

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa pengalaman finansial *Nano Influencer* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengelola keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan digital, kebiasaan konsumsi, serta karakteristik pekerjaan sebagai konten kreator. Ketahanan finansial dalam penelitian ini lebih terlihat dari bagaimana informan mengatur pengeluaran, menyesuaikan gaya hidup, serta menyisihkan tabungan, terutama dalam menghadapi pendapatan yang tidak stabil. Lalu *Impulse Buying* masih menjadi tantangan yang cukup kuat. Dorongan untuk *Impulse Buying* sering muncul dari paparan konten di media sosial, kemudahan akses berbelanja, serta kebutuhan untuk mendukung pembuatan konten. Meskipun demikian, perilaku ini tidak selalu bersifat negatif, karena dalam beberapa kondisi juga memberikan kepuasan emosional, meskipun tetap diikuti oleh penyesalan.

Selain itu, patriotisme finansial muncul dalam bentuk kesadaran untuk mendukung produk lokal, namun tidak selalu menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Informan tetap menempatkan kualitas dan kebutuhan sebagai faktor penting, sehingga keputusan konsumsi yang diambil cenderung bersifat situasional. Secara keseluruhan, ketahanan finansial, *Impulse Buying*, dan patriotisme finansial saling berkaitan dalam membentuk pengalaman finansial *Nano Influencer*. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak dapat

dipahami secara sederhana, melainkan merupakan hasil dari interaksi antara faktor ekonomi, sosial, dan digital.

5.2 Implikasi

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai perilaku keuangan di era digital, khususnya dengan mengaitkan ketahanan finansial, *Impulse Buying*, dan patriotisme finansial dalam satu kerangka yang saling terhubung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh aspek emosional dan lingkungan digital. Selain itu, penelitian ini juga memperluas pemahaman mengenai konsep patriotisme finansial yang sebelumnya lebih banyak dibahas pada level makro. Dalam penelitian ini, patriotisme finansial dapat dilihat dalam konteks mikro, yaitu dalam keputusan konsumsi sehari-hari, sehingga memberikan perspektif baru dalam kajian tersebut.

Bagi *Nano Influencer*, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dalam mengelola keuangan, terutama dalam menghadapi ketidakpastian pendapatan dan dorongan konsumsi dari lingkungan digital. Penting bagi individu untuk tidak hanya fokus pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada pengelolaan keuangan yang lebih terarah dan konsisten. Selain itu, kesadaran terhadap *Impulse Buying* juga perlu ditingkatkan, agar keputusan pembelian tidak semata-mata didasarkan pada dorongan sesaat. Dengan demikian, pengelolaan keuangan dapat dilakukan secara lebih seimbang antara kebutuhan, keinginan, dan tujuan jangka panjang.

5.3 Keterbatasan dan Rekomendasi

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, fokus penelitian masih hanya pada *Nano Influencer* sehingga belum menggambarkan kondisi kelompok lain dalam ekosistem digital. Kedua, data yang digunakan bersifat subjektif karena didasarkan pada pengalaman dan persepsi informan. Selain itu, penelitian ini juga belum secara mendalam mengkaji faktor eksternal lain, seperti pengaruh platform tertentu atau strategi pemasaran brand yang lebih spesifik. Hal ini membuka peluang untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengkaji aspek tersebut secara lebih detail.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk bisa membandingkan perilaku keuangan antara *Nano Influencer* dengan kelompok lain, seperti *micro* atau *macro influencer*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji lebih dalam mengenai peran platform digital atau fitur tertentu dalam mendorong perilaku konsumsi.