

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dapat mengambil kesimpulan tentang perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati Kota Bandung adalah sebagai berikut :

1. Gambaran umum perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati Kota Bandung memperlihatkan perilaku yang tidak rasional dengan pengalokasian dana yang tidak proporsional sehingga cenderung bersifat konsumtif.
2. Gambaran tingkat pendapatan yang di peroleh masyarakat Kelurahan Sekejati Kota Bandung rata-rata sebesar Rp. 13.810.000 dengan sumber pendapatan yang terbesar bersumber dari gaji/upah dengan rata-rata sebesar Rp. 9.870.000 per bulan.
3. Gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati Kota Bandung dapat dilihat dari tiga hal, yaitu; 1) alokasi konsumsi, yang meliputi kebutuhan primer sekunder dan tersier yang tidak proporsional, 2) frekuensi konsumsi, dimana terlalu banyak kegiatan yang dilakukan karena gengsi, 3) lokasi konsumsi, yang dipilih tidak mencerminkan hidup yang hemat.
4. Gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati Kota Bandung sesuai dengan teori dari Duesenberry mengenai efek demonstrasi bahwa APC masyarakat berpendapatan rendah lebih tinggi dari masyarakat yang berpendapatan tinggi yakni masing-masing sebesar 1.07 dan 0.41. Hal ini terjadi karena rumah tangga yang berpendapatan rendah telah terkena efek demonstrasi (*demonstration effect*), dimana masyarakat berpendapatan rendah cenderung

meniru pola konsumsi dari masyarakat di sekelilingnya yang cenderung menaikkan pengeluaran konsumsinya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka ada beberapa saran yang bisa dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. Membuat rencana pengeluaran dan membuat alokasi pengeluaran untuk setiap kebutuhan serta memberikan alokasi yang proporsional untuk kebutuhan pendidikan anak-anaknya. Selain itu, masyarakat juga harus membiasakan diri untuk hidup hemat dan membiasakan menabung sebagai investasi masa depan.
2. Tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar dan promosi diskon yang dilakukan produsen, karena pada dasarnya perlu diketahui bahwa ilmu tentang ekonomi dan kenyataan promosi diskon. Memperbaiki sikap dan mulai menanamkan nilai-nilai ekonomi. Hal ini dapat dilakukan dengan membiasakan diri untuk hidup hemat dan sederhana dengan tidak memaksakan diri untuk selalu membeli barang-barang yang bermerek dan sedang *trend* apabila pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi, membuat rencana pengeluaran dari setiap sumber pendapatan yang diterima.
3. Melakukan pembelian atas dasar kebutuhan, bukan keinginan yaitu dapat dilakukan dengan mengurutkan barang-barang yang dibutuhkan dan mana yang sifat pemenuhannya bisa ditangguhkan dan yang harus segera dilakukan.
4. Bagi masyarakat agar lebih cerdas dalam menggunakan waktu dan uangnya bisa dengan berinvestasi dalam bentuk barang atau perniagaan sehingga kelak bisa memberikan keuntungan yang lebih besar dari uang yang dikeluarkannya.
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana *sample* yang digunakan tidak bersifat homogen atau tidak proporsional berdasarkan karakteristik respondennya (pekerjaan dan pendidikan). Saran untuk penelitian selanjutnya agar mengambil *sample* yang homogen atau proporsional dengan karakteristik respondennya. Sehingga hasil penelitiannya akan lebih mendekati gambaran perilaku konsumsi yang sebenarnya.