

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dikumpulkan mengenai pengaruh jaringan sosial, *digital marketing*, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada peng Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED) diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Jaringan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED). Dari tabel uji-t dapat dilihat berdasarkan nilai t-hitung sebesar $7.127 > 1.675$ dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$, sehingga dari hasil uji hipotesis tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED). Dari tabel uji-t dapat dilihat berdasarkan nilai t-hitung sebesar $7.846 > 1.675$ dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$, sehingga dari hasil uji hipotesis tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED). Dari tabel uji-t dapat dilihat berdasarkan nilai t-hitung sebesar $7.507 > 1.675$ dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$,

sehingga dari hasil uji hipotesis tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Jaringan sosial, *digital marketing*, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED). Dari tabel uji-F dapat dilihat berdasarkan nilai F-hitung sebesar $570.461 > 2.79$ dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$, sehingga dari hasil pengujian hipotesis tersebut disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Berdasarkan nilai R-Square sebesar 0.971 menunjukkan 97.1% variabel keberhasilan usaha dipengaruhi oleh jaringan sosial, *digital marketing*, dan pengetahuan kewirausahaan. Sementara itu 2.9% lainnya merupakan variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian yang dilakukan.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa, Hipmi Unimed harus membuat organisasi Hipmi Khusus Fakultas Ekonomi yang dimana banyak mahasiswa yang tergabung dalam Hipmi Unimed, Kader Hipmi Unimed harus memanfaatkan jaringan sosial organisasinya dan bisa bekerja sama dengan organisasi pengusaha seperti IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia), Apindo Sumut (Asosiasi Pengusaha Indonesia), KPMI (Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia) dan HIPMI Sumut. bagi kader hipmi unimed yang memiliki usaha jangan hanya

menggunakan WhatsApp, Instagram dan Tiktok saja untuk melakukan pemasaran secara digital, masih banyak digital marketing lain yang dapat digunakan sebagai media pemasaran seperti youtube, telegram, snapchat, twitter, line, snack video, shopee, lazada, tokopedia dan beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, email marketing, dan mobile marketing. bagi mahasiswa hipmi unimed wajib mengikuti pelatihan, seminar, dan lokakarya, selain itu juga wajib mengikuti kegiatan kewirausahaan dan kegiatan berbasis digital marketing yang diselenggarakan oleh pihak universitas.

2. Bagi Universitas, menyiapkan sarana dan prasarana berupa inkubator bisnis untuk ikut memperlancar terciptanya sejumlah pengusaha yang tangguh dengan kewirausahaan yang tinggi, sehingga mampu mengelola usahanya secara mandiri, diharapkan pihak universitas dapat meningkatkan kemampuan usaha mikro yang berbasis digital marketing dan kewirausahaan pada mahasiswa yang relevan dengan perkembangan pasar dan industri saat ini dengan memberikan pelatihan teknik digital marketing dan sosialisasi pentingnya jaringan sosial agar berhasilnya suatu usaha. Pihak Universitas menyelenggarakan pelatihan, seminar, dan lokakarya yang membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dua area ini juga sangat dianjurkan. Selain itu, dukung penelitian yang mendalam tentang dampak digital marketing dan

kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui pendanaan dan fasilitas penelitian.

3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan melakukan penelitian longitudinal untuk memahami perubahan dalam pengaruh digital marketing dan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dari waktu ke waktu. Memperluas cakupan penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi hubungan antara variabel-variabel tersebut, seperti faktor ekonomi, sosial, atau teknologi, juga dapat menjadi langkah penting. Terakhir, meneliti lebih lanjut tentang strategi digital marketing yang spesifik dan praktik kewirausahaan yang efektif dalam konteks industri atau sektor tertentu akan memberikan wawasan yang lebih mendalam.

THE
Character Building
UNIVERSITY