

BAB V

PENUTUP DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian yang sudah dilakukan peneliti, sehingga dapat disimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pemanfaatan literasi digital tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan hasil nilai signifikansi sebesar ($\text{sig} = 0,497 > 0,05$) dan ($0,682 < 1,986$). Karena kemampuan literasi digital mahasiswa masih terbatas pada penggunaan dasar, seperti mencari informasi di internet, tanpa pemanfaatan yang lebih mendalam untuk kebutuhan kewirausahaan, dan kurangnya pengetahuan tentang Mata Kuliah Kewirausahaan serta pelatihan kewirausahaan berbasis digital.
2. Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan hasil nilai signifikansi sebesar ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$) dan ($4,492 > 1,986$). Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang efektif, murah, dan luas jangkauannya. Interaksi dengan calon konsumen dan branding usaha banyak dilakukan melalui platform seperti instagram, Tiktok, dan Whatsap.
3. Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan hasil nilai signifikansi sebesar ($\text{sig} = 0,042 < 0,05$) dan ($2,060 > 1,986$). Hal ini menunjukkan bahwa platform *e-commerce* mempermudah mahasiswa dalam memasarkan dan menjual produk secara praktis, kemudahan akses, sistem pembayaran, dan jangkauan pasar yang luas menjadi daya tarik utama.
4. Secara simultan, pemanfaatan literasi digital, media sosial dan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat

berwirausaha mahasiswa pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Ketiga variabel ini mampu menjelaskan 55,4% variasi minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, efikasi diri, dan motivasi berwirausaha.

B. Implikasi

Berdasarkan temuan di atas, kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap kewirausahaan. Oleh karena itu, mahasiswa belum memanfaatkan literasi digital untuk mendukung aktivitas kesejahteraan sepenuhnya. Dengan demikian, mahasiswa perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka tentang literasi digital.
2. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa yang menggunakan media sosial dengan baik cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk berwirausaha.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha, diharapkan mahasiswa dapat terus memanfaatkan platform *e-commerce* untuk mengembangkan potensi bisnis mereka dan lebih efisien dalam menjalankan bisnis mereka.

C. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai mahasiswa disarankan untuk meningkatkan keterampilan literasi digital, terutama yang berkaitan dengan kewirausahaan, seperti pemasaran digital, pengelolaan keuangan *online*, dan analisis data. dan harus terus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dengan cara

seperti membuat dan mengelola konten berkualitas tinggi yang relevan dengan bisnis untuk meningkatkan interaksi serta keterlibatan audiens. Serta menggunakan fitur iklan berbayar seperti Instagram/Facebook, TikTok, dan platform sejenis untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Selain itu, pemanfaatan *e-commerce* juga penting dalam mengembangkan bisnis *online*, yang dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, atau Lazada untuk memperluas jangkauan pasar. dan menerapkan strategi promosi seperti diskon, *cashback*, dan gratis ongkir guna menarik lebih banyak pelanggan. (Nugroho, 2020)

2. Bagi Pihak kampus

Hasil penelitian ini dapat berguna dalam mempertimbangkan pengaruh literasi digital media sosial dan *e-commerce* terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dapat menyelenggarakan program pelatihan yang menggabungkan literasi digital dengan praktik kewirausahaan untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dalam dunia bisnis digital.

3. Bagi Penelitian lebih lanjut

Diharapkan dapat menemukan variabel tambahan independen yang belum ditemukan dalam ketiga penelitian ini dan sebelumnya. Untuk menemukan variabel tambahan independen yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Contohnya termasuk peran kewirausahaan dalam pendidikan, dorongan pribadi, dan dukungan keluarga.