

ABSTRAK

Dewi Awaliah. *Manajemen Strategik Customer Relationship Management (CRM) dalam Menjaga Loyalitas Donatur (Studi Deskriptif di Sinergi Foundation Provinsi Jawa Barat).*

Manajemen strategik sebagai suatu kerangka kerja untuk menyelesaikan setiap masalah strategis. *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan salah satu alat komunikasi pemasaran yang digunakan untuk memelihara dan membangun loyalitas konsumen jangka panjang dan mengikat secara personal dengan menggunakan teknologi yang sudah ada. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk atau jasa tertentu yang merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen strategik *Customer Relationship Management (CRM)* dalam menjaga loyalitas donatur di lembaga zakat Sinergi Foundation.

Penelitian ini bertitik tolak dari adanya pertumbuhan zakat dalam satu dekade terakhir di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Kemudian melihat potensi zakat di Indonesia yang sangat positif memicu persaingan di antara banyak lembaga amil zakat untuk meraih kepercayaan para *muzaki* untuk menyalurkan dananya. Selain itu, dibutuhkan pula pemeliharaan donatur yang tetap menetap terhadap lembaga amil zakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Karena tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memberikan penjelasan tentang manajemen strategik *Customer Relationship Management (CRM)* yang paling aktual.

Hasil penelitian manajemen strategik *Customer Relationship Management (CRM)* dalam menjaga loyalitas donatur di Sinergi Foundation dilakukan dengan baik sesuai dengan teori tahapan manajemen strategik yaitu pengamatan atau analisis lingkungan yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dilakukan oleh Sinergi Foundation sebagai bahan untuk perumusan strategi. Perumusan strategi dilakukan dengan membentuk visi misi, implementasi strategi dilakukan dengan memperkuat sisi kelembagaan dan sistem organisasi dengan meningkatkan peran divisi masing-masing, evaluasi dan pengendalian dengan melihat analisa jumlah donatur dari tahun ke tahun serta mengadakan rapat evaluasi bulanan internal .

Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik *Customer Relationship Management (CRM)* Sinergi Foundation dalam menjaga loyalitas donaturnya sudah berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang optimal.