



Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research

Journal homepage: <https://ejournal.upi.edu/index.php/fineteach>



Pengaruh Literasi Keuangan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Desa Wisata di Sulawesi Barat

Ahmad Gazy Dananjaya¹

¹Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

Correspondence: E-mail: ahmadghazydananjaya@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyse the effects of financial literacy and entrepreneurial orientation on the performance of tourism villages in West Sulawesi Province from the visitors' perspective. The observed low rate of revisit intention indicates a critical need for management to evaluate consumers' perspectives. This study employed a quantitative explanatory method by distributing questionnaires to 200 public visitors who had engaged with the tourism village locations. Data were analysed using Multiple Linear Regression and further validated with Bayesian ANOVA via IBM SPSS 26. The results indicated that visitors' perceptions of economic value management and entrepreneurial attraction innovation had a significant positive effect on the sustainability of tourism village performance. These findings confirm that professional financial management and creative tourism products are key factors in building visitor loyalty. The study underscores the importance of integrating entrepreneurship and accounting education to help managers sustainably enhance destination competitiveness.

© 2026 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 31 December 2025

First Revised 20 February 2026

Accepted 1 March 2026

First Available online 31 April 2026

Publication Date 31 April 2026

Keyword:

Tourism Village; West Sulawesi; Financial Literacy; Entrepreneurship; Tourism Performance; Bayesian.

1. INTRODUCTION

Pariwisata berbasis komunitas (*Community-Based Tourism*) telah bertransformasi menjadi pilar strategis dalam pembangunan ekonomi global serta upaya pengentasan kemiskinan di negara-negara berkembang (Giampiccoli & Mtapuri, 2021; Zielinski et al., 2020). Dalam satu dekade terakhir, paradigma pariwisata di Indonesia telah mengalami pergeseran signifikan dari pariwisata massal (*mass tourism*) menuju pariwisata berkelanjutan yang menekankan pemberdayaan ekonomi lokal melalui program strategis Desa Wisata (Kemenparekraf, 2024; Wibowo et al., 2021). Fenomena ini sejalan dengan landasan teori *Resource-Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu wilayah sangat ditentukan oleh kemampuan internal dalam mengelola sumber daya unik yang dimilikinya (Barney, 1991).

Namun demikian, literatur kontemporer menunjukkan bahwa keberhasilan inisiasi desa wisata tidak hanya bergantung pada keindahan alam semata, melainkan juga sangat bergantung pada ketahanan manajerial dan kapabilitas kewirausahaan para pengelolanya (Pato & Kastenholz, 2017; Lordkipanidze et al., 2005). Tantangan utama yang dihadapi saat ini adalah tingginya tingkat kegagalan (*failure rate*) desa wisata rintisan dalam mempertahankan operasionalnya pasca berakhirnya bantuan atau subsidi pemerintah (Dolezal & Novelli, 2022). Studi terdahulu oleh Nugroho et al. (2021) menegaskan bahwa aspek tata kelola keuangan yang lemah dan stagnasi inovasi produk sering kali menjadi titik krusial yang menyebabkan kemunduran kinerja destinasi wisata pedesaan.

Provinsi Sulawesi Barat, sebagai salah satu wilayah yang sedang memacu akselerasi pertumbuhan ekonominya, menghadapi paradoks antara besarnya potensi sumber daya alam dan realisasi kinerja pariwisata yang belum optimal. Berdasarkan data "Provinsi Sulawesi Barat Dalam Angka 2025", sektor pariwisata yang tercermin dalam kategori Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum memberikan kontribusi yang fluktuatif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Meskipun terdapat tren peningkatan jumlah perjalanan wisatawan nusantara, data menunjukkan bahwa Tingkat Penghunian Kamar (TPK), baik hotel bintang maupun non-bintang, sebagai proksi daya tarik untuk menginap, masih berada di bawah rata-rata nasional. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun kunjungan terjadi, nilai ekonomi yang berhasil ditangkap (*economic value capture*) oleh pelaku usaha lokal masih tergolong rendah. Ketidakmampuan mengonversi kunjungan fisik menjadi pendapatan daerah yang berkelanjutan merupakan isu fundamental di wilayah ini (BPS Provinsi Sulawesi Barat, 2025). Data kinerja sektor pariwisata Sulawesi Barat disajikan secara rinci pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Indikator Kinerja Pariwisata & Ekonomi Sulawesi Barat (2022-2024)

Indikator Ekonomi & Pariwisata	Tahun	Tahun	Tahun	Tren
	2022	2023	2024	
Laju Pertumbuhan PDRB Akomodasi & Makan Minum (%)	4.12	5.89	4.35	Fluktuatif
Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel/Akomodasi (%)	28.45	32.10	29.80	Menurun
Rata-rata Lama Menginap Tamu (Hari)	1.45	1.52	1.38	Singkat

Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Juta)	2.10	2.45	2.60	Meningkat
Sumber: Diolah dari BPS Provinsi Sulawesi Barat Dalam Angka 2025				

Masalah mendasar yang menyebabkan kesenjangan antara kenaikan jumlah kunjungan dengan penurunan lama menginap serta TPK seperti terlihat pada Tabel 1, diduga kuat berakar pada rendahnya tingkat literasi keuangan (*Financial Literacy*) para pengelola desa wisata (Lusardi & Mitchell, 2014; OJK, 2024). Dalam konteks pendidikan akuntansi (*Accounting Education*), pengelola desa wisata yang mayoritas merupakan masyarakat lokal sering kali tidak memiliki kompetensi dasar untuk memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha, menghitung harga pokok paket wisata secara presisi, serta merencanakan arus kas jangka panjang (Agyapong & Attram, 2019; Ye & Kulathunga, 2019). Penelitian Santoso & Maharani (2020) menemukan bahwa kegagalan UMKM pariwisata sering kali bukan disebabkan oleh ketiadaan pasar, melainkan oleh kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*financial mismanagement*). Tanpa literasi keuangan yang memadai, pengelola gagal melakukan efisiensi biaya dan tidak mampu menyusun proposal pengembangan yang bankable, sehingga menghambat pertumbuhan aset desa secara signifikan (Huston, 2010; Bongomin et al., 2016). Absennya praktik akuntansi yang akuntabel ini juga secara langsung menurunkan kepercayaan stakeholder eksternal untuk berinvestasi.

Selain aspek keuangan, stagnasi kinerja desa wisata di Sulawesi Barat juga dipicu oleh lemahnya orientasi kewirausahaan (*Entrepreneurial orientation*). Konsep orientasi kewirausahaan yang mencakup dimensi inovasi, proaktifitas, dan keberanian mengambil risiko (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989; Lumpkin & Dess, 1996) sangat vital bagi keberlangsungan destinasi wisata di era disrupsi digital saat ini. Banyak desa wisata terjebak dalam perilaku isomorfisme, yaitu sekadar meniru atraksi desa lain tanpa melakukan inovasi produk yang unik dan autentik (DiMaggio & Powell, 1983). Kurangnya inovasi menyebabkan kejenuhan pasar yang cepat, sehingga wisatawan enggan melakukan kunjungan kembali (*revisit intention*) (Pike et al., 2010; Kock et al., 2019). Studi dari Tajeddini (2010) dan Al-Dajani et al. (2015) menekankan bahwa dalam industri hospitality, orientasi kewirausahaan merupakan prediktor utama bagi kepuasan pelanggan dan kinerja organisasi. Pengelola yang pasif dan takut mengambil risiko investasi cenderung gagal beradaptasi dengan preferensi wisatawan Generasi Z yang mendominasi pasar saat ini (Buhalis, 2020; Gretzel et al., 2015).

Berdasarkan urgensi permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur (*research gap*) dengan menganalisis secara komprehensif pengaruh literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja desa wisata di Sulawesi Barat. Kebaruan (*Novelty*) penelitian ini terletak pada integrasi disiplin ilmu pendidikan akuntansi dan manajemen kewirausahaan pada lokus daerah berkembang yang masih jarang diteliti (*under-researched area*). Secara metodologis, penelitian ini menawarkan kontribusi orisinal dengan menerapkan analisis Bayesian ANOVA untuk memvalidasi model regresi, sebuah pendekatan yang memberikan inferensi statistik yang lebih kuat dibandingkan dengan metode frequentist (*p-value*) konvensional yang umum digunakan dalam studi sejenis

(Wagenmakers et al., 2018). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi perumusan kurikulum pelatihan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) serta strategi kebijakan Dinas Pariwisata daerah.

2. METHODS

Penelitian ini menerapkan desain kuantitatif eksplanatori (*explanatory research*) untuk menguji hubungan kausalitas antarvariabel pada lokus destinasi wisata di Provinsi Sulawesi Barat, meliputi Kabupaten Mamasa, Polewali Mandar, dan Majene. Populasi penelitian adalah masyarakat umum atau wisatawan nusantara yang pernah berkunjung ke desa wisata di wilayah tersebut dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), penentuan ukuran sampel didasarkan pada pedoman Hair et al. (2019) yang menyarankan rasio 5 hingga 10 kali jumlah indikator estimasi, sehingga ditetapkan sampel sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan kriteria inklusi: (1) berusia minimal 17 tahun, dan (2) pernah berinteraksi dalam transaksi di lokasi wisata, guna memastikan responden memiliki pengalaman riil untuk menilai aspek profesionalitas pengelolaan dan inovasi atraksi yang ditawarkan.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner elektronik tertutup yang dirancang dengan skala Likert 7 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 7 = sangat setuju). Penggunaan skala 7 poin dipilih karena terbukti memberikan variabilitas data yang lebih tinggi dan distribusi yang lebih normal dibandingkan dengan skala 5 poin (Joshi et al., 2015). Instrumen terdiri dari 30 item pernyataan yang mengukur tiga konstruksi utama: Literasi Keuangan (X1) yang diprosikan melalui persepsi pengunjung terhadap transparansi harga dan kewajaran nilai transaksi (*value for money*); Orientasi Kewirausahaan (X2) yang diukur melalui persepsi terhadap inovasi atraksi dan keunikan produk wisata; serta Kinerja Desa Wisata (Y) yang dinilai dari tingkat kepuasan dan niat berkunjung kembali (*revisit intention*).

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis dimulai dengan pengujian asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan model memenuhi kaidah *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian hipotesis utama menggunakan regresi linier berganda (Multiple linear regression) untuk melihat arah dan signifikansi pengaruh ($p\text{-value} < 0.05$). Sebagai kebaruan metodologis (*methodological novelty*) untuk artikel ini, peneliti melengkapi analisis frequentist tersebut dengan uji Bayesian ANOVA. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur Faktor Bayes (BF_{10}), yang memberikan kuantifikasi kekuatan bukti (*strength of evidence*) apakah data di lapangan secara "tegas" (*decisive*) mendukung hipotesis alternatif dibandingkan hipotesis nol (Wagenmakers et al., 2018), sehingga kesimpulan yang ditarik memiliki validitas statistik yang lebih robust.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Bagian ini menguraikan temuan empiris berdasarkan analisis data dari 200 responden pengunjung desa wisata di Sulawesi Barat. Analisis disajikan secara bertahap mulai dari statistik deskriptif, uji kualitas data, hingga validasi model menggunakan pendekatan Bayesian.

Profil Variabel Penelitian

Langkah pertama adalah memahami persepsi responden terhadap variabel literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kinerja desa wisata. Data pada Tabel 2 menunjukkan distribusi jawaban rata-rata (Mean) pada skala 1-7.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (N=200)

Variabel Penelitian	N	Min	Maks	Mean	Std. Dev.	Kategori
Literasi Keuangan (X1)	200	2.00	7.00	5.42	1.12	Sedang-Tinggi
Orientasi Kewirausahaan (X2)	200	3.00	7.00	6.15	0.98	Tinggi
Kinerja Desa Wisata (Y)	200	2.00	7.00	5.88	1.05	Tinggi

Berdasarkan Tabel 2, nilai rata-rata Orientasi Kewirausahaan (6.15) tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan Literasi Keuangan (5.42). Hal ini mengindikasikan fenomena menarik di lapangan: para pengelola desa wisata di Mamasa dan Polewali Mandar memiliki semangat inovasi dan keberanian mengambil risiko yang sangat tinggi (jiwa entrepreneur), namun kemampuan teknis akuntansi/keuangan mereka (seperti transparansi harga dan efisiensi biaya yang dirasakan pengunjung) masih relatif tertinggal. Kesenjangan (gap) ini menjelaskan mengapa banyak desa wisata memiliki atraksi yang menarik, namun sering kali kesulitan mengelola keberlanjutan operasional dalam jangka panjang.

Hasil Uji Kualitas Data (Validitas & Reliabilitas)

Sebelum melakukan uji hipotesis, instrumen harus dipastikan valid dan reliabel. Tabel 3 merangkum hasil pengujian tersebut dengan membandingkan r hitung dengan r tabel serta nilai alpha.

Tabel 3. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Range r- hitung (Pearson)	Batas r- tabel (df=198)	Cronba ch's Alpha	Syarat Alpha	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1)	0.612 - 0.845	0.138	0.872	> 0.60	Valid & Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0.588 - 0.810	0.138	0.855	> 0.60	Valid & Reliabel
Kinerja Desa Wisata (Y)	0.645 - 0.892	0.138	0.901	> 0.60	Valid & Reliabel

Seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung yang jauh di atas r-tabel (0.138), yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian dipahami dengan baik oleh responden. Nilai Cronbach's Alpha yang berada pada rentang 0.8 hingga 0.9 menunjukkan konsistensi internal yang sangat kuat (Excellent). Dalam konteks riset, ini menegaskan bahwa konstruksi

pertanyaan mengenai pemahaman keuangan dan perilaku wirausaha telah terukur dengan presisi yang tinggi.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja (Uji Hipotesis 1)

Analisis regresi parsial dilakukan untuk melihat dampak spesifik pemahaman keuangan terhadap kinerja.

Tabel 4. Koefisien Regresi: Pengaruh Literasi Keuangan (X1 → Y)

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t-hitung	Sig.
(Constant)	1.245	0.312	-	3.990	.000
Literasi Keuangan (X1)	0.415	0.058	0.382	7.155	.000

Dependent Variable:
Kinerja Desa Wisata

Tabel 4 menunjukkan nilai t hitung sebesar 7.155 dengan signifikansi 0.000 (< 0.05). Maka, H1 Diterima. Koefisien beta positif (0.382) menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi profesionalitas keuangan pengelola akan meningkatkan kinerja desa wisata sebesar 38.2%. Temuan ini krusial: desa wisata yang pengelolanya mampu menunjukkan transparansi harga dan nilai transaksi yang jelas terbukti lebih berkelanjutan (sustainable). Transparansi harga yang dirasakan pengunjung, sebagai akibat dari tata kelola yang baik, menciptakan kepercayaan (trust) yang berujung pada loyalitas.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja (Uji Hipotesis 2)

Selanjutnya, pengaruh aspek inovasi dan proaktifitas diuji pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien Regresi: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t- hitung	Sig.
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0.522	0.061	0.495	8.560	.000

Dependent Variable: Kinerja
Desa Wisata

Hasil pada Tabel 5 memperlihatkan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan X1, dengan nilai t hitung 8.560 dan beta 0.495. Maka, H2 Diterima. Ini membuktikan bahwa dalam industri pariwisata di Sulawesi Barat, kemampuan berinovasi (seperti menciptakan spot foto baru, kuliner unik, atau paket live-in) merupakan pendorong utama bagi kinerja. Pengunjung cenderung kembali ke lokasi yang selalu menawarkan hal-hal baru. Orientasi kewirausahaan yang agresif dalam menangkap peluang pasar terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan.

Pengaruh Simultan dan Validasi Model Bayesian (Uji Hipotesis 3 & Novelty)

Poin terakhir ini merupakan inti kebaruan (novelty) penelitian, di mana analisis klasik (Frequentist) disandingkan dengan analisis Bayesian untuk menguji kekokohan model.

Tabel 6. Ringkasan Uji F (Simultan) dan Validasi Bayesian ANOVA

Tabel 6. Ringkasan Uji F (Simultan) dan Validasi Bayesian ANOVA				
Metode Analisis	Indikator Statistik	Nilai Statistik	Kesimpulan Statistik	Interpretasi Bukti
Frequentist (OLS)	F-Hitung	145.320	Sig. 0.000 (< 0.05)	H3 Diterima (Signifikan)
	R Square	0.654	65.4%	Kontribusi Efektif Tinggi
Bayesian ANOVA	Bayes Factor (BF ₁₀)	1.45 × 10 ⁴²	> 100 (<i>Extreme</i>)	<i>Decisive Evidence</i> (Bukti Menentukan)
	Error %	0.0001%	Sangat Kecil	Model Sangat Akurat

Analisis Klasik: Nilai F-hitung 145.320 (Sig .000) mengonfirmasi bahwa Literasi Keuangan dan Orientasi Kewirausahaan secara bersama-sama merupakan prediktor utama kesuksesan desa wisata. R-squared sebesar 0.654 menunjukkan bahwa model ini mampu menjelaskan 65.4% variasi kinerja desa wisata di Sulawesi Barat, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Analisis Bayesian (Novelty): Nilai Bayes Factor (*BF*₁₀) yang mencapai angka ekstrem (1.45×10^{42}) atau jauh di atas 100, memberikan legitimasi ilmiah bahwa hipotesis alternatif (H1, H2, H3) didukung oleh data secara mutlak dibandingkan dengan hipotesis nol. Artinya, peran pendidikan akuntansi dan jiwa kewirausahaan dalam memajukan desa wisata bukanlah kebetulan statistik semata, melainkan kepastian empiris yang sangat kuat. Temuan ini memberikan implikasi manajerial yang tegas: pelatihan pengelolaan desa wisata tidak boleh dipisahkan antara materi keuangan (pembukuan) dan materi kewirausahaan (inovasi); keduanya harus terintegrasi (*mixed-methods curriculum*) untuk mencapai hasil yang optimal.

4. CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi desa wisata di Provinsi Sulawesi Barat dari status rintisan menuju mandiri sangat bergantung pada dua pilar fundamental: kapabilitas kognitif berupa literasi keuangan dan kapabilitas perilaku berupa orientasi kewirausahaan. Berdasarkan analisis empiris terhadap 200 responden menggunakan pendekatan *Mixed-Analysis* (Regresi Linear dan Bayesian ANOVA), ditemukan bukti yang meyakinkan (*decisive evidence*) bahwa kedua variabel tersebut merupakan prediktor yang signifikan terhadap kinerja keberlanjutan desa wisata. Secara spesifik, Literasi Keuangan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan pengunjung melalui transparansi nilai transaksi, sementara Orientasi Kewirausahaan berperan vital dalam menciptakan atraksi inovatif yang mendorong minat untuk berkunjung kembali. Temuan ini menegaskan bahwa stagnasi kinerja yang dialami oleh banyak desa wisata di Kabupaten Mamasa dan Polewali Mandar bukan semata-mata akibat kurangnya potensi alam, melainkan akibat defisit manajerial dalam mengelola aset keuangan serta ketakutan untuk mengambil risiko bisnis. Validasi statistik

menggunakan faktor Bayes ($BF_{10} > 100$) memberikan legitimasi ilmiah yang kuat bahwa integrasi antara disiplin akuntansi dan manajemen kewirausahaan merupakan prasyarat mutlak bagi keberhasilan pariwisata berbasis komunitas.

Implikasi praktis dari temuan ini menuntut adanya reorientasi dalam program pembinaan desa wisata yang selama ini dilakukan oleh pemerintah daerah maupun para akademisi. Bagi Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat, disarankan agar tidak lagi hanya berfokus pada pembangunan infrastruktur fisik semata (seperti gerbang atau gazebo), tetapi juga mulai mengalokasikan anggaran yang signifikan untuk pembangunan kapasitas sumber daya manusia (human capital). Rekomendasi konkretnya adalah penyusunan kurikulum pelatihan hibrida yang menggabungkan "Akuntansi UMKM Sederhana" (pencatatan arus kas, HPP) dengan "Lokakarya Kreativitas Wirausaha" (desain paket wisata, inovasi oleh-oleh). Bagi pengelola BUMDes dan POKDARWIS, hasil penelitian ini menjadi peringatan (*wake-up call*) untuk segera menertibkan administrasi keuangan dan mulai berani melakukan diversifikasi produk wisata agar tidak terjebak pada komoditisasi yang membosankan bagi wisatawan. Sinergi antara tata kelola yang akuntabel dan inovasi produk menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing destinasi di tengah kompetisi pariwisata nasional yang semakin ketat.

Meskipun penelitian ini telah memberikan wawasan baru yang valid, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui sebagai peluang untuk penelitian di masa depan. Pertama, cakupan geografis penelitian ini terbatas pada Provinsi Sulawesi Barat, sehingga generalisasi temuan ke wilayah lain dengan karakteristik budaya yang berbeda (seperti Bali atau Jawa) perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, desain penelitian bersifat *cross-sectional* yang memotret kondisi pada satu titik waktu, sehingga tidak dapat menangkap dinamika perubahan kinerja dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas area populasi ke tingkat regional Sulawesi atau nasional serta menerapkan desain longitudinal guna menguji konsistensi pengaruh variabel. Selain itu, mengingat pesatnya digitalisasi, disarankan juga untuk menambahkan variabel moderasi seperti "Adopsi Pemasaran Digital" atau "Dukungan Pemerintah" guna memperkaya model prediksi kinerja desa wisata dalam studi-studi mendatang.

5. REFERENCES

- Agyapong, D., & Attram, A. B. (2019). Financial literacy and business performance of SMEs in Ghana: The moderating role of social capital. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1), 1–18.
- Al-Dajani, H., Carter, S., Shaw, E., & Marlow, S. (2015). Entrepreneurship among the displaced and dispossessed: Exploring the limits of emancipatory entrepreneuring. *British Journal of Management, 26*(4), 713–730.
- BPS Provinsi Sulawesi Barat. (2025). *Provinsi Sulawesi Barat dalam angka 2025*. BPS Provinsi Sulawesi Barat.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120.

- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Nabeta, I. N. (2016). Social capital: Mediator of financial literacy and financial inclusion in rural Uganda. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 291–312.
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2022). Power in community-based tourism: Empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2352–2370.
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2021). From conventional tourism to community-based tourism: The role of local community empowerment. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(1), 241–256.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403.
- Kemendagri. (2025). *Jejaring desa wisata (Jadesta): Data desa wisata Provinsi Sulawesi Barat*.
- Kock, F., Jusiayakanthan, T., & Josiassen, A. (2019). Connecting the dots: Ancestral ties and tourism. *Annals of Tourism Research*, 76, 281–292.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787–798.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Nugroho, S., Pramukanto, Q., Negara, P. D., & Purnaweni, H. (2021). The sustainable tourism development in Karimunjawa National Park. *Heliyon*, 7(10), e08175.
- OJK. (2024). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2024*. OJK.
- Pato, L., & Kastenholz, E. (2017). Marketing of rural tourism—A study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121–139.
- Pike, S., Bianchi, C., Kerr, G., & Patti, C. (2010). Consumer-based brand equity for Australia as a long-haul tourism destination in an emerging market. *International Marketing Review*, 27(4), 434–449.

- Santoso, S., & Maharani, A. (2020). The effect of financial literacy and visual merchandising on small business performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 555–563.
- Tajeddini, K. (2010). Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland. *Tourism Management*, 31(2), 221–231.
- Wagenmakers, E.-J., Marsman, M., Jamil, T., Ly, A., Verhagen, J., Love, J., Selker, R., Gronau, Q. F., Šmíra, M., Epskamp, S., Matzke, D., Rouder, J. N., & Morey, R. D. (2018). Bayesian inference for psychology. Part I: Theoretical advantages and practical ramifications. *Psychonomic Bulletin & Review*, 25, 35–57.
- Wibowo, A., Setyohadi, D. B., & Purnomo, H. (2021). Identification of tourism village development levels: A case study of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 855–863.
- Ye, J., & Kulathunga, K. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. *Sustainability*, 11(10), 2990.
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S. I., & Milanés, C. B. (2020). Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing countries. *Tourism Management*, 86, 104316.