

ABSTRAK

LSM lingkungan hidup merupakan organisasi nirlaba yang memiliki salah satu aktivitas utama berkaitan dengan penggalangan dana. *Crowdfunding* merupakan alternatif penggalangan dana publik yang belum banyak diterapkan di Indonesia tetapi memiliki potensi untuk dikembangkan. Proyek *crowdfunding* oleh LSM lingkungan hidup ada yang berhasil memperoleh dana yang dibutuhkan namun ada yang gagal. Salah satu LSM yang telah menerapkan *crowdfunding* pada awal tahun 2015 adalah *Coral Triangle Center* (CTC). *Crowdfunding* pada CTC hanya mendapatkan sekitar 1% dari total jumlah dana yang ditargetkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis yang lebih efektif dalam rangka implementasi *crowdfunding* pada *Coral Triangle Center* (CTC). Platform model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). Evaluasi model bisnis saat ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan secara internal dan peluang serta ancaman yang menjadi faktor eksternal yang berpengaruh. Berdasarkan hasil evaluasi diidentifikasi langkah perbaikan yang perlu dilakukan, yang kemudian dituangkan dalam pengembangan model bisnis usulan. Pada model bisnis usulan, identifikasi donatur pada bagian *customer segment* terdiri dari perspektif geografik, sosio-demografi, dan psikografik. Pemetaan *value proposition* dilakukan dengan menggunakan pendekatan *sustainable business model* dengan menjabarkan kontribusi *value* proyek *crowdfunding* pada empat sisi yaitu *value* bagi donatur, lingkungan, sosial, serta *stakeholder* terkait.

Kata Kunci : *Crowdfunding*, *Business Model Canvas*, LSM lingkungan hidup, Penggalangan dana publik