

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan dan temuan empirik, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- 1 Pengalaman belajar dilihat dari interaksi dalam perjalanan rutin, interaksi dalam sosialisasi, interaksi dalam rutinitas belanja dan interaksi dari masa tinggal, teridentifikasi sebagai bentuk pengalaman yang bermakna pembelajaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa keempat variabel sebagai bagian dari aktivitas rutin memberi makna yang cukup berarti bagi para guru sebagai pengalaman belajar yang memberi kontribusi terhadap perilaku konsumen. Keempat variabel tersebut walaupun merupakan kegiatan rutin dalam interaksi sosial yang dapat menimbulkan kejenuhan khususnya interaksi dalam perjalanan rutin, akan tetapi dirasakan sebagai bagian aktivitas yang memberi makna dalam kehidupannya. Kebermaknaan pengalaman belajar dari aktivitas rutin ini sangat bergantung bagaimana seseorang menjalani aktivitas tersebut, artinya pengalaman belajar akan semakin bermakna bila dijalani dengan penuh kesadaran dan kesabaran, dan mengambil hikmah atau pelajaran dari setiap apa yang dialami.
2. Pertimbangan ekonomis dan pertimbangan non ekonomis, teridentifikasi keduanya sebagai variabel yang masih dipertimbangkan konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa guru-guru senantiasa mempertimbangkan faktor ekonomis maupun non ekonomis dalam

Neti Budiwati, 2014

*Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kegiatan ekonominya, khususnya sebagai konsumen. Bila dibandingkan antara keduanya, maka faktor pertimbangan non ekonomis mengalahkan pertimbangan ekonomis, sehingga dapat ditafsirkan bahwa sejalan dengan perkembangan kehidupan dan kegiatan ekonomi saat ini, konsumen relatif lebih memperhatikan pertimbangan non ekonomis dibandingkan dengan pertimbangan ekonomis. Ini menunjukkan makna dari budaya konsumen yang semakin terasa saat ini.

3. Literasi Ekonomi guru dilihat dari dimensi pengetahuan ekonomi mikro dan ekonomi makro, teridentifikasi masih rendah. Bila dilihat dari latar belakang pendidikan, baik yang berlatar belakang pendidikan IPS maupun non IPS, sama-sama pada kondisi yang belum baik. Sementara itu gambaran perilaku konsumen dari guru-guru dilihat dari dimensi preferensi kebutuhan dan preferensi ritel, teridentifikasi sebagian besar belum rasional. Kondisi seperti ini dapat dimaknai bahwa literasi ekonomi tidak hanya diperoleh melalui pendidikan formal, melainkan melalui pendidikan informal khususnya pengalaman belajar/praktek dalam aktivitas rutin. Selain itu perilaku konsumen yang cenderung irasional seiring dengan perkembangan kehidupan yang menuju kepada budaya konsumen berimplikasi pada munculnya *society consumer*.
4. Literasi ekonomi ditentukan oleh variabel pengalaman belajar melalui interaksi dalam perjalanan rutin, interaksi dalam sosialisasi, interaksi dalam rutinitas belanja dan interaksi dari masa tinggal. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semakin bermakna pengalaman belajar yang diperoleh melalui interaksi dalam perjalanan rutin, interaksi dalam sosialisasi, interaksi dalam rutinitas belanja dan interaksi dari masa tinggal, maka akan semakin tinggi tingkat literasi ekonomi. Interaksi dalam rutinitas belanja berpengaruh lebih dominan

**Neti Budiwati, 2014**

***Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

terhadap literasi ekonomi dibandingkan dengan tiga variabel lainnya, sedangkan interaksi dalam perjalanan rutin memberi pengaruh paling rendah. Berpengaruhnya pengalaman belajar dari aktivitas rutin terhadap tingkat literasi ekonomi memberi makna bahwa tingkat literasi ekonomi dapat dibentuk tidak hanya dari pendidikan formal semata, melainkan pula oleh pendidikan informal, dalam hal ini melalui proses *Knowledge Creation* dalam bentuk *Tacit Knowledge*. Kondisi ini dikarenakan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman merupakan bentuk pengetahuan yang tidak terstruktur. Dengan demikian semakin bermakna pengalaman belajar dari aktivitas rutin maka akan semakin baik tingkat literasi ekonomi dan berdampak pada semakin rasional perilaku konsumen.

5. Baik melalui pengujian secara langsung maupun tak langsung melalui literasi ekonomi, perilaku konsumen guru ditentukan oleh variabel pengalaman belajar melalui interaksi dalam perjalanan rutin, interaksi dalam sosialisasi, interaksi dalam rutinitas belanja, interaksi dari masa tinggal, variabel pertimbangan ekonomis dan variabel pertimbangan non ekonomis. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semakin bermakna interaksi dalam perjalanan rutin, interaksi dalam sosialisasi, interaksi dalam rutinitas belanja dan interaksi dari masa tinggal, serta pertimbangan ekonomis dan pertimbangan non ekonomis maka akan semakin rasional perilaku konsumen. Secara parsial interaksi dalam interaksi rutinitas belanja berpengaruh lebih dominan terhadap perilaku konsumen dibandingkan dengan lima variabel lainnya, sedangkan pertimbangan ekonomis memberi pengaruh paling rendah.

6. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh literasi ekonomi. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi ekonomi, maka akan

**Neti Budiwati, 2014**

***Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

semakin rasional perilaku konsumen. Hasil ini bermakna bahwa untuk terciptanya konsumen yang rasional perlu dilakukan upaya peningkatan literasi ekonomi. Hal ini dapat melalui pendidikan formal misalnya melalui pendidikan ekonomi maupun pendidikan informal di keluarga maupun pendidikan non formal seperti lembaga-lembaga pelatihan.

## **B. Rekomendasi**

Atas kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka diajukan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam dimensi variabel pengalaman belajar, bahwa interaksi dalam rutinitas belanja baik dalam mempengaruhi literasi ekonomi maupun perilaku konsumen menjadi dimensi yang paling berpengaruh dibandingkan dengan dimensi dan variabel lainnya. Oleh karena itu interaksi dalam rutinitas belanja tidak dapat dipandang sebagai aktivitas rutin yang negatif, melainkan sebagai faktor yang menjadi acuan bagi semua konsumen. Hal ini disebabkan belanja secara rutin berdampak pada peningkatan literasi ekonomi dan rasionalitas perilaku konsumen, asalkan belanja rutin dilakukan sesuai dengan kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*) baik dalam bentuk *single purpose* maupun *multi purpose*. Setiap keluarga dapat mengagendakan belanja rutin keluarga, sehingga menjadi rutinitas yang menyenangkan sebagai bagian dari rekreasi keluarga, tetapi harus rasional.
2. Bahwa pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman merupakan *Tacit Knowledge*, yang kelak sebenarnya dapat menjadi *Explicit Knowledge* melalui

Neti Budiwati, 2014

*Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

proses eksternalisasi. Proses menjadi *Explicit Knowledge* ini menuntut seorang guru untuk kreatif. Kreativitas seorang guru menciptakan *Explicit Knowledge* akan membawa dampak bagi dirinya maupun orang lain yang memanfaatkan *Explicit Knowledge* tersebut, baik secara ekonomis maupun sosial. Oleh karena itu diperlukan suatu forum baik formal maupun informal untuk berbagi pengalaman (*Tacit Knowledge*) sebagai sarana pengembangan kreativitas guru.

3. Bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen dan tingkat literasi ekonomi masih rendah, membawa implikasi pada berbagai program peningkatan literasi ekonomi baik secara formal maupun informal. Dengan demikian literasi ekonomi apalagi dengan seiring ditetapkannya tanggal 19 Nopember sebagai hari literasi keuangan, perlu diupayakan peningkatannya. Peningkatan literasi ekonomi dapat dilakukan baik melalui pendidikan formal seperti pendidikan ekonomi di tingkat persekolahan maupun di perguruan tinggi, dan melalui pendidikan informal di keluarga maupun secara khusus melalui pendidikan non formal yang melembaga. Dalam pendidikan formal khususnya melalui pendidikan ekonomi, perlu diciptakan kondisi pembelajaran yang kondusif dengan pendekatan dan model pembelajaran berbasis literasi ekonomi dan pengalaman langsung. Guru harus kreatif dan inovatif dalam merancang pembelajaran dan *Contextual Teaching and Learning* (CTL) merupakan pendekatan pembelajaran yang cocok digunakan melalui model dan metode yang berpusat pada aktivitas siswa (*student centre*).
4. Belum rasionalnya perilaku konsumen membawa implikasi pada pentingnya pemahaman terhadap perilaku konsumen khususnya dalam melakukan tindakan konsumsi, sehingga perlu upaya meningkatkan pemahaman terhadap perilaku berkonsumsi yang bijak. Program ini dapat dilakukan secara formal,

Neti Budiwati, 2014

*Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

misalnya melalui pendidikan ekonomi di tingkat persekolahan maupun perguruan tinggi, maupun informal dan nonformal misalnya dalam bentuk penyuluhan atau pelatihan-pelatihan. Hal ini disebabkan perilaku yang irasional akan menyengsarakan konsumen yang dampaknya bisa secara makro mengganggu pertumbuhan ekonomi nasional.

5. Pertimbangan ekonomis (dalam kajian ekonomi) dan pertimbangan non ekonomis (dalam kajian *human geography*) jangan dipandang sebagai dua sisi yang saling berseberangan, karena dalam kajian keilmuan masing-masing keduanya dipandang rasional. Dengan demikian konsumen dapat memadukan keduanya sehingga menjadi satu konsep yang saling menunjang (misalnya sebagai kajian geografi ekonomi), karena memilih satu dari dua pertimbangan tersebut sangat kondisional. Disamping itu seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi masyarakat saat ini, sangat mungkin pertimbangan non ekonomis lebih menonjol dibandingkan dengan pertimbangan ekonomis. Oleh karena itu kedua pertimbangan ini dapat dirangkum dalam satu kajian yang memadukan keduanya misalnya menjadi kajian geoekonomi, yang akan menjelaskan keselarasan antara kedua faktor pertimbangan tersebut.

5. Perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh faktor pengalaman belajar dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumen dengan subyek penelitian komunitas-komunitas lain yang ada di masyarakat, atau di masyarakat secara umum. Hal ini dimaksudkan agar diperoleh informasi mengenai tingkat literasi ekonomi dan perilaku konsumen pada masyarakat secara umum, sehingga diperoleh data lengkap sebagai pemetaan tingkat literasi dan perilaku konsumen. Disamping itu jika menggunakan alat analisis data SEM alangkah

**Neti Budiwati, 2014**

***Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

baiknya bila melakukan analisis baik yang bersifat struktural (model struktural) maupun deskriptif (model deskriptif).

6. Kajian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan ekonomi dan *Human Geography*, tampaknya perlu ditindaklanjuti untuk pula memasukan pulapendekatan pemasaran, khususnya dalam mengkaji perilaku konsumen.

**Neti Budiwati, 2014**

***Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)