



Perkembangan Penelitian tentang Privasi Konsumen: Analisi Bibliometrik

Nadilia Yuni Marta¹, Dien Mardhiyah²

^{1,2}Universitas Airlangga, Indonesia

E-mail: nadiliayunimarta@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2026-01-07 Revised: 2026-02-13 Published: 2026-03-08 Keywords: <i>Consumer Privacy; Bibliometric Analysis.</i>	This study aims to analyze developments and trends in consumer privacy studies through a bibliometric approach. Using data from the Scopus database, this study covers 839 articles published between 2015 and 2024. The results of the analysis show a significant increase in the number of publications related to consumer privacy, with the peak occurring in 2024. This study identifies the dominance of Computer Science, followed by Business, Management, and Accounting, as well as significant contributions from Social Sciences and Engineering. In addition, the analysis shows that the United States is the country with the highest number of publications, followed by China and India, reflecting global concern for consumer privacy issues. These findings provide important insights for policymakers in formulating effective regulations and for practitioners in adopting better privacy practices. This study also identifies gaps in the existing literature, providing direction for future research that can contribute to the development of better policies and practices in consumer privacy protection. With growing concerns about privacy in the digital age, further research is needed to understand the challenges associated with data protection and consumer privacy, as well as the social and psychological impacts of privacy practices on consumer behavior.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2026-01-07 Direvisi: 2026-02-13 Dipublikasi: 2026-03-08 Kata kunci: <i>Privasi Konsumen; Analisis Bibliometrik.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan dan tren dalam studi privasi konsumen melalui pendekatan bibliometrik. Dengan menggunakan data dari basis data Scopus, penelitian ini mencakup 839 artikel yang diterbitkan antara tahun 2015 hingga 2024. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah publikasi terkait privasi konsumen, dengan puncaknya terjadi pada tahun 2024. Penelitian ini mengidentifikasi dominasi disiplin ilmu Ilmu Komputer, diikuti oleh Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, serta kontribusi signifikan dari Ilmu Sosial dan Rekayasa. Selain itu, analisis menunjukkan bahwa Amerika Serikat merupakan negara dengan jumlah publikasi tertinggi, diikuti oleh China dan India, yang mencerminkan perhatian global terhadap isu privasi konsumen. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang efektif dan bagi praktisi dalam mengadopsi praktik privasi yang lebih baik. Penelitian ini juga mengidentifikasi celah dalam literatur yang ada, memberikan arahan untuk penelitian di masa depan yang dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan dan praktik yang lebih baik dalam perlindungan privasi konsumen. Dengan meningkatnya kekhawatiran tentang privasi di era digital, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami tantangan yang berkaitan dengan perlindungan data dan privasi konsumen, serta dampak sosial dan psikologis dari praktik privasi terhadap perilaku konsumen.

I. PENDAHULUAN

Consumer privacy telah muncul sebagai isu penting di era digital, di mana informasi pribadi semakin sering dikumpulkan, disimpan, dan dianalisis oleh berbagai entitas. Seperti yang dinyatakan oleh Kauffman et al. (2011), "Kekhawatiran tentang privasi konsumen semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi informasi" dan ini menjadikan privasi konsumen sebagai isu kebijakan publik yang signifikan. Pendorong utama dari kekhawatiran

privasi ini termasuk "potensi penyalahgunaan data pribadi, kurangnya transparansi, dan kemampuan teknologi pengawasan yang semakin meningkat" (Plangger et al., 2015).

Analisis bibliometrik adalah metode kuantitatif yang digunakan untuk mengevaluasi dampak dan perkembangan penelitian ilmiah melalui analisis publikasi dan sitasi. Donthu et al. (2021) menjelaskan bahwa metode ini "sangat berguna untuk mengidentifikasi tren, penulis berpengaruh, dan tema inti dalam bidang

penelitian tertentu." Dengan menerapkan teknik bibliometrik, peneliti dapat memvisualisasikan evolusi suatu area penelitian dan mengungkap topik yang muncul serta mengidentifikasi celah dalam literatur (Shu & Liu, 2021).

Tujuan utama dari studi ini adalah untuk melakukan analisis bibliometrik terhadap penelitian privasi konsumen untuk "mengidentifikasi tren kunci, karya berpengaruh, dan celah penelitian" (Malathi & Jasim, 2024). Analisis ini akan memberikan gambaran komprehensif tentang bidang ini, menyoroti artikel yang paling banyak disitasi, penulis terkemuka, dan tema utama. Lingkup studi ini mencakup tinjauan sistematis terhadap penelitian privasi konsumen yang diterbitkan dalam jurnal *peer-reviewed*. Data untuk analisis ini akan diambil dari basis data akademik utama seperti *Google Scholar*, *Publish or Perish*, *Science Direct*, dan *Dimension* (Bandara et al., 2020). Analisis bibliometrik akan dilakukan menggunakan alat seperti *VosViewer* dan *CiteSpace* untuk memvisualisasikan data dan mengidentifikasi pola (Storey et al., 2009).

Memahami lanskap penelitian privasi konsumen sangat penting untuk beberapa alasan:

Pengembangan Kebijakan: Wawasan dari analisis ini dapat membantu pembuat kebijakan tentang privasi konsumen dalam "mengembangkan regulasi dan kebijakan yang efektif" (Beke et al., 2018).

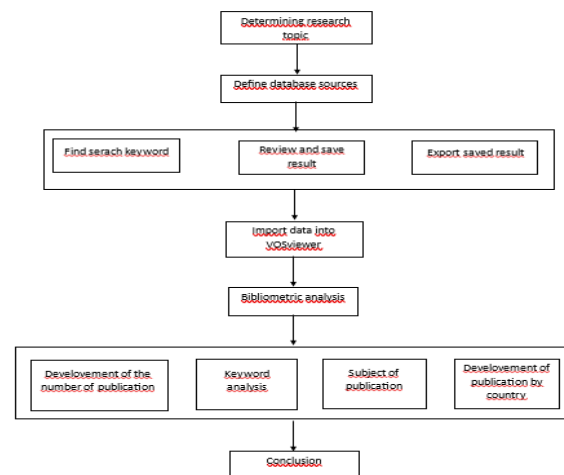
Praktik Bisnis: Bisnis dapat mengambil manfaat dari pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dan kekhawatiran privasi, memungkinkan mereka untuk "mengadopsi praktik privasi yang lebih baik" (Horppu, 2023).

Penelitian Akademik: Studi ini akan menyoroti celah penelitian dan topik yang muncul, membimbing penyelidikan akademik di masa depan (Zhu & Tao, 2015).

II. METODE PENELITIAN

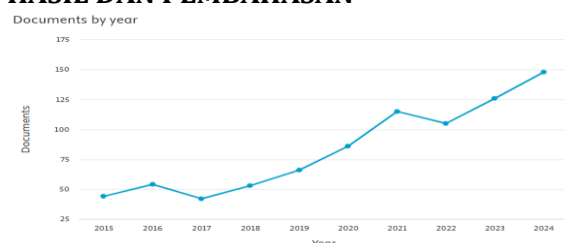
Penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik. Menurut Herawati et al. (2022), analisis bibliometrik adalah metode penelitian yang luas yang secara objektif menggambarkan situasi sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan data melalui perhitungan dan analisis, memahami hubungan antar elemen, serta merangkum keadaan topik penelitian yang sedang berkembang (Muchsin et al., 2013). Metode ini akan mengidentifikasi akar ilmiah dari penelitian, area tematik, dan pola perkembangan penelitian di bidang tersebut (Skute et al., 2019). Ruang lingkup analisis

difokuskan pada identifikasi jumlah publikasi, kata kunci utama, penulis, afiliasi, negara, dan referensi dengan sitasi terbanyak melalui analisis *ko-occurrence*, *co-authorship*, dan sitasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan tema kepuasan konsumen selama 10 tahun. Data tersebut berasal dari basis data pencarian di Scopus dengan menggunakan kata kunci pencarian "privasi konsumen". Sebagai alat analisis bibliometrik, *VOSviewer* digunakan untuk pemetaan berbasis jaringan, visualisasi, dan eksplorasi peta pengetahuan bibliometrik (Hakim, 2020; Prasetyo, 2021; Shah et al., 2019). *Output* kemudian dianalisis kembali menggunakan teknik deskriptif kualitatif untuk memastikan luasnya penelitian dan kedalaman peluang penelitian di masa depan yang diperkaya oleh literatur tambahan. Berikut tahapan dalam melakukan analisis bibliometrik pada gambar 1:



Gambar 1. Tahapan dalam analisis bibliometrik
Sumber: Proses pengolahan data penulis (2025)

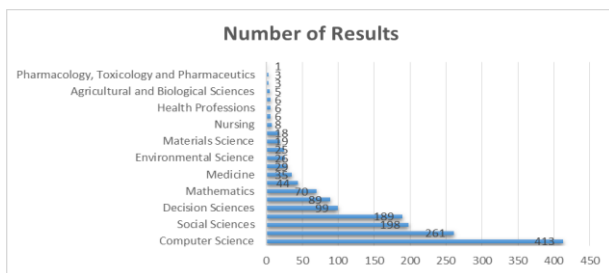
III. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Perkembangan penelitian tentang privasi konsumen dari tahun ke tahun
Sumber: Scopus 2025

Pada analisis yang dilakukan, ditemukan total 839 artikel yang relevan. Data yang disajikan menunjukkan jumlah publikasi setiap tahun dari 2015 hingga 2024, dengan tren yang jelas menunjukkan peningkatan minat terhadap topik privasi konsumen. Pada tahun 2024, jumlah artikel mencapai puncaknya dengan 148

publikasi, diikuti oleh 126 artikel pada tahun 2023 dan 105 artikel pada tahun 2022. Tahun-tahun sebelumnya juga menunjukkan pertumbuhan, meskipun dengan angka yang lebih rendah, seperti 44 artikel pada tahun 2015 dan 66 artikel pada tahun 2019. Analisis ini mencerminkan bahwa privasi konsumen semakin menjadi perhatian utama di kalangan peneliti dan akademisi, menandakan bahwa isu ini terus berkembang dan mendapatkan perhatian yang lebih besar dalam konteks penelitian akademis. Data ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk analisis lebih lanjut mengenai tren penelitian dan fokus akademis di masa depan.



Gambar 3. Penelitian dari berbagai subjek tentang privasi konsumen tahun 2015-2024

Sumber: Scopus 2025

Dari analisis ditemukan total 839 artikel yang relevan. Analisis ini menunjukkan bahwa topik privasi konsumen memiliki distribusi yang luas di berbagai area subjek, mencerminkan minat yang signifikan dari berbagai disiplin ilmu. *Computer Science* mendominasi dengan 413 artikel, Hal ini menunjukkan bahwa banyak penelitian berfokus pada aspek teknologi dan sistem informasi terkait privasi konsumen, mencakup isu-isu seperti keamanan data, algoritma privasi, dan teknologi informasi. Bidang *Business, Management and Accounting* menyumbang 261 artikel, yang menandakan pentingnya privasi konsumen dalam konteks bisnis dan manajemen, termasuk strategi pemasaran dan pengelolaan data pelanggan.

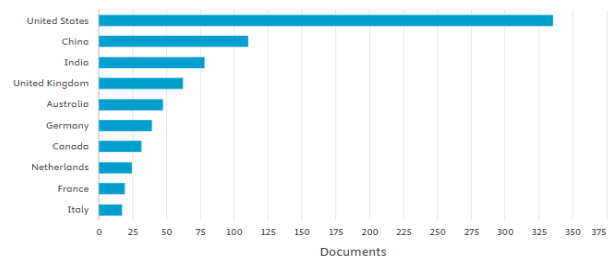
Selain itu, bidang *Social Sciences* dan *Engineering* masing-masing menyumbang 198 dan 189 artikel, menunjukkan bahwa isu ini melibatkan berbagai disiplin ilmu yang berfokus pada dampak sosial dan teknis dari privasi konsumen. Bidang *Decision Sciences* dengan 99 artikel dan *Economics, Econometrics and Finance* dengan 89 artikel juga menunjukkan kontribusi yang signifikan, menyoroti relevansi privasi dalam pengambilan keputusan dan analisis ekonomi.

Area lain seperti *Mathematics* dengan 70 artikel, *Energy* dengan 44 artikel, dan *Medicine*

dengan 35 artikel menunjukkan bahwa privasi konsumen juga menjadi perhatian dalam konteks yang lebih luas, termasuk aplikasi dalam penelitian energi dan kesehatan. Bidang *Psychology* menyumbang 29 artikel, yang menunjukkan minat dalam aspek perilaku dan psikologis terkait privasi. Secara keseluruhan, analisis ini tidak hanya menggambarkan tren penelitian yang berkembang, tetapi juga menyoroti relevansi privasi konsumen dalam berbagai konteks akademis dan praktis. Dengan kontribusi yang signifikan dari berbagai disiplin ilmu, data ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut di masa depan, serta memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dan praktisi dalam mengatasi tantangan yang berkaitan dengan privasi konsumen di era digital.

Documents by country or territory

Compare the document counts for up to 15 countries/territories.



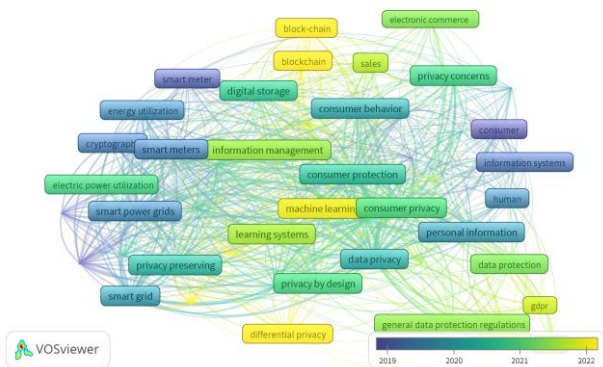
Gambar 4. Perkembangan penelitian privasi konsumen dari berbagai negara

Sumber: Scopus 2025

Gambar di atas menunjukkan jumlah dokumen yang terkait dengan "privasi konsumen" berdasarkan negara atau wilayah. Dari grafik tersebut, terlihat bahwa Amerika Serikat mendominasi dengan jumlah dokumen tertinggi, mencapai hampir 335 dokumen. Ini menunjukkan bahwa AS adalah pusat utama penelitian dalam bidang ini. China berada di posisi kedua dengan sekitar 110 dokumen, menunjukkan minat yang signifikan terhadap isu privasi konsumen di negara tersebut. India mengikuti dengan 78 dokumen, mencerminkan perhatian yang berkembang di Asia Selatan.

Negara-negara lain seperti Inggris (62 dokumen), Australia (47 dokumen), dan Jerman (39 dokumen) juga menunjukkan kontribusi yang berarti, meskipun dengan jumlah yang lebih rendah dibandingkan dengan tiga negara teratas. Negara-negara seperti Kanada (31 dokumen), Belanda (24 dokumen), Prancis (19 dokumen), dan Italia (17 dokumen) juga terlibat dalam penelitian ini, tetapi dengan jumlah yang jauh lebih sedikit. Secara keseluruhan, grafik ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana berbagai negara berkontribusi terhadap penelitian privasi konsumen, dengan

dominasi yang kuat dari negara-negara besar seperti Amerika Serikat dan China.



Gambar 5. Analisis keyword

Sumber: VOSviewer

Berdasarkan gambar 5 tentang analisis keyword terdapat berbagai kesimpulan sebagai berikut:

Privasi dan Perlindungan Konsumen: Privasi dan Perlindungan Konsumen (*consumer protection*) berada di pusat jaringan, menunjukkan bahwa keduanya adalah konsep kunci dalam diskusi tentang privasi konsumen. Banyak istilah lain terhubung langsung ke kedua konsep ini, menandakan bahwa perlindungan data dan privasi adalah isu yang saling terkait.

Data Privacy: *Data Privacy* memiliki banyak koneksi dengan istilah lain seperti GDPR (*General Data Protection Regulation*) dan CCPA (*California Consumer Privacy Act*), menunjukkan bahwa regulasi perlindungan data sangat relevan dalam konteks privasi konsumen.

Keterkaitan dengan Teknologi: Istilah seperti *Smart Grids*, *Smart Meters*, dan *Internet of Things (IoT)* menunjukkan bahwa teknologi modern berperan penting dalam diskusi tentang privasi. Keterkaitan ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi dapat mempengaruhi cara data konsumen dikumpulkan dan dilindungi.

Kekhawatiran Privasi: *Privacy Concerns* terhubung dengan istilah seperti *Consumer Behavior* dan *Information Management*, menunjukkan bahwa kekhawatiran tentang privasi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan cara informasi dikelola.

Aspek Bisnis: Istilah seperti *Electronic Commerce* dan *Sales* menunjukkan bahwa privasi konsumen juga memiliki implikasi dalam konteks bisnis, di mana perlindungan data menjadi penting untuk membangun kepercayaan konsumen.

Gambar 5 memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana berbagai konsep terkait privasi konsumen saling berinteraksi. Dengan

memahami hubungan ini, kita dapat lebih baik mengeksplorasi tantangan dan peluang yang ada dalam melindungi privasi konsumen di era digital. Analisis ini juga menyoroti pentingnya regulasi dan teknologi dalam membentuk lanskap privasi saat ini.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perkembangan dan tren dalam studi privasi konsumen melalui pendekatan analisis bibliometrik. Metodologi yang digunakan adalah bibliometrik untuk memetakan struktur intelektual dan evolusi bidang privasi konsumen, dengan data yang diambil dari Scopus, mencakup total 839 artikel yang relevan dari tahun 2015 hingga 2024. Terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah publikasi terkait privasi konsumen, dengan puncaknya pada tahun 2024 yang mencapai 148 artikel, menunjukkan bahwa privasi konsumen semakin menjadi perhatian utama di kalangan peneliti dan akademisi. Penelitian ini mencakup berbagai disiplin ilmu, dengan dominasi dari Ilmu Komputer (413 artikel), diikuti oleh Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi (261 artikel), serta kontribusi signifikan dari Ilmu Sosial dan Rekayasa, masing-masing dengan 198 dan 189 artikel.

Keterlibatan negara juga menunjukkan bahwa Amerika Serikat mendominasi dengan jumlah dokumen tertinggi (335 dokumen), diikuti oleh China (110 dokumen) dan India (78 dokumen), yang menunjukkan bahwa isu privasi konsumen mendapatkan perhatian yang luas di berbagai negara, terutama di negara-negara besar. Hasil analisis ini dapat membantu pembuat kebijakan dalam mengembangkan regulasi yang efektif terkait privasi konsumen, serta memberikan panduan bagi bisnis dalam mengadopsi praktik privasi yang lebih baik. Penelitian ini juga menyoroti celah-celah dalam literatur yang ada, memberikan arahan untuk penyelidikan akademik di masa depan. Secara umum, penelitian ini menegaskan bahwa privasi konsumen adalah isu yang kompleks dan multidimensional, melibatkan berbagai disiplin ilmu dan memerlukan perhatian yang lebih besar dari para peneliti, pembuat kebijakan, dan praktisi. Dengan meningkatnya kekhawatiran tentang privasi di era digital, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dan mengatasi tantangan yang berkaitan dengan perlindungan data dan

privasi konsumen. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup fokus pada tren yang muncul dalam privasi konsumen, termasuk peran teknologi dan regulasi yang relevan seperti GDPR dan CCPA, serta studi yang lebih mendalam mengenai dampak sosial dan psikologis dari praktik privasi terhadap perilaku konsumen. Dengan demikian, analisis ini tidak hanya memberikan wawasan tentang keadaan saat ini dalam penelitian privasi konsumen, tetapi juga mengidentifikasi arah untuk penelitian di masa depan yang dapat berkontribusi pada pengembangan kebijakan dan praktik yang lebih baik dalam perlindungan privasi konsumen.

B. Saran

Berdasarkan analisis dalam studi ini, beberapa saran untuk penelitian di bidang privasi konsumen antara lain:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam dampak sosial dan psikologis dari praktik privasi, terutama dalam konteks perubahan perilaku dan persepsi konsumen terhadap keamanan data mereka.
2. Mengingat munculnya regulasi seperti GDPR dan CCPA yang menjadi tren utama, penelitian perlu mengkaji efektivitas regulasi ini serta tantangan implementasinya di berbagai negara dan budaya yang berbeda.
3. Penelitian dapat diarahkan pada pengembangan dan evaluasi teknologi privasi baru, seperti kalkulus privasi dan teknologi *blockchain*, dalam meningkatkan perlindungan data dan kepercayaan konsumen.
4. Mengingat sebagian besar penelitian berfokus pada negara maju, studi di daerah berkembang dan negara-negara dengan karakteristik kultur berbeda sangat penting untuk memahami dinamika dan kebutuhan unik dalam privasi konsumen di berbagai wilayah.

DAFTAR RUJUKAN

- Bandara, R., Fernando, M., Akter, S. (2020). Privacy concerns in E-commerce: A taxonomy and a future research agenda. *Electronic Markets*. Link
- Beke, F.T., Eggers, F., Verhoef, P.C. (2018). Consumer informational privacy: Current knowledge and research directions. *Foundations and Trends in Marketing*. Link
- Blakeman, K. (2018). Biologically-derived nanomaterials for targeted therapeutic delivery to the brain. *Science Progress*. Link
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., (...), Lim, W.M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*. Link
- Hakim, L. (2020). Bibliography Analysis of Business Incubator Research in Scientific Publications Indexed by Scopus. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8 (2), 176–188.
- Herawati, P., Utami, S. B., & Karlina, N. (2022). Analisis Bibliometrik: Perkembangan Penelitian dan Publikasi mengenai Koordinasi Program Menggunakan Vosviewer. *Jurnal Pustaka Budaya*, 9 (1), 1–8. <https://doi.org/10.31849/pb.v9i1.8599>
- Horppu, J. (2023). Sensing privacy: Extending consumer privacy research through a consumer culture theory approach. *Marketing Theory*. Link
- Kauffman, R.J., Lee, Y.J., Prosch, M., Steinbart, P.J. (2011). A survey of consumer information privacy from the accounting information systems perspective. *Journal of Information Systems*. Link
- Malathi, A., Jasim, K.M. (2024). Current state and future directions of consumer online data protection and consumer privacy: a bibliometric study. *International Journal of Process Management and Benchmarking*. Link
- Marvi, R., Foroudi, M.M. (2023). Bibliometric analysis: Main procedure and guidelines. *Researching and Analysing Business: Research Methods in Practice*. Link
- Muchsin, M. A., Ismail, A., Nur, A., Ismail, F., Latief, K. A., Idria, R., Zulkhairi, Srimulyani, E., Rasyad, & Saleh, M. (2013). *Dimensi Metodologis Ilmu Sosial dan Humaniora*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Pelteret, M., Ophoff, J. (2016). A review of information privacy and its importance to consumers and organizations. *Informing Science*. Link
- Plangger, K., Pitt, L., Mills, A. (2015). When Spying is not Just: A Consumer Surveillance

- Framework. *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Link
- Prasetyo, H. (2021). Analisis Bibliometrik pada Scholarly Journals Proquest dengan Kata Kunci "Tourism in Indonesia" Menggunakan Perangkat Lunak Vosviewer. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12 (1), 16–21. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.9792>
- Riaman, Sukono, Supian, S., Ismail, N. (2022). Mapping in the Topic of Mathematical Model in Paddy Agricultural Insurance Based on Bibliometric Analysis: A Systematic Review Approach. *Computation*. Link
- Shah, S. H. H., Lei, S., Ali, M., & Hussain, D. D. and S. T. (2019). Prosumption: Bibliometric Analysis using HistCite and VOSviewer. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-12-2018-0696>
- Shu, S., Liu, Y. (2021). Looking back to move forward: A bibliometric analysis of consumer privacy research. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. Link
- Sillet, A. (2013). Definition and use of bibliometrics in research. *Soins*. Link
- Skute, I., Zalewska-Kurek, K., Hatak, I., & de Weerd-Nederhof, P. (2019). Mapping the Field: A Bibliometric Analysis of the Literature on University-industry Collaborations. *Journal of Technology Transfer*, 44 (3), 916–947. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9637-1>
- Storey, V.C., Kane, G.C., Schwaig, K.S. (2009). The quality of online privacy policies: A resource-dependency perspective. *Journal of Database Management*. Link
- Tran, C., Reich, B.J., Yuan, H. (2023). When and Why Consumers Respond to Online Privacy Violations. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. Link
- Valérie, D., Pierre, A.G. (2010). Bibliometric indicators: Quality measurements of scientific publication. *Radiology*. Link
- Wulansari, L., Ahmar, A.S., Rochmat, A., (...), Iskandar, A. (2020). The most-cited articles in Data in Brief Journal: A bibliometric analysis using Scopus data. *Library Philosophy and Practice*. Link
- Yuniar, A.D. (2024). Thin privacy boundaries: proximity and accessibility of E-commerce privacy policy in young consumers of Indonesia. *International Journal of Social Economics*. Link
- Zhen, G., Yongsheng, J. (2008). The influence of perceived privacy upon the trust in e-commerce. *Proceedings - 2008 International Seminar on Future Information Technology and Management Engineering, FITME 2008*. Link
- Zhu, R., Tao, Y. (2015). A ten-year longitudinal review of information privacy research from 2005-2014. *25th Annual Workshop on Information Technologies and Systems, WITS 2015*. Link