



Pengaruh Penerapan *E-Commerce* dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro

Nyiwa Zumrotul Khasanah *)
Jeni Susyanti)**
Restu Millaningtyas*)**

e-mail : nyiwakhasanah@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study was conducted to determine the effect of the application of e-commerce and financial literacy on the performance of creative economy actors in the fashion and craft sub-sector in Bojonegoro. This research uses explanatory research and quantitative approach. Sugiyono's theory, the method used to find the number of samples in this study is to use the Slovin formula and it is known that the number of samples is 85 respondents.

To solve the problem in this research, using validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, classic assumption test. This study uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 20. The results of this study are that there is a simultaneous influence between E-Commerce and Financial Literacy on the Performance of Creative Economy Actors in the Fashion and Craft Subsectors in Bojonegoro, E-commerce Variables affect the Performance of Actors Creative Economy Creative Economy Actors Fashion and Craft Sub-sector in Bojonegoro, Financial Literacy Variables affect the Performance of Creative Economy Actors Fashion and Craft Sub-sector Creative Economy Actors in Bojonegoro.

Keywords: *Creative economy performance, E-commerce, Financial Literacy*

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Indonesia adalah negara yang memiliki banyak kekayaan alam, seni, dan budaya. Dengan memaksimalkan seluruh kekayaan lokal yang dimiliki, kita akan dapat memajukan ekonomi kreatif di Indonesia.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.

Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi perwujudannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).

E-commerce merupakan bentuk dari sistem informasi. Rainer (2011) mengemukakan bahwa electronic commerce (e-commerce) menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. E-commerce juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Salah satu manfaat utama dari e-commerce adalah akses ke dan dari pasar global. E-commerce menghilangkan hambatan geografis beberapa perusahaan yang ingin melakukan perdagangan global. Political, trade, and cultural barriers may still take it difficult to take true advantage of the global business environment.

Literasi keuangan merupakan kemampuan bagi seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangan yang memengaruhi kesejahteraannya (Lusardi, 2017). Pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan yang baik maka ketika membuat keputusan tentang keuangan tidak mengalami masalah di masa depan sehingga mampu menunjukkan perilaku keuangan yang sehat untuk menentukan prioritas kebutuhan bukan hanya sekedar keinginan.

Namun pada kenyataannya pelaku ekonomi kreatif memiliki banyak masalah yang dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: masalah finansial dan masalah non finansial. Masalah yang termasuk dalam masalah finansial salah satunya adalah Rendahnya Kinerja Keuangan. Di Indonesia sendiri penelitian terkait e-commerce terhadap kinerja pada pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion dan kriya masih jarang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh, e-commerce terhadap kinerja pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion dan kriya di Kota Bojonegoro.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diambil judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Penerapan *E-Commerce* dan Literasi keuangan Terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka dapat diambil rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh e-commerce dan literasi keuangan secara simultan terhadap kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro?
- b. Bagaimana pengaruh e-commerce terhadap kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro?

- c. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro?

Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, setiap peneliti tentunya mempunyai tujuan penelitian yang ingin di capai, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce dan literasi keuangan secara simultan terhadap kinerja pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion dan kriya di Bojonegoro.
- b. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap kinerja pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion dan kriya di Bojonegoro.
- c. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.

Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis/Akademis
 - 1. Diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam penerapan *e-commerce* dan literasi keuangan untuk digunakan sebagai acuan dalam menjalankan usaha ekonomi kreatif.
 - 2. Menambah referensi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dan diharapkan dapat menambah bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta dapat dijadikan referensi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang penerapan *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja pelaku ekonomi kreatif.
- b. Manfaat Praktis/Empiris

Bagi pengembangan ilmu manajemen, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi besar terhadap sektor perekonomian di Indonesia khususnya di kota Bojonegoro dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional terhadap pelaku ekonomi kreatif dengan menerapkan e-commerce bahan referensi untuk penelitian selanjutnya

Tinjauan Pustaka

E-commerce

Electronic commerce (e-commerce) didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet.

Menurut Jony Wong (2010:33) pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet.

Literasi Keuangan

Lusardi (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien.

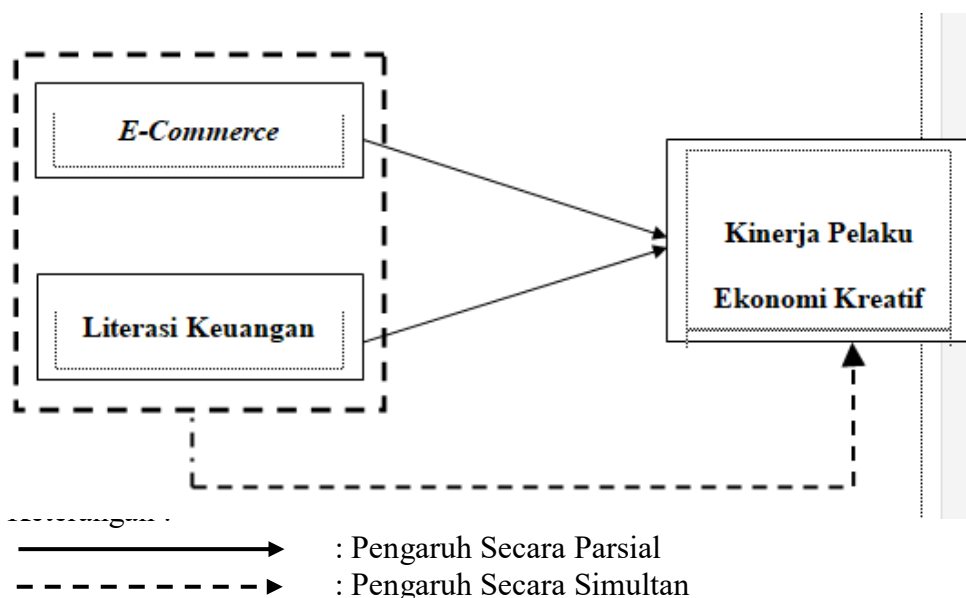
Literasi keuangan merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi keuangan diharapkan oleh OJK memberikan manfaat kepada masyarakat luas seperti kemampuan untuk memilih produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan, kemampuan membuat perencanaan keuangan yang baik, dan terhindar dari investasi yang tidak jelas (OJK, 2014).

Kinerja Ekonomi Kreatif

Menurut Afandi (2018:83) Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

Menurut Mangkunegara (2015:67) pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Nawawi dalam

Kerangka Pemikiran Teoritis Dan Perumusan Hipotesis



Hipotesis penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dirumuskan hasil hipotesis sebagai berikut :

- H1 : *E-Commerce* dan Literasi Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.
- H2 : *E-Commerce* berpengaruh terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.
- H3 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.

Metode Penelitian

Pada penelitian saya kali ini, jenis penelitian yang akan di sajikan ialah penelitian explanatory research yaitu menggunakan model pendekat ialah model kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan pada keseluruhan pelaku ekonomi kreatif subsektor fashion dan kriya di Kota Bojonegoro.

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai bulan Juni 2021. Sampel pada penelitian berjumlah 85 responden.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

E-commerce

Pengukuran-pengukuran e-commerce dapat diklasifikasikan ke dalam dua dimensi, yaitu:

- 1) Kemudahan penggunaan *e-commerce* dengan indikatornya, yaitu:
 - a) Pencarian informasi yang dilakukan oleh masyarakat.
 - b) Memudahkan untuk pemesanan pelanggan.
 - c) Memudahkan untuk menerima pembayaran pelanggan.
 - d) Memudahkan pelanggan untuk berinteraksi.
 - e) Memudahkan untuk pembayaran kepenjual-penjual.
 - f) Pengiriman menjadi sangat cepat.
- 2) Kompleksitas transaksi dengan indikatornya, yaitu:
 - a) Banyaknya situs yang dikunjungi oleh masyarakat.
 - b) Lama menggunakan media.
 - c) Jumlah pembelian yang terselesaikan

Literasi Keuangan

Adapun indikator dari literasi keuangan ialah:

- a. Pendapatan.
- b. Pengelolaan uang.
- c. Tabungan.
- d. Resiko dan keuntungan

Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif

Menurut Afandi (2018:89) indikator-indikator kinerja adalah sebagai berikut :

- a. Kuantitas hasil kerja
- b. Kualitas hasil kerja
- c. Efisiensi dalam melaksanakan tugas
- d. Disiplin kerja
- e. Inisiatif
- f. Ketelitian
- g. Kejujuran
- h. Kreativitas

Pembahasan Hasil Penelitian

Deskripsi Variabel Penelitian

A. Deskripsi Variabel Kinerja Ekonomi Kreatif

no	Item	5		4		3		2		1		Total		Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS				
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	Y.1	18	90	47	188	18	54	1	2	1	1	85	364	3,94
2	Y.2	12	60	52	208	19	57	2	4	0	0	85	329	3,87
3	Y.3	16	80	51	204	14	42	4	8	0	0	85	334	3,92
4	Y.4	14	70	44	176	25	75	2	4	0	0	85	325	3,82
5	Y.5	9	45	41	164	30	90	5	10	0	0	85	309	3,63
6	Y.6	33	165	41	154	9	27	2	4	0	0	85	350	4,11
	Rata-Rata													3,88

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Keterangan :

- Y.1 :Mampu mencapai target penjualan yang telah di tetapkan.
Y.2 :Produk yang dijual terbuat dari bahan yang berkualitas.
Y.3 :Mengutamakan efisiensi waktu dalam bekerja agar mencapai produktivitas kerja yang tinggi
Y.4 :Bekerja dengan ketelitian yang tinggi untuk hasil yang mendekati kesempurnaan
Y.5 :Dalam bekerja saya selalu memiliki kejujuran terhadap diri sendiri maupun konsumen
Y.6 :Mampu mengembangkan ide untuk menciptakan suatu produk yang baru

Rata-rata tertinggi pada Y adalah Y.6 sebesar 4,11, dengan pernyataan “Mampu mengembangkan ide untuk menciptakan suatu produk yang baru ”. dan terendah adalah Y.3 sebesar 3,82 dengan pernyataan “Bekerja dengan ketelitian yang tinggi untuk hasil yang mendekati kesempurnaan”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab baik.

B. Deskripsi Variabel *E-Commerce*

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel *E-Commerce*

no	Item	5		4		3		2		1		Total		Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS				
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	X1.1	33	165	44	176	5	15	3	6	0	0	85	362	4,25
2	X1.2	33	165	41	154	9	27	2	4	0	0	85	350	4,11
3	X1.3	26	130	49	196	10	30	0	0	0	0	85	356	4,18
4	X1.4	30	150	46	184	8	24	1	2	0	0	85	360	4,23
5	X.15	26	130	47	188	10	30	2	4	0	0	85	352	4,14
6	X1.6	23	115	53	212	8	24	1	2	0	0	85	353	4,15
	Rata-Rata													4,17

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Keterangan :

X1.1 : *E-Commerce* membantu dalam informasi penjualan

X1.2 : *E-Commerce* membantu untuk mengidentifikasi pemesanan pelanggan

X1.3 : *E-Commerce* membantu untuk mempermudah mengidentifikasi pembayaran.

X1.4 : *E-Commerce* membantu untuk berinvestasi dengan pelanggan.

X1.5 : *E-Commerce* membantu mempermudah pelanggan untuk berinteraksi

X1.6 : *E-Commerce* memudahkan pengiriman pesanan sehingga menjadi sangat cepat.

Rata-rata tertinggi pada X1 adalah X1.1 sebesar 4,25, dengan pernyataan “*E-Commerce* membantu dalam mencari informasi produk dan informasi penjualan”. dan terendah adalah X1.2 sebesar 4,11 dengan pernyataan “*E-Commerce* membantu untuk mengidentifikasi pemesanan pelanggan”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab baik.

C. Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

no	Item	5		4		3		2		1		Total		Rata-rata
		SS		S		N		TS		STS				
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	X2.1	24	120	38	152	15	45	7	14	1	1	85	332	3,90
2	X2.2	24	120	33	132	21	63	7	14	0	0	85	329	3,87
3	X2.3	26	130	36	144	16	48	7	14	0	0	85	336	3,95
4	X2.4	22	110	36	144	22	66	5	10	0	0	85	330	3,88
5	X2.5	16	80	60	240	9	27	0	0	0	0	85	347	4,08
6	X2.6	26	130	47	188	10	30	2	4	0	0	85	352	4,14
	Rata-Rata													4,17

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Keterangan :

- X2.1 : Saya memahami manfaat pengelolaan keuangan
- X2.2 : Saya memahami cara mengelola keuangan secara efektif.
- X2.3 : Saya mengetahui persyaratan untuk membuka rekening di bank.
- X2.4 : Saya selalu mengarsipkan seluruh nota penjualan maupun pembelian barang
- X2.5 : Saya selalu melakukan pencatatan transaksi penjualan
- X2.6 : Saya dapat mengatur strategi untuk meminimalkan resiko keuangan.

Rata-rata tertinggi pada X2 adalah X2.6 sebesar 4,14, dengan pernyataan “Saya dapat mengatur strategi untuk meminimalkan resiko keuangan”. dan terendah adalah X2.4 sebesar 3,88 dengan pernyataan “Saya selalu mengarsipkan seluruh nota penjualan maupun pembelian barang”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab baik.

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

VARIABEL	INSTRUMEN	TOTAL CORELATION	R TABEL	KETERANGAN
Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif	Y1	0,671	0,1865	VALID
	Y2	0,743	0,2108	VALID
	Y3	0,737	0,2108	VALID
	Y4	0,669	0,2108	VALID
	Y5	0,640	0,2108	VALID
	Y6	0,743	0,2108	VALID
E-Commerce	X1.1	0,637	0,2108	VALID
	X1.2	0,757	0,2108	VALID
	X1.3	0,710	0,2108	VALID
	X1.4	0,584	0,2108	VALID
	X1.5	0,648	0,2108	VALID
	X1.6	0,740	0,2108	VALID
Literasi keuangan	X2.1	0,540	0,2108	VALID
	X2.2	0,727	0,2108	VALID
	X2.3	0,785	0,2108	VALID
	X2.4	0,653	0,2108	VALID
	X2.5	0,678	0,2108	VALID
	X2.6	0,716	0,2108	VALID

Data primer diolah spss 2021

Dari Tabel uji Validitas menunjukkan bahwasanya setiap data instrument pada bagian total *correlation* lebih besar dari *r* tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data instrumen dari penelitian tersebut adalah valid

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif (Y)	0,789	Reliabel
2	<i>E-Commerce</i> (X1)	0,765	Reliabel
3	Literasi keuangan (X2)	0,768	Reliabel

Data primer diolah *spss* 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa:

1. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif sebesar $0,789 > 0,6$ maka hasil dari variabel Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif dapat dikatakan reliabel.
2. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *E-Commerce* sebesar $0,765 > 0,6$ maka hasil dari variabel *E-Commerce* dapat dikatakan reliabel.
3. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Literasi keuangan sebesar $0,768 > 0,6$ maka hasil dari variabel Literasi keuangan dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4.10 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0E-7
	Std. Deviation	1,81008470
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,072
	Negative	-,078
Kolmogorov-Smirnov Z		,723
Asymp. Sig. (2-tailed)		,673
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber Data primer diolah *spss* 2021

Berdasarkan hasil Uji Normalitas diatas menjelaskan bahwa nilai signifikan *Kolmogrov-Smirnov* memenuhi nilai signifikan *Asymp sig.* $0,673 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,329	1,873		,716	,480
	E-Commerce (X1)	,199	,159	,180	1,253	,014
	Literasi keuangan (X2)	,681	,153	,636	4,436	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif (Y)

Sumber Data primer diolah spss 2021

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12 Uji Multikoleniaritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0.214	4.674	Bebas Multikoleniaritas
X2	0.214	4.674	Bebas Multikoleniaritas

Sumber data primer diolah, 2021

Berdasarkan 4.12 masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 pada Variabel *E-Commerce* (X1) 0.214, pada variabel Literasi Keuangan (X2) diperoleh sebesar 0.214

Nilai VIF masing-masing variabel kurang 10 yang artinya tidak ada multikoleniaritas. Pada variable *E-Commerce* (X1) diperoleh sebesar 4.674, dan pada variabel Literasi Keuangan (X2) diperoleh sebesar 4.674.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,295	1,247		1,846	,069
	E-Commerce (X1)	,049	,106	,109	,46	,646
	Literasi keuangan (X2)	-,089	,102	-,207	-,87	,386

a. Dependent Variable: RES2

Sumber data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian menunjukkan bahwa signifikan hasil korelasi dari X_1 dan $X_2 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 4.16 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	488,364	2	244,182	72,755	,000 ^b
	Residual	275,212	82	3,358		
	Total	763,576	84			
a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif (Y)						
b. Predictors: (Constant), Literasi keuangan (X2), E-Commerce (X1)						
Sumber data primer diolah, 2021						

b. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,329	1,873		,716	,480
	E-Commerce (X1)	,199	,159	,180	1,253	,014
	Literasi keuangan (X2)	,681	,153	,636	4,436	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif (Y)

Sumber data primer diolah, 2021

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,800 ^a	,640	,631	1,83201
a. Predictors: (Constant), Literasi keuangan (X2), E-Commerce (X1)				
Sumber data primer diolah, 2021				

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh angka R^2 (R square) sebesar 0,640 atau sebesar 64% hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan dari Variabel *E-Commerce* dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro sebesar 64% sedangkan 40% lainnya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh *E-Commerce* dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif secara Simultan

Hasil perhitungan yang telah didapat untuk Variabel Kepuasan Konsumen diuji secara Simultan F menghasilkan nilai signifikan sebesar $0.00 < 0,05$. Dengan demikian berdasarkan hipotesis (H_1) yang diajukan dalam penelitian, Variabel *E-Commerce* (X_1) dan Literasi Keuangan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif (Y).

2. Pengaruh *E-Commerce* dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif secara parsial

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Variabel *E-Commerce* Berpengaruh terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif ditunjukkan oleh uji t parsial dengan hasil nilai t 1,253 dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ maka hasil diatas menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel *E-Commerce* terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif.

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif secara parsial

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Variabel Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif ditunjukkan oleh uji t parsial dengan hasil nilai t 4,438 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hasil diatas menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif..

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa terdapat pengaruh secara Simultan antara *E-Commerce* dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.
2. Secara parsial Variabel *E-Commerce* dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja Pelaku Ekonomi Kreatif Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.

Saran

1. Bagi perusahaan

Berikut jawaban terendah dari responden untuk lebih ditingkatkan bagi perusahaan :

a. *E-Commerce*

Pihak Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro hendaknya berusaha senantiasa memperhatikan tingkat *E-Commerce* yang ditetapkan dan membandingkan dengan yang lainnya. Hal ini dilakukan agar *E-Commerce* yang telah diterapkan Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro akan dapat terus bertahan dan semakin berkembang.

b. Literasi Keuangan

Dengan demikian, ada tantangan besar bagi pelaku Ekonomi Kreatif untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai literasi keuangan. Dimana dengan meningkatnya literasi ke-uangan, pemilik dan atau pengelola Ekonomi Kreatif diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk keber-hasilan dan keberlanjutan usaha.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variable baru agar lebih memperkuat hasil penelitian
- Supaya menambah item pernyataan dalam kuesioner
Agar menambah jumlah responden

Keterbatasan

Adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pengerjaan penelitian ini yaitu:

- Hanya dilakukannya selama 3 bulan penelitian ini
- Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil populasi pada Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion dan Kriya di Bojonegoro.

Daftar Pustaka

- Arif, D., Ekonomi, F., Maarif, U., & Latif, H. (2018). Pelanggan. 2(1).
- Burkey, R. E., & Breakfield, C. V. (2000). Customer relationship management. Designing a Total Data Solution: Technology, Implementation, and Deployment, 463–478. <https://doi.org/10.1201/9780203997512>
- Alamsyah, I. and Saputra, W. 2020 " Pengaruh literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan pada ukm meubel di kota gorontalo ", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Arikunto, S. 2002 "*Produser penelitian suatu pendekatan praktek*", Jakarta PT. Rineka Cipta.
- Dayanti, F. K., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha UMKM Fashion Di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(13).



- Fahmi, M. S. P. 2017 "*Manajemen Keuangan(revisi)*", Jakarta: Bumi Aksara.
- Hair, J.F.1998.*Multivariate Data Analysis. Fifth Edition, International Edition.* Jakarta : Prentice Hall.
- Jati, H, 2017. *Pengetahuan Manajemen Bisnis, Literasi Keuangan Dan Kinerja UMK Ekonomi Kreatif* di Kabupaten Flores Timur. *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 536–544.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. (2015). *Manajemen Komplain*. Penerbit Andi. Klaten, K. D. I. 2018, Pengaruh penerapan e-commerce terhadap kinerja keuangan pada pelaku usaha ekonomi kreatif di klaten.
- Lusardi, A. (2009). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. *Management Analysis Journal*, 1(4).
- Sari, F. W. (2019). *Dharmakarya Dharmakarya*. 8(2).

Nyiwa Zumrotul Khasanah *) Adalah Mahasiwa FEB Unisma
Jeni Susyanti**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
Restu Millaningtyas***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma