

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan hasil analisis *Project Map NVivo 12 Plus* pada bab IV maka dapat disimpulkan bahwa: informan telah berhasil memenuhi proposisi penelitian ini yaitu persepsi akan kebermanfaatan *social media* bagi keperluan bisnis akan memotivasi wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya.

Motivasi kewirausahaan ada yang bersifat internal dan eksternal. Salah satu fokus dalam penelitian ini adalah motivasi eksternal yaitu peluang. Peluang yang dimaksud adalah peluang bisnis dari perkembangan teknologi digital *social media* yang memotivasi wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi dalam meningkatkan pertumbuhan bisnisnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki motivasi eksternal untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya di era perkembangan teknologi digital *social media*. sebagai salah satu penunjang bisnis. Bagi wirausahawan milenial, *social media* memiliki peranan utama dalam menunjang kegiatan promosi bisnis, memperkuat merek bisnis, mempercepat akses informasi, dan menjangkau target pasar yang lebih luas.

2. Melalui penggunaan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis membuat wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi dapat melihat berbagai macam peluang bisnis. Peluang bisnis terbuka sangat lebar bagi wirausahawan maupun calon wirausahawan. Hal itu disebabkan oleh penggunaan *social media* membuat bisnis lebih efisien tanpa harus menggunakan modal yang besar. Aktivitas bisnis sangat mudah dilakukan dan produktivitas usaha mengalami peningkatan sehingga memotivasi wirausahawan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya ataupun meningkatkan minat berwirausaha bagi calon wirausahawan khususnya milenial.

Motivasi eksternal peluang bisnis karena perkembangan teknologi digital *social media* bukanlah motivasi utama yang mendorong wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi dalam meningkatkan pertumbuhan bisnisnya. Hal tersebut disebabkan oleh kuatnya pengaruh dari motivasi internal yang ada dalam diri masing-masing wirausahawan milenial dan minat masing-masing wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi yang memiliki *passion* dibidang kewirausahaan. Faktor-faktor motivasi internal tersebut seperti kebutuhan, harga diri dan independen, keinginan berprestasi, dan keinginan memaksimalkan pendapatan dan kesuksesan finansial. Sehingga memberikan dorongan, energi dan kekuatan kepada wirausahawan milenial untuk meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Apalagi wirausahawan juga memperoleh motivasi eksternal berupa dukungan dari keluarga yang memiliki peranan penting dalam kehidupan yang membuat wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh

Provinsi Jambi semakin bersemangat dalam menjalankan bisnis serta diperkuat dengan dukungan dari institusi pemerintahan yang mempermudah proses perizinan usaha.

Sedangkan persepsi akan kebermanfaatan *social media* dalam bisnis wirausahawan milenial Kota Sungai penuh Provinsi Jambi akan meningkatkan pertumbuhan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan Nilai Bisnis

Persepsi akan kebermanfaatan *social media* dalam menciptakan nilai bisnis wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Perbedaan dari pesaing

Meskipun salah satu wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi belum bisa menemukan perbedaan bisnisnya dari pesaing, namun secara umum, wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa penggunaan *social media* sebagai salah satu sarana penunjang bisnis khususnya dalam melakukan aktivitas marketing di *social media* membuat bisnis wirausahawan terdiferensiasi dari pesaing sehingga terciptalah nilai bisnis yang mendatangkan dampak pada pertumbuhan bisnis wirausahawan milenial. Kebermanfaatan yang dirasakan oleh wirausahawan milenial ini berbeda-beda. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan sektor bisnis yang dijalankannya dan

optimalisasi penggunaan *social media* sebagai salah satu sarana penunjang bisnis sudah sejauh mana dilakukan.

b. Kekuatan Merek

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* memiliki jangkauan yang luas sehingga wirausahawan milenial dapat menjangkau target pasar dengan mudah sehingga kekuatan mereknya juga mengalami peningkatan. Menciptakan kekuatan merek ini menjadi salah satu kekuatan *social media* dibidang marketing yang membuat merek bisnis wirausahawan mudah diingat oleh konsumennya. Namun masing-masing informan merasakan dampak yang berbeda-beda dan juga terdapat faktor lain yang memperkuat merek bisnis dari informan antara lain: 1) wawasan dan pengetahuan dibidang bisnis, 2) manajemen dan tim, 3) relasi dan jaringan bisnis, 3) sikap dan karakteristik wirausahawan, dan 3) media promosi konvensional.

c. Konsumen Potensial

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa karena jangkauan *social media* yang luas dalam membidik target pasar mempermudah mendapatkan konsumen potensial di *social media*. Sehingga terjadi peningkatan pada pertumbuhan bisnis. Kebermanfaatan juga diperkuat oleh faktor-faktor lain seperti: 1) kemampuan dan skill dibidang digital marketing khususnya *social media*,

2) wawasan dan pengetahuan wirausahawan milenial dibidang bisnis, 3) manajemen dan tim, 4) relasi dan jaringan bisnis.

d. Keinginan Konsumen

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* dengan ketersediaan informasi yang banyak mempermudah wirausahawan milenial memahami keinginan konsumen guna meningkatkan pertumbuhan bisnisnya. Ketika wirausahawan milenial telah memutuskan untuk menggunakan *social media* sebagai sarana penunjang bisnisnya maka wirausahawan milenial harus selalu *up to date* mencari tahu hal apa saja yang saat ini diinginkan konsumennya berdasarkan informasi yang beredar di *social media*. Wirausahawan juga harus melakukan pemantauan secara berkala mengenai *trend* yang sedang berkembang untuk melihat perubahan pola perilaku konsumen yang menjadi target pasarnya masing-masing. Sikap dan karakteristik wirausahawan milenial sangat mempengaruhi kinerja *social media* dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis.

e. Inovasi Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* dengan ketersediaan informasi yang luas dapat dijadikan referensi dalam melakukan inovasi bisnis yang mengikuti perkembangan zaman yang membuat bisnis dan teknologi digital saling terintegrasi dan tidak dapat dipisahkan sehingga terciptalah *sustainable competitive advantage* yang semakin memperkuat bisnis.

Tentunya hal ini memberikan dampak pada pertumbuhan bisnis wirausahawan milenial tersebut. Keberhasilan dalam melakukan inovasi bisnis ini juga diperkuat oleh faktor lainnya seperti: 1) tingkat kecerdasan wirausahawan dalam mengambil keputusan bisnis, 2) wawasan dan pengetahuan yang dimiliki oleh wirausahawan milenial, 3) pengalaman dalam menjalankan bisnis, 4) sikap dan karakteristik wirausahawan yang *responsive* dan proaktif dalam mengikuti perkembangan teknologi, dan 3) ekosistem bisnis yang dinamis.

2. Mempercepat Proses Bisnis

a. Ide Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa jangkauan *social media* yang luas dalam menyediakan informasi-informasi terkini mempermudah wirausahawan untuk menemukan ide-ide bisnis yang sejalan dengan bisnisnya. Sehingga ide-ide bisnis tersebut ketika dikolaborasikan dengan bisnis milik wirausahawan milenial akan memberikan dampak pada pertumbuhan bisnisnya. Seperti: pengembangan konsep, strategi dan program marketing khususnya promosi bisnis. Ide-ide di *social media* tersebut sangat efektif digunakan apabila bisnis yang dijalankan oleh wirausahawan berhubungan langsung dengan penggunaan teknologi digital yang menunjang terciptanya *sustainable competitive advantage* untuk memenangkan persaingan bisnis. Oleh karena itu dibutuhkan pengetahuan dan pengalaman dibidang bisnis untuk mengeksekusi ide-ide

bisnis tersebut. Bertebaranannya ide-ide bisnis di *social media* ini juga semakin memotivasi wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi dalam menjalankan bisnisnya.

b. Pengelolaan Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa penggunaan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis memberikan kemudahan dalam pengelolaan bisnis sehingga proses bisnis menjadi lebih cepat untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis wirausahawan. Hal ini sangat efektif dan efisien dalam meminimalisir biaya. Khususnya pengelolaan pada aktivitas marketing yang membuat promosi bisnis menjadi lebih mudah dan murah. Dengan demikian penjualanpun akan mengalami peningkatan. Pengelolaan bisnis lainnya yang dipermudah oleh penggunaan *social media* ini yaitu dibidang sumber daya manusia yaitu mempercepat tersebarnya informasi perekrutan karyawan. Namun kebermanfaatan yang dirasakan oleh wirausahawan milenial ini berbeda-beda karena perbedaan sektor bisnis dan skala bisnis yang dijalankan oleh wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi.

c. Informasi Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa kebermanfaatan *social media* dapat mempercepat transmisi informasi bisnis milik wirausahawan yang membuat proses bisnis berjalan lebih cepat hingga ke target pasar

dibandingkan dengan metode konvensional. Lebih menghemat waktu dan biaya. Komunikasi yang terjalin dengan konsumen/pelanggan pun lebih mudah dan membuat mereka saling terhubung. Sehingga penyampaian informasi bisnis menjadi lebih efektif dan efisien.

d. Promosi Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa penggunaan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis memberikan kemudahan dalam mempromosikan bisnis kepada konsumen potensial yang menjadi target pasar dan berdampak pada pertumbuhan bisnis. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena peran utama *social media* adalah sebagai alat pemasaran digital yang efektif dan efisien. Sehingga *social media* memiliki kekuatan untuk menjangkau konsumen potensial karena jangkauannya yang luas berkat kecanggihan teknologi yang dimilikinya.

3. Meningkatkan Kinerja Bisnis

a. Perluasan Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* mempermudah perluasan bisnis wirausahawan milenial karena ketersediaan informasi dan ide-ide bisnis yang melimpah di *social media* sehingga berdampak pada peningkatan pertumbuhan bisnis. Kesuksesan dalam mengkolaborasikan ide-ide bisnis yang terdapat di *social media* dengan bisnis yang sudah ada tidak dapat diputuskan menggunakan intuisi saja tetapi wirausahawan harus

melakukan analisis kelayakan untuk meminimalkan resiko. Perluasan bisnis yang dilakukan berbeda-beda pada wirausahawan milenial yang terlibat dalam penelitian ini. Hal tersebut merupakan pengaruh dari sektor bisnis yang dijalankannya dan besar kecilnya skala bisnis sangat menentukan keputusan informan dalam melakukan perluasan bisnis. Salah satu strategi perluasan bisnisnya berupa *franchise*.

Perluasan bisnis tidak harus selalu dilakukan oleh seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Selama bisnis masih berada dalam performa terbaiknya yang perlu dilakukan adalah evaluasi pada strategi bisnis yang telah berhasil dilakukan kemudian lakukan inovasi agar bisnis tidak mengalami penurunan kinerja dan menjaga *sustainable competitive advantage* di tengah persaingan bisnis yang dinamis.

b. Penjualan Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* membuat penjualan bisnis wirausahawan milenial meningkat sehingga berdampak pada kinerja bisnis yang mengalami pertumbuhan. Hal yang membuat penjualan bisnis mengalami peningkatan disebabkan oleh seringnya produk dan merek bisnis diulas di *social media*. Jangkauan merek dalam mempromosikan bisnis juga menjadi penyebab meningkatnya penjualan dari penggunaan *social media* pada bisnis wirausahawan milenial. Namun ada faktor lain yang lebih berpengaruh pada peningkatan penjualan ini, seperti kemampuan dan sikap informan yang pandai membaca situasi pasar dan

kinerja *social media* pada masing-masing bisnis wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi berbeda-beda karena wirausahawan menjalankan sektor bisnis yang berbeda-beda pula.

c. Kepuasan Konsumen

Dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen melalui penggunaan *social media* secara keseluruhan wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa hal tersebut memberikan sedikit dampak pada pertumbuhan bisnisnya. Namun banyak faktor lain di luar sub parameter penelitian ini yang memberikan dampak maksimal pada kepuasan konsumen dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. Seperti Pengalaman yang didapatkan dari *service quality* dan saat menggunakan produk/jasa milik informan.

d. Loyalitas Pelanggan

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa *social media* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada meningkatnya kinerja bisnis hanya memberikan sedikit pengaruh pada pertumbuhan bisnisnya. Hal ini memiliki keterkaitan yang erat dengan sub parameter sebelumnya. Ada faktor lain yang pengaruhnya lebih besar yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Pertumbuhan Bisnis

Wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi memiliki persepsi bahwa kebermanfaatan *social media* dalam

menciptakan nilai bisnis, mempercepat proses bisnis dan meningkatkan kinerja bisnis memberikan dampak pada bisnis wirausahawan milenial terutama pada sub parameter kekuatan merek, promosi bisnis, informasi bisnis, konsumen potensial, ide bisnis, inovasi bisnis, perluasan bisnis, pengelolaan bisnis, dan memahami keinginan konsumen.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi yang memiliki garis keturunan dari etnis minangkabau memiliki peluang yang lebih besar untuk sukses menjadi seorang wirausahawan, karena telah banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa etnis minangkabau adalah etnis yang memiliki kecakapan dibidang bisnis dan perdagangan.

5.2 Implikasi Penelitian

Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai media untuk membantu akademisi dalam memahami konsep dan teori mengenai pemanfaatan *social media* dalam kewirausahaan generasi milenial untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya, serta berfungsi sebagai wujud dari penerapan konsep kewirausahaan, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran dan sistem informasi manajemen.

Bagi pembaca, hasil penelitian ini bisa menjadi penambah wawasan pengetahuan dalam bidang kewirausahaan terutama mengenai pemanfaatan *social media* dalam kegiatan wirausaha. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian dalam bidang kewirausahaan,

manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran dan sistem informasi manajemen.

Bagi pemerintah hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan mengenai pengembangan dan pemberdayaan sektor kewirausahaan dalam memanfaatkan *social media* sebagai sarana penunjang bisnis untuk menggerakkan roda perekonomian nasional.

Bagi wirausahawan hasil penelitian ini dapat membantu wirausahawan khususnya milenial untuk lebih memaksimalkan penggunaan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis, karena *social media* memiliki kebermanfaatan yang dapat meningkatkan motivasi wirausahawan dalam melihat peluang bisnis sehingga akan berdampak pada pertumbuhan bisnis. Khususnya dibidang pemasaran agar mampu bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis di era teknologi digital.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada substansi penelitian yang hanya berfokus pada 1 subkonstruk yaitu motivasi eksternal: peluang bisnis dan konstruk persepsi kebermanfaatan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis. Bahkan penelitian ini hanya berfokus pada wirausahawan milenial yang ada di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi Saja. Sehingga hasil dari penelitian ini hanya dikhususkan bagi wirausahawan milenial karena sudut pandang yang digunakan terbatas pada wirausahawan dengan rentang usia 20-40 tahun.

Selanjutnya, keterbatasan juga terdapat dalam hal metodologi penelitian yang lebih mengedepankan pembahasan dengan menggunakan metode kualitatif berupa studi eksplorasi pada wirausahawan dengan bidang bisnis yang berbeda-beda. Ini menjadikan hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara maksimal untuk setiap sektor bisnis kewirausahaan.

5.4 Saran

Berdasarkan pada uraian di atas, dari keterbatasan substansi penelitian yang hanya berfokus pada 1 subkonstruk yaitu motivasi eksternal: peluang bisnis dan konstruk persepsi kebermanfaatan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji konstruk motivasi secara utuh yaitu motivasi internal dan eksternal dan konstruk persepsi kebermanfaatan *social media* secara keseluruhan dengan jumlah informan yang lebih banyak. Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini.

Oleh karena itu peneliti berharap pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat melakukan pembahasan yang lebih mendalam mengenai faktor motivasi internal dan eksternal lainnya untuk mengungkapkan persepsi kebermanfaatan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis. Sehingga peneliti nantinya dapat melakukan elaborasi lebih mendalam mengenai topik maupun konteks penelitian secara tuntas dan terperinci mengenai hal tersebut. Bahkan tidak hanya meneliti mengenai motivasi kewirausahaan, tetapi juga mencangkup minat, sikap,

karakteristik, dan juga ekosistem kewirausahaan sehingga cakupan pengetahuan dan literatur yang didapatkan lebih banyak dan bervariasi.

Saran lainnya, dari keterbatasan metodologi yang peneliti gunakan ini maka hal tersebut membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan metodologi penelitian yang berbeda seperti metode penelitian kuantitatif ataupun *mixed methods* guna menyempurnakan penelitian ini. Sehingga peneliti dapat mengungkapkan serta menjelaskan dengan lebih lengkap dan terperinci mengenai motivasi eksternal: peluang bisnis dari perkembangan teknologi digital *social media* dan persepsi kebermanfaatan *social media* sebagai salah satu penunjang bisnis yang berdampak pada meningkatnya pertumbuhan bisnis wirausahawan milenial Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. Mengingat penelitian ini bersifat penelitian eksploratori, maka upaya untuk melakukan generalisasi hasil penelitiannya menjadi sulit untuk dilakukan pada usaha keluarga yang lain. Untuk itu, penelitian selanjutnya dalam topik ini dapat difokuskan untuk melakukan uji empiris dengan menggunakan metodologi kuantitatif eksplanatif dengan jumlah responden penelitian yang lebih banyak dan beragam. Sehingga diharapkan dapat membantu generalisasi hasil/temuan penelitian terkait topik penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan menggunakan tetap menggunakan objek yang sama namun di wilayah yang berbeda.