

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

1. Kontribusi Pemanfaatan E-Commerce dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa.

Pemanfaatan *e-commerce* berperan besar dan dalam berbagai aspek dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa Universitas PGRI Madiun. Kontribusi tersebut terwujud melalui: (a) meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dengan memahami langsung bagaimana dinamika pasar digital bekerja; (b) membentuk sikap inovatif dan tangguh dalam menghadapi persaingan; (c) mengembangkan kemampuan jaringan dengan berinteraksi aktif dengan pelanggan dan komunitas *online*; (d) memiliki keberanian mengambil risiko secara terukur berdasarkan data penjualan dan analisis pasar; (e) mengalami perubahan mental dari menjadi konsumen ke produsen atau pengusaha; serta (f) mempelajari cara mengelola emosi dan tetap resiliensi saat menghadapi kegagalan dan tantangan dalam bisnis.

2. Faktor Pendukung Pemanfaatan E-Commerce untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan.

Terdapat lima faktor utama yang mendukung mahasiswa UNIPMA dalam menggunakan *e-commerce* untuk berkembang menjadi wirausaha, yaitu: (a) bantuan dari pihak akademik berupa kurikulum kewirausahaan, mata kuliah berbasis *e-commerce*, dan program MBKM; (b) adanya infrastruktur teknologi digital seperti *smartphone*, laptop, dan koneksi internet yang semakin mudah

diakses; (c) dukungan sosial dari keluarga sebagai sumber dorongan utama, teman sebaya sebagai mitra pemasaran, serta komunitas kampus sebagai tempat berbagi pengalaman; (d) akses modal yang mudah melalui sistem pembayaran digital seperti *QRIS*, *OVO*, dan *GoPay*, serta model usaha dengan modal kecil seperti *dropship* dan *reseller*; serta (e) kegiatan pelatihan *marketplace* dan kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi UMKM, termasuk program Wirausaha Merdeka dan *UMKM Go Digital*.

3. Tantangan dan Hambatan Pemanfaatan *E-Commerce* oleh Mahasiswa UNIPMA

Terdapat lima jenis tantangan dan hambatan yang dihadapi mahasiswa UNIPMA saat memanfaatkan *e-commerce* untuk usaha kewirausahaan, yaitu: (a) tantangan psikologis seperti rasa takut gagal, khawatir modal tidak kembali, dan stres ketika penjualan menurun; (b) hambatan sosial seperti stigma bahwa bisnis *online* hanya kegiatan sampingan serta tekanan dari jadwal perkuliahan yang padat; (c) persaingan pasar yang ketat dan perubahan algoritma *marketplace* yang membuat penjualan tidak stabil; (d) masalah teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil di kampus dan kurangnya kemampuan dalam menggunakan fitur-fitur tertentu di *marketplace*; serta (e) kelangkaan modal dan rendahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan usaha online secara berkelanjutan. dan rendahnya literasi keuangan dalam mengelola bisnis online secara berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, berikut ini penulis memberikan beberapa saran, sebagai berikut

1. Bagi Universitas PGRI Madiun

- a) Mengintegrasikan pembelajaran *e-commerce* secara lebih mendalam dalam kurikulum kewirausahaan di seluruh program studi, tidak hanya di FKIP dan FEB, dengan memberikan praktik langsung membuka dan mengelola toko *online* di berbagai *marketplace*.
- b) Mendirikan laboratorium kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship lab*) yang dilengkapi dengan akses internet berkecepatan tinggi, peralatan fotografi produk, dan pendampingan oleh mentor berpengalaman di bidang *e-commerce*.
- c) Meningkatkan kualitas dan cakupan koneksi internet kampus agar mahasiswa dapat mengelola bisnis online, merespons pelanggan, dan mengikuti *live selling* tanpa hambatan teknis.
- d) Mengembangkan program inkubasi bisnis digital mahasiswa yang menghubungkan mahasiswa wirausahawan dengan investor, mentor, dan platform *e-commerce* nasional melalui kolaborasi strategis.
- e) Memperbanyak program pelatihan *marketplace*, *workshop digital marketing*, dan seminar kewirausahaan digital yang dapat diakses oleh mahasiswa dari seluruh program studi secara gratis atau bersubsidi

2. Bagi Mahasiswa

- a) Memanfaatkan *e-commerce* tidak hanya sebagai sarana konsumsi, tetapi secara aktif sebagai media wirausaha dengan memulai dari bisnis sederhana (*reseller/dropship*) untuk membangun pengalaman dan kepercayaan diri.

- b) Meningkatkan literasi digital secara mandiri melalui berbagai platform pembelajaran online (*YouTube*, *podcast*, *webinar*) tentang strategi *e-commerce*, *digital marketing*, dan manajemen bisnis online.
- c) Bergabung dengan komunitas wirausahawan muda dan UKM kewirausahaan kampus untuk memperluas jaringan, mendapatkan mentor, dan berbagi pengalaman bisnis yang saling memperkuat.
- d) Mengembangkan kemampuan manajemen keuangan bisnis online dengan memisahkan keuangan pribadi dan bisnis, mencatat setiap transaksi, dan merencanakan penggunaan modal secara cermat.
- e) Membangun ketangguhan mental (*resiliensi*) dengan menjadikan kegagalan sebagai bahan pembelajaran, tidak mudah menyerah pada kritik negatif, dan terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Mengembangkan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur secara statistik besarnya pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap berbagai dimensi jiwa kewirausahaan mahasiswa.
- b) Memperluas cakupan penelitian ke perguruan tinggi lain di Jawa Timur atau di tingkat nasional untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang peran *e-commerce* dalam ekosistem kewirausahaan mahasiswa Indonesia.

- c) Meneliti secara khusus dampak jangka panjang dari pengalaman wirausaha berbasis *e-commerce* semasa kuliah terhadap karir dan kemandirian usaha setelah mahasiswa lulus.
- d) Mengkaji pengaruh variabel moderator seperti jenis produk, tingkat persaingan industri, dan karakteristik demografis mahasiswa terhadap hubungan antara pemanfaatan *e-commerce* dan jiwa kewirausahaan.