasi artikel pertama diterbitkan.

Tabel. 5 Dampak Penulis

Penulis	NP	h_index	g_index	TC	PY_start
Niu B	6	6	6	125	2021
Chen L	5	5	5	106	2020
Giuffrida M	7	4	7	118	2018
Jia F	4	4	4	87	2020
Liu Y	6	4	6	44	2015

Catatan: TC: jumlah total sitasi.

Catatan: NP: total publikasi; h_index: mengukur produktivitas dan dampak kutipan dari artikel yang diterbitkan oleh penulis; g_index: diukur melalui distribusi kutipan yang dimiliki publikasi peneliti; TC: jumlah total sitasi; PY_start: tahun publikasi pertama.

Afiliasi penulis berasal dari negara China tersebar pada beberapa Universitas. Dapat dilihat pada data di Tabel 4, dari sepuluh afiliasi teratas, sembilan diantaranya merupakan Universitas di China. Afiliasi terbesar berasal dari *South China University of Technology* sebanyak 17 artikel publikasi. Universitas di luar dari negara China adalah *Politecnico di Milano* yang berasal dari Italy dengan publikasi sebanyak 6 artikel pada tema CBEC.

Tabel. 3 Negara Teratas Dalam Kutipan dan Publikasi

Negara	NP	TC	Average Article Citation
China	361	736	8.00
United Kingdom	14	155	31.00
South Korea	30	140	10.80
France	4	105	52.50
Netherlands	7	88	88.00

Catatan: NP: total publikasi; TC: jumlah total sitasi

Tabel. 6 Jurnal Dengan Total Sitasi Teratas

Artikel	TC	TC per Year	Normalized TC
Liu Z, 2020, Int J Inf Manage	164	41,00	7,97
Ducret R, 2014, Res Transport Bus Manage	95	9,50	2,91
Kim Ty, 2017, Int J Elect Commer	88	12,57	6,89
Elia S, 2021, J Bus Res	77	25,67	6,25
Zhu W, 2019, J Retail Consum Serv	74	14,80	8,04

Berdasarkan hasil analisis, dari 109 dokumen terdapat 384 penulis dengan 26 penulis diantaranya merupakan penulis tunggal. Penulis tunggal merupakan penulis yang melakukan publikasi artikel secara

mandiri dan sendiri tanpa adanya penulis pendamping.

Tabel. 4 Afiliasi Teratas

Afiliasi	Negara	NP
South China University of Technology	China	17
Xidian University	China	15
Chongqing University	China	11
Zhejiang University	China	10
Guilin University of Technology	China	8
Shanghai Maritime University	China	8
Xi'an Jiaotong University	China	7
Ningbo Dahongying University	China	6
Politecnico di Milano	Italia	6
Wuhan University of Science and Technology	China	6

Catatan: NP: total publikasi

Sama halnya dengan publikasi setiap dari penulis memiliki dampak yang ditimbulkan

dari tulisannya.

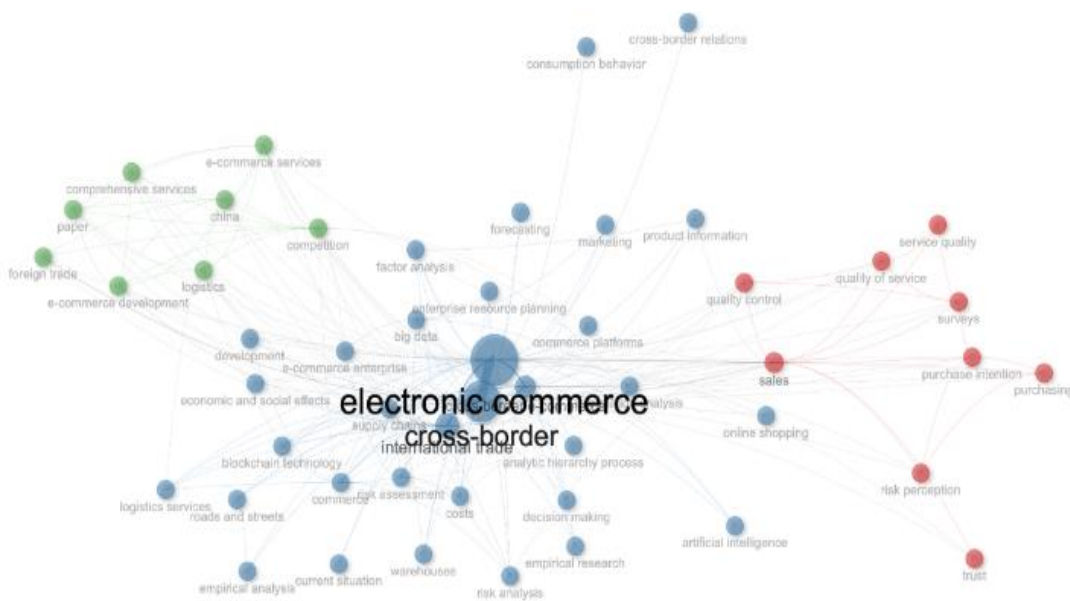
Penulis dengan dampak terbesar adalah Niu, B. (*Professor of Operation Management, School of Business Administration, South China University of Technology*) memiliki enam

publikasi. Artikel dengan dampak terbesar (69 sitasi) merupakan penelitian mengenai penggunaan *blockchain* sebagai alat yang membantu proses verifikasi kualitas pada CBEC (Niu et al., 2021).

Setiap artikel yang dipublikasi memiliki dampaknya masing-masing baik secara langsung maupun dampak terhadap tulisan artikel lainnya. Hal ini sama halnya dengan dampak yang ditimbulkan oleh publikasi dan masing-masing penulis. Pada artikel CBEC terdapat beberapa jurnal yang memiliki dampak yang cukup besar. Dampak tersebut diukur melalui total sitasi dari artikel tersebut. Berdasarkan hasil pengolah data, artikel dengan total sitasi terbesar adalah artikel dengan judul *A blockchain-based framework of*

Pada urutan kedua, artikel yang memiliki total sitasi tertinggi yaitu *Parcel deliveries and urban logistics: Changes and challenges in the courier express and parcel sector in Europe – The French case* oleh Ducret, R. Artikel ini dipublikasi pada tahun 2014 dengan total sitasi mencapai 95 sitasi dan sitasi per tahun sebesar 9.50. Artikel ini memberikan gambaran peluang pengembangan segmen baru pada CBEC yaitu dari sisi konsolidasi segmen logistik (Ducret, 2014).

Analisis lebih lanjut dilakukan dengan fokus pada kata kunci dari setiap artikel. Setiap kata kunci pada artikel membentuk jaringan yang saling berkesinambungan antara satu dengan yang lainnya. Jaringan ini memberikan gambaran mengenai pembahasan penelitian secara teoritis dan juga empiris dari seluruh



Gambar. 3 Co-occurrence Network

cross-border e-commerce supply chain yang ditulis oleh Liu, Z dan Li, Zipei. Artikel ini melakukan penelitian terkait teknologi *blockchain* yang dikembangkan pada CBEC dengan tujuan untuk membantu proses rantai pasok bagi perusahaan CBEC (Liu & Li, 2020). Artikel tersebut memiliki total sitasi sebesar 164 dengan total sitasi per tahun sebesar 41.00.

artikel (D. Xu et al., 2022). Pada Gambar 3 terlihat bahwa dari artikel yang dianalisis membentuk tiga kelompok. Kelompok dengan warna biru menunjukkan topik-topik yang ditulis oleh peneliti mengenai CBEC pada awal mula pengembangannya. Adapun topik yang berhubungan pada kelompok biru berfokus pada teknologi dari CBEC itu sendiri

seperti penggunaan *blockchain technology*, sistem pengambilan keputusan, *bigdata*, *artificial intelligence* dan proses rantai pasok.

Tabel. 7 Penelitian Berdasarkan Kelompok Tema Utama

Kelompok	Tema Utama	Sumber
1. Teknologi CBEC	1.1. <i>Blockchain technology</i>	(Liu & Li, 2020; Niu et al., 2021, 2022; F. Wang, 2021)
	1.2. <i>Artificial Intelligence</i>	(Ren et al., 2020)
	1.3. Informasi produk	(Han & Kim, 2019)
2. CBEC dan perilaku konsumen	2.1. Keputusan pembelian	(A. Wang et al., 2023; W. Zhu et al., 2019)
	2.2. Perilaku pembelian	(N. Chen & Yang, 2021; Gabriella & Agus, 2020; X. Y. Xu et al., 2023)
	2.3. Persepsi risiko	(Giuffrida et al., 2021)
	2.4. Kepercayaan	(Baek et al., 2020; Mou et al., 2020)
3. Proses bisnis CBEC	3.1. Rantai Pasok	(Y. Wang et al., 2020; H. Zhang et al., 2023; X. Zhang et al., 2022)
	3.2. Logistik	(Cho & Lee, 2017; H. Z. Zhang et al., 2017)
	3.3. Kualitas pelayanan	(Feng & Chen, 2022)
	3.4. Pemasaran	(Kim & Lim, 2022; Tolstoy et al., 2022)

Pada kelompok merah merupakan pengembangan lebih lanjut dari adanya CBEC yang mana para peneliti mulai mencoba melihat pengaruhnya dari sisi para pengguna. Hal ini berhubungan dengan persepsi pengguna terhadap CBEC dan intensi pengguna untuk melakukan pembelian

melalui *platform* CBEC. Kelompok warna hijau merupakan penelitian tambahan setelah berkembangannya CBEC dan melihat dari sisi yang berbeda yaitu dari sisi *platform e-commerce* itu sendiri. Penelitian tersebut berkaitan dengan logistik, pelayanan dan kompetisi antar CBEC.

Berdasarkan hubungan antar kata kunci tersebut dapat dikelompokkan lebih spesifik lagi berdasarkan tema utama dari masing-masing penelitian seperti yang dapat dilihat pada Tabel 7. Terdapat tiga kelompok utama dari topik penelitian CBEC yaitu teknologi CBEC, perilaku konsumen dan proses bisnis CBEC. Dari seluruh penelitian yang dikaji pada penelitian ini masih terdapat banyak ruang yang dapat dikembangkan untuk penelitian berikutnya. Salah satunya adalah penelitian yang mencoba untuk melakukan analisis hubungan atau pengaruh dari ketiga kelompok besar tersebut. Secara spesifik dapat membahas mengenai bagaimana pengembangan dan atau ketersediaan teknologi CBEC mempengaruhi persepsi para pengguna hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produk melalui CBEC.

Kesimpulan dan Saran

CBEC merupakan hasil dari pengembangan teknologi yang membuka batas antar wilayah dan negara untuk dapat bertransaksi dengan mudah dan tanpa hambatan. Perusahaan CBEC terus berupaya mengembangkan teknologinya untuk dapat bertahan dan bersaing di tengah terus bertambahnya CBEC di dunia. Di sisi lain, para peneliti turut mengambil peran dengan melakukan penelitian pada topik CBEC.

Berdasarkan artikel yang telah dipublikasi, dapat disimpulkan pada saat ini terdapat tiga kelompok utama pembahasan mengenai CBEC yaitu mengenai teknologi, proses bisnis dan perilaku konsumen. Masih terdapat banyak ruang untuk para penelitian selanjutnya salah satunya adalah membahas secara umum hubungan antar kelompok dan atau pembahasan mengenai masing-masing kelompok secara lebih spesifik.

Daftar Referensi

- Abdulkarem, A., & Hou, W. (2021). The impact of organizational context on the levels of cross-border E-commerce adoption in Chinese SMEs: The moderating role of environmental context. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 2732–2749. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070150>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Baek, E., Lee, H. K., & Choo, H. J. (2020). Cross-border online shopping experiences of Chinese shoppers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(2), 366–385. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2018-0117>
- Bornmann, L., & Daniel, H.-D. (2013). What Do We Know About the H index? *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(July), 1852–1863. <https://doi.org/doi.org/10.1002/asi.20609>
- Calandra, D., Wang, T., Cane, M., & Alfiero, S. (2023). Management of hydrogen mobility challenges: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 410(April), 137305. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137305>
- Chaudhuri, R., Apoorva, A., Vrontis, D., Siachou, E., & Trichina, E. (2023). How customer incivility affects service-sector employees: A systematic literature review and a bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 164(May 2021), 114011. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114011>
- Chen, N., & Yang, Y. (2021). The impact of customer experience on consumer purchase intention in cross-border E-commerce—Taking network structural embeddedness as mediator variable. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(October 2020), 102344. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102344>
- Chen, W. H., Lin, Y. C., Bag, A., & Chen, C. L. (2023). Influence Factors of Small and Medium-Sized Enterprises and Micro-Enterprises in the Cross-Border E-Commerce Platforms. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(1), 416–440. <https://doi.org/10.3390/jtaer18010022>
- Cheng, C., Wang, L., Xie, H., & Yan, L. (2023). Mapping digital innovation: A bibliometric analysis and systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 194(June), 122706. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122706>
- Cho, H., & Lee, J. (2017). Searching for Logistics and Regulatory Determinants Affecting Overseas Direct Purchase: An Empirical Cross-National Study. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 33(1), 11–18. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2017.03.002>
- Costas, R., & Bordons, M. (2008). Is g-index better than h-index? An exploratory study at the individual level. *Scientometrics*, 77(2), 267–288. <https://doi.org/10.1007/s11192-007-1997-0>
- Ducret, R. (2014). Parcel deliveries and urban logistics: Changes and challenges in the courier express and parcel sector in Europe - The French case. *Research in Transportation Business and Management*, 11, 15–22.

- <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2014.06.009>
- Feng, Z., & Chen, M. (2022). Platformance-Based Cross-Border Import Retail E-Commerce Service Quality Evaluation Using an Artificial Neural Network Analysis. *Journal of Global Information Management*, 30(11), 1–17. <https://doi.org/10.4018/JGIM.306271>
- Gabriella, D. R., & Agus, A. A. (2020). Product Cognition, Platform Emotion, Behavior Intention, and Actual Behavior Stage in Cross Border E-commerce (Case Study: Shopee as the Biggest Cross Border E-Commerce in Indonesia). *2020 3rd International Conference on Computer and Informatics Engineering, IC2IE 2020*, 212–217. <https://doi.org/10.1109/IC2IE50715.2020.9274563>
- Giuffrida, M., Jiang, H., & Mangiaracina, R. (2021). Investigating the relationships between uncertainty types and risk management strategies in cross-border e-commerce logistics. *International Journal of Logistics Management*, 32(4), 1406–1433. <https://doi.org/10.1108/IJLM-04-2020-0158>
- Giuffrida, M., Mangiaracina, R., Perego, A., & Tumino, A. (2020). Cross-border B2C e-commerce to China: An evaluation of different logistics solutions under uncertainty. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 50(3), 355–378. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-08-2018-0311>
- Han, J. H., & Kim, H. M. (2019). The role of information technology use for increasing consumer informedness in cross-border electronic commerce: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 34(January), 100826. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100826>
- He, Y., & Wang, J. (2019). A panel analysis on the cross border e-commerce trade: Evidence from ASEAN countries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(2), 95–104. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.v016.no2.95>
- Jian, J., Lv, L., & Wan, L. (2023). Exploring consumer purchase intention in cross-border e-commerce: evidence from ‘belt and road’ countries. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(3), 625–644. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2021-0934>
- Kim, K., & Lim, G. (2022). International Dynamic Marketing Capabilities of Emerging-Market Small Business on E-Commerce. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), 199–211. <https://doi.org/10.3390/jtaer17010010>
- Kraemer, K. L., & Gibbs, J. (2005). Impacts of globalization on E-commerce use and firm performance: A cross-country investigation. *Information Society*, 21(5), 323–340. <https://doi.org/10.1080/01972240500253350>
- Liu, Z., & Li, Z. (2020). A blockchain-based framework of cross-border e-commerce supply chain. *International Journal of Information Management*, 52(December 2019), 102059. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102059>
- Machado, A. de B., Secinaro, S., Calandra, D., & Lanzalonga, F. (2022). Knowledge management and digital transformation for Industry 4.0: a structured literature review. *Knowledge Management Research and Practice*, 20(2), 320–338. <https://doi.org/10.1080/14778238.2021.2015261>
- Micelli, E., Ostanel, E., & Lazzarini, L. (2023). The who, the what, and the how of social innovation in inner peripheries: A

- systematic literature review. *Cities*, 140(January), 104454. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104454>
- Mou, J., Cui, Y., & Kurcz, K. (2020). Trust, risk and alternative website quality in B-buyer acceptance of cross-border e-commerce. *Journal of Global Information Management*, 28(1), 167-188. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2020010109>
- Mustafa, S., Hao, T., Qiao, Y., Kifayat Shah, S., & Sun, R. (2022). How a Successful Implementation and Sustainable Growth of e-Commerce can be Achieved in Developing Countries; a Pathway Towards Green Economy. *Frontiers in Environmental Science*, 10(August), 1-17. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.940659>
- Niu, B., Dong, J., Dai, Z., & Jin, J. Y. (2022). Market expansion vs. intensified competition: Overseas supplier's adoption of blockchain in a cross-border agricultural supply chain. *Electronic Commerce Research and Applications*, 51(December 2021), 101113. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101113>
- Niu, B., Mu, Z., Cao, B., & Gao, J. (2021). Should multinational firms implement blockchain to provide quality verification? *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 145(December 2020), 102121. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102121>
- Pati, D., & Lorusso, L. N. (2018). How to Write a Systematic Review of the Literature. *Health Environments Research and Design Journal*, 11(1), 15-30. <https://doi.org/10.1177/1937586717747384>
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers. *Higher Education Research and Development*, 33(3), 534-548. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.841651>
- Ren, S., Choi, T. M., Lee, K. M., & Lin, L. (2020). Intelligent service capacity allocation for cross-border-E-commerce related third-party-forwarding logistics operations: A deep learning approach. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 134(January), 101834. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.101834>
- Secundo, G., Del Vecchio, P., & Mele, G. (2021). Social media for entrepreneurship: myth or reality? A structured literature review and a future research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 27(1), 149-177. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2020-0453>
- Shao, B., Cheng, Z., Wan, L., & Yue, J. (2021). The impact of cross border E-tailer's return policy on consumer's purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(October 2020), 102367. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102367>
- Sun, Y., & Li, Y. (2021). The impact of risk-aware consumer trust on CB E-commerce platforms and purchase intention. *Journal of Global Information Management*, 30(3), 1-13. <https://doi.org/10.4018/JGIM.20220701.oa10>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101946>

- 101946
- Tranfiled, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, *14*, 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Wang, A., Pan, J., Jiang, C., & Jin, J. (2023). Create the best first glance: The cross-cultural effect of image background on purchase intention. *Decision Support Systems*, *170*(July 2022), 113962. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.113962>
- Wang, F. (2021). Building Dongguan cross border e-commerce industry “closed loop” ecosystem with blockchain Technology. *Proceedings - 2nd International Conference on E-Commerce and Internet Technology, ECIT 2021*, 155–158. <https://doi.org/10.1109/ECIT52743.2021.00042>
- Wang, Y., Jia, F., Schoenherr, T., Gong, Y., & Chen, L. (2020). Cross-border e-commerce firms as supply chain integrators: The management of three flows. *Industrial Marketing Management*, *89*(September 2019), 72–88. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.09.004>
- Wilkins, L., Swatman, P. M. C., & Castleman, T. (2000). What’s in a Name? Conceptual Issues in Defining Electronic Commerce. *Ecis*, *25*(2), 11–16.
- Witek-Hajduk, M. K., Grudecka, A. M., & Napiórkowska, A. (2022). E-commerce in the internet-enabled foreign expansion of Polish fashion brands owned by SMEs. *Journal of Fashion Marketing and Management*, *26*(1), 51–66. <https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2020-0225>
- Xu, D., Yin, X., Zhou, S., Jiang, Y., Xi, X., Sun, H., & Wang, J. (2022). A review on the remediation of microplastics using constructed wetlands: Bibliometric, co-occurrence, current trends, and future directions. *Chemosphere*, *303*(P1), 134990. <https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2022.134990>
- Xu, X. Y., Gao, Y. X., & Jia, Q. D. (2023). The role of social commerce for enhancing consumers’ involvement in the cross-border product: Evidence from SEM and ANN based on MOA framework. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *71*(74), 103187. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103187>
- Zhang, H., Jia, F., & You, J. X. (2023). Striking a balance between supply chain resilience and supply chain vulnerability in the cross-border e-commerce supply chain. *International Journal of Logistics Research and Applications*, *26*(3), 320–344. <https://doi.org/10.1080/13675567.2021.1948978>
- Zhang, H. Z., Hsieh, C. M., Luo, Y. L., & Chiu, M. C. (2017). An investigation of cross-border e-commerce logistics and develop strategies through SCCOM framework and logistic service risk analysis. *Advances in Transdisciplinary Engineering*, *5*, 102–113. <https://doi.org/10.3233/978-1-61499-779-5-102>
- Zhang, X., Zha, X., Zhang, H., & Dan, B. (2022). Information Sharing in a Cross-Border E-Commerce Supply Chain Under Tax Uncertainty. *International Journal of Electronic Commerce*, *26*(1), 123–146. <https://doi.org/10.1080/10864415.2021.2010007>
- Zhu, Q., Ruan, Y., Liu, S., Yang, S. B., Wang, L., & Che, J. (2023). Cross-border electronic commerce’s new path: from literature review to AI text generation. *Data Science and Management*, *6*(1), 21–

33. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2022.12.001>
- Zhu, W., Mou, J., & Benyoucef, M. (2019). Exploring purchase intention in cross-border E-commerce: A three stage model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51(May), 320-330. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.07.004>