

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Didasarkan pada hasil penelitian serta pembahasan yang sudah dipaparkan di bab sebelumnya, bisa dibuat sejumlah kesimpulan yaitu:

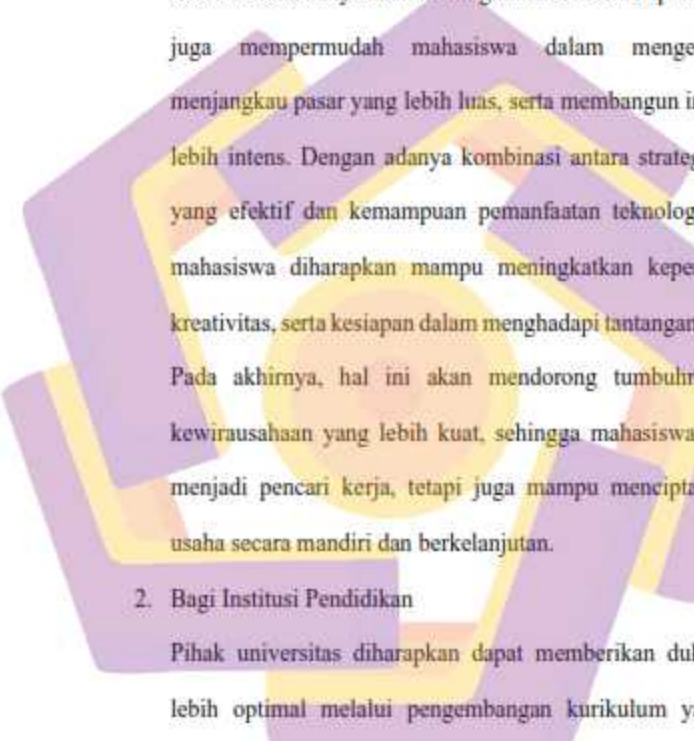
1. Hasil pengujian T menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kemampuan memanfaatkan teknologi, dan motivasi kewirausahaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang signifikan dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, serta koefisien regresi yang bernilai positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin efektif strategi pemasaran yang diterapkan, semakin tinggi dalam memanfaatkan teknologi, serta semakin kuat motivasi kewirausahaan yang dimiliki, maka akan semakin meningkat pula niat mahasiswa untuk kreatif.
2. Hasil pengujian T pun memperlihatkan bahwasanya kemampuan memanfaatkan teknologi mempengaruhi strategi pemasaran secara positif dan signifikan. Nilai signifikansi di bawah 0,05 serta koefisien regresi yang bertanda positif memperlihatkan bahwasanya peningkatan tingkat kemampuan memanfaatkan teknologi terhadap pengalaman. Hal ini mempertegas bahwasanya memanfaatkan teknologi menjadi faktor penting dalam membentuk keberlanjutan perilaku kegunaan teknologi sehari-hari.

3. Hasil pengujian F memperlihatkan bahwasanya strategi pemasaran serta kemampuan memanfaatkan teknologi secara motivasi kewirausahaan secara simultan mempengaruhi signifikan. Hal tersebut terbukti dengan skor F hitung senilai 69.956 serta taraf signifikansi 0,000 di bawah 0,05. Jadi, bisa disimpulkan bahwasanya kedua variabel independen ini secara bersama-sama mempunyai peranan penting untuk menjelaskan memanfaatkan teknologi sehari-hari.
4. Dari hasil pengujian kuesioner determinasi, diperoleh skor *R Square* senilai 0,551 yang berarti bahwasanya 5,51% variasi strategi pemasaran dijelaskan variabel strategi pemasaran, kemampuan memanfaatkan teknologi serta motivasi kewirausahaan, sedangkan 47,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dilibatkan dalam model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwasanya meskipun kedua variabel yang diteliti berkontribusi cukup besar, namun masih ada berbagai faktor lain yang juga berpotensi berpengaruh pada motivasi kewirausahaan.

5.2. Saran

1. Bagi Mahasiswa AMIKOM

Mahasiswa diharapkan dapat lebih meningkatkan kemampuan dalam menyusun dan menerapkan strategi pemasaran digital secara terarah dan berkelanjutan. Selain itu, mahasiswa juga perlu mampu menganalisis tren digital yang berkembang agar strategi pemasaran



yang diterapkan tetap relevan dan mampu bersaing di tengah dinamika yang semakin kompetitif. Di samping itu, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital juga perlu terus dikembangkan, baik dalam hal penggunaan Penguasaan teknologi tersebut tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mempermudah mahasiswa dalam mengelola usaha, menjangkau pasar yang lebih luas, serta membangun interaksi yang lebih intens. Dengan adanya kombinasi antara strategi pemasaran yang efektif dan kemampuan pemanfaatan teknologi yang baik, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan diri, kreativitas, serta kesiapan dalam menghadapi tantangan dunia usaha. Pada akhirnya, hal ini akan mendorong tumbuhnya motivasi kewirausahaan yang lebih kuat, sehingga mahasiswa tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Pihak universitas diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih optimal melalui pengembangan kurikulum yang berbasis kewirausahaan digital, sehingga mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang relevan dengan perkembangan dunia bisnis saat ini. Kurikulum tersebut dapat dirancang dengan mengintegrasikan pembelajaran mengenai strategi pemasaran digital, pemanfaatan teknologi, serta

pengelolaan usaha berbasis platform digital agar mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan kewirausahaan di era modern. Selain itu, universitas juga diharapkan dapat menyelenggarakan berbagai pelatihan dan workshop yang berfokus pada pemasaran digital, pengembangan konten kreatif, serta penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam memanfaatkan peluang digital secara efektif dan inovatif. Dukungan fasilitas teknologi, seperti akses internet yang memadai, laboratorium digital, serta platform pembelajaran berbasis teknologi, juga perlu terus ditingkatkan guna menunjang proses pembelajaran dan praktik kewirausahaan mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi motivasi kewirausahaan, seperti lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dukungan sosial, serta faktor psikologis seperti kepercayaan diri, kreativitas, dan keberanian dalam mengambil risiko. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi motivasi kewirausahaan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan memiliki kontribusi yang lebih luas dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu,

penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*), agar dapat menggali informasi secara lebih mendalam terkait pengalaman, persepsi, dan motivasi individu dalam berwirausaha. Pendekatan ini dapat melengkapi hasil penelitian kuantitatif dengan memberikan pemahaman yang lebih kontekstual dan interpretatif.

