

## ABSTRAK

**Rayhanov Ramdza Miltas:** Strategi *Customer Relationship Management* Lembaga Zakat dalam Meningkatkan Kepercayaan Donatur (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia Provinsi Jawa Barat)

Lembaga zakat adalah unit yang bertugas mengelola dan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah sesuai kaidah Islam. Namun saat ini, terdapat kebijakan efisiensi dari pemerintah, tanpa diimbangi inovasi dari lembaga zakat dapat menurunkan kepercayaan donatur. Padahal, kepercayaan donatur merupakan elemen krusial dalam menjaga stabilitas suatu lembaga. Karena itu, strategi *Customer Relationship Management* (CRM) diperlukan untuk membangun hubungan yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepercayaan donatur melalui tiga komponen utama CRM yaitu pembinaan dan pelatihan sumberdaya manusia, sistem dan prosedur, serta penggunaan teknologi pendukung.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori CRM menurut Anton dan Goldenberry yang menjelaskan tiga komponen utama dalam CRM yang saling terkait, yaitu karyawan, proses dan teknologi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori kepercayaan berdasarkan pendapat Cummings dan Bromiley yang menjelaskan kepercayaan dibangun melalui integritas, kompetensi dan komitmen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi langsung ke tempat penelitian, wawancara langsung dengan informan dan studi pustaka melalui dokumen yang berkaitan dengan strategi CRM lembaga zakat dalam meningkatkan kepercayaan donatur pada LAZ IZI Provinsi Jawa Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CRM mencakup peningkatan kehandalan personel melalui pembinaan dan pelatihan yang dilakukan 4 sampai 6 kali setahun dengan fokus pada data, sistem, dan komunikasi. Sistem dan prosedur dalam laporan keuangan dan program disampaikan rutin melalui kolaborasi antar divisi, serta melibatkan donatur melalui program IZI *Trip*. Teknologi pendukung yang digunakan antara lain Microsoft Excel, WhatsApp, dan media sosial.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, Kepercayaan, LAZ Inisiatif Zakat Indonesia