

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *tiktok shop* sebagai *marketplace digital* dan literasi ekonomi terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa *tiktok shop* sebagai *marketplace digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sementara itu, literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,063 > 0,05$.
2. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *tiktok shop* sebagai *marketplace digital* dan literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kedua variabel secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian pengaruh *tiktok shop* sebagai *marketplace digital* dan literasi ekonomi terhadap keputusan beriwusaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, menurut peneliti untuk lebih menumbuhkan dan meningkatkan *tiktok shop* sebagai *marketplace*, literasi ekonomi dan keputusan berwirausaha, maka peneliti memberikan saran kepada:

1. Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan *tiktok shop* dan *platform* digital lainnya secara optimal sebagai media pembelajaran bisnis, promosi produk, dan pengembangan usaha. Selain itu, mahasiswa juga perlu terus meningkatkan literasi ekonomi sebagai bekal dalam mengambil keputusan usaha yang lebih rasional, meskipun dalam penelitian ini pengaruhnya secara parsial belum menunjukkan hasil yang signifikan.

2. Lembaga STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

Peneliti memberikan saran kepada lembaga STKIP Persada Khatulistiwa Sintang agar dapat memberikan dukungan yang lebih besar terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan bisnis digital, seminar kewirausahaan, *workshop* pemasaran digital, serta program tersebut diharapkan mampu meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital sekaligus memperkuat kompetensi kewirausahaan. Dengan demikian, mahasiswa memiliki

kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi digital.

3. Dosen STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

Peneliti menyarankan agar Dosen dapat terus memberikan motivasi, bimbingan, dan pembelajaran yang berkaitan dengan kewirausahaan serta pemanfaatan teknologi digital dalam dunia bisnis. Selain itu, dosen dapat mengintegrasikan materi kewirausahaan dan bisnis digital ke dalam proses pembelajaran agar mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

4. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi keputusan berwirausaha, seperti motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga, modal usaha, kreativitas, efikasi diri, dan pendidikan kewirausahaan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak serta cakupan wilayah yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliano, D., Zoniarti, W., Wagini, & Gayatri, I. A. M. E. (2024). *Pemanfaatan market digital dalam meningkatkan minat kewirausahaan terhadap siswa dan siswi MA Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah. Jurnal Dehasen Mengabdi*, 3(2), 151–154.
- Andriyani, N., Nusantara, J., & Darmayanti, E. F. (2021). Pengaruh adversity quotient, pengalaman, literasi ekonomi, dan ekspektasi pendapatan terhadap minat mahasiswa berwirausaha. *UMMagelang Conference Series*, 2021, 1–9.
- Fernando, F. dan Handoyo, S. E. 2022. "Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan E-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa". *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. Volume 4 Nomor 1. Hal. 99-106.
- Fitriani, M. S. 2023. "Pengaruh Locus Of Control Dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Di Era Society 5.0 Pada Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Skripsi. Sintang: STKIP Persada Khatulistiwa Sintang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasmiah, H., Baharuddin, M. R., & Nurjannah. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 4(2), 19–27.
- Hasmiah, J., Tahir, T., Hasan, M., Rahmatullah, & Said, I. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 2(1).
- Judijanto, L., Ohhyver, D. A., Kusumastuti, S. Y., & Masri, M. (2025). *Literasi keuangan: Teori dan implementasi*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kartikasari, N. M. S. R., & Santi, N. W. A. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan self efficacy terhadap minat siswa dalam berwirausaha (pada siswa kelas XII SMK Negeri 2 Singaraja). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 468–478.
- Kharisma, D. A., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh aplikasi TikTok Shop terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Studi kasus mahasiswa Manajemen FEBI UINSU). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 22–31.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Lusadi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implication. *Swiis Jouenal of Economics and statistics*, 155(1),1-8.
- Maharani, R. P., Irwanti, A. A. A., Ariqah, N. I., Mubarak, A., Jibriyanti, Nursanti, & Ali, A. F. R. (2025). Analisis pengaruh TikTokShop terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa (Studi kasus pada mahasiswa FEB UNM). *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 7(2), 217–226.
- Maharani, R. P., Irwanti, A. A., Ariqah, N. I., Mubarak, A., Jibriyanti, Nursanti, & Ali, A. F. R. (2025). *Analisis pengaruh TikTok Shop terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa (Studi kasus pada mahasiswa FEB UNM)*. *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 7(2), 217–226.
- Maimunah, S., & Suryanti, N. (2024). *Pengaruh Tiktok Shop, uang saku dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi TikTok pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau*. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(3), 1405–1416.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics*. Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). *The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda*. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299.
- Nasir, M. S., Saleh, R., & Yuniarti, D. (2024). Upaya optimalisasi kemampuan entrepreneurship era digital. *JICS: Journal of International Community Service*,3(1).
- Pardede, S., & Ginting, T. (2025). *Literasi pendidikan ekonomi dan keuangan di era society 5.0*. Literasi Nusantara Abadi.
- Prajarto, Y. A. N., & Purwaningtyas, M. P. F. (2021). *Media digital dalam komunikasi pemasaran pariwisata: Efektivitas sistem informasi kanal pemesanan daring*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 1-18.
- Puspita, D., Anggraeni, L., Khumaidi, A., & Wati, R. (2023). Sosialisasi pemasaran produk melalui internet marketing pada UMKM. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 155–160.

- Putri, T., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2023). Pengaruh konten pemasaran dan e-WOM pada media sosial tiktok Shop terhadap keputusan pembelian generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2442–2454.
- Rahmadhani, S.G., Situmorang, A., Maharani, A.R., & Simanjuntak, N.A. (2024). *Estimasi Lama Penggunaan Sosial Media Pada Mahasiswa Jurusan Matematika Universitas Negeri Medan Menggunakan Sampel Acak Dua Tahap*. *Innovative: Journal of Social Science Research*.
- Sahban, M. A. (2024). Pengaruh media sosial dan teknologi digital terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa manajemen bisnis. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3).
- Sakdiyyah, D. A., & Rislal, T. (2021). Peran literasi ekonomi digital terhadap motivasi siswa dalam berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (Jebp)*, 1(3), 219-231.
- Sari, N., Prasetyo, P. E., Yuniarti, Y., Kurniawan, D., & Bintana, R. R. (2025). Optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk peningkatan pangsa pasar dan penjualan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pinang Masak*.
- Sari, T. R. T., & Subroto, W. T. (2023). *Pengaruh E-Commerce, Literasi Ekonomi, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(2), 150–160.
- Siahaan, D. K., & Simanjuntak, M. (2024). *Analisis pengaruh QRIS terhadap strategi pemasaran digital di platform DANA*. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 302–311.
- Simatupang, B. (2021). *Intensi berwirausaha: Sebuah konsep dan studi kasus di era revolusi industri 4.0*.
- Singh, N., Misra, R., Quan, W., Radic, A., Lee, S. M., & Han, H. (2024). An analysis of consumer's trusting beliefs towards the use of e-commerce platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), Article 899.
- Sloman, J., Garratt, D., & Guest, J. (2018). *Economics* (10th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). *Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524–7532.

- Sugiyono. 2022 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2024). *Tiktok Shop sebagai inovasi social commerce: Analisis pengalaman pengguna, kepuasan konsumen, dan perubahan perilaku belanja*. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*.
- Syabani, A., Utari, D. R., & Nuriansyah, F. (2024). Pengaruh attitude towards entrepreneurship, subjective norms, dan perceived behavioural control terhadap intensi berwirausaha. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 57-65.
- Tanjung Sari, T. R., & Tjipto Subroto, W. (2023). Pengaruh literasi ekonomi, e-commerce, lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 149–161.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji Pesyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Widyakto, A., Liyana, Z. W., & Rinawati, T. (2022). The influence of financial literacy, financial attitudes, and lifestyle on financial behavior. *Diponegoro International Journal of Business*, 5(1), 33–46.
- Wiyono, H. D., & Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal USAHA*, 1(2), 19–25.
- Yudhaningrum, A., dkk. (2021). Hubungan pengambilan risiko terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Zidan, Z., Mulia Z, F., & Saori, S. (2026). *Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha*. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 9(1).