

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Literasi ekonomi dan perilaku konsumen pada guru mata pelajaran ekonomi di SMA Negeri Kota Bandung berada pada kategori sedang atau moderat.
2. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen pada guru mata pelajaran ekonomi di SMA Negeri Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi ekonomi maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumen pada guru.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa implikasi yang perlu mendapatkan perhatian, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis dengan uraian sebagai berikut.

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen guru ekonomi. Dengan demikian teori preferensi yang terungkap oleh Samuelson dapat digunakan untuk menunjukkan kondisi dimana seseorang dapat melakukan pilihan yang akurat dan penuh pertimbangan terhadap pilihannya.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini memberikan gambaran bahwa pentingnya literasi ekonomi terhadap perilaku konsumen. Oleh karena itu, perlunya upaya meningkatkan literasi ekonomi yang dilihat melalui pengetahuan guru dari masalah pokok ekonomi, pasar dan harga,

penawaran dan permintaan, peranan pemerintah, distribusi pendapatan, *comparative advantage*, pendapatan nasional, inflasi, serta kebijakan moneter dan kebijakan fiskal. Selain itu, diperlukan pula upaya untuk memberikan dan membentuk perilaku konsumen yang rasional, dapat dilihat melalui pembelian atas barang atau jasa sesuai dengan pendapatan, sesuai dengan kebutuhan, dan memberikan manfaat.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian dan implikasi dari penelitian ini maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut.

1. Bagi guru, dalam meningkatkan perilaku konsumen yang lebih rasional dan lebih bijak maka hendaknya meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai konsep dasar ekonomi yang tidak hanya berpacu pada pendidikan seja, melainkan dapat diperoleh melalui kursus dan pelatihan, media sosial dan internet, berbicara dengan ahli, membaca berita ekonomi, diskusi dengan teman dan keluarga, dan memanfaatkan kombinasi sumber-sumber yang dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik sehingga dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam kehidupan.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran atau acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai literasi ekonomi dan perilaku konsumen. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambah variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi perilaku konsumen selain yang telah diteliti oleh peneliti baik itu faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhi