

**Efektivitas Strategi *Customer Relationship Management* (CRM)
Dalam Mempertahankan Donatur Pada LAZNAS Yatim Mandiri
Surabaya**

SKRIPSI

Oleh
Ilyas Dwi Kurniawan
NIM : 08010522006



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN

Saya, Ilyas Dwi Kurniawan, 08010522006, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

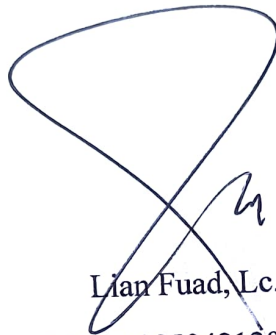
Surabaya, 25 September 2025


Ilyas Dwi Kurniawan
NIM 08010522006

Surabaya, 8 Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop followed by a smaller flourish.

Lian Fuad, Lc., M.A.

NIP: 198504212019031011

LEMBAR PENGESAHAN

Efektivitas Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Mempertahankan Donatur Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya

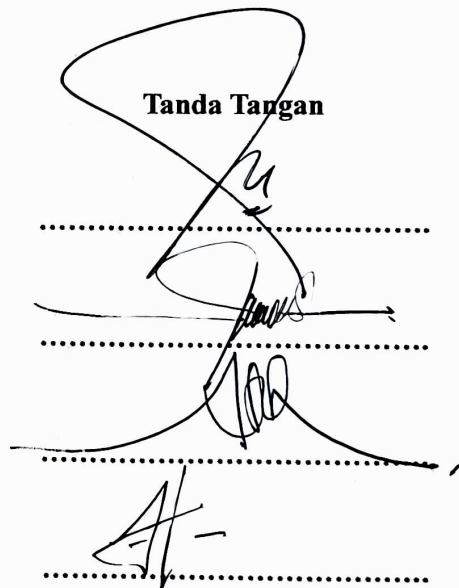
Oleh
Ilyas Dwi Kurniawan
NIM: 08010522006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 15 Desember 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Lian Fuad, Lc., M.A.
NIP. 198504212019031011
(Penguji 1)
2. M.Maulana Asegaf, MHI
NIP. 198709042019031005
(Penguji 2)
3. Dr. Atok Syihabuddin, S.H.I., M.E.I
NIP. 198501022023211011
(Penguji 3)
4. Dr. Hasbullah Hilmi, S.Ag., S.S, M.H.I
NIP. 197411262000031001
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 15 Desember 2025
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001 ✓



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ilyas Dwi Kurniawan
NIM : 08010522006
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Zakat dan Wakaf
E-mail address : ilyasdwikurniawan45@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

.....
EFEKTIVITAS STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM

.....
MEMPERTAHANKAN DONATUR PADA LAZNAS YATIM MANDIRI SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Januari 2026

Penulis

(Ilyas Dwi Kurniawan)

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Efektivitas Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Mempertahankan Donatur Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya” dilakukan untuk menilai sejauh mana efektivitas strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mempertahankan donatur pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya, kemudian bagaimana implementasi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis dan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Manajer, Staf dan donatur CRM LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya, observasi, dan dokumentasi internal di LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi strategi *customer relationship management* (CRM) pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya telah dilaksanakan sesuai teori implementasi strategi CRM dengan menjalankan delapan tahapan secara sistematis. Sedangkan efektivitas strategi *customer relationship management* (CRM) dalam mempertahankan donatur pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya terbukti efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Efektivitas didukung oleh fokus lembaga pada pelayanan yang responsif, transparansi pengelolaan dana, dan komunikasi yang personal, diperkuat oleh kolaborasi internal yang solid antar tim.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pihak lembaga agar menginvestasikan lebih lanjut pada analisis data donatur untuk menciptakan segmentasi yang lebih mendalam (*micro-segmentation*), tidak hanya berdasarkan frekuensi donasi (baru, *existing* rutin, *existing* non-rutin) tetapi juga berdasarkan minat program spesifik (pendidikan, kesehatan, wakaf).

Kata Kunci : Implementasi strategi CRM, Efektivitas, Donatur

DAFTAR PUSTAKA

LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Efektivitas.....	13
2.1.1 Pengertian Efektivitas	13
2.1.2 Indikator Efektivitas	14
2.2 Strategi.....	18
2.2.1 Pengertian Strategi.....	18
2.2.2 Tahapan Penyusunan Strategi	18
2.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	23
2.3.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	26
2.3.3 Peran <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	26
2.3.4 Komponen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	28
2.3.5 Tahapan Implementasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ...	29
2.3.6 Tipe – Tipe <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	33
2.4 Pendekatan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dalam Mempertahankan Donatur.....	34
2.5 Penelitian Terdahulu.....	36
2.6 Kerangka Konseptual.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian.....	48

3.3	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5	Teknik Analisis Data	53
3.6	Teknik Keabsahan Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Profil LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya	58
4.1.1	Gambaran Umum LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.....	58
4.1.2	Visi Misi LAZNAS Yatim Mandiri.....	60
4.1.3	Struktur Organisasi LAZNAS Yatim Mandiri	61
4.1.4	Budaya kerja LAZNAS Yatim Mandiri	62
4.1.5	Program LAZNAS Yatim Mandiri.....	63
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	71
4.3	Penyajian Data	73
4.3.1	Implementasi Strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya	74
4.3.2	Efektivitas Strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Dalam Mempertahankan Donatur Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya	86
4.4	Pembahasan	96
4.4.1	Analisis Implementasi Strategi <i>customer relationship management</i> (CRM) Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.....	96
4.4.2	Analisis Efektivitas Strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Dalam Mempertahankan Donatur Pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya	103
BAB V		111
5.1	Simpulan.....	111
5.2	Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA		113
DAFTAR LAMPIRAN		125

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Informan Penelitian	51



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Gambar diagram grafik donatur LAZNAS Yatim Mandiri	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	47



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	125
Lampiran 2 Draft wawancara Donatur.....	127
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	129
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara.....	130
Lampiran 5 SOP dan Prosedur CRM.....	131



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelkarim, S., Abderrahim, B., Said, D., & Houcine, H. (2024). The Impact Of Administrative Empowerment Of Employees In Enhancing The Adoption Of Human Resources Governance Principles According To Iso 30804 Standard—A Field Study Of The Algerian Electricity Production Company, M'sila Unit. *International Journal of Professional Business Review*, 9(10), e05026. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i10.5026>
- Acheampong, S., Pimonenko, T., & Lyulyov, O. (2023). Sustainable Marketing Performance of Banks in the Digital Economy: The Role of Customer Relationship Management. *Virtual Economics*, 6(1), 19–37. [https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01(2))
- Afrizal. (2014). *Metode penelitian kualitatif: Sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ahmad, M. (2013). Analisis Manajemen Hubungan Pelanggan. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*, 1-8., Vol 5. No.1, 8.
- Al-Gasawneh, J. A., AlZubi, K. N., Anuar, M. M., Padlee, S. F., ul-Haque, A., & Saputra, J. (2022). Marketing Performance Sustainability in the Jordanian Hospitality Industry: The Roles of Customer Relationship Management and Service Quality. *Sustainability*, 14(2), 803. <https://doi.org/10.3390/su14020803>
- Al-Homery, H. A., Ashari, H., & Ahmad, A. (2023). Customer Relationship Management: A Literature Review Approach. *International Journal of Global Optimization and Its Application*, 2(1), 20–38. <https://doi.org/10.56225/ijgoia.v2i1.160>
- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Alfabeta.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/101169/manajemen-pemasaran-dan-pemasaran-jasa-edisi-revisi.html>
- Almohaimmeed, B. (2021). The impact of analytical CRM on strategic CRM, operational CRM and customer satisfaction: Empirical study on commercial

- banks. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 711–718.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.4.007>
- Amalia, N. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform: Studi Pada Kitabisa.com. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 8(02), 181.
<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v8i02.2338>
- Ari Suryaningsih, D. (2022). Customer Relationship Management PT Agrapana Wukir Panca. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(11). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v1i11.197>
- Arifin, A. (2011). *Dakwah kontemporer: Sebuah studi komunikasi*. Graha Ilmu.
- Azizah, F. M. (2025, Oktober). *Wawancara Staff CRM Yatim Mandiri* [Personal communication].
- Azmi, U., Yadi, S., Zubairi, Z., Maftuhah, M., & Zahrudin, Z. (2024). Analisis Manajemen Strategik. *Jawda: Journal of Islamic Education Management*, 63–86. <https://doi.org/10.21580/jawda.v0i0.0.20069>
- Badur, K. S. (2025). Strategi Customer Relationship Management Credit Union Likku Aba dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 12(3), 24–34.
<https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v12i3.4571>
- Bandur, A. (2016). Penelitian kualitatif: Metodologi, desain, dan teknik analisis data dengan Nvivo 11 Plus. *Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Beagles, J. E. (2022). Institutional logics and the multiorganizational governance arrangements of humanitarian INGOs. *Nonprofit Management and Leadership*, 33(1), 131–155. <https://doi.org/10.1002/nml.21507>
- Bloomerang, K. (2025, April 29). A Guide to Donor Retention: Why It Matters for Nonprofits. *Bloomerang*. <https://bloomerang.co/blog/donor-retention/>
- Boulding, W., Staelin, R., Ehret, M., & Johnston, W. J. (2005). A Customer Relationship Management Roadmap: What is Known, Potential Pitfalls, and Where to Go. *Journal of Marketing*, 69(4), 155–166.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.155>

- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351016551>
- Bwabo, M. H., Ma, Z., & Li, M. (2024). Corporate Dynamic Capabilities and Sustainable Performance: Moderating Effects of Organizational Culture And Structure. *Sylwan*. <https://doi.org/10.59879/BeBIH>
- Cahyani, A. N. (2023). Systematic Literature Review: Pengaruh Pelatihan dan Pengawasan Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(03), 970–980. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i03.851>
- Clarita, N. A., Ashadi, A., Amalia, U., & Juhansar, J. (2023). Utilizing digital picture series to enhance students performance in writing narrative text. *EduLite: Journal of English Education, Literature and Culture*, 8(1), 52. <https://doi.org/10.30659/e.8.1.52-67>
- Colleoni, E., Bonaiuto, F., Illia, L., & Bonaiuto, M. (2021). Computer-Assisted Concept Analysis of Customer Centricity: A Review of the Literature on Employee Engagement, Culture, Leadership, and Identity Co-Creation. *Sustainability*, 13(9), 5157. <https://doi.org/10.3390/su13095157>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *SAGE Publications, Inc.*, 337.
- Croteau, A., & Li, P. (2003). Critical Success Factors of CRM Technological Initiatives. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 20(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.2003.tb00303.x>
- Damayanti, H. A. P., Kurniawan, H., & Mayatopani, H. (2023). Analisis Sistem Penjualan Dan Customer Relationship Management (Crm) Pada Aplikasi Shopee. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 6(2), 75–82. <https://doi.org/10.36080/idealism.v6i2.3014>

- Dataro. (2025, February 10). How to Improve Donor Retention: Data Insights, Trends & Strategies for Nonprofits [Dataro Blog]. *Dataro*. <https://www.dataro.io/features/predictions>
- Dayanti, R., Nofriadi, N., & Putri, P. (2022). Penerapan CRM dalam Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran Berbasis Web Pada Toko Bintang Kaca Tanjungbalai. *J-Com (Journal of Computer)*, 2(2), 263–268. <https://doi.org/10.33330/j-com.v1i3.1410>
- Firmansyah, R. (2025, Oktober). *Wawancara Donatur CRM Yatim Mandiri* [Personal communication].
- Fuller, R. P., & Rice, R. E. (2022). Nonprofit organization communication, crisis planning, and strategic responses to the COVID-19 pandemic. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 27(3), e1750. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1750>
- Furwanti, R., Casmini, C., & Wibowo, M. G. (2024). Redefining CRM for the Digital Age: The Role of Customer Data Protection from an Islamic Perspective. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 13(1), 128–162. <https://doi.org/10.22373/share.v13i1.22521>
- Gama, G. V. A. A., Devy Habibi Muhammad, & Nazah Ulinnuha. (2023). Implementasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Siswa Berkebutuhan Khusus Di SLB Sinar Harapan 1 Kota Probolinggo. *LECTURES: Journal of Islamic and Education Studies*, 2(1), 55–71. <https://doi.org/10.58355/lectures.v2i1.23>
- Garini, D. P., & Rahman, M. Z. (2024). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Banjar. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(01). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4440>
- Goldar, S. C. (2025). Assessing the Impact of Customer Relationship Management (CRM) on the Overall Productivity of Government-Owned Organizations. *International Journal of Finance Research*, 6(3), 180–196. <https://doi.org/10.47747/ijfr.v6i3.2810>

- Gosiya, P., Parekh, D., & Vidani, J. (2024). Personalizing Customer Connections: Optimizing CRM Strategies in Levi's Retail Outlet in Ahmedabad city of Gujarat. *International Journal of Integrated Science and Technology*, 2(4). <https://doi.org/10.59890/ijist.v2i4.1739>
- Haidir, M., Farkha, F., & Mulhayatiah, D. (2021). Analisis Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Video pada Pembelajaran Fisika. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 9(1), 81. <https://doi.org/10.24127/jpf.v9i1.3266>
- Hamid, A., Alshehha, A., Abdullah, A., & Mohamed, E. (2022). Key Success Factors For Customer Relationship Management (CRM) Projects Within SMEs. *Emirati Journal of Business, Economics, & Social Studies*, 1(2), 73–85. <https://doi.org/10.54878/xfaz0661>
- Huda, M., Hartati, N., Yulianto, R., & Safitri, W. (2024). Implementasi Budaya Kualitas Sebagai Moderator pada Total Quality Management terhadap Kinerja Operasional lembaga Manufaktur Bekasi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 16(2), 176–185. <https://doi.org/10.37151/jsma.v16i2.196>
- Ibrahim, A., Aziz, M., & Abbas, T. (2023). The Impact of Organizational Factors on Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Success Implementation in the Egyptian Hotels. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(2), 167–189. <https://doi.org/10.21608/ijthm.2023.327212>
- Isdianti, H. (2023, July 14). Nonprofit CRM: Solusi CRM Terbaik Untuk lembaga Non-Profit. *Barantum Blog*. <https://www.barantum.com/blog/nonprofit-crm/>
- Ismon, N. Y., Ali, Z., & Hingun, M. (2021). The Application Of Public Benefit Requirement Of Charitable Trust In Waqf Court Judgment: A Review. *UUM Journal of Legal Studies*, 12(Number 2), 141–165. <https://doi.org/10.32890/uumjls2021.12.2.7>
- Janudin, J. (2023). Strategi Industri Bisnis Pada PT. Citra Van Titipan Kilat Menggunakan Metode E-CRM. *RESWARA; Jurnal Riset Ilmu Teknik*, 1(2), 61–68. <https://doi.org/10.62238/reswara;jurnalrisetilmuteknik.v1i2.45>

- Kartika, I., & Tomasowa, G. A. (2025). Customer Relations Management Communication Strategy in the Change Process in the Context of Corporate Communication. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, XII(III), 324–336. <https://doi.org/10.51244/IJRSI.2025.12030021>
- KBBI. (2025). *Efektivitas*. <https://kbbi.web.id/efektivitas>
- Kemenag. (2022). *Qur'an Kemenag*. Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/49?from=13&to=18>
- Kemenag, Q. (2025, March 18). *Kemenag Targetkan Pengumpulan Zakat Nasional Naik 10% pada 2025*. <https://kemenag.go.id.https://kemenag.go.id/nasional/kemenag-targetkan-pengumpulan-zakat-nasional-naik-10-pada-2025-XivC4>
- Khashab, B., Gulliver, S., Ayoubi, R., & Strong, C. (2022). Analysing enterprise resources for developing CRM framework in higher education institutions. *Journal of Enterprise Information Management*, 35(6), 1639–1657. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2021-0421>
- Kitchen, H., Wyrwich, K. W., Carmichael, C., Deal, L. S., Lukic, T., Al-Zubeidi, T., Marshall, C., Pegram, H., Hamzavi, I. H., & King, B. (2022). Meaningful Changes in What Matters to Individuals with Vitiligo: Content Validity and Meaningful Change Thresholds of the Vitiligo Area Scoring Index (VASI). *Dermatology and Therapy*, 12(7), 1623–1637. <https://doi.org/10.1007/s13555-022-00752-8>
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. LPU-UNAS.
- Krivososov, A., & Kiuru, K. (2022). Paradigmatics of the Modern Mass Communication System in the Model of G. Lasswell. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 11(1), 27–40. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11\(1\).27-40](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2022.11(1).27-40)
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer Relationship Management*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55381-7>

- Ledro, C., Nosella, A., & Vinelli, A. (2022). Artificial intelligence in customer relationship management: Literature review and future research directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(13), 48–63. <https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2021-0332>
- Lestari, D. C., & Handoko, B. (2024). Analisis Penerapan Strategi Customer Relationship Management (Crm) lembaga City Trans Utama Pada Loyalitas Pelanggan. *jurnalmasharifal-syariah@um-surabaya.ac.id*, 9(2).
- Lewin, K. (1938). The conceptual representation and measurement of psychological forces. *Duke University. Contributions to Psychological Theory*, 1, 4, 247–247.
- Liao, H., Liu, Y., & Li, P. (2023). Information systems adoption and knowledge performance: An absorptive capacity perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 1062780. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1062780>
- Lii, Y., Ding, M.-C., & Yang, A. C.-C. (2022). CSR Engagement and Identification with the Moderating Effect of Social Capital and Construal Level. *Journal of Economics, Management and Trade*, 67–77. <https://doi.org/10.9734/jemt/2022/v28i930440>
- Lukas, A. (2001). Customer Relationship Management, CRM Slide Pesentation. *Jakarta: Ciptamaya*.
- Luluk, L. S., Cahyono, A. D., Zeho, F. H., & Suryono, S. (2025). Pengelolaan Data Sistem Informasi Manajemen Posyandu Integrasi Layanan Primer (Ilp) Di Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri: Data Management Information System Posyandu Management Primary Service Integration (Ilp) In Karangrejo Village Ngasem District, Kediri Distric. *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 7(1), 96–111. <https://doi.org/10.53599/jip.v7i1.279>
- Mittal, S. (2025). The Role Of Crm In Enhancing Customer Loyalty: A Study Of Indian Enterprises. *International Scientific Journal of Engineering and Management*, 04(06), 1–9. <https://doi.org/10.55041/ISJEM04315>
- Mulyasa,, E. (2004). *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi dan Implementasi* / E. Mulyasa (Bandung). Remaja Rosdakarya. //senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=995

- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Muthigah, F. W., Kiragu, D., & Sang, A. (2022). Effect of human resource capabilities on customer relationship management in private hospitals in Kenya. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i1.308>
- Nafisah, M., & Kholifah R, E. (2023). Efektivitas Program Keluarga Harapan (PKH) dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi di Desa Cakru Kecamatan Kencong Kabupaten Jember). *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3). <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.123>
- Naim, A. (2021). Role of Information Systems in Customer Relationship Management. *International Journal of Intelligent Communication, Computing, and Networks*, 02(03). <https://doi.org/10.51735/ijiccn/001/27>
- Nguyen, T. H., Sherif, J. S., & Newby, M. (2007). Strategies for successful CRM implementation. *Information Management & Computer Security*, 15(2), 102–115. <https://doi.org/10.1108/09685220710748001>
- OJK. (2025, March 17). *Pusat Informasi Internasional OJK | Otoritas Jasa Keuangan*.
<https://iru.ojk.go.id/iru/dataandstatistics/detaildataandstatistics/13558/carbon-exchange-and-securities-crowdfunding-scf-update-january-2025>
- Paramitha, D. (2025, August 9). *World Giving 2025 Report: Indonesia No Longer the World's Most Generous Country*. Seasia.Co. <https://seasia.co/2025/08/09/world-giving-2025-report-indonesia-no-longer-the-worlds-most-generous-country>
- Pigola, A., De Moraes, G. H. S. M., Do Prado, N. B., Lucas, A. C., Sigahi, T. F. A. C., & Anholon, R. (2024). Transformational leadership addressing team performance: Situational challenges in corporate settings. *Journal of Work-Applied Management*. <https://doi.org/10.1108/JWAM-08-2024-0115>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis* (Cet 1). Universitas Brawijaya Press.

- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Ed. 1). Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Rafiki, A., Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2024). CRM impact on customer satisfaction in Islamic-based hotels: Exploring a mediation model. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12), 3425–3444. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2023-0265>
- Rahma, S. A., Holipah, H., Al Rasyid, H., & Rahmayanti, F. (2023). Hubungan Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Terhadap Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 10(3). <https://doi.org/10.25126/jtiik.20231036698>
- Redaksi YM, N. (2022, July 15). Sejarah dan Perjalanan Yatim Mandiri. *Yatim Mandiri News*. <https://yatimmandiri.org/news/sejarah-dan-jejak-langkah-yatim-mandiri/>
- Reinartz, W., Krafft, M., & Hoyer, W. D. (2004). The Customer Relationship Management Process: Its Measurement and Impact on Performance. *Journal of Marketing Research*, 41(3), 293–305. <https://doi.org/10.1509/jmkr.41.3.293.35991>
- Religia, Y., Ramawati, Y., Firdausi, A. S. M., & Nainggolan, D. S. (2025). Exploring digital leadership—TOE framework in CRM adoption by SMEs in developing countries. *RAUSP Management Journal*, 60(1), 52–68. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-09-2024-0187>
- Richardson, S., Kelly, S. J., & Gillespie, N. (2023). How can nonprofit boards innovate for growth? An integrative-systematic review. *Nonprofit Management and Leadership*, 34(1), 35–58. <https://doi.org/10.1002/nml.21563>
- Rochmad, R. (2024). Impact of Electronic Customer Relationship Management and Quality Moderated by Sharia Compliance on Loyalty: Study on Islamic banks in Jakarta. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 6(1). <https://doi.org/10.22515/jfib.v6i1.7774>

- Ryals, L., & Payne, A. (2001). Customer relationship management in financial services: Towards information-enabled relationship marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 9(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/713775725>
- Said, S., Gustomo, A., & Anggoro, Y. (2023). Change Building Blocks Toward Sustainable Organizations: Learning From Three Sectors. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/10.33830/jom.v19i1.3533.2023>
- Santosh, Dr. I. (2025). The Role of Customer Relationship Management (CRM) in Improving Customer Retention. *International Scientific Journal of Engineering and Management*, 04(06), 1–7. <https://doi.org/10.55041/ISJEM03975>
- Setiadi, T., & Fajri, L. R. H. A. (2023). Penerapan Analytic Hierarchy Process dengan Metode Penilaian Tertimbang menggabungkan Sistem Hybrid Knowledge Based untuk Pemilihan Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 2(3), 27–36. <https://doi.org/10.51903/juisi.v2i3.794>
- Setiawan, B. (2025, Agustus). *Wawancara dengan Manager CRM Yatim Mandiri Surabaya* [Personal communication].
- Setiawan, B. (2025, Oktober). *Wawancara Manajer CRM Yatim Mandiri* [Personal communication].
- Setiawan, G. (2004). Implementasi dalam birokrasi pembangunan. *Bandung: Remaja Rosdakarya Offset*, 39.
- Simangunsong, J. S., Manihuruk, Y. S., Sitanggang, R., & Saragih, L. S. (2023). Analisis Strategi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Efektivitas lembaga Go-Jek Di Era Era Digital Masa Kini. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 350–356. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.3030>
- Siregar, G. B., & Hardana, A. (2022). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Steers, R. M. (1980). *Efektivitas Organisasi (Kaidah Peri Laku): Vol. Cetakan kedua* (2nd ed.). Erlangga.

- Sugiyono, S., & Komariah, A. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March)*.
- Suleha, S., Rakib, M., & Alam, S. (2025). Implementation of Supply Chain Customer Relationship Management in Increasing the Responsiveness of Hypermart Retail Companies. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 08(07). <https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i7-42>
- Suwandi, E. A., Masrokan Mutohar, P., & Eko Suijianto, A. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. *JMPI: Jurnal Manajemen, Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1(1), 13–26. <https://doi.org/10.71305/jmpi.v1i1.24>
- Triton, T. (2008). *Marketing strategic ; meningkatkan pangsa pasar dan daya saing* (yogyakarta). Tugu. [//perpustakaan.gentiaras.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D2373%26keywords%3D](http://perpustakaan.gentiaras.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D2373%26keywords%3D)
- Umar, H. (1996). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta). Rajawali Pers. [//digilib.ubd.ac.id%2Findex.php%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3746%26keywords%3D](http://digilib.ubd.ac.id%2Findex.php%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3746%26keywords%3D)
- Warahmah, M., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Pendekatan Dan Tahapan Penelitian Dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal DZURRIYAT Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(2), 72–81. <https://doi.org/10.61104/jd.v1i2.32>
- Wardani, S. R., Sanusi, M., & Fahrianti, N. (2022). Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(2), 13.
- Weinstein, A. (2024). In search of customer delight: Integrating customer satisfaction and NPS metrics. *Applied Marketing Analytics: The Peer-Reviewed Journal*, 9(4), 320. <https://doi.org/10.69554/QNUB2426>
- Wibisono, D. (2024). *Masa Depan Customer Relationship Management Berkelanjutan*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA. www.medsan.co.id

- Wildyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.8754>
- World Giving Index, C. (2023). World Giving Index | CAF. *Cafonline.Org*. <https://www.cafonline.org/insights/research/world-giving-index>
- Zhang, O. (2025, mei). 15 CRM Teratas untuk Organisasi Nirlaba | Lark. https://www.larksuite.com/id_id/blog/crm-nonprofits



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A