

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdonasi mahasiswa muslim di Sumatera Barat melalui *platform crowdfunding online*. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa empati, persepsi kredibilitas, kualitas interaksi, kualitas *website*, kenyamanan bertransaksi, dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berdonasi. Namun, faktor-faktor ini memiliki tingkat pengaruh yang berbeda-beda terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi.

Empati ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berdonasi. Mahasiswa yang merasa empati terhadap tujuan kampanye cenderung lebih berminat untuk berdonasi. Empati memicu perasaan untuk membantu dan berkontribusi, yang kemudian diwujudkan dalam bentuk donasi. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang dapat membangkitkan rasa empati lebih berpotensi menarik minat donatur dari kalangan mahasiswa.

Persepsi kredibilitas juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berdonasi. Mahasiswa yang menganggap *platform crowdfunding* tersebut kredibel, lebih cenderung untuk berdonasi. Kredibilitas *platform* mencerminkan kepercayaan mahasiswa terhadap transparansi dan kejujuran kampanye yang diselenggarakan. Faktor ini menunjukkan pentingnya bagi *platform crowdfunding* untuk menjaga reputasi dan transparansi dalam operasionalnya.

Kualitas interaksi antara mahasiswa dan *platform crowdfunding* berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi. Kualitas interaksi yang baik, seperti responsivitas tim dukungan pelanggan dan kejelasan informasi, dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berdonasi. Pengalaman interaksi yang positif membuat mahasiswa merasa lebih didukung dan yakin dalam membuat keputusan berdonasi. Oleh karena itu, *platform crowdfunding* harus fokus pada peningkatan layanan pelanggan dan interaksi yang efektif dengan pengguna.

Kualitas *website* dan kenyamanan bertransaksi juga memainkan peran penting. Kualitas *website* yang baik mencakup desain yang *user-friendly*, navigasi yang mudah, dan informasi yang jelas. Kenyamanan bertransaksi mencakup kemudahan dalam proses pembayaran dan keamanan data. Kedua faktor ini tidak hanya meningkatkan empati tetapi juga memperkuat persepsi kredibilitas dan kualitas interaksi. *Platform crowdfunding* perlu memastikan bahwa situs mereka mudah digunakan dan transaksi dapat dilakukan dengan aman dan nyaman.

Religiusitas mahasiswa muslim di Sumatera Barat berpengaruh positif terhadap persepsi kredibilitas *platform crowdfunding*. Mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung mempersepsikan *platform* yang mendukung tujuan sosial dan kemanusiaan sebagai lebih kredibel. Nilai-nilai religius yang mereka anut mendorong mereka untuk mendukung inisiatif yang sejalan dengan ajaran agama. Oleh karena itu, *platform crowdfunding* yang ingin menarik donatur dari kalangan mahasiswa muslim harus mempertimbangkan aspek religius dalam kampanye mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat berdonasi mahasiswa muslim di Sumatera Barat melalui *platform crowdfunding online* dipengaruhi oleh berbagai faktor, dengan persepsi kredibilitas, kualitas interaksi, dan kenyamanan bertransaksi menjadi yang paling dominan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengelola *platform crowdfunding* untuk meningkatkan faktor-faktor ini guna menarik lebih banyak donatur dari kalangan mahasiswa muslim. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, diharapkan *platform crowdfunding* dapat lebih efektif dalam menggalang dana dan mendukung berbagai proyek sosial dan kemanusiaan.



5.2 Keterbatasan

Penggunaan kuesioner melalui Google Form yang tidak dikontrol dapat menimbulkan perbedaan persepsi antara responden dan peneliti. Setiap responden mungkin menafsirkan pertanyaan dengan cara yang berbeda, tergantung pada pemahaman dan latar belakang mereka masing-masing. Hal ini dapat mengakibatkan variasi dalam jawaban yang diberikan, yang mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan maksud peneliti.

Ketidakmampuan peneliti untuk memberikan klarifikasi langsung atau panduan selama proses pengisian kuesioner juga berkontribusi terhadap perbedaan persepsi ini. Responden mungkin tidak sepenuhnya memahami konteks atau tujuan dari pertanyaan tertentu, sehingga memberikan jawaban berdasarkan interpretasi pribadi mereka. Kurangnya interaksi langsung antara peneliti dan responden memperbesar kemungkinan terjadinya miskomunikasi.

Selain itu, kuesioner yang tidak dikontrol juga rentan terhadap bias responden. Responden mungkin merasa terdorong untuk memberikan jawaban yang dianggap lebih sosial atau normatif daripada jawaban yang benar-benar mencerminkan pandangan atau pengalaman mereka sendiri. Faktor ini dapat mempengaruhi keakuratan dan keandalan data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.

Oleh karena itu, untuk mengurangi subjektivitas dan perbedaan persepsi antara responden dan peneliti, penting untuk merancang kuesioner dengan jelas dan memberikan instruksi yang komprehensif. Peneliti juga bisa mempertimbangkan

untuk memberikan opsi bagi responden untuk mengajukan pertanyaan atau meminta klarifikasi jika diperlukan, sehingga meningkatkan kejelasan dan konsistensi dalam jawaban yang diberikan.



5.3 Implikasi

5.3.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur mengenai perilaku berdonasi melalui *platform crowdfunding online*, khususnya di kalangan mahasiswa Muslim di Sumatera Barat. Penelitian ini juga memperluas cakupan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku donasi di era digital, dengan menyoroti peran penting teknologi dalam memfasilitasi kegiatan sosial dan keagamaan. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa aspek-aspek kepercayaan dan kualitas layanan digital tidak hanya relevan dalam konteks komersial tetapi juga dalam konteks filantropi. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah dalam literatur dengan memberikan perspektif empiris tentang bagaimana teknologi dan nilai-nilai keagamaan dapat berinteraksi untuk mendorong perilaku donasi di kalangan mahasiswa Muslim.

5.3.2 Implikasi Praktis

Dari perspektif praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola *platform crowdfunding* dan organisasi filantropi untuk meningkatkan strategi mereka dalam menarik donatur, khususnya dari kalangan mahasiswa Muslim. Pengelola *platform* dapat fokus pada peningkatan kualitas *website* dan transparansi informasi untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan donatur. Selain itu, kampanye donasi yang mengedepankan empati dan relevansi religius dapat lebih efektif dalam menarik minat donasi dari kelompok ini. Pengelola

platform juga dapat memanfaatkan media sosial secara lebih strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun komunitas *online* yang aktif dan berinteraksi. Mengingat pentingnya kualitas interaksi, *platform crowdfunding* juga perlu mengembangkan fitur-fitur interaktif yang memungkinkan donatur merasakan kedekatan dan keterlibatan langsung dengan proyek-proyek yang mereka dukung. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, *platform crowdfunding* dapat meningkatkan partisipasi dan retensi donatur, serta mengoptimalkan dampak sosial dari kampanye mereka.

5.4 Rekomendasi

5.4.1 Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, saran yang mungkin dapat dipertimbangkan guna meningkatkan kualitas dan keandalan data yang dikumpulkan dapat berupa perancangan kuesioner dengan bahasa yang jelas dan sederhana. Setiap pertanyaan harus diformulasikan sedemikian rupa agar responden dapat memahami maksudnya tanpa kebingungan. Penggunaan istilah teknis atau jargon yang tidak familiar bagi responden harus dihindari untuk meminimalkan perbedaan interpretasi.

Adanya panduan pengisian yang komprehensif juga harus diperhatikan. Panduan ini harus mencakup penjelasan detail mengenai cara menjawab setiap pertanyaan, termasuk contoh-contoh jawaban yang benar. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa responden memiliki pemahaman yang sama

mengenai apa yang diharapkan dari mereka, sehingga jawaban yang diberikan lebih konsisten dan sesuai dengan harapan peneliti.

5.4.2 Rekomendasi untuk Penyelenggara Platform Crowdfunding Online

Untuk meningkatkan efektivitas dan kredibilitas *platform crowdfunding online*, pengelola *platform* dapat mempertimbangkan beberapa langkah penting. Pertama, meningkatkan kualitas *website* dengan memastikan bahwa situs mudah dinavigasi, cepat diakses, dan aman adalah prioritas utama. Fitur keamanan seperti enkripsi data dan otentikasi dua faktor sangat penting untuk memberikan rasa aman kepada pengguna. Selain itu, tampilan yang responsif dan profesional akan meningkatkan kepercayaan donatur. Kedua, transparansi dan akuntabilitas harus dijaga dengan memberikan laporan berkala tentang penggunaan dana yang terkumpul. Memastikan dana digunakan sesuai dengan tujuan kampanye dan memberikan pembaruan perkembangan proyek secara teratur akan membangun kepercayaan dan loyalitas donatur.

Ketiga, menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan donatur. Pengelola *platform* harus menyediakan berbagai saluran komunikasi seperti chat *online*, email, dan telepon untuk memudahkan donatur mendapatkan bantuan dan informasi. Keempat, media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi tentang kampanye *crowdfunding*. Pengelola *platform* harus aktif di berbagai media sosial untuk mempromosikan

kampanye, berinteraksi dengan pengguna, dan menjawab pertanyaan secara real-time. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki kredibilitas tinggi juga dapat meningkatkan jangkauan kampanye.

Kelima, memperoleh sertifikasi dari lembaga yang berwenang dan menunjukkan bahwa *platform* diawasi oleh otoritas keuangan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia dapat meningkatkan kredibilitas *platform*. Informasi ini harus ditampilkan secara jelas di *website* untuk menambah kepercayaan donatur. Keenam, kampanye yang berhasil sering kali memiliki konten yang mampu menyentuh hati donatur. Pengelola *platform* harus membantu pemilik kampanye dalam menyusun cerita yang kuat dan menyentuh, dengan visualisasi yang baik seperti foto dan video untuk menggugah empati donatur. Ketujuh, mengembangkan program loyalitas atau insentif bagi donatur yang berkontribusi secara rutin dapat meningkatkan retensi donatur. Misalnya, memberikan sertifikat penghargaan, akses eksklusif ke update proyek, atau undangan ke acara khusus.

Terakhir, bekerjasama dengan organisasi non-profit atau lembaga sosial yang sudah dikenal dan terpercaya dapat meningkatkan reputasi *platform*. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas tetapi juga memberikan kesempatan untuk menjangkau lebih banyak donatur potensial. Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi ini, pengelola *platform crowdfunding online* dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi donatur, memastikan keberhasilan kampanye, dan berkontribusi positif dalam mendukung kegiatan sosial dan kemanusiaan melalui teknologi digital.