

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM LEMBAGA AMIL ZAKAT**

#### **A. Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa**

##### **a. Sejarah Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa**

Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan ataupun lembaga). Kelahirannya berawal dari empati kolektif komunitas jurnalis yang banyak berinteraksi dengan masyarakat miskin, sekaligus kerap jumpa dengan kaum kaya. Digagaslah manajemen galang kebersamaan dengan siapapun yang peduli kepada dhuafa. ([www.dompetdhuafa.com](http://www.dompetdhuafa.com))

Pada 4 September 1994, Yayasan Dompot Dhuafa Republika didirikan. Empat orang pendirinya adalah Parni Hadi, Haidar Bagir, Sinansari Ecip, dan Erie Sudewo. Sejak itu, Erie Sudewo ditunjuk mengawal Yayasan Dompot Dhuafa untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana ziswaf dalam wujud aneka program kemanusiaan, antara lain untuk kebutuhan kedaruratan, bantuan ekonomi, kesehatan, dan pendidikan bagi kalangan dhuafa.

Profesionalitas Dompot Dhuafa kian terasah seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi

nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tak berpunya dalam bentuk tunai, Dompot Dhuafa juga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana.

Pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Zakat Nasional (Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI. Pembentukan yayasan dilakukan di hadapan Notaris H. Abu Yusuf, SH tanggal 14 September 1994, diumumkan dalam Berita Negara RI No. 163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL.

Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan zakat, Dompot Dhuafa merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat. Tanggal 8 Oktober 2001, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 439 Tahun 2001 tentang pengukuhan dompet dhuafa republika sebagai Lembaga Amil Zakat tingkat nasional.

Saat ini Dompot Dhuafa sudah menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional yang besar dan telah hadir di beberapa wilayah di Indonesia seperti Jakarta, Bekasi, Padang (Sumatera Barat), Palembang (Sumatera Selatan), Riau, Jambi, Banten, Bandung (Jawa Barat), Yogyakarta, Surabaya (Jawa Barat), Semarang (Jawa Tengah), Balikpapan (Kalimantan Timur) dan Makassar (Sulawesi Selatan).

Selain di Indonesia, Dompot Dhuafa juga hadir di luar Negeri seperti di negara Hong Kong, Jepang, dan New South Weles (Australia). Selain jangkauan persebaran yang luas, asset Dompot Dhuafa yang telah terkumpul juga besar, yakni sebesar Rp 308.438.417.155

. Dompot Dhuafa juga telah menerima beberapa penghargaan seperti Indonesia Middle-Class Brand Champion 2015 dalam kategori lembaga amal zakat, infaq, sedekah nasional, penghargaan Mitra Bakti Husada tahun 2014 dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, penghargaan Indonesia Original Brand Award Majalah SWA, penghargaan Gold Award on Performance Excellence Growth dari Indonesia Quality Award Foundation (IQAF), Apresiasi Penggerak Pemberdayaan dan Kemandirian Masyarakat, Apresiasi Penggerak Pemberdayaan dan Kemandirian Masyarakat dan penghargaan lainnya.

Dalam perkembangannya Dompot Dhuafa telah menjalankan fungsinya sebagai Lembaga Amil Zakat. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir terjadi kenaikan penghimpunan dan penyaluran dana zakat. Artinya Dompot Dhuafa sudah di percaya oleh masyarakat.

**Tabel 4.1**  
**Tabel Penerimaan dan Penyaluran dana Zakat**

No	Tahun	Penghimpunan	Penyaluran
1	2012	217.897.094.591	134.617.005.550
2	2013	243.593.121.530	168.903.634.530
3	2014	257.927.010.368	210.161.830.144
4	2015	281.952.902.708	220.467.448.645
5	2015	260.937.152.072	205.394.313.605

Sumber : Laporan Keuangan tahunan Dompot Dhuafa

**b. Visi, Misi dan Tujuan Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa**

## 1. Visi

Terwujudnya masyarakat berdaya yang bertumpu pada sumber daya lokal melalui sistem yang berkeadilan.

## 2. Misi

- a. Membangun nilai kemanusiaan dan kemandirian
- b. Meningkatkan partisipasi derma masyarakat dan dukungan sumber daya untuk pemberdayaan.
- c. Mendorong sinergi program dan jaringan organisasi pemberdayaan masyarakat global.
- d. Menumbuh kembangkan dan mendayagunaan aset masyarakat melalui ekonomi berkeadilan.
- e. Mengembangkan zakat sebagai alternatif dalam pengentasan kemiskinan.

## 3. Tujuan

- a. Mendorong *voluntarism* dan tumbuhnya kepemimpinan masyarakat sebagai *agent of change*
- b. Terwujudnya perubahan sosial melalui advokasi multi Stake- holder untuk terciptanya kesejahteraan
- c. Menjadi lembaga penggalangan sumber daya masyarakat yang terpercaya.
- d. Mengoptimalkan penggalangan sumber daya masyarakat
- e. Menjadi *World Class Organization* berbasis ZISWAF

- f. Terbentuknya jaringan klaster mandiri untuk mengentaskan kemiskinan
- g. Menjadi lembaga *expert* dan rujukan dalam kebijakan pengentasan kemiskinan Indonesia
- h. Mengembangkan industri dan usaha yang berbasis redistribusi aset serta mewujudkan jaringan bisnis yang sehat dan *ethic*.

## **B. Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat**

### **a. Sejarah Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat**

Pada tahun 1999, Abu Syauqi salah satu tokoh dai muda Bandung, bersama beberapa rekan di kelompok pengajian Majelis Taklim Ummul Quro sepakat membentuk lembaga sosial yang concern pada bantuan kemanusiaan. 2 Juli 1998, terbentuklah organisasi bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ). Di tahun 2003 menurut keputusan Menteri Agama RI No 157/tahun 2003 Yayasan DSUQ dikukuhkan menjadi Lembaga Amil Zakat.

Sekretariat bertempat di Jl. Turangga 33 Bandung sekaligus sebagai tempat kajian. Jamaah pengajian semakin berkembang. Sehingga, digunakannya Masjid Al Manaar Jl. Puter Bandung sebagai tempat kajian rutin. DSUQ berubah nama menjadi Rumah Zakat Indonesia DSUQ seiring dengan turunnya SK Menteri Agama RI No. 157 pada tanggal 18 Maret 2003 yang mensertifikasi organisasi ini sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional. Dan turunnya Surat Keputusan

Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 yang mengukuhkan Yayasan Rumah Zakat Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat.

Pada 5 April 2010, resmi diluncurkanlah brand baru Rumah Zakat menggantikan brand sebelumnya Rumah Zakat Indonesia. Dengan mengusung tiga brand value baru: Trusted, Progressive dan Humanitarian, organisasi ini menajamkan karakter menuju “World Class Socio-Religious Non Governance Organization (NGO)”.

Rumah Zakat berupaya untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat kurang mampu melalui pendidikan (Senyum Juara), kesehatan (Senyum Sehat), dan ekonomi (Senyum Mandiri) di 121 wilayah binaan atau Integrated Community Development (ICD).

Pada bulan September 2013 Rumah Zakat mengubah diri menjadi RZ. Perubahan ini bukan hanya terjadi pada logo yang akan diaplikasikan pada berbagai perangkat, tapi juga pada budaya kerja para amil agar dapat bergerak lebih cepat, gesit, tapi menghasilkan karya yang besar dalam upaya pemberdayaan. Dan tahun lalu turunlah Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 421 Tahun 2015 yang memberikan izin kepada yayasan rumah zakat indonesia sebagai lembaga amil zakat skala nasional.

Rumah Zakat telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia seperti: Bandung, Aceh, Balikpapan, Bandar Lampung, Banjarmasin, Batam, Bekasi, Bogor, Cilegon, Cimahi, Cirebon, Depok, Jakarta,

Makasar, Malang, Padang, Palembang, Pekanbaru, Pontianak, Samarinda, Semarang,, Solo, Surabaya, Tangerang, dan Yogyakarta. Sedangkan dari sisi keuangan, hingga tahun 2014 asset yang dikelola oleh RZ sebesar Rp 32.174.808.768

**Tabel 4.2**

**Penerimaan dan Penyaluran dana Zakat**

No	Tahun	Penghimpunan	Penyaluran
1	2012	177.617.232.388	134.333.836.435
2	2013	186.570.489.159	138.752.182.256
3	2014	198.331.737.315	144.442.642.839
4	2015	247.874.162.314	206.937.483.802
5	2015	244.421.903.496	200.247.389.274

Sumber : Laporan Keuangan tahunan Rumah Zakat

Untuk membuktikan kepada masyarakat bahwa RZ adalah lembaga Amil Zakat adalah lembaga yang terpercaya dan profesional dalam pengelolaan dananya, dapat terlihat dari penghargaan-penghargaan yang diraih oleh RZ. Diantaranya adalah: Pertama, salah satu program RZ yakni Kebun Gizi Mandiri berhasil meraih Indonesia MDG Award (IMA) 2013 untuk kategori nutrisi pada bulan Maret 2014. Kedua, RZ berhasil meraih penghargaan Top of Mind Zakat Management 2013 dalam Indonesia Middle-Class Brand Forum (IMBF) III yang diselenggarakan Majalah SWA dan Center for Middle-Class Consumer Studies (CMCS) pada bulan Agustus 2014. Ketiga, RZ berhasil meraih penghargaan Mitra Bakti Kesra Utama dan Lencana

Bakti Kesra Utama 2014 dari Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat pada bulan Oktober 2014. Dan keempat RZ Magazine (RZ Magz) berhasil meraih penghargaan Indonesia's Best of Internal Media 2014 dalam program PR Program and People of The Year yang diselenggarakan oleh Majalah MIX Marketing Communication pada bulan Oktober 2014.

## **b. Visi, Misi dan Brand Value Rumah Zakat**

### **1. Visi**

Lembaga Filantropi Internasional berbasis pemberdayaan yang profesional.

### **2. Misi**

- a. Berperan aktif dalam membangun jaringan filantropi Internasional.
- b. Memfasilitasi kemandirian masyarakat
- c. Mengoptimalkan seluruh aspek sumber daya melalui keunggulan insani

### **3. Brand Value**

- a. *Trusted*, yaitu menjalankan usaha dengan profesional, transparan dan terpercaya.
- b. *Progressive*, yaitu senantiasa berani melakukan inovasi dan edukasi untuk memperoleh manfaat yang lebih.

- c. *Humanitarian*, yaitu memfasilitasi segala upaya humanitarian dengan tulus secara universal kepada seluruh umat manusia