

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh, religiositas, *social awareness*, dan *social media engagement* terbukti menjadi determinan yang berpengaruh positif dan signifikan dalam mendorong perilaku donasi masyarakat melalui platform crowdfunding Dompot Dhuafa. Tingginya tingkat religiositas dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam memberikan kontribusi kegiatan filantropi dan donasi melalui platform crowdfunding. Demikian pula, semakin tinggi kesadaran sosial yang dimiliki individu, semakin besar dorongan untuk membantu sesama melalui kegiatan donasi. Selain itu, *social media engagement* terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku donasi, yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif pengguna terhadap konten donasi di media sosial mampu meningkatkan tindakan donasi secara nyata. Hasil analisis mengungkapkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media yang mampu membangun kepercayaan, meningkatkan kesadaran sosial, dan menciptakan interaksi yang mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan filantropi digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku donasi melalui platform crowdfunding Dompot Dhuafa dipengaruhi oleh kombinasi faktor religius, sosial, dan digital, di mana *social media engagement* menjadi faktor yang memberikan pengaruh yang besar bersandingan dengan variabel lainnya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang berpotensi memengaruhi hasil penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Ruang lingkup penelitian terbatas pada responden di wilayah Jabodetabek, sehingga temuan yang diperoleh belum sepenuhnya dapat mewakili atau digeneralisasikan kepada masyarakat di daerah lain di Indonesia.

2. Variabel yang diteliti terbatas pada religiositas, *social awareness*, dan *social media engagement*, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi perilaku donasi yang belum diteliti.
3. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online, sehingga jawaban responden sepenuhnya bergantung pada persepsi dan pemahaman masing-masing terhadap pernyataan yang diberikan.

5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian sehingga hasil yang didapatkan dapat digeneralisasikan secara lebih menyeluruh. Di samping itu, penelitian mendatang juga diharapkan dapat menambah jumlah sampel serta mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi perilaku donasi, seperti kepercayaan (*trust*), kredibilitas platform, transparansi, dan kualitas layanan.

2. Bagi Dompot Dhuafa

Dompot Dhuafa disarankan untuk terus meningkatkan strategi komunikasi digital, khususnya melalui media sosial, mengingat *social media engagement* merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi perilaku donasi. Melalui penyajian konten yang kredibel, relevan, interaktif, dan responsif agar mampu meningkatkan keterlibatan pengguna serta mendorong perilaku donasi secara berkelanjutan.

3. Bagi Regulator

Pemerintah dan otoritas terkait diharapkan dapat meningkatkan edukasi dan literasi masyarakat mengenai donasi digital melalui platform crowdfunding yang resmi dan terpercaya. Selain itu, diperlukan penguatan pengawasan terhadap pengelolaan donasi digital guna menjaga transparansi, akuntabilitas, dan keamanan transaksi.