

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian dan analisis sebelumnya terkait pengaruh Media Sosial TikTok dan *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Media Sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, artinya Media Sosial TikTok telah terbukti memberikan pengaruh positif yang besar terhadap ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha karena dapat menyediakan berbagai informasi, inspirasi, serta peluang untuk belajar dari berbagai sumber dan pengalaman pengusaha muda melalui konten kreatif yang mudah diakses. Media Sosial TikTok juga mampu menginspirasi mahasiswa dalam merancang ide usaha yang akan di bangun, memberikan apresiasi mengenai tren pasar, serta membuka kesempatan untuk networking dengan sesama wirausahawan.
2. *Self Confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, hal ini menunjukkan semakin besar tingkat *self confidence* yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi juga peluang untuk terkesan dan berani dalam memulai suatu usaha. Rasa percaya diri memberi dorongan pada mahasiswa untuk mengambil risiko, mengatasi tantangan, serta menghadapi kegagalan dalam proses berwirausaha. Oleh karena itu, meningkatkan *self confidence* mahasiswa dapat menjadi faktor dan kunci dalam menumbuhkan

minat dan semangat berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Media Sosial TikTok dan *Self Confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, Penggunaan TikTok dalam platform social media memberikan ruang mahasiswa untuk memperoleh informasi, inspirasi, serta motivasi terkait dunia wirausaha. Sementara itu, ketika derajat *self-confidence* tinggi maka memungkinkan mahasiswa untuk lebih percaya pada kemampuan mereka dalam memulai dan mengelola usaha. Dengan adanya konten informatif yang menarik dan mengedukasi dari TikTok serta dorongan dari rasa percaya diri yang kuat, mahasiswa menjadi lebih termotivasi untuk mengambil langkah-langkah menuju kewirausahaan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial TikTok dan peningkatan self-confidence dapat menjadi faktor penting yang mendorong ketertarikan mahasiswa dalam menjalankan usaha khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari Media Sosial TikTok dan *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha maka implikasi dari hipotesis tersebut adalah :

1. Merujuk pada hipotesis pertama mengindikasikan bahwa platform Media Sosial TikTok terhadap Minat Berwirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa, Media Sosial TikTok dapat memberikan akses mudah bagi mahasiswa untuk mempelajari berbagai aspek dunia wirausaha, mulai dari tips bisnis, strategi pemasaran, hingga pengalaman pengusaha sukses. Kemudian Media Sosial TikTok memungkinkan para mahasiswa untuk mengekspresikan ide-ide bisnis mereka secara kreatif, yang mana hal ini dapat memotivasi mahasiswa untuk memulai

usaha sendiri, dengan melihat tren dan mengeksplorasi peluang pasar baru. Lalu Media Sosial TikTok memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dengan pengusaha lain atau audiens yang memiliki minat serupa, yang mana hal ini dapat membuka peluang kolaborasi dan membangun komunitas bisnis baru bagi para mahasiswa. Dan melalui Media Sosial TikTok para mahasiswa juga dapat menjadikan tempat untuk mempromosikan produk atau jasa dengan biaya yang relatif rendah, sehingga memudahkan pengusaha pemula untuk memasarkan usaha mereka tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.

2. Berdasarkan hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan maka dapat diuraikan bahwa, kepercayaan diri memiliki peran penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha, hal tersebut dapat dijadikan faktor utama dalam menciptakan jiwa berwirausaha pada mahasiswa dan dengan kepercayaan diri yang tinggi, para mahasiswa cenderung lebih berani untuk mengambil risiko dan memulai usaha, yang mana hal tersebut dapat membuka peluang untuk perkembangan ekonomi dan menciptakan peluang usaha baru.
3. Berdasarkan Hasil hipotesis ketiga mengindikasikan bahwa platform Media Sosial TikTok dan *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan maka dapat diuraikan bahwa, Media Sosial TikTok sebagai sarana yang memadukan hiburan dan edukasi dapat dimanfaatkan lebih maksimal oleh mahasiswa untuk memperkuat kepercayaan diri dan membangun rasa ingin tahu tentang dunia wirausaha, kemudian Media Sosial TikTok dapat menjadi platform yang baik untuk meningkatkan kepercayaan diri dan minat berwirausaha mahasiswa, karena melalui konten yang kreatif dan inspiratif, mahasiswa dapat menunjukkan bakat dan ide-ide bisnis mereka, sekaligus membangun koneksi dengan individu-individu dengan ketertarikan yang sama untuk mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan memiliki beberapa keterbatasan yang ditemukan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel Media Sosial TikTok dan *Self Confidence*, sementara masih terdapat banyak faktor lain yang berpotensi lebih signifikan dalam memengaruhi Minat Berwirausaha.
2. Beberapa jawaban kuisioner dari responden bisa jadi tidak mencerminkan kenyataan karena pernyataan pada penelitian ini hanya diisi oleh beberapa mahasiswa
3. Penelitian ini hanya dilakukan di Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5.4 Saran dan Rekomendasi

Temuan penelitian serta rekomendasi yang dapat disusun adalah:

1. Berdasarkan hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa para mahasiswa harus bijak dalam mengelola waktu dalam menggunakan media sosial dan perlu bijak juga dalam memilih tren yang sesuai dengan usaha sendiri dan target audiensnya karena jika terlalu fokus mengikuti tren yang terlalu jauh dari identitas brand dapat merugikan kredibilitas yang ada.
2. Berdasarkan hipotesis kedua menunjukkan bahwa para mahasiswa dapat mengubah persepsi terhadap kegagalan dan menganggapnya sebagai bagian dari pembelajaran dan proses pertumbuhan, karena hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa secara keseluruhan.
3. Berdasarkan hipotesis ketiga mahasiswa perlu menggunakan Media Sosial khususnya TikTok untuk mempromosikan suatu usaha atau belajar berwirausaha, tetapi sebaiknya mahasiswa juga perlu memilih informasi yang relevan dan tidak terjebak dalam hal yang hanya bersifat sementara, para

mahasiswa harus tetap setia pada identitas dan selalu percaya terhadap dirinya sendiri dalam mengambil langkah–langkah penting bagi kegiatan wirausaha.

