

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data statistik, dilanjutkan dengan analisis, serta interpretasi data yang telah dilakukan, maka dari itu penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang dengan pengetahuan kewirausahaan yang luas, maka dapat meningkatkan minat berwirausaha seseorang. Mahasiswa yang mempunyai pengetahuan wirausaha maka mahasiswa tersebut memiliki minat berwirausaha lebih tinggi daripada mahasiswa yang tidak atau kurang mempunyai pengetahuan kewirausahaan.
2. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya. Namun, penggunaan media sosial belum dapat digunakan secara maksimal oleh mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha secara simultan atau bersama-sama. Dengan bekal pengetahuan kewirausahaan yang cukup, diharapkan mereka dapat menjalankan usahanya dengan baik. Begitu pun media sosial,

dalam hal ini dapat dijadikan sebagai pendorong untuk merubah pola pikir dalam menjalankan wirausaha.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka didapatkan implikasi penelitian sebagai berikut.

1. Pada variabel minat berwirausaha, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator ketertarikan dengan nilai *mean* sebesar 834. Butir *item* yang memiliki skor tertinggi terdapat pada indikator ketertarikan, pada butir Y.4 yang memiliki skor 863 dengan pernyataan “Saya selalu ingin terlibat dalam kegiatan kewirausahaan”. Seseorang dengan minat berwirausaha yang tinggi menunjukkan bahwa minat dan semangatnya terfokus pada dunia bisnis, dan mereka siap untuk mengambil langkah-langkah untuk mewujudkan impian dan tujuan kewirausahaan mereka. Seorang wirausaha memiliki sifat kreatif, inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi peluang dan tantangan bisnis.
2. Pada variabel pengetahuan kewirausahaan, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator kemampuan dengan nilai *mean* sebesar 835. Butir *item* yang memiliki skor tertinggi terdapat pada indikator kemampuan, pada butir X1.4 yang memiliki skor 855 dengan pernyataan “Saya merasa berharga dan bangga terhadap diri sendiri”. Merupakan hal yang positif untuk merasa berharga dan bangga terhadap diri sendiri dalam berwirausaha. Rasa percaya diri dan keyakinan atas kemampuan sendiri

dapat menjadi sumber motivasi yang kuat untuk terus berinovasi, berkembang, dan menghadapi tantangan dalam dunia bisnis. Rasa berharga dan bangga juga dapat berkontribusi pada kesejahteraan mental dan emosional, yang penting dalam menjalani perjalanan yang menantang seperti berwirausaha.

3. Pada variabel media sosial, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator keterampilan dengan nilai *mean* sebesar 826. Butir *item* yang memiliki skor tertinggi terdapat pada indikator keterampilan, pada butir X2.14 yang memiliki skor 848 dengan pernyataan “Saya mampu mengidentifikasi dan memnfaatkan tren terkini dalam media sosial”. Mengidentifikasi tren terkini dalam media sosial berarti seseorang dapat mengamati dan memahami perubahan dan pola yang sedang populer atau meningkat dalam perilaku penggunaan media sosial. Sementara itu, memanfaatkan tren dalam media sosial berarti menerapkan pengetahuan tentang tren tersebut dalam strategi pemasaran atau promosi bisnis. Hal ini bisa mencakup menciptakan konten yang relevan dengan tren terbaru, menggunakan hashtag yang sedang populer, berpartisipasi dalam tantangan yang sedang viral, atau berinteraksi dengan audiens melalui fitur-fitur tertentu yang ditawarkan oleh platform media sosial.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan penelitian yang peneliti hadapi saat melakukan penelitian. Berikut beberapa keterbatasan dalam penelitian ini.

1. Minat berwirausaha sebagai variabel dependen dalam penelitian ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pengetahuan kewirausahaan dan faktor media sosial sebagai variabel independen. Masih banyak faktor-faktor lainnya yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha selain variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial yang digunakan pada penelitian ini.
2. Peneliti tidak dapat menjelaskan hasil penelitian secara lebih mendalam, lebih kompleks dan lebih maksimal karena terbatasnya waktu dan tenaga peneliti yang dikerahkan untuk melakukan penelitian ini.
3. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini masih terbatas. Dari sekian banyaknya mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, peneliti hanya mengambil sampel mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan rekomendasi-rekomendasi yang dapat diperlukan bagi para peneliti lain selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan jenis penelitian yang relevan.

1. Pada penelitian ini, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,116. Artinya variabel minat berwirausaha sebesar 11,6% dipengaruhi oleh variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial. Sedangkan 88,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian selanjutnya, dapat dilakukan analisis lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha selain pengetahuan kewirausahaan dan media sosial.
2. Penelitian ini tidak bersifat longitudinal, sehingga jika peneliti selanjutnya akan meneliti variabel yang sama pada lokasi yang sama dan dengan objek yang sama, maka hasil yang didapatkan akan berbeda dengan penelitian ini.
3. Jika peneliti selanjutnya ingin menganalisis permasalahan dengan variabel sejenis, maka disarankan untuk memperluas pengambilan sampel tidak hanya terfokus pada satu angkatan saja.