

Faktor Penggunaan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Travel di Kabupaten Pangkep

Andi Putri Tenriyola^{1*}, Auliyah Nurwafiyah², Anis Anshari Mas'ud³

¹Bisnis Digital, STIE Amkop Makassar, Sulawesi Selatan

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan.

³Manajemen, Universitas Sulawesi Barat, Majene, Sulawesi Barat

*e-mail correspondence: a.putritenriyola@gmail.com

(Received: on 28 Oct 2023; Reviewed: on 11 Nov 2023; Accepted on 26 Nov 2023)

Abstract

The travel industry has experienced rapid development due to the utilization of e-commerce, and marketing technologies such as e-commerce serve as tools in managing business resources. Therefore, this research aims to examine the factors influencing the use of e-commerce in enhancing the performance of travel businesses. This study adopts an explanatory research approach, intending to elucidate the relationships between various variables through hypothesis testing. The unit of analysis in this research is businesses in the Pangkep Regency, South Sulawesi, specifically those engaged in travel ticketing services. The research findings reveal three main factors affecting the use of e-commerce for business performance improvement: integrated information systems, networking, and technological innovation. Additionally, this study is supported by the Technology Organization Environment (TOE) theory to assess companies' decisions in adopting new technologies such as e-commerce. The research findings contribute to enhancing the understanding of travel industry practitioners in utilizing e-commerce technology.

Keywords: *e-commerce, integrated information systems, networking, technological innovation, technology organization environment theory, travel industry*

Abstrak

Industri perjalanan telah mengalami perkembangan yang pesat karena pemanfaatan *e-commerce*, dan teknologi pemasaran seperti *e-commerce* berfungsi sebagai alat bantu dalam mengelola sumber daya bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja bisnis travel. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori, yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan antara berbagai variabel melalui pengujian hipotesis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku usaha di Kabupaten Pangkep, Sulawesi Selatan, khususnya yang bergerak di bidang jasa penjualan tiket perjalanan. Temuan penelitian mengungkapkan tiga faktor utama yang mempengaruhi penggunaan *e-commerce* untuk peningkatan kinerja bisnis, yaitu sistem informasi yang terintegrasi, jaringan, dan inovasi teknologi. Selain itu, penelitian ini didukung oleh teori *Technology Organization Environment* (TOE) untuk menilai keputusan perusahaan dalam mengadopsi teknologi baru seperti *e-commerce*. Temuan penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman para praktisi industri perjalanan dalam memanfaatkan teknologi *e-commerce*.

Kata kunci: *e-commerce, sistem informasi terintegrasi, jaringan, inovasi teknologi, teori technology organization environment, usaha travel*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berpengaruh pada kemajuan usaha, dan dalam konteks ini, integrasi memegang peran kunci sebagai penunjang kegiatan usaha. Banyak bisnis yang berinvestasi dalam solusi digital seperti otomatisasi pemasaran, analitik, dan media sosial. Hal ini menciptakan industri pemasaran digital yang dinamis, di mana penting bagi bisnis untuk terus mengikuti perubahan tersebut (Mas'ud, A. A, 2023). Seseorang baru dianggap terampil dalam integrasi setelah memahami sistem terintegrasi. Integrasi pada dasarnya adalah sistem

pengolahan informasi yang menghasilkan keluaran berupa informasi terintegrasi, dimulai dari perekaman data melalui pembagian kekuasaan dalam organisasi usaha (Setyawasih, R., 2023). Seiring perluasan aktivitas usaha, manajemen dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien. Kemajuan usaha terkait kemampuannya dalam mengumpulkan informasi terkini. Salah satu indikator keberhasilan usaha adalah kemampuan menghubungkan lingkup internal dan eksternal melalui networking bisnis Sienatra, K. B. (2016). Penerapan teknologi informasi dan komunikasi di usaha karoseri menjadi kebutuhan untuk pertukaran data dan informasi yang cepat, akurat, dan aman. Teknologi informasi berperan sebagai alat bantu dalam pengelolaan sumber daya usaha. Kinerja usaha tidak hanya diukur dari segi keuangan, tetapi juga dengan pengukuran non-keuangan (Kotey, B, 1997). Usaha berlomba menggunakan teknologi canggih dengan beralih ke *electronic commerce* untuk mencapai target yang diinginkan Taher, G. (2021). Usaha travel mengalami perkembangan pesat berkat penggunaan e-commerce. Sebelum internet, model bisnis travel sederhana. Salah satu strategi pengembangan adalah peningkatan penjualan tiket pesawat melalui e-commerce. E-commerce, seperti Traveloka, Booking, Pegipegi, dll., memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat. Usaha travel yang menggunakan Online Travel Agent (OTA) dianggap dapat memperpendek waktu dan mempermudah konsumen dalam memesan tiket penerbangan. Penelitian ini mengacu pada Technology Organization Environment Theory (TOE) yang diperkenalkan oleh Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990) dalam teori TOE ini membantu menganalisis faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan dalam penggunaan *e-commerce*. Penelitian ini unik karena sedikit penelitian di Indonesia yang fokus pada e-commerce dalam usaha travel, padahal dampak teknologi pada pola pembelian konsumen sangat signifikan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha travel, khususnya usaha jasa dalam bidang travel *ticketing*. Objek penelitian melibatkan usaha-usaha yang bergerak di sektor tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei atau self-administered survey, di mana data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang hubungan antar variabel yang terlibat dalam konteks usaha travel. Populasi dalam penelitian ini adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa *travel ticketing*. Untuk menentukan sampel, digunakan teknik *purposive sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria dalam penelitian ini mencakup travel *ticketing* yang berlokasi di Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan, yang mencantumkan alamatnya di Google Maps, dan yang memiliki website.

Total sampel pada penelitian ini berjumlah 45 usaha travel sebagai responden pada penelitian ini. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data yang memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut menggunakan teknik skala Likert. Kuesioner yang dibagikan berisi daftar pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada responden, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan sistem informasi integrasi, networking pemasaran, inovasi teknologi, adopsi e-commerce, dan kinerja usaha. Teknik *skala Likert* digunakan untuk mengukur tingkat persepsi atau pendapat responden terhadap variabel-variabel tersebut dalam konteks usaha *travel ticketing* di Kabupaten Pangkep. Setelah mengumpulkan data dari hasil jawaban responden, selanjutnya data tersebut akan ditabulasikan dalam tabel dan dilakukan pembahasan secara deskriptif. Analisis deskriptif akan menggunakan ukuran seperti jumlah responden, nilai rata-rata jawaban, dan persentase. Analisis data ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang persepsi dan tanggapan

responden terhadap variabel-variabel tersebut. Selanjutnya, analisis data akan diperkuat dengan menggunakan aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) versi 4.0. SmartPLS akan membantu dalam melakukan analisis statistik yang lebih mendalam terkait pengaruh variabel-variabel yang telah diidentifikasi. Dengan demikian, hasil penelitian akan dapat memberikan pemahaman yang lebih terinci dan mendalam tentang hubungan antara tiap variabel.

HASIL

Dalam penelitian ini, responden terdiri dari pemilik usaha travel, staf/bagian pelayanan, dan bagian pemasaran/*marketing*. Kuesioner disebarakan secara langsung dan online menggunakan *Google Drive* kepada responden, dengan total 120 eksemplar yang didistribusikan. Sebanyak 45 kuesioner kembali dan diisi lengkap, sedangkan 15 kuesioner tidak kembali dengan alasan beberapa usaha travel tidak beroperasi atau sudah tutup, dan ada yang alamatnya tidak sesuai. Dari 120 kuesioner yang digunakan dalam analisis model penelitian, karakteristik responden menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak (81.1%) dibandingkan dengan responden laki-laki (19.9%). Berdasarkan jabatan, pemilik usaha travel mengisi 120 kuesioner (32.5%), bagian marketing 35 kuesioner (33.1%), dan bagian pelayanan 36 kuesioner (36.2%). Responden terbanyak berasal dari bagian pelayanan, yang mungkin karena mereka memiliki keterlibatan langsung dengan operasional usaha dan penggunaan e-commerce dalam pelayanan kepada konsumen. Analisis model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas dalam model menggunakan Algoritma dalam analisis SEM Smart PLS 4.0. Proses ini melibatkan uji validitas, termasuk validitas konvergen dan validitas diskriminasi. Validitas konvergen diukur melalui loading faktor indikator, dengan nilai $\geq 0,30$ dianggap level minimal, $\pm 0,40$ lebih baik, dan $> 0,50$ dianggap baik. Uji validitas konvergen juga melibatkan nilai T-statistik yang harus dua kali lebih besar dari nilai standar error. Semakin tinggi nilai loading factor, semakin signifikan peran faktor tersebut dalam matriks faktor.

Tabel 1. Hasil uji *bootstrapping* Menggunakan Smart PLS 4.0

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T. Statistics Standard Error (STERR) |
|-----------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------------------|
| EC1 <- E-Commerce | 0,439 | 0,443 | 0,153 | 2,879 |
| EC2 <- E-Commerce | 0,532 | 0,513 | 0,123 | 4,310 |
| EC3 <- E-Commerce | 0,807 | 0,797 | 0,052 | 15,386 |
| EC4 <- E-Commerce | 0,567 | 0,543 | 0,180 | 0,375 |
| EC5 <- E-Commerce | 0,526 | 0,511 | 0,160 | 3,275 |
| EC6 <- E-Commerce | 0,744 | 0,729 | 0,074 | 10,079 |
| IT.1 <- Inovasi - Teknologi | 0,673 | 0,640 | 0,259 | 1,056 |
| IT.2 <- Inovasi - Teknologi | 0,752 | 0,629 | 0,258 | 2,920 |
| IT.3 <- Inovasi - Teknologi | 0,509 | 0,523 | 0,260 | 0,420 |
| IT.4 <- Inovasi - Teknologi | 0,546 | 0,305 | 0,272 | 1,270 |
| IT.5 <- Inovasi - Teknologi | 0,688 | 0,691 | 0,546 | 0,658 |

| | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|--------|
| KP.1 <- Kinerja-Usaha | 0,614 | 0,557 | 0,218 | 2,813 |
| KP.2 <- Kinerja-Usaha | 0,682 | 0,618 | 0,199 | 3,422 |
| KP.3 <- Kinerja-Usaha | 0,703 | 0,703 | 0,299 | 0,009 |
| KP.4 <- Kinerja-Usaha | 0,485 | 0,442 | 0,207 | 2,345 |
| KP.5 <- Kinerja-Usaha | 0,439 | 0,443 | 0,153 | 2,879 |
| KP.6 <- Kinerja-Usaha | 0,532 | 0,513 | 0,123 | 4,310 |
| Net.1 ←Networking | 0,807 | 0,797 | 0,052 | 15,386 |
| Net.2 ←Networking | 0,567 | 0,543 | 0,180 | 0,375 |
| Net.3 ←Networking | 0,526 | 0,511 | 0,160 | 3,275 |
| Net.4 ←Networking | 0,744 | 0,729 | 0,074 | 10,079 |
| Net.5 ←Networking | 0,673 | 0,640 | 0,259 | 1,056 |
| SIT1 ←Sistem Informasi Terintegrasi | 0,603 | 0,663 | 0,366 | 0,555 |
| SIT2 <- Sistem Informasi Terintegrasi | 0,682 | 0,662 | 0,219 | 0,830 |
| SIT3 <- Sistem Informasi Terintegrasi | 0,586 | 0,549 | 0,370 | 0,503 |
| SIT4 <- Sistem Informasi Terintegrasi | 0,557 | 0,478 | 0,210 | 2,180 |
| SIT5 <- Sistem Informasi Terintegrasi | 0,773 | 0,714 | 0,162 | 4,771 |
| SIT.6 ←Sistem Informasi Terintegrasi | 0,603 | 0,663 | 0,366 | 0,555 |

Tabel OuterLoadings (STDEV, Mean, T-Values), Sumber: hasil olahdata, 2023

Hypothesis Testing

Pengujian dengan menggunakan uji inner model dapat digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk laten yang sudah dihipotesiskan pada penelitian, setelah dilakukan pengolahan data maka dapat disajikan hasil olahan data *path coefficient* dengan Smart PLS 4.0 yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil *Path Coefficient*

| | Sample Original (O) | Mean Sample (M) | Deviation Standard (STDEV) | Statistics T ((O/STDEV)) | P Values | Ket. |
|-----------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|--------------|----------------|
| EC-->KP | 0,388 | 0,412 | 0,180 | 2,145 | 0,002 | Signifikan (+) |
| IT-->EC | 0,207 | 0,243 | 0,084 | 2,554 | 0,001 | Signifikan (+) |
| NET-->EC | 0,336 | 0,324 | 0,105 | 3,236 | 0,000 | Signifikan (+) |
| SIT--> EC | 0,241 | 0,265 | 0,093 | 2,513 | 0,000 | Signifikan (+) |

Tabel Nilai *Path Coefficient*, Sumber: hasil olah data, 2023

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi terintegrasi (X1), networking (X2), dan inovasi teknologi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-commerce (Y.1), dengan nilai coefficients path ($\beta = 0.388$, $t = 2.145$, $p = 0.002 < 0.05$). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Ini menunjukkan bahwa adopsi e-commerce secara positif berkontribusi terhadap kinerja usaha. Selain itu, variabel sistem informasi terintegrasi (X1), networking (X2), dan inovasi teknologi (X3) juga mempengaruhi kinerja usaha (Y2) melalui variabel e-commerce. Meskipun nilai path coefficients kurang dari 0,05, namun hal ini dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap e-commerce. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini juga diterima. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi sistem informasi, networking, dan inovasi teknologi memberikan dampak positif terhadap adopsi e-commerce, yang pada gilirannya berkontribusi pada kinerja usaha dalam konteks usaha *travel ticketing* di Kabupaten Pangkep.

PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini dilakukan dalam menganalisis temuan-temuan yang diperoleh dari hasil pengamatan di usaha jasa travel di Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan. di mana dalam penelitian ini diperoleh temuan secara empirik sebagai berikut:

1. Pengaruh sistem informasi terintegrasi terhadap kinerja usaha travel dengan penggunaan *E-Commerce* sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Awa et al. (2015), Chatzoglou et al. (2017), dan Soto-Acosta et al. (2016), yang menyimpulkan bahwa sistem informasi terintegrasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan e-commerce. Temuan ini juga menunjukkan bahwa sistem informasi terintegrasi adalah elemen kunci dalam mendukung penggunaan *e-commerce* secara maksimal dan efektif, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja perusahaan. Sistem informasi terintegrasi, dalam konteks penelitian ini, menggambarkan tingkat hubungan konektivitas antara berbagai unit fungsional bisnis yang juga diintegrasikan secara eksternal. Penggunaan sistem informasi terintegrasi dapat meningkatkan kinerja usaha travel dengan mengurangi biaya operasional, menghemat waktu, dan meningkatkan layanan pelanggan. Pentingnya sistem informasi terintegrasi dalam penggunaan e-commerce juga terkait dengan efisiensi aliran data di sepanjang rantai nilai perusahaan, serta kemampuan untuk secara otomatis mengkomunikasikan setiap perubahan transaksi. Teori *Technology Organization Environment* (TOE) mendukung pengaruh positif antara sistem informasi terintegrasi dan kinerja usaha melalui penggunaan *e-commerce*. Menurut (Tornatzky & Fleischer, 1990) teori TOE mendukung keputusan perusahaan untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi baru dipengaruhi oleh faktor teknologi, lingkungan, dan organisasi itu sendiri. Sistem informasi terintegrasi di usaha travel menjadi faktor kritis keberhasilan penggunaan *e-commerce* di beberapa usaha travel di Kabupaten Pangkep, karena memastikan aliran data yang efisien dalam rantai nilai, khususnya dalam konteks operasional bisnis.

2. Pengaruh *networking* terhadap kinerja usaha travel dengan penggunaan *E-Commerce* sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dalam usaha jasa travel di Kabupaten Pangkep didukung oleh pemanfaatan *networking* atau jaringan bisnis antar usaha travel. Mayoritas responden cenderung merasa bahwa penggunaan *e-commerce* dalam usaha jasa travel, khususnya dalam penjualan tiket, dipengaruhi oleh adanya jaringan bisnis yang terbentuk

di antara individu dan organisasi. *Networking* dianggap sebagai elemen penting dalam menyatukan usaha dan membawa mereka ke dalam sistem inovatif, melibatkan perjanjian, pengembangan produk, dan aliansi antar organisasi atau usaha. Penelitian ini sejalan dengan temuan Jin & Jung (2016), yang menyimpulkan bahwa pelaku bisnis berusaha untuk berevolusi dari model bisnis offline ke model bisnis online, dengan tujuan memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan penelitian Neneh (2018) dan Rohmaniyah & Nurhayati (2017), yang menemukan bahwa pemanfaatan *networking* atau jejaring bisnis tidak memainkan peran penting dan bahkan memiliki dampak negatif terhadap penggunaan atau adopsi *e-commerce* pada suatu usaha. Penelitian ini menyatakan bahwa usaha travel dapat mengurangi masalah internal dengan mengadopsi teknologi baru dan bergantung pada hubungan bisnis serta jaringan pemasaran mereka. *Networking* dianggap sebagai usaha bersama dari dua pihak atau lebih, di mana setiap pelaku usaha, berusaha mencapai tujuan bersama melalui penggunaan teknologi baru seperti *e-commerce*. Pengaruh signifikan antara *networking* dan kinerja perusahaan melalui penggunaan *e-commerce* juga mendapat dukungan dari teori *Technology Organization Environment* (TOE) oleh Tornatzky & Fleischer (1990), mengemukakan ada tiga faktor utama yang mendorong perusahaan untuk menggunakan teknologi, yaitu faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan. Dalam konteks lingkungan, *networking* dianggap sebagai faktor yang memengaruhi adopsi dan implementasi teknologi. Meskipun ada variasi dalam faktor yang digunakan oleh penelitian empiris yang menggunakan TOE, namun pada dasarnya, konsep bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan seperti pemanfaatan *networking* pelaku usaha memengaruhi penggunaan teknologi tetap menjadi landasan teori.

3. Pengaruh inovasi teknologi terhadap kinerja usaha travel dengan penggunaan *E-Commerce* sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha travel melalui penggunaan *e-commerce*. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa inovasi teknologi dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha jasa travel, khususnya dalam penjualan tiket. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa inovasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui penggunaan *e-commerce* dapat diterima secara empiris. Pengujian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dalam usaha jasa travel didukung oleh aplikasi inovasi dalam organisasi, yang menghasilkan perubahan yang lebih baik dan berbeda dari sebelumnya. Proses inovasi ini, yang dipengaruhi oleh pandangan ke depan, kreativitas, dan perubahan lingkungan, memperkuat kinerja usaha. Responden cenderung merasa bahwa penggunaan *e-commerce* dipengaruhi oleh inovasi yang dianggap sebagai alat untuk memberikan perubahan yang meningkatkan pangsa pasar, terutama dalam konteks usaha jasa travel. Intensitas inovasi diidentifikasi sebagai pendorong penting dalam penggunaan teknologi, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Chang et al. (2015) dan Soto-Acosta et al. (2016). Temuan ini menegaskan bahwa inovasi tidak hanya mencakup penggunaan *e-commerce* sebagai suatu hal baru, tetapi juga merupakan alat untuk memberikan perubahan yang dapat meningkatkan pangsa pasar dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pengaruh signifikan antara inovasi teknologi dan kinerja perusahaan melalui penggunaan *e-commerce* juga mendapatkan dukungan dari teori *Technology Organization Environment* (TOE) oleh Tornatzky & Fleischer (1990). Ini menekankan bahwa inovasi teknologi adalah salah satu faktor kunci yang memengaruhi penggunaan dan adopsi teknologi baru dalam suatu organisasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja usaha jasa travel di Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan, dapat menggunakan *e-commerce* sebagai kunci utama. Penggunaan *E-commerce* berperan sebagai alat digitalisasi usaha yang memfasilitasi pemasaran di dalam usaha jasa, terutama dalam industri travel. Keuntungan dari penggunaan *e-commerce* termasuk kemampuan untuk mengolah data dengan lebih efisien, basis data perusahaan yang tertata rapi, peningkatan dalam pelayanan, dan efisiensi biaya operasional. Dukungan dari sistem informasi terintegrasi usaha juga dianggap krusial, memastikan keakuratan dan konektivitas antara berbagai sistem informasi yang berfungsi dalam bisnis. *Networking*, atau jaringan bisnis dengan perusahaan travel lainnya, memainkan peran penting dalam menciptakan jejaring (*internetworking*) yang strategis untuk menentukan posisi perusahaan dalam pasar dan mendorong pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi. Inovasi teknologi diidentifikasi sebagai faktor kunci yang memengaruhi penggunaan *e-commerce* dan kinerja usaha travel secara keseluruhan. Pelaku usaha travel di Kabupaten Pangkep perlu fokus pada inovasi untuk menciptakan perubahan positif yang dapat meningkatkan pangsa pasar dan efektivitas operasional. Secara keseluruhan, digitalisasi melalui penggunaan *e-commerce*, didukung oleh sistem informasi terintegrasi, *networking*, inovasi teknologi, dan sebagai implementasi teori *Technology Organization Environment* (TOE) adalah langkah-langkah penting yang dapat membawa manfaat signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha jasa travel.

DAFTAR PUSTAKA

- Awa, H. O., Ojiabo, O. U., & Emecheta, B. C. (2015). Integrating TAM, TPB and TOE frameworks and expanding their characteristic constructs for e-commerce adoption by SMEs. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 6(1), 76–94. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-04-2014-0012>
- Chang, B. Y., Magobe, M. J., & Kim, Y. B. (2015). E-commerce applications in the tourism industry: A Tanzania case study. In *South African Journal of Business Management*. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v46i4.109>
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Fragidis, L., & Symeonidis, S. (2017). Examining the critical success factors for erp implementation: An explanatory study conducted in SMEs. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 277, 179–201. https://doi.org/10.1007/978-3-319-53076-5_10
- Jin, B., & Jung, S. (2016). Toward a deeper understanding of the roles of personal and business networks and market knowledge in SMEs' international performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 812–830. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2015-0104>
- Kotey, B., & Meredith, G. G. (1997). Relationships among owner/manager personal values, business strategies, and enterprise performance. *Journal of small business management*, 35, 37-64.

- Mas' ud, A. A., & Tenriyola, A. P. (2023). HR Competency Analysis on Increasing MSMEs Performance In Supporting Industrial Era 4.0. *Jambura Science of Management*, 5(2), 86-96.
- Neneh, B. N. (2018). Customer orientation and SME performance: the role of networking ties. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(2), 178–196. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2017-0043>
- Rohmaniyah, A., & Nurhayati, T. (2017a). PENINGKATAN KREATIVITAS PEMASARAN DAN KUALITAS NETWORKING BERBASIS ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi Kasus pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30659/ekobis.18.2.149-163>
- Setyawasih, R., Baali, Y., Ekopriyono, A., Pasaribu, J. S., Mas'ud, A. A., Simarmata, N., ... & Mose, Y. (2023). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA GLOBAL*. Get Press Indonesia.
- Shahzad, A., Chin, H. K., Altaf, M., & Bajwa, F. A. (2020). Malaysian SME's performance and the use of e-commerce: A multi-group analysis of click-and-mortar and pure-play e-retailers. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(1), 1-33.
- Sienatra, K. B. (2016). Networking sebagai Faktor Pendorong Kinerja Usaha Startup Bisnis.
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Palacios-Marqués, D. (2016). E-business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: an empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1074126>
- Taher, G. (2021). E-commerce: advantages and limitations. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 11(1), 153-165.
- Tam, C., Loureiro, A., & Oliveira, T. (2020). The individual performance outcome behind e-commerce: Integrating information systems success and overall trust. *Internet Research*, 30(2), 439-462.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The Process of Technology Innovation*. In Lexington Books, Lexington, MA. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00075-9](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00075-9)