

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Korean wave* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha pada komunitas Armys.Luv Kota Jambi. Datangnya gelombang Korea ini menciptakan banyak penggemar yang terinspirasi menjadikan gaya hidup Korea Selatan sebagai panutan, serta mendapat pengaruh dari kebudayaan Korea Selatan seperti senang membeli produk *K-pop*, *K-fashion*, *K-cosmetic*, *K-food* dan lainnya. Kegiatan ini menimbulkan respon positif yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha karena adanya peluang yang baik
2. Perilaku *fan entrepreneurship* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha pada komunitas Armys.Luv Kota Jambi. Menjadi seorang penggemar membuat orang-orang senang mengoleksi produk yang berhubungan dengan idola mereka dan tertarik untuk menjual atau menjadi *reseller* produk *Korean wave* pada sesama *fans*. Kegiatan ini menimbulkan respon positif yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha
3. Media sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha pada komunitas Armys.Luv Kota Jambi. Melalui media sosial orang-orang dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat bergabung dengan komunitas di media sosial. Banyak responden merasa tertarik dengan konten media sosial yang berhubungan dengan wirausaha dan merasa membangun kepercayaan serta *branding* yang baik di media sosial sangat perlu dalam berwirausaha. Banyaknya relasi yang dimiliki dan *branding* yang baik, maka dapat memulai promosi sebagai salah satu dari aktivitas berwirausaha. Respon yang baik ini dapat mempengaruhi minat berwirausaha

4. *Korean wave*, perilaku *fan entrepreneurship* dan media sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada komunitas Armys.Luv Kota Jambi. Sementara variabel perilaku *fan entrepreneurship* merupakan variabel yang paling dominan di antara variabel *independen* dalam mempengaruhi minat berwirausaha pada komunitas Armys.Luv Kota Jambi

6.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan sebagai pelengkap dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Diharapkan kepada penggemar *Korean wave* di komunitas Armys.Luv maupun di luar komunitas tersebut agar lebih menyadari adanya pangsa pasar yang dapat dimanfaatkan di bidang *Korean wave* ini, sehingga selain menikmati karya maupun kebudayaan serta menjadi *fans* dapat juga mempelajari dan mengenal lebih dalam mengenai hal yang sedang ramai dan menjadi *trend* di media sosial saat ini untuk dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha
2. Berdasarkan dari hasil penelitian diketahui bahwa perilaku *fan entrepreneurship* merupakan variabel paling dominan dalam penelitian ini, maka disarankan bagi *fans* untuk mencoba menjadi pelaku usaha. Dapat dimulai dari lingkup kecil seperti menawarkan teman sesama penggemar di *fandom* yang sama untuk membeli produk yang ditawarkan atau dapat mempromosikan dan menjual produk tersebut di media sosial seperti Tiktok dan Instagram. Selain di media sosial, dapat juga mencoba menjual produk tersebut di *online marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Sebagai seorang pemasar tentunya harus sering melakukan promosi, hal itu dapat berupa membuat konten-konten baru yang menarik tentang produk yang dijual ataupun dapat menggunakan cara cepat dengan menggunakan fitur iklan. Berwirausaha di bidang ini tentunya juga membutuhkan kesenangan serta kenyamanan. *Fans* yang sudah terbiasa dengan budaya *Korean wave*, tentunya akan lebih mudah beradaptasi dan mempelajari pangsa

pasar dibandingkan dengan orang yang belum atau tidak paham dengan *Korean wave*. Namun tetap perlu diperhatikan bahwa menjalani suatu usaha harus konsisten, berani mengambil risiko, mampu mengembangkan produk secara kreatif dan inovatif serta dapat berpikir positif mengenai peluang kedepannya

3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengganti atau menambah variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan teori-teori yang sesuai atau yang lebih baru agar dapat menjadi pembaharuan dan perbandingan untuk penelitian berikutnya, ini karena pengaruh *Korean wave*, perilaku *fan entrepreneurship* dan media sosial terhadap minat berwirausaha berdasarkan nilai determinasi koefisien (R^2) hanya berada pada tingkat sedang yaitu 0,466 atau 46,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
4. Adanya keterbatasan pada penelitian ini yaitu populasi dan sampel hanya berfokus pada satu komunitas saja yakni komunitas Armys.Luv yang memiliki akun media sosial di Instagram. Sehingga disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mempertimbangkan untuk lebih memperluas target populasi, misalnya menjadikan lebih dari 1 komunitas dengan *fandom* yang sama untuk dijadikan objek penelitian atau menggabungkan beberapa *fandom* yang berbeda sebagai objek penelitian.