

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Pandangan Berbasis Sumber Daya (*Resource-based View*)

Teori pandangan berbasis sumber daya (Resource-based View) pertama kali diusulkan oleh Birger Wernerfelt (1984) sejak itu telah menjadi salah satu kerangka teoritis yang sering digunakan. Teori banyak sekali digunakan peneliti telah mengadopsi teori pandangan berbasis sumber daya untuk mengatasi pemanfaatan sumber daya perusahaan demi pencapaian kinerja perusahaan yang lebih tinggi (Aqsa Mehrin *et al.*, 2020). Perusahaan yang mampu mengidentifikasi, mengembangkan, dan memanfaatkan sumber daya unik yang dimilikinya akan lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan memenuhi tuntutan pelanggan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja keseluruhan (Isichei *et al.*, 2020).

Teori pandangan berbasis sumber daya (*Resource-based View*) merupakan sebuah kerangka teoritis yang sering digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kemampuan kewirausahaan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga mencakup kemampuan inovatif dan adaptif yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dan dinamika pasar, sehingga berkontribusi secara signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan UMKM. Dengan pemahaman yang mendalam tentang sumber daya dan keterampilan yang dimiliki oleh wirausahawan dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saing organisasi. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), kewirausahaan diakui sebagai keterampilan manajerial yang bersifat unik dan strategis, yang berperan sebagai aset krusial dalam mencapai keunggulan organisasi.

Hubungan antara teori pandangan berbasis sumber daya (Resource-based View) dan literasi keuangan terletak pada peran keduanya sebagai perspektif manajemen kontemporer yang paling relevan dalam konteks kewirausahaan. Pemahaman yang mendalam tentang sumber daya (*Resource-based View*) dan literasi keuangan memungkinkan UMKM untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan pasar, sehingga meningkatkan potensi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, integrasi kedua konsep ini menjadi fundamental dalam merumuskan pendekatan yang mampu mendorong pencapaian kinerja optimal di tengah persaingan yang semakin ketat. menjadi perspektif manajemen kontemporer paling popular dalam kewirausahaan yang diantaranya adalah saling melengkapi dan menjelaskan keberlanjutan keunggulan kompetitif yang lebih baik (Meressa, 2023)

Hubungan antara teori pandangan berbasis sumber daya (Resource-based View) dan pelatihan sangat relevan dalam konteks pengembangan keterampilan, karena pelatihan memungkinkan terciptanya kesamaan dalam keterampilan di seluruh perusahaan. Meskipun demikian, sikap pemilik-manajer serta kondisi ekonomi dan sosial dapat memengaruhi variasi dalam pengembangan keterampilan di masing-masing perusahaan. Integrasi teori pandangan berbasis sumber daya dengan strategi pelatihan menjadi krusial dalam menciptakan kapabilitas yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Pelatihan yang efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi, yang pada gilirannya berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan (Yoo *et al.*, 2022).

Teori pandangan berbasis sumber daya (Resource-Based View) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi berasal dari sumber daya yang unik dan sulit ditiru, sementara *locus of control* mencerminkan keyakinan individu mengenai kemampuan mereka dalam mengendalikan hasil dari tindakan mereka. Keduanya saling berinteraksi, di mana individu dengan *locus of control* internal cenderung lebih percaya bahwa usaha dan keterampilan mereka dapat mempengaruhi hasil, sehingga meningkatkan efektivitas penggunaan sumber daya

yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan individu akan kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya dan menghadapi konsekuensi dari tindakan dapat berkontribusi pada pencapaian kinerja yang lebih baik dalam konteks organisasi (H.Tseng *et al.*, 2022).

2.1.2 Kinerja Perusahaan

Bahta *et al.*, (2021) menyatakan bahwa kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil kerja yang dicapai oleh UMKM dalam periode waktu tertentu, yang diukur melalui ukuran nilai tambah atau standar tertentu, serta disesuaikan dengan peran dan tujuan spesifik dari UMKM tersebut. Kinerja berfungsi sebagai indikator keberhasilan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga evaluasi kinerja yang sistematis memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta merumuskan strategi yang efektif untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Menne *et al.*, (2022) mengatakan bahwa kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mengurangi kesenjangan sosial diantara keduanya. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan inklusi ekonomi dengan memberikan peluang bagi masyarakat dari berbagai latar belakang untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Dukungan pemerintah sangat diperlukan pemerintah sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Upaya ini mencakup penyediaan akses terhadap pembiayaan, pelatihan keterampilan, serta bantuan dalam pengembangan teknologi dan pemasaran. Dengan adanya UMKM dilekapi dengan sumber daya dan fasilitas yang memadai, pengusaha akan mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi, menciptakan lingkungan usaha yang lebih merata, dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan tingkat lokal maupun nasional.

Rahmawati *et al.*, (2023)mengatakan bahwa tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk mencapai kinerja yang optimal dan maksimal dalam berbagai bidang,

termasuk manajemen, keuangan, produksi, pemasaran atau distribusi, dan sumber daya manusia, dan itu adalah kondisi yang diperlukan bagi sebuah bisnis untuk terus beroperasi, serta untuk UMKM. Peforma bisnis dalam UMKM bisa ditinjau melalui kesuksesan perusahaan melalui mutu produk, pembaruan, SDM, manajemen, konsumen, serta finansial, membuktikan bahwasanya perusahaan mempunyai orientasi perkembangan serta melihat kesempatan terus menerus.

Garad *et al.*, (2023) bahwa kinerja usaha dapat dianalisis dan diukur melalui beragam metrik yang mencakup pendapatan, laba, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan keterlibatan karyawan, yang masing-masing memberikan wawasan penting mengenai kesehatan dan efektivitas operasional suatu perusahaan. Pengukuran kinerja bisnis harus mengedepankan kesesuaian antara indikator yang dipilih dengan tujuan strategis yang ingin dicapai, serta mengevaluasi tingkat kepuasan dari berbagai tindakan yang diambil dalam upaya mencapai kinerja yang diinginkan. Penilaian kinerja tidak hanya terfokus pada aspek keuangan, namun juga harus mempertimbangkan dampak sosial, seperti peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pengurangan kesenjangan sosial. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, UMKM dapat lebih efektif dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta menetapkan strategi yang tepat untuk perbaikan berkelanjutan agar evaluasi kinerja yang menyeluruh memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi lebih signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

Pengelolaan kinerja usaha yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan, terbukti dari hasil analisis penilaian kinerja yang komprehensif, yang mampu menggambarkan dengan jelas kondisi dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pengukuran dan evaluasi kinerja dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat tumbuh lebih besar dan lebih kuat agar berfungsi sebagai pilar utama perekonomian nasional serta memainkan peran

krusial dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

(Hutahayan, 2021) menyatakan bahwa indikator dari kinerja ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan penjualan merupakan konsep yang mengacu pada peningkatan jumlah pendapatan atau volume penjualan dari suatu produk atau layanan dari suatu periode waktu periode berikutnya, sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang menjadi sumber penerimaan utama perusahaan.
- b. Pertumbuhan modal adalah untuk meningkatkan nilai kekayaan atau aset pada masa mendatang, sehingga memberikan keamanan finansial atau kemampuan untuk mencapai tujuan keuangan yang lebih besar.
- c. Pertumbuhan profit atau laba usaha adalah peningkatan yang terjadi pada keuntungan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan operasionalnya dari satu periode ke periode lainnya.

2.1.3 Literasi keuangan

Culebro-Martínez et al., (2024) mengatakan bahwa literasi keuangan adalah suatu kemampuan yang harus dimiliki individu untuk memperoses informasi ekonomi dengan benar, membuat keputusan yang tepat, yang memungkinkan mereka memahami istilah-istilah akumulasi kekayaan, utang dan pensiun serta membuat keputusan keuangan yang berkualitas dan demikian meningkatkan kesejahteraan finasial mereka. Signifikansi literasi keuangan telah menjadi penting karena dimulainya produk atau layanan keuangan baru, kompleksitas pasar keuangan, dan lingkungan ekonomi yang berubah dengan cepat. Literasi keuangan di sisi lain mengacu pada kemampuan untuk menggunakan uang dengan baik. Ini termasuk memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip keuangan seperti kredit, tabungan, investasi, dan penganggaran.

Rahmawati *et al.*,(2023) mengatakan bahwa keterampilan finansial adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan finansial seseorang atau organisasi

pelaku usaha dalam kehidupan sehari-hari yang memiliki kemampuan untuk menetapkan tujuan keuangan, membuat anggaran, menabung, berinvestasi, dan mengelola utang. Sehingga para wirausahawan juga perlu memahami pengetahuan keuangan dasar tentang akutansi, biaya, dan penganggaran untuk maju dan bertahan dalam lingkungan yang kompetitif, sehingga kegiatan-kegiatan ini memiliki signifikansi finansial dan untuk berkerja secara efisien.

Skica *et al.*,(2022) mengatakan bahwa kurangnya pemahaman manajemen keuangan merupakan salah satu faktor yang signifikan yang dapat mengakibatkan kegagalan proyek bisnis, terutama kalangan usaha, mikro, kecil dan, menengah (UMKM). Hal seperti ini, tidak jarang kita temukan UMKM yang menghadapi kesulitan dalam mengelola sumber daya keuangan mereka, yang berujung pada ketidakmampuan untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan investasi melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan yang terfokus pada isu-isu keuangan yang dihadapi oleh UMKM. (Martinez-Jimenez et al., 2020) dengan demikian pelaku UMKM akan lebih mampu dalam mengelola keuangan mereka secara efisien, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan pada akhirnya meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang

Anshika & Singla, (2022) mengatakan bahwa untuk mengukur literasi keuangan diperlukan indicator sebagai berikut:

1. Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan merupakan suatu pemahaman dan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam mengelola aspek-aspek keuangan pribadi, bisnis atau organisasi. Pengetahuan keuangan mencakup pemahaman tentang bagaimana mengelola pendapatan, pengambilan keputusan yang bijaksana, manajemen keuangan dan pengelola risiko, pemahaman pajak dan kepatuhan, mengukur kinerja dan evaluasi keuangan. Permasalahan yang sering terjadi dengan pengusaha UMKM yaitu pembukuan atau anggaran keuangan masih

rendah, investasi, rendahnya pengetahuan tentang kredit bagi pelaku umkm, rendahnya pengetahuan akutansi.

2. Perilaku keuangan

Perilaku keuangan merupakan tingkat perilaku seseorang saat mengelola keuangan dan mampu menyeleraskan antara motif individu dengan tujuan perusahaan. Perilaku keuangan yang baik dalam konteks umkm sangat penting karena dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja keuangan dan keselemanan finansial seperti pengelola arus kas, manajemen utang, keputusan investasi, perencanaan keuangan, pengelolaan resiko keuangan.

3. Sikap keuangan

Sikap keuangan merupakan pandangan, nilai, dan perilaku individu terhadap pengelolaan keuangan, termasuk dalam hal pengeluaran, tabungan, investasi, dan utang. Sikap ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pendidikan, pengalaman, lingkungan sosial, dan keadaan ekonomi. Sikap keuangan yang positif dapat mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan yang bijak dan berkelanjutan, sedangkan sikap negatif dapat mengakibatkan kesulitan dalam mencapai tujuan keuangan dan meningkatkan risiko kebangkrutan.

2.1.4 Pelatihan

Armstorg, (2020) mengaktakan bahwa pelatihan adalah modifikasi perilaku secara sistematis melalui proses pembelajaran, yang memungkinkan individu untuk meningkatkan tingkat pengetahuan, praktik, dan kualifikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas mereka secara efisien. Kegiatan ini telah menjadi praktik manajemen sumber daya manusia yang tersebar luas di organisasi-organisasi di seluruh dunia (Hughes *et al* 2019).

Pauli, (2020) bahwa pelatihan diperlukan untuk mengembangkan partisipasi karyawan dalam manajemen kualitas organisasi dalam upaya peningkatan untuk mengetahui cara menerapkan konsep atau teknik manajemen mutu dan perbaikan

dalam pekerjaan karyawan. Sehingga pelatihan terhadap kinerja UMKM dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti workshop, seminar, pelatihan online, atau konsultasi langsung dengan ahlinya. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi tantangan bisnis, memanfaatkan peluang, pertumbuhan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Dalam usaha mikro, kecil dan menengah tidak adanya pelatihan yang dilakukan pelaku usaha, mikro kecil dan menengah menjadi alasan utama di balik tingginya kegagalan usaha. Untuk pelaku usaha UMKM yang baru didirikan tanpa adanya pengetahuan dibidang pemasaran, produksi, peran dan tanggung jawab karyawan, kepimpinan, dan pelatihan media digital bisa menjadi sangat sulit terutama ketika pemilik usaha tidak memiliki sedikit pengetahuan untuk menjamin berjalan usaha yang akan dijalankan. bahwa penting juga untuk menjaga keseimbangan antara pelatihan dan kepatuhan terhadap metode perbaikan terstruktur dan alat yang sesuai serta penciptaan lingkungan yang mendukung dan kreatif (van Assen, 2021).

Melalui program pelatihan, pekerja dapat meningkatkan keterampilan mereka, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan penguasaan keterampilan baru yang relevan untuk pekerjaan saat ini maupun di masa depan. Namun, penting untuk mencatat bahwa manfaat ini perlu dipertimbangkan bersama dengan waktu yang hilang selama proses pelatihan, yang dapat mempengaruhi produktivitas jangka pendek perusahaan. Evaluasi yang cermat mengenai biaya dan manfaat dari pelatihan sangat diperlukan untuk memastikan bahwa investasi dalam pengembangan sumber daya manusia memberikan hasil yang optimal.

Yimam, (2022) mengatakan bahwa untuk mengetahui pengukuran indikator pelatihan adalah sebagai berikut:

a. Peningkatan pengetahuan

Peningkatan pengetahuan merupakan alat mengukur seberapa besar peningkatan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha mikro, kecil menengah atau tim manajemen setelah mengikuti pelatihan.

b. Peningkatan Keterampilan

Peningkatan keterampilan merupakan suatu evaluasi kemampuan baru atau keterampilan tambahan yang diperoleh oleh peserta pelatihan, seperti keterampilan manajerial, keuangan, pemasaran, atau teknologi. Peningkatan ini bisa tercermin dalam kemampuan praktis untuk mengelola operasi sehari-hari atau mengimplementasikan strategi baru.

c. Peningkatan kinerja bisnis

Peningkatan kinerja bisnis adalah suatu evaluasi dampak pelatihan terhadap kinerja bisnis usaha mikro, kecil dan menengah seperti peningkatan penjualan, efisiensi operasional, profitabilitas, atau pangsa pasar.

d. Pengukuran ROI (Return on Investment)

Pengukuran ROI (Return on Investment) merupakan analisa biaya dan manfaat dari pelatihan untuk apakah investasi dalam pelatihan memberikan hasil sebanding. Selain melibatkan perhitungan keuntungan tambahan atau pengurangan biaya yang dihasilkan dari pelatihan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk pelatihan itu sendiri.

2.1.5 *Locus of control*

Arifin et al., (2020) *Locus of control* merujuk pada pengendalian diri atau pola pikir individu yang dapat memengaruhi tingkat keberhasilan atau kegagalan dalam kehidupan, serta berperan sebagai salah satu faktor yang signifikan dalam pengambilan keputusan. Konsep *locus of control* pertama kali diperkenalkan oleh Rotter (1954), seorang tokoh dalam teori pembelajaran sosial (social learning theory), yang mendefinisikannya sebagai keyakinan individu mengenai kemampuan mereka untuk mengendalikan peristiwa-peristiwa yang mempengaruhi takdir mereka. Individu dengan *locus of control* internal percaya bahwa mereka memiliki kendali atas hasil dari tindakan dan keputusan yang diambil, sementara individu dengan *locus of control* eksternal cenderung meyakini bahwa faktor-faktor di luar kendali mereka, seperti nasib atau pengaruh orang lain, berperan lebih besar dalam menentukan hasil hidup mereka.

Amina omrane *et al.*, (2021) mengatakan bahwa *locus of control* mengacu pada individu keyakinan bahwa peristiwa terjadi akibat tindakan mereka menciptakan dan menjalankan usaha dalam lingkungan yang kompetitif adalah petualangan yang menantang yang mengharuskan seorang wirausaha untuk percaya bahwa dirinya akan mampu mencapai kesuksesan keberhasilan atau kegagalan sendiri adalah akibat dari perbuatannya sendiri.

Hal ini menunjukkan bahwa *locus of control* mempengaruhi kegagalan dan keberhasilan pelaku usaha merupakan kosokueni dari pengaruh dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya (Garad *et al.*, 2023). *Locus of control* merupakan pusat pengarahan dari semua perilaku dalam dimensi yang secara kontinum bergerak dalam dirinya kearah luar dirinya. *Locus of control* terdiri dari 2 jenis:

a. *Locus of control* Internal

(Helen Arkhorful *et al.*, 2021) *locus of control* internal diartikan sebagai sejauh mana seseorang menyakini bahwa mereka memiliki kendali atas apa yang terjadi. Dengan *locus of control* internal mereka yang memiliki tingkat keterampilan, kemampuan dan keyakinan yang dimiliki wirausaha terhadap diri mereka diri sendiri (Alshebami 2023). Sehingga pelaku wirausaha juga aktif mendapatkan informasi sebelum mengambil keputusan sehingga lebih termotivasi dalam melakukan upaya melakukan usaha yang lebih besar untuk mengendalikan lingkungan mereka. Akhirnya, *locus of control* internal dianggap sebagai perasaan atau konsep tentang elemen-elemen kritis yang mempengaruhi atau menyebabkan peristiwa kehidupan (Ali seraj *et al* 2022).

b. *Locus of control* External

seseorang dengan *locus of control* eksternal yang kuat percaya bahwa mengerahkan kendali atas unsur-unsur eksternal menyebabkan semua kejadian, peristiwa, takdir, dan nasib. Orang-orang meyakini bahwa peristiwa, kejadian, dan nasib ditentukan oleh unsur-unsur eksternal yang mengatur (Robinson 2019).

Nuryasman *et al.*, (2019) menegaskan bahwa orang dengan *locus of control* eksternal menganggap semua kejadian, baik dan buruk, disebabkan oleh unsur-unsur seperti kesempatan, peluang, takdir, dan individu lain yang memiliki posisi kekuasaan dan keadaan di luar kendali mereka. Individu dengan *locus of control*

eksternal akan menganggap lingkungan sebagai sesuatu yang tidak dapat diprediksi dan berusaha keras untuk mencapai tujuan tanpa memperhatikan perilaku individu. Orang yang tidak tenang dalam lingkungan budaya tertentu akan merasa tidak berdaya dan khawatir.

Pada hakikatnya, *locus of control* tidaklah tetap, tetapi dapat berubah jika orang yang berorientasi internal menjadi berorientasi eksternal. Disisi lain, jika keadaan dan kondisi di sekitarnya adalah tempat orang tersebut tinggal dan sering melakukan aktivitasnya, maka hal ini akan berubah.

(Rahmawati et al., 2023) menyatakan bahwa indikator *locus of control*, adalah:

1. Kemampuan menyelesaikan tugas
2. Penghargaan
3. Keberuntungan
4. Koneksi

2.1.6 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah penciptaan nilai yang lebih tinggi (ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan) yang berakar pada ide-ide yang muncul dari kreativitas manusia serta memanfaatkan pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi. Ekonomi kreatif mengacu pada sektor ekonomi yang berfokus pada kegiatan yang melibatkan kreativitas, pengetahuan, dan keahlian untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Istilah ini mencakup berbagai industri dan kegiatan seperti seni, budaya, media, hiburan, desain, arsitektur, mode, dan teknologi kreatif.

Sasaran utama dari ekonomi kreatif adalah untuk menciptakan produk dan jasa dengan nilai tinggi, mendorong inovasi, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara atau daerah. Sehingga, pengembangan ekonomi kreatif harus dilakukan secara metodis, terencana, menyeluruh, dan terpadu lintas sektor dan disiplin ilmu untuk memaksimalkan keuntungan para pemangku kepentingan

Beberapa aspek ekonomi yang dapat diamati dari kreativitas yaitu kontribusiterhadap kewirausahaan, pendorong inovasi, peningkatan produkvitash dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pendekatan pengembangan ekonomi kreatif dianggap cocok untuk UMKM Indonesia (Garad 2023). Ada tiga konsep utama kreativitas ekonomi, yaitu:

1. Kreativitas ekonomi menyangkut proses menghasilkan sesuatu dari suatu yang tidak ada
2. Kreativitas ekonomi merupakan hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang lama dengan cara-cara baru.
3. Kreativitas ekonomi merupakan penggunaan sesuatu untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana menjadi lebih baik.

Meskipun tahun 2019 secara umum menyaksikan lintasan ekonomi yang sedang berkembang pesat, sektor kreatif Indonesia khususnya bergulat dengan berbagai tantangan yang mencakup sumber daya manusia, dukungan infrastruktur, kerangka regulasi, persyaratan keuangan, pemasaran, penegakan hukum, dan saluran distribusi. Perlu dicatat bahwa sebagian besar ekonomi kreatif terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah, yang memainkan peran penting dalam pembangunan (Haryanto *et al.*, 2020).

2.1.7 Sektor-sektor ekonomi kreatif

Menurut Kementerian Pariwisara dan Ekonomi Kreatif Ada 16 sektor industri kreatif yaitu:

1.Periklanan

Periklanan merupakan sarana untuk mempromosikan produk atau layanan sebagai bagian intergerial dari industri kreatif sebagai yang memadukan kreatifvitas, strategi pemasaran dan teknologi.

2.Arsitektur

Arsitektur adalah manifestasi dari penerapan pengetahuan, ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni secara menyeluruh dalam merubah lingkungan bangunan dan

ruang, sebagai elemen dari budaya dan peradaban manusia yang dapat berintegrasi dengan keseluruhan lingkungan ruang.

3. Desain interior

Desain interior adalah proses merencanakan, mengatur, dan memanfaatkan ruang dalam sebuah bangunan agar menjadi fungsional, estetis, dan sesuai dengan kebutuhan penghuninya. Tujuan utama dari desain interior adalah menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi penghuni serta memaksimalkan fungsi dan penggunaan ruang yang tersedia.

4. Desain komunikasi visual

Desain komunikasi visual adalah bidang yang memadukan elemen-elemen desain grafis, ilustrasi, fotografi, dan tipografi untuk menciptakan pesan visual yang efektif dan memikat. Tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi, mempengaruhi perilaku, atau membangun citra merek melalui media visual.

5. Desain produk

Desain produk merupakan proses merancang dan mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mempertimbangkan aspek fungsional, estetika, dan ergonomi.

6. Film, animasi dan video

Film merupakan medium visual yang menggabungkan gambar bergerak, suara, dan narasi untuk menghasilkan karya seni yang mampu menghibur, mendidik, menginspirasi, atau menyampaikan pesan kepada penontonnya.

Animasi merupakan proses atau teknik untuk menciptakan ilusi gerakan dari gambar atau objek, baik secara manual (tradisional) maupun menggunakan teknologi komputer (digital). Secara lebih mendalam, animasi melibatkan pengaturan berurutan dari gambar-gambar atau objek-objek untuk menciptakan efek gerakan yang terlihat oleh mata manusia.

Video merupakan format media yang menggabungkan gambar bergerak (biasanya dalam bentuk film atau rekaman), suara, dan teks atau elemen lainnya untuk menyampaikan informasi, hiburan, atau pesan kepada penontonnya.

7. Fotografi

Fotografi merupakan seni dan teknik untuk menciptakan gambar yang merekam keadaan tertentu dengan menggunakan cahaya. Dalam prosesnya, fotografi mengambil gambar dengan menggunakan kamera yang dapat menangkap cahaya dan memprosesnya menjadi gambar yang dapat dilihat.

8. Kriya

Kriya adalah sebuah istilah dalam bahasa Sanskerta yang merujuk pada seni kerajinan atau kerajinan tangan. Ini mencakup berbagai teknik dan proses untuk membuat barang-barang dengan menggunakan keterampilan tangan dan kreativitas, sering kali dengan tujuan estetika, kegunaan, atau nilai budaya.

9. Kuliner

Kuliner adalah proses yang melibatkan persiapan, pemrosesan, dan penyajian makanan serta minuman yang menggabungkan kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kebijaksanaan lokal yang menjadi faktor paling penting dalam memperkaya rasa dan nilai produk tersebut, guna menarik minat beli dan menciptakan pengalaman bagi para konsumen..

10. Musik

Sektor ekonomi yang mencakup berbagai kegiatan terkait produksi, distribusi, promosi, dan penjualan musik. Ini termasuk rekaman, konser live, distribusi digital, manajemen artis, dan berbagai aspek lain yang mendukung industri musik secara keseluruhan.

11. Fashion

Fashion merupakan sektor ekonomi yang mencakup desain, pembuatan, pemasaran, dan penjualan pakaian, aksesoris, serta produk-produk lain yang berhubungan dengan gaya dan penampilan. Industri ini melibatkan berbagai pelaku seperti desainer mode, produsen tekstil, toko ritel, dan media fashion.

12. Aplikasi dan game developer

Aplikasi dan game developer merupakan bagian dari sektor teknologi yang berkembang pesat, fokus pada pengembangan dan distribusi perangkat lunak (software) untuk berbagai platform, seperti perangkat mobile, desktop, konsol game, dan web

13. Penerbitan

Industri penerbitan adalah sektor ekonomi yang mencakup produksi, distribusi, dan penjualan buku, majalah, koran, dan bahan cetak lainnya. Industri ini memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi, pengetahuan, dan karya kreatif kepada pembaca di seluruh dunia.

14. Periklanan

Periklanan merupakan bidang ekonomi yang berkaitan dengan penyusunan, penempatan, serta pengelolaan pesan promosi guna mengenalkan produk, layanan, atau merek kepada audiens yang dituju. Sektor ini meliputi beragam aktivitas yang ditujukan untuk menarik minat, mempengaruhi pandangan, dan mendorong pelanggan untuk melakukan langkah tertentu.

15. Televisi dan radio

Televisi dan radio merupakan bagian dari bidang media yang berfokus pada produksi, penyiaran, dan distribusi konten audiovisual kepada audiens yang luas. Baik televisi maupun radio memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan budaya kepada masyarakat.

16. Seni rupa

Industri seni rupa adalah sektor ekonomi yang terkait dengan produksi, distribusi, dan penjualan karya seni visual. Istilah ini mencakup berbagai aspek, mulai dari lukisan, patung, grafik, desain grafis, fotografi, hingga seni digital dan instalasi. Industri seni rupa melibatkan berbagai pelaku seperti seniman, galeri seni, museum, pameran seni, penyalur seni, dan kolektor.

2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian implementasi kinerja ekonomi kreatif telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul, Nama Peneliti dan Tahun	Variable	Hasil
----	--------------------------------	----------	-------

1	<p><i>The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali.</i></p> <p>(Hutahayan, 2021)</p>	<p>Independent (X)</p> <p>X1: Market orientation X2: Learning Orientation X3: Financial Literacy</p> <p>Dependen (Y)</p> <p>Y1: Business Performance Y2: Innovation Y3: Knowledge Competence</p>	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi pengetahuan, inovasi dan kinerja umkm.
2	<p><i>Financial literacy and growth of micro, small, and medium enterprises in west java, Indonesia</i></p> <p>(Susan, 2020)</p>	<p>Independent (X)</p> <p>X1: Financial literacy X2: Access to finance</p> <p>Dependen (Y)</p> <p>Growth Micro Small Medium Enterprises</p>	Literasi kuangan berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM
3	<p><i>The Effect of Financial Literacy and Capital Management on MSME Performance</i></p> <p>(Lelisa Irawati, 2022)</p>	<p>Independent (X)</p> <p>X1: Financial literacy X2: Capital management X3: Financial managemnt</p> <p>Dependen (Y)</p> <p>MSME Performance</p>	Literasi keuangan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
4	<p><i>Financial literacy and small and medium enterprises performance: the moderating role of financial access</i></p> <p>(Arezou Harraf, 2024)</p>	<p>Independent (X)</p> <p>X1: Financial literacy</p> <p>Dependen (Y)</p> <p>MSME Performance</p>	Literasi keuangan berpengaruh dan signisifikan terhadap kinerja UMKM

4	<i>The Effect of Financial Literacy on the Sustainability of Micro, Small, and Medium, Enterprises with Access to Finance as a Mediating Variable</i> (Zaniarti et al., 2022)	Independent (X) <i>X1: Financial literacy X2: Access to Finance</i> Dependent (Y) <i>MSME Performance</i>	Literasi keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM
5	<i>Locus of control, environment, and small-medium business performance in pilgrimage tourism: The mediating role of product innovation</i> (Setyawati et al., 2024)	Independent (X) <i>X1: Product innovation X1: Locus of control</i> Dependent (Y) <i>Creative Economic Business Performance.</i>	<i>Locus of control</i> perpengaruh terhadap dan signifikan terhadap kinerja UMKM
6	<i>The effect of financial literacy, training and locus of control on creative economic business performance.</i> (Rahmawati ,2023)	Independent (X) <i>X1: Training X2: Locus of control X3: Financial Literacy</i> Dependent (Y) <i>Creative Economic Business Performance.</i>	Literasi keuangan, pelatihan dan <i>locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja umkm.
7	<i>How Does Technological and Financial Literacy Influence SME Performance: Mediating Role of ERM Practices</i> (Saurabh Sharma et al., 2020)	Independent (X) <i>X1: Technological Literacy X2: Financial Literacy</i> Dependent (Y) <i>Performance of micro small medium enterprises (MSMES)</i>	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro, kecil menengah

8	<i>The Influence of Financial Literacy and Financial Technology on the Financial Performance of MSMEs</i> (Era Fazira MD Lubis 2024)	Independent (X) <i>X1: Financial Technology X2: Financial Literacy</i> Dependen (Y) <i>MEMS's Performance</i>	Literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha mikro, kecil menengah
9	<i>The Influence of E-Commerce, Accounting Knowledge, Organizational Culture and Financial Literacy on MSME Performance</i> (Farida 2022)	Independent (X) <i>X1: E-commerce X2: Financial Literacy X3: Accounting Knowledge</i> Dependen (Y) <i>Performance MEM's</i>	Hasil menunjukkan literasi keuangan tidak dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja umkm
10	<i>Lingking the role of e-commerce and financia literacy on MSME's sustainability performance during the digital era.</i> (Sri Dewi Wahyundaru et al., 2024)	Independent (X) <i>X1: E-commerce X2: Financial Literacy</i> Dependen (Y) <i>MEMS's Performance</i>	Literasi keuangan dan <i>E-commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keberlanjutan UMKM
11	<i>The relation of training practices and organizational performance in small and medium size enterprises</i> (Huang, 2021)	Independent (X) <i>X1: Training X2: Organizational</i> Dependen (Y) <i>performance in small and medium size enterprises</i>	Pelatihan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

12	<i>Training, human capital, and gender gaps in entrepreneurial performance</i> (Thierry Kangoye et al., 2020)	Independent (X) <i>X1: Training X2: Human Capital X3: Gender gaps</i> Dependen (Y) <i>entrepreneurial performance</i>	Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
13	<i>Training professionalisation and SME performance.</i> (Urban Pauli 2019)	Independent (X) <i>X1: Training</i> Dependen (Y) <i>entrepreneurial performance</i>	Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
14	<i>training and performance in SMEs: empirical evidence from large-scale data from the UK</i> Bochra Idris et al., (2020)	Independent (X) <i>X1: Training</i> Dependen (Y) <i>performance SMEs</i>	Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
15	<i>Employee training and firm performance: Evidence from ESaF grant applications</i> Pedro S. Martins (2021)	Independent (X) <i>X1: Employee Training X2: Human Capital</i> Dependen (Y) <i>Firm performance</i>	Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan
16	<i>The influence of individual personality factors, locus of control and selfefficacy on the performance SME's in the food industry sector.</i> (Rochiyati Murniningsih et al.,2022)	Independent (X) <i>X1: Individual personality X2: Locus of control X3: Self efficacy</i> Dependen (Y) <i>Performance SME's</i>	<i>Locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja umkm

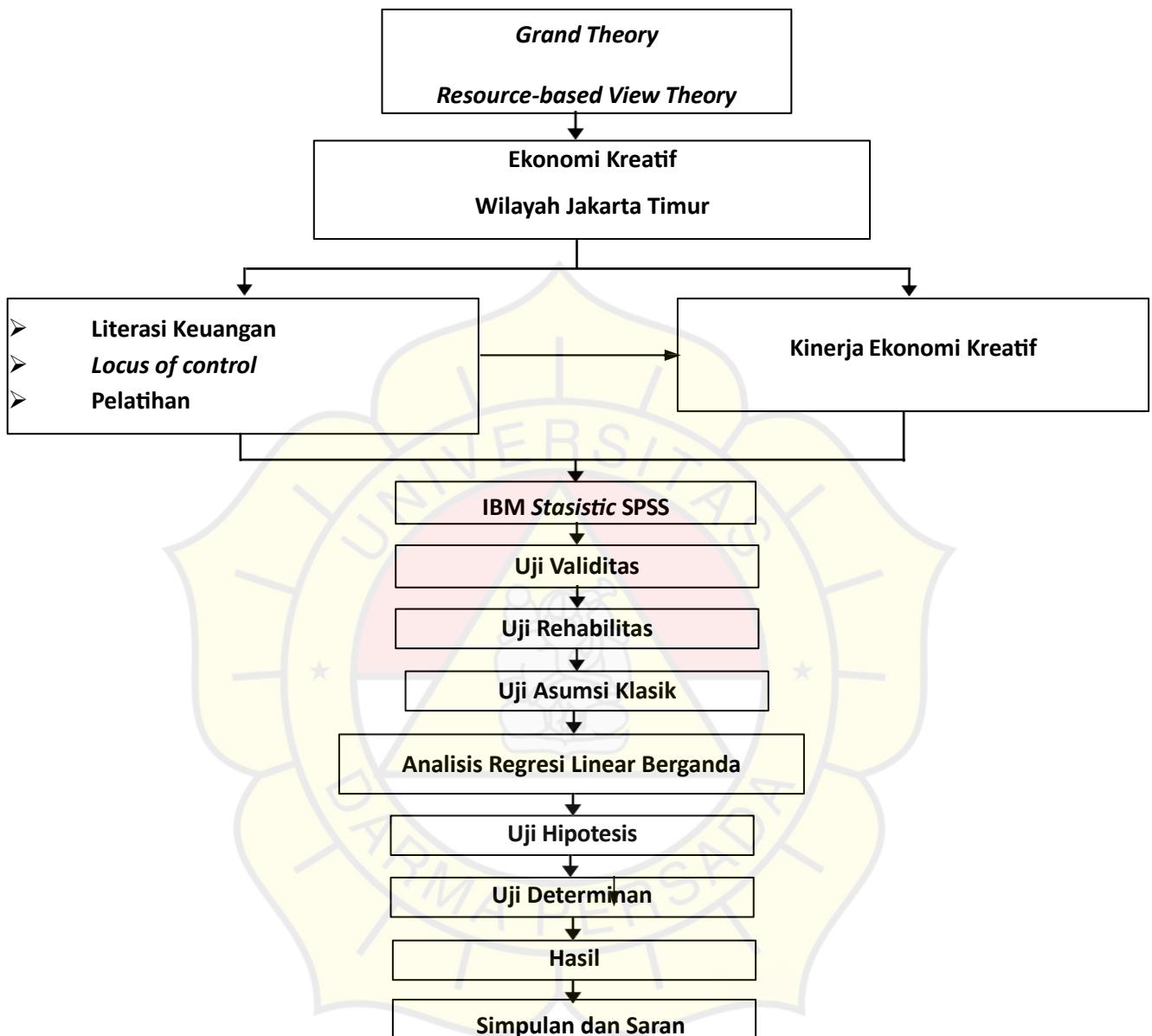
17	<i>SMEs' Performance in Indonesia: The Nexus of Notable Ethics-Strategic Behavior Constructions</i> (Syariati, 2022)	Independent (X) <i>X1: The love money X2: Locus of control X3: Unethical Perception</i> Dependen (Y) <i>Performance of micro small medium enterprises (MSMES)</i>	Hasil menunjukan bahwa <i>locus of control</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm
18	<i>The Effect of Self-Efficacy and Locus of control on MSME Entrepreneurs' Performance.</i> (Miftakul Huda <i>et al.</i> , 2022)	Independent (X) <i>X1: Self-Efficacy X2: Locus of control</i> Dependen (Y) <i>Performance of micro small medium enterprises (MSMES)</i>	<i>Locus of control</i> berpengaruh positif dan signifisikan terhadap kinerja umkm

Sumber: Penelitian terdahulu

2.3 Kerangka pemikiran

Berdasarkan landasan teori saat ini dan penelitian-penelitian sebelumnya, diperlukan suatu struktur konseptual yang dapat mendukung landasan teori yang digunakan dalam pengumpulan penelitian. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan di bawah ini:

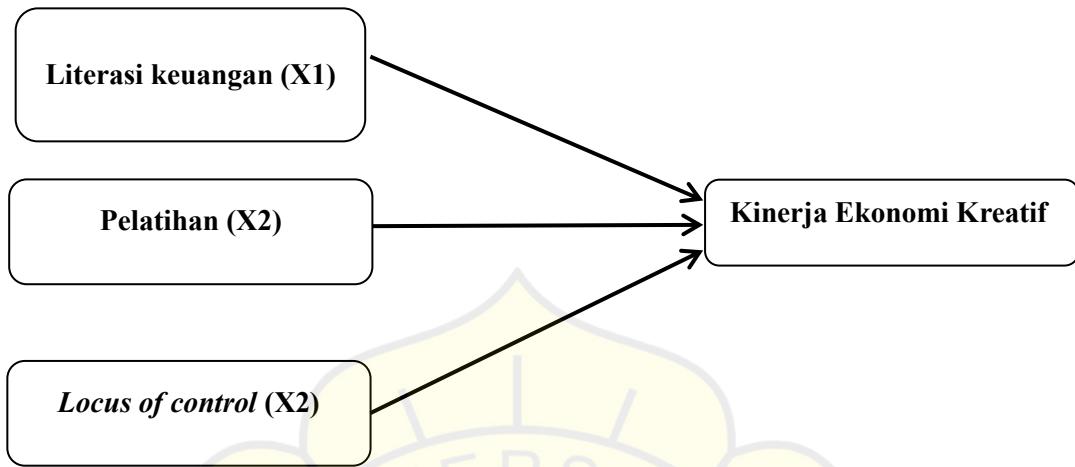
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.4 Kerangka konseptual

Kerangka hubungan variabel dimaksud untuk melihat bagaimana masing-masing variabel *independent* menunjukkan arah pengaruhnya terhadap variabel *dependent*. Hubungan variabel tersebut digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual



Sumber: Kerangka Konseptual

Dari gambar bagan diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja ekonomi kreatif sebagai variabel *dependent* dipengaruhi oleh tiga variabel *independt* yaitu literasi keuangan, pelatihan dan *locus of control*.

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara yang diberikan berdasarkan teori yang relevan bukan hanya berdasarkan faktor empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Ghozali, 2022). Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan teori yang mendasarinya, maka diajukan hipotesi sebagai berikut:

2.5.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif

Literasi keuangan merupakan salah satu sumber daya pengetahuan penting yang meningkatkan kapasitas, keterampilan, dan keahlian individu dan perusahaan untuk menggunakan teknologi secara efektif. Kinerja usaha pada umkm diukur dari keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba pendapatan, menekan biaya usaha, dan menginvestasikan kembali modal awal. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berkotmitmen terhadap pertumbuhan dan menyadari potensi untuk bersaing di pasar global (Rahmawati *et al.*, 2023)

Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Sharma *et al.*,2020), yang menunjukkan bahwa pemahaman literasi keuangan dipandang sebagai faktor signifikan yang memengaruhi pilihan manajemen dan perumusan strategi keuangan yang efektif dan berkelanjutan. Kemudian, (Hutahayan, 2021) menyatakan bahwa hubungan ini secara logis berkaitan dengan organisasi yang memiliki kecerdasan finansial yang kuat, yang memungkinkan mereka untuk mengenali dan beradaptasi secara strategis terhadap pergeseran dalam lingkungan bisnis, ekonomi, dan keuangan. Sehingga, keputusan yang dibuat dalam konteks ini cenderung menghasilkan strategi yang inovatif dan terfokus yang meningkatkan kinerja bisnis dan keberlanjutan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lubis ,2024) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil menengah (UMKM) karena tidak semua pelaku usaha mikro kecil, menengah kecil (UMKM) masih kurang melek atau rendah, hal ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat pendidikan yang diraih oleh pelaku usaha, juga dipengaruhi usia, pendapatan dimana pendapatan yang baik bisa membantu untuk memiliki pengetahuan lebih luas tentang pengelolaan keuangannya, dan perilaku keuangan yang baik dapat membantu UMKM untuk memahami dan mengelola keuangan secara efisien.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan dengan adanya literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja ekonomi kreatif dikarenakan pelaku ekonomi kreatif sering tidak diterapkan optimal, pendapatan yang kumulatif, serta kurangnya dukungan yang kebijakan yang terintegrasi dengan kebutuhan pelaku ekonomi kreatif. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif.

2.5.2 Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif

Pelatihan adalah aliran darah dari setiap organisasi karena keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan sasarannya sangat bergantung pada kinerja

karyawannya. Pelatihan dianggap sebagai elemen kunci dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan pengetahuan organisasi suatu perusahaan, yang pada gilirannya memperkuat keunggulannya kompetitif. Dengan kata lain, pelatihan dapat modifikasi perilaku melalui peningkatan pengetahuan kerja, praktik inovatif, keterampilan khusus, dan penggunaan teknologi baru dan unggul yang dapat meningkatkan produktivitas ditingkat perusahaan dan berkontribusi terhadap kinerja usaha (Idris *et al.*, 2020).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Idris *et al.*, 2020) bahwa penting bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk memberikan kesempatan pelatihan bagi staf mereka untuk peningkatan sumber daya manusia terkait dengan pertumbuhan ekonomi, dan karyawan dapat berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Kemudian menyatakan bahwa pelatihan memungkinkan pemilik atau manajer untuk meluangkan waktu dan mendedikasikan waktu untuk meningkatkan keahlian teknis dan kewirausahaan mereka, serta meningkatkan keterampilan mereka di bidang manajemen utama, termasuk manajemen strategis, keuangan, strategi pertumbuhan, sistem pemasaran, dan sumber daya manusia.

Berbeda dengan (Huang, 2021) menyatakan bahwa pelatihan tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm dikarenakan jumlah pelatihan yang ditawarkan dan jumlah pelatihan formal yang diberikan kepada karyawan tidaklah memadai karena program pelatihan yang buruk dan juga memberikan pengajaran berjam-jam tidak memberikan manfaat sama sekali kepada karyawan atau kinerja perusahaan.

Dari teori dan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan tidak berpengaruh terhadap kinerja ekonomi kreatif. Hal ini disebakan materi pelatihan kurang relevan dengan kebutuhan spesifik seseorang, minimnya penerapan setelah pelatihan, atau keterbatasan sumber daya untuk mengimplementasikan pengetahuan yang di peroleh.

H2: Pelatihan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif.

2.5.3 Pengaruh *Locus of control* terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif

Locus of control merupakan sumber keyakinan yang dimiliki oleh seseorang mengenai kemampuannya untuk mengendalikan kejadian yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung. *Locus of control* ditemukan oleh Rotter (1954) sebagai keyakinan seseorang bahwa mereka memiliki kendali atas keadaan yang mempengaruhi mereka dan takdir mereka. Sehingga *locus of control* terbagi menjadi penggerak internal dan eksternal, dimana keyakinan subjektif batin memoles agenda internal individu, dan faktor eksternal membentuk penilaian terhadap sesuatu keputusan tertentu. Ketika pegusaha memutuskan bahwa terjadi sesuatu terjadi karena kehadiran mereka, pegusaha merasa memiliki *locus of control* yang kuat dan sebaliknya, jika mereka percaya bahwa keberuntungan, kebetulan, atau takdir sebagai alasan untuk segalanya untuk segalanya dengan adanya kehadiran *locus of control* eksternal yang kuat (Syariati, 2022)

Penelitian yang sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Hamoud *et al.*, 2022) menyatakan bahwa *locus of control* eksternal tinggi merujuk pada keyakinan individu bahwa hasil atau peristiwa dalam hidup mereka lebih dipengaruhi oleh faktor luar, seperti keberuntungan, nasib, orang lain, atau situasi yang tidak dapat mereka kendalikan. Kemudian (Ariani *et al.*, 2022) ketika pelaku usaha menyadari potensi yang dimilikinya dan memiliki pengaruh terhadap kejadian yang terjadi, maka kinerja umkm akan meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan, laba, dan modal kerja.

Dari teori diatas penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh terhadap kinerja ekonomi kreatif, hal ini disebakan locus of control bisa lebih relevan dalam perkembangan kinerja ekonomi kreatif untuk memotivasi pribadi dalam mengatasi tantangan atau ketidakpastian. Namun, dalam industri kreatif yang dinamis, pelaku usaha mungkin tidak merasa bahwa mereka memiliki kontrol penuh atas hasil akhirnya, karena banyak faktor eksternal yang mempengaruhinya.

H3: Locus of control tidak berpengaruh terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif