

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan secara empiris yang didasarkan pada pengolahan data statistik deskripsi data, serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan social media dengan minat berwirausaha yang dilihat dari  $t_{hitung} 3,220 > t_{tabel} 1.969095$ . Semakin tinggi penggunaan social media maka akan berdampak kepada peningkatan minat berwirausaha. Begitupun sebaliknya, jika penggunaan social media rendah maka perilaku minat berwirausaha pun rendah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kampus dengan minat berwirausaha yang dilihat dari  $t_{hitung} 3,261 > t_{tabel} 1.969095$ . Semakin tinggi pengaruh lingkungan kampus maka akan berdampak kepada peningkatan minat berwirausaha. Begitupun sebaliknya, jika pengaruh lingkungan kampus rendah maka perilaku minat berwirausaha pun rendah.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha yang dilihat dari  $t_{hitung}$   $2,839 > t_{tabel}$   $1.969095$ . Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka akan berdampak kepada peningkatan minat berwirausaha. Begitupun sebaliknya, jika pengetahuan kewirausahaan rendah maka perilaku minat berwirausaha pun rendah
4. Terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha. Hal tersebut didasarkan pada nilai  $F_{hitung}$   $140,395 > F_{tabel}$   $2,639$ . Artinya, jika penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan meningkat, maka minat berwirausaha akan ikut serta meningkat. Begitu pun sebaliknya, jika penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan menurun, maka minat berwirausaha pun menurun.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa kependidikan fakultas ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dapat disimpulkan bahwa apabila semakin tinggi tingkat penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan, maka hal tersebut akan meningkatkan pula minat berwirausaha mahasiswa.

Begitupun sebaliknya, penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan rendah, maka minat berwirausaha mahasiswa juga rendah.

Minat berwirausaha mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan, tetapi terdapat faktor lain juga yang memberikan sumbangan pengaruh yang mana factor tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun demikian, penelitian ini telah membuktikan secara empiris bahwa penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan merupakan factor factor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, serta dapat dikatakan hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata-rata perhitungan skor indikator yang telah dipaparkan sebelumnya, variable penggunaan social media memiliki indikator partisipasi dengan presentasi tertinggi sebesar 20%. Selain itu pada variable lingkungan kampus dengan indikator mengadakan pelatihan memiliki presentase tertinggi, yakni sebesar 28% . Sedangkan pada variable pengetahuan kewirausahaan terdapat indikator mengambil resiko usaha dengan presentase tertinggi yaitu sebesar 37%. Artinya besarnya indikator pada setiap variabel bebas menjelaskan bahwa indikator partisipasi pada penggunaan social media, indikator mengadakan pelatihan pada variable

lingkungan kampus serta indikator mengambil resiko usaha pada variable pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha mahasiswa.

Hal tersebut menunjukan bahwa jika seorang mahasiswa yang aktif dalam mempergunakan sosial media dan terutama dalam indikator partisipasi yang tinggi dalam bidang wirausaha, artinya mahasiswa cenderung bertambah minat berwirausahanya atas dasar adanya pengakuan serta tolok ukur diterima atau tidaknya usaha yang dilakukan serta adanya kesadaran bahwa semua orang bisa berwirausaha melalui sosial media. Selain itu jika mahasiswa memiliki pengalaman tentang kewirausahaan sesuai dengan indikator diadakannya pelatihan kewirausahaan oleh universitas, maka mahasiswa akan memiliki minat yang tinggi dalam berwirausaha. Kemudian apabila mahasiswa pengetahuan kewirausahaan membuat mereka semakin yakin dalam mengatasi resiko-resiko yang mungkin muncul dalam pelaksanaan wirausahanya.

Selain itu, dalam penelitian ini terdapat skor indikator yang memiliki tingkat presentase rendah yaitu untuk variable penggunaan social media pada indikator komunitas sebesar 20%. Selain itu pada variable lingkungan kampus, indikator penyediaan sarana dan prasarana dengan presentase sebesar 9 %. Sedangkan untuk variabel pengetahuan kewirausahaan yang memiliki tingkat presentase terendah pada indikator merumuskan solusi

masalah sebesar 27%. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan komunitas tidak terlalu berpengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa, oleh karena itu mahasiswa seharusnya lebih terbuka dalam menerima informasi melalui komunitas-komunitas yang ada di sosial media. Selain itu ketersediaan sarana dan prasarana tidak begitu berpengaruh dalam membentuk minat berwirausaha. Hal ini bisa dievaluasi dengan memperjelas guna dari saran dan prasarana, terutama dalam mendukung minat berwirausaha mahasiswa. Kemudian mahasiswa juga mampu menggunakan pengetahuan kewirausahaan sebagai salah satu dasar dalam perumusan masalah dalam berwirausaha

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam proses menyelesaikan penelitian ini, peneliti memiliki beberapa keterbatasan dan hambatan dalam pelaksanaannya yang dapat dijadikan pembelajaran bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Peneliti meyakini masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Penelitian ini hanya menguji tiga faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan.
2. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan teknik angket atau kuesioner, dimana jawaban yang diberikan oleh informan atau responden terkadang bertolak belakang dengan keadaan yang sesungguhnya.

#### 5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan, implikasi, dan keterbatasan yang sudah peneliti paparkan di atas, peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi bagi peneliti selanjutnya dengan harapan dapat menjadi bahan acuan dan referensi yang bermanfaat. Berikut ini rekomendasi yang dapat diberikan peneliti:

1. Variabel independen yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha pada penelitian ini yaitu penggunaan social media, lingkungan kampus dan pengetahuan kewirausahaan, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis variabel-variabel lainnya yang diprediksi dapat mempengaruhi minat berwirausaha yang tidak diteliti seperti lingkungan keluarga, motivasi dan lain sebagainya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada ruang lingkup kependidikan fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berarti cakupan objek penelitian yang digunakan peneliti masih tergolong sempit, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan menggunakan populasi yang lebih luas dan dapat melakukan penelitian pada bidang atau ruanglingkup yang lain sebagainya.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator-indikator lain, metode penelitian, dan teknik analisis data yang berbeda dengan yang digunakan pada penelitian ini.