

## ABSTRAK

Selama pandemi Covid-19, terdapat peningkatan donasi digital menjadi dua sampai empat kali lipat dibanding sebelumnya. Keterbatasan mobilitas selama pandemi mendorong lembaga penggalang dana menambahkan saluran penggalangan dana melalui online baik menggunakan situs sendiri maupun melalui *crowdfunding Platform*. DonasiAja menangkap peluang tersebut dengan merilis plugin situs *crowdfunding* pada April 2021. Meskipun saat ini lebih dari 200 lembaga yang menggunakan, pengelolaan situs *crowdfunding* masih sulit dijalankan oleh lembaga dengan sumber daya yang terbatas. Dengan pertimbangan tersebut DonasiAja perlu mengembangkan ekosistem bisnisnya menjadi *crowdfunding Platform*.

*Crowdfunding Platform* sebagai fasilitator dalam ekosistem perlu melihat kebutuhan di sisi supply side (penggalang dana) dan demand side (donatur). Selain itu model bisnis *Platform* yang berbeda dengan bisnis pipeline, perlu dianalisa lebih dalam untuk menentukan model bisnisnya. Data yang didapat dalam penelitian dianalisa dan dipetakan pada *Platform Business Model Canvas* untuk menghasilkan bisnis model yang tepat agar *Crowdfunding Platform* dapat menjadi solusi atas kebutuhan pasar dan bersaing dengan *crowdfunding Platform* yang sudah ada saat ini.

Hasil penelitian berupa rancangan model bisnis untuk *crowdfunding Platform*, meliputi value creation, value delivery dan value capture. Dengan benchmark terhadap *Platform existing*, perlunya peningkatan terkait transparansi data donatur, transparansi *Platform fee* yang dikenakan dan adanya *customer relation management*. Dalam hal monetisasi, *Platform* dapat mengenakan *Platform fee* <5% per donasi dan mempertahankan pendapatan lisensi plugin. Dan dalam persaingan bisnis, DonasiAja dapat memanfaatkan plugin saat ini menjadi fitur integrasi dari situs organisasi ke *Platform* yang akan menjadi *unique selling point*.

**Kata Kunci :** *crowdfunding, Platform, Model bisnis.*