

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa *intention to donate* melalui platform *crowdfunding* dipengaruhi secara signifikan oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat donasi meliputi *performance expectancy*, *sense of trust*, *experience expectation*, dan *parasocial interaction*.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi tentang *performance expectancy* platform *crowdfunding*, *sense of trust* terhadap platform *crowdfunding*, *experience expectation* yang positif, dan *parasocial interaction* yang terjalin antara pengguna dengan platform memainkan peran penting dalam membentuk niat individu untuk berdonasi melalui platform *crowdfunding*.

Namun, hasil lain juga menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*. Artinya, faktor-faktor ini tidak secara langsung mempengaruhi keputusan individu untuk berdonasi melalui *crowdfunding*.

Kesimpulan ini menunjukkan pentingnya memperhatikan faktor-faktor seperti *performance expectancy*, *sense of trust*, *experience expectation*, dan *parasocial interaction* dalam merancang dan mengelola platform *crowdfunding*. Perusahaan dan pihak terkait dapat fokus pada meningkatkan pengalaman pengguna, membangun kepercayaan, serta memfasilitasi interaksi positif antara pengguna dan platform sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi donasi melalui platform *crowdfunding*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan implikasi secara teoritis maupun secara praktis. Adapun implikasi secara teoritis yakni sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan secara teoritis bahwa teori UTAUT dapat memberikan wawasan tentang bagaimana seseorang mempertimbangkan dan memutuskan untuk berdonasi melalui platform *crowdfunding*. Dengan menggunakan teori UTAUT sebagai kerangka teoritis, penelitian dapat dilakukan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*, baik itu dalam konteks donasi *online* maupun penggunaan aplikasi *mobile* untuk berdonasi.

Penelitian ini dapat membantu platform *crowdfunding* berbasis donasi untuk mengoptimalkan fitur dan teknologi mereka guna meningkatkan niat dan partisipasi dalam proses berdonasi. Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Lie et al., (2017) yang mana penelitian tersebut

menerapkan teori UTAUT untuk memahami niat pengguna untuk berpartisipasi dalam program donasi *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tentang *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *sense of trust*, dan *experience expectation* memiliki dampak yang signifikan terhadap *intention to donate* melalui platform donasi *online*.

5.2.2 Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini dapat berdampak signifikan bagi perusahaan dan pihak lain yang terkait dalam penggunaan platform *crowdfunding*. Berikut ini adalah beberapa implikasi praktis yang mungkin terjadi:

a) Bagi Platform *Crowdfunding*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti *performance expectancy*, *sense of trust*, *experience expectation*, dan *parasocial interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan seseorang untuk berdonasi melalui platform *crowdfunding*. Oleh karena itu, perusahaan pengembang platform *crowdfunding* dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan dan memperbaiki faktor tersebut. Platform *crowdfunding* dapat meningkatkan kinerja platform, membangun kepercayaan pengguna, memberikan pengalaman positif, dan mendorong interaksi yang lebih baik antara pengguna dan platform *crowdfunding*.

Kemudian faktor lain seperti *performance expectancy* dan *experience expectation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*. Maka dari itu, perusahaan dan pihak terkait dapat memberikan pelatihan dan edukasi kepada pengguna mengenai manfaat dan tujuan berdonasi melalui *crowdfunding*. Mereka dapat dengan jelas mengomunikasikan apa yang diharapkan pengguna dan memberikan pengalaman yang memenuhi atau melebihi harapan pengguna.

Kemudian *sense of trust* atau rasa kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam memengaruhi *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*. Perusahaan dan pihak terkait dapat mengambil langkah untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap platform *crowdfunding*. Misalnya, mereka dapat memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang penggunaan donasi, memberikan bukti dan sertifikasi legitimasi kampanye, serta menerapkan mekanisme keamanan yang kuat untuk melindungi data pengguna.

b) *Bagi Marketing Development*

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *parasocial interaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to donate* melalui platform *crowdfunding* dapat dijadikan dasar komunikasi dan strategi pemasaran. Perusahaan dapat menggunakan faktor tersebut untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara pengguna dengan platform *crowdfunding*. Contohnya platform *crowdfunding* dapat menggunakan *influencer* untuk

membuat konten seputar berdonasi melalui platform *crowdfunding* dengan interaksi responsif agar dapat meningkatkan rasa keterlibatan dan niat para calon donatur untuk berdonasi pada platform *crowdfunding*.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*. Penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut serta mempertimbangkan variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti meyakini masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, terdapat pula hambatan dalam pelaksanaannya yang harus diperhatikan dan diperbaiki untuk penelitian-penelitian mendatang agar dapat meningkatkan kualitas penelitian mereka. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini mencakup :

1. Penelitian ini menunjukkan faktor yang mempengaruhi *intention to donate* melalui platform *crowdfunding* dengan hanya mempertimbangkan beberapa variabel saja. Sementara itu, tidak menutup kemungkinan bahwa *intention to donate* juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dipertimbangkan dalam penelitian ini.

2. Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya dapat diaplikasikan kepada lembaga lain dikarenakan memiliki karakteristik yang berbeda.
3. Metode pengumpulan data yang diterapkan hanya berfokus pada survei tanpa mempertimbangkan wawancara mendalam atau pendekatan kualitatif lainnya yang kemungkinan dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bagian akhir dari penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan dapat membantu peneliti selanjutnya agar tidak melakukan kesalahan serupa.

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang peneliti sarankan untuk dipertimbangkan dalam penelitian mendatang:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topik serupa disarankan untuk memasukkan variabel lain yang berpotensi berpengaruh pada *intention to donate* melalui platform *crowdfunding* agar dapat meningkatkan relevansi hasil penelitian. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel *social influence* yang dimana variabel tersebut dalam penelitian Lie et al., (2017) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *intention to donate*.
2. Peneliti selanjutnya dapat meningkatkan kualitas penelitiannya dan menyempurnakan hasil penelitian ini dengan memodifikasi objek penelitian dan indikatornya, sehingga diperoleh hasil yang lebih beragam dan mendalam. Seperti penelitian oleh Deni., (2020) dengan topik penelitian

tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan mahasiswa berinfak menggunakan Kitabisa.com, dengan spesifikasi objek penelitiannya yakni mahasiswa.

3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan campuran (*mixed-methods*) dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena yang ada dalam penelitian ini. Seperti penelitian oleh Ba et al., (2021) yang berjudul “*Understanding the determinants of online medical crowdfunding project success in China*” dimana penelitian tersebut mengadopsi pendekatan metode campuran kualitatif-kuantitatif atau *mixed-methods* untuk mengidentifikasi faktor potensial yang memengaruhi praktik *crowdfunding* medis.

Dengan mengatasi keterbatasan-keterbatasan dan mengimplementasikan rekomendasi tersebut, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penelitian yang lebih kaya serta dapat memberikan kontribusi yang lebih besar pada pemahaman tentang *intention to donate* melalui platform *crowdfunding*.