

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dengan demikian, BAZNAS bersama Pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.



Gambar 2.1 Logo Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

Sebelum berganti nama menjadi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Lembaga ini memiliki cukup banyak sejarah. Awal mulanya BAZNAS disebut dengan BAZIS (Badan Amil Zakat Infaq dan Sedekah) namun, pada tahun 2019, Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta mengubah Badan Amil Zakat, Infak,

dan Sadaqah (BAZIS) menjadi Badan Zakat Nasional (BAZNAS). Peraturan soal perubahan itu dituangkan dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta nomor 3 tahun 2019 tentang Penyelesaian Tugas dan Fungsi Badan Amil Zakat, Infaq, dan Sadaqah Provinsi Daerah DKI Jakarta.

Adapun sejarah didirikannya Lembaga ini dikarenakan diskusi dan saran sebelas tokoh ulama nasional yaitu Prof Buya Hamka, Buya H.A. Malik Ahmad, KH. Ahmad Azhari, KH. M. Sjukri Ghazali, KH. Taufiqurrahman, H.Moh Sodry, KH. Saleh Suaidy, M. Ali Al Hamidy, Mukhtar Luthfy, Abdul Kadir, dan KH. MA. Zawawy yang berkumpul di Jakarta pada 24 September 1968, untuk membahas beberapa persoalan umat, khususnya pelaksanaan zakat di Indonesia.

Saran sebelas ulama tersebut ternyata ditanggapi secara serius oleh Presiden RI yang kemudian memberikan seruan dan edaran kepada para pejabat dan instansi terkait untuk menyebarluaskan dan membantu terlaksananya pengumpulan zakat secara nasional. Seruan Presiden Republik Indonesia pada peringatan Isra Mi'raj Nabi Muhammad SAW di Istana Negara, pada tanggal 26 Oktober 1968 tentang perlunya intensifikasi pengumpulan zakat sebagai potensi yang besar untuk menunjang pembangunan.

Selanjutnya, secara resmi, Gubernur Provinsi DKI Jakarta, Ali Sadikin mengeluarkan Surat Keputusan No. Cb. 14/8/18/68 tertanggal 5 Desember 1968 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat, berdasarkan syariat Islam dalam wilayah DKI Jakarta. Berdasarkan keputusan tersebut, maka susunan organisasi BAZ dibentuk mulai tingkat Provinsi DKI Jakarta hingga tingkat kelurahan, tugas utamanya adalah mengumpulkan zakat di wilayah DKI Jakarta dan penyalurannya terutama ditujukan kepada fakir miskin. Sejak itulah Ali Sadikin menjadi Gubernur pertama yang mendirikan lembaga zakat di tingkat provinsi.

Sampai akhirnya Lembaga ini terus berjalan dan terus mengalami perbaikan dari waktu ke waktu dan tumbuh. Keterlibatan generasi muda dalam pengelolaan lembaga dapat membangun inovasi pemberdayaan zakat yang dinamis, professional, akuntabel dan syari. Saat ini, BAZNAS dipimpin oleh Bapak Noor Achmad beserta wakilnya, Mokhammad Mahdum.

2.2.1. Visi dan Misi Badan Amil Zakat Nasional

Adapun Visi dan Misi Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) yaitu sebagai berikut :

A) Visi

BAZNAS ingin menjadi lembaga utama menyejahterakan umat.

B) Misi

- 1) Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan modern sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang berwenang dalam pengelolaan zakat;
- 2) Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSKL secara masif dan terukur
- 3) Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umat, dan mengurangi kesenjangan sosial;
- 4) Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan;
- 5) Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan sistem manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur;
- 6) Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional;
- 7) Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan;
- 8) Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional; dan
- 9) Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia.

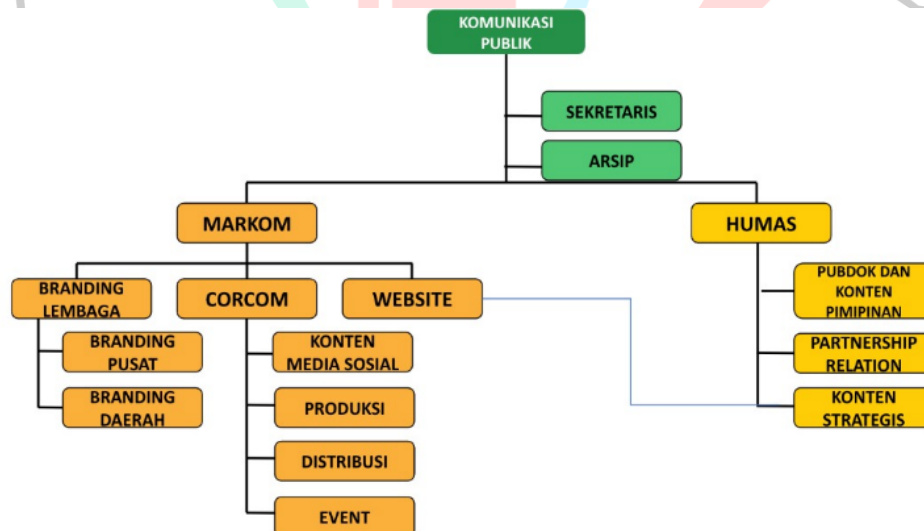
2.2.2. Tujuan Badan Amil Zakat Nasional

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Republik Indonesia memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Terwujudnya BAZNAS sebagai lembaga pengelola zakat yang kuat, terpercaya, dan modern
- 2) Terwujudnya pengumpulan zakat nasional yang optimal

- 3) Terwujudnya penyaluran ZIS-DSKL yang efektif dalam pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan umat, dan pengurangan kesenjangan sosial
- 4) Terwujudnya profesi amil zakat nasional yang kompeten, berintegritas, dan sejahtera
- 5) Terwujudnya sistem manajemen dan basis data pengelolaan zakat nasional yang mengadopsi teknologi mutakhir
- 6) Terwujudnya perencanaan, pengendalian, pelaporan, dan pertanggungjawaban pengelolaan zakat dengan kelola yang baik dan terstandar
- 7) Terwujudnya hubungan saling tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan antara muzakki dan mustahik
- 8) Terwujudnya sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait dalam pembangunan zakat nasional
- 9) Terwujudnya Indonesia sebagai center of excellence pengelolaan zakat dunia.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Ogranisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)
Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Biro Komunikasi Publik merupakan salah satu unit yang berada di Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BANAS RI), di mana di dalamnya terdapat dua divisi yang saling bersinergi, pertama divisi *Public*

Relations/Hubungan Masyarakat, dan kedua, divisi *Marketing Communication* yang di dalamnya terdapat beberapa bagan yaitu *Branding Lembaga*, *Corporate Communication* (Corcom), dan *Website*. Adapun Sub Divisi dari tempat pratikan melaksanakan Kerja Profesi yaitu Sub Divisi pada bagan *Corporate Communication* (Corcom) seperti, *Konten Media sosial* (*Social media specialist*), *Produksi*, *Distribusi*, dan *Event*. Adapun *Job descriptions* dari tiap-tiap jabatan atau sub-divisi adalah sebagai berikut :

1) Konten Media Sosial (*Social media specialist*)

- Sub divisi ini bertugas mengelola konten media sosial, baik twitter, instagram, facebook, dan tiktok. Di BAZNAS sendiri *social media specialist* dibagi menjadi dua, pertama pada divisi promosi, dimana konten yang dimuat berupa promosi dan ajakan untuk berzakat (*hard selling*). Kedua *social media specialist* di divisi marketing komunikasi, yaitu divisi tempat pratikan melaksanakan kerja profesi, pada divisi ini konten yang diunggah tidak berupa promosi dan lebih mengedepankan *branding* BAZNAS sebagai Lembaga penyejahtera ummat. Biasanya konten yang diunggah berupa konten ceramah, pendistribusian, video kisah mustahik, dll. Selain membuat konten, sub divisi ini juga bertugas menampung *feedback* masyarakat di social media dengan membalas komentar atau personal chat.

2) Produksi

- Sub Divisi ini bertanggung jawab atas pembuatan, pengelolaan, dan produksi setiap konten, terutama untuk konten Youtube BAZNAS (BAZNAS TV), team produksi juga bertanggung jawab disetiap acara/kegiatan yang mengharuskan untuk dilakukan proses dokumentasi. Pada sub divisi ini, terdapat kepala produksi yang bertugas mengawasi setiap proses produksi, campers/cameramen yang bertugas mengambil gambar atau video sekaligus menyiapkan dan menjaga property perusahaan, lalu terdapat editor yang bertugas mengedit video.

3) Distribusi

- Memiliki tanggung jawab menyalurkan zakat secara langsung kepada masyarakat di beberapa wilayah. Yang dimana penyaluran ini dapat berupa bantuan paket makanan, sembako, kesehatan, atau keperluan lainnya yang dibutuhkan masyarakat baik untuk sehari-hari ataupun dalam keadaan darurat. Namun, saat ini sub divisi distribusi belum dapat aktif beroperasi karena satu dan lain hal.

4) Event

- Jenis event dibagi dua, pertama *event* penghimpunan dimana inti acara ini mengenai penyerahan zakat dari sebuah perusahaan. Kedua, *event* penyaluran, kegiatan yang dilakukan tidak berkaitan dengan zakat perusahaan. Sama halnya dengan sub divisi *social media specialist*, event juga terbagi menjadi dua unit, event promosi dan event *Marketing Communication*. Event promosi bertugas untuk handle jenis kegiatan acara penghimpunan sedangkan pada *event Marketing Communication* melakukan jenis kegiatan penyaluran dan lebih berfokus menjaga citra Lembaga/pimpinan. Sub Divisi ini bertanggung jawab dalam seluruh rangkaian acara, seperti susunan acara, mulai dari pra event, event, hingga pasca event.

Pada pelaksanaan KP ini, pratikan berada di divisi *Marketing Communication*, khususnya pada sub-divisi *Social media specialist*. Di minggu awal pertama melakukan kerja profesi terdapat karyawan yang baru saja *resign*, sehingga pratikan diberikan tanggung jawab untuk menggantikan pekerjaan yang sebelumnya dikerjaakan. Tugas yang diberikan yaitu membuat *caption* konten distribusi di 3 media sosial (Twitter, Instagram, dan Facebook), membuat *content plan* dan bertanggung jawab pada konten ceramah, konten kuis interaktif, short program, bertugas membuat *caption* untuk semua konten di media sosial, dan mengisi *matrics* harian. Adapun tugas tambahan yang diberikan seperti membalas personal chat di media sosial Instagram, menjadi *talent* konten video tiktok dan reels, serta Analisa *insight* media sosial.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Sebagai Lembaga pemerintah yang bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan zakat masyarakat Indonesia kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) berkomitmen akan terus menyalurkan zakat dan Amanah masyarakat Indonesia hingga ke berbagai titik wilayah di Indonesia. Sesuai dengan visi dan misinya, yaitu BAZNAS ingin mensejahterakan masyarakat Indonesia kurang mampu dengan membuat berbagai macam program bantuan diantaranya yaitu program bantuan Beasiswa baznas yang dikelola oleh divisi Lembaga Beasiswa Baznas (LBB) dimana zakat masyarakat Indonesia dipergunakan untuk membiayai pendidikan siswa-siswa berprestasi hingga ke luar negeri.

Selain itu, terdapat program Sekolah Cendekia Baznas (SCB), dimana BAZNAS mendirikan sekolah khusus yang didirikan untuk anak-anak mustahik (masyarakat kurang mampu) mulai dari Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Akhir (SMA). Selanjutnya, program bantuan Baznas Tanggap Bencana (BTB) yaitu adalah unit kerja dari bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS yang bertugas mengurangi dampak bencana yang mengakibatkan kemiskinan dan menekan risiko keterparahan kemiskinan akibat bencana.

Selain itu, Baznas Microfinance adalah lembaga program yang melakukan pendayagunaan zakat untuk usaha produktif kepada masyarakat yang tergolong mustahik dan memiliki komitmen berwirausaha bentuk permodalan. Seperti Zchicken dan Zmart, Zauto, dimana BAZNAS memberikan modal usaha untuk masyarakat kurang mampu agar dapat terus mencari nafkah dan secara mandiri mensejahterakan hidupnya.

Lalu, program Zakat Community Development (ZCD) yaitu sebuah program pemberdayaan BAZNAS melalui komunitas dan desa dengan mengintegrasikan aspek dakwah, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan kemanusiaan secara komprehensif yang sumber pendanaannya dari zakat, infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya. Contoh kegiatan dari program ini yaitu seperti bantuan ambulans gratis, khitanan massal, dan lain-lain.

Terdapat 2 jenis penyaluran zakat, pertama penyaluran zakat kepada masyarakat kurang mampu yang dibagikan secara cuma-cuma, contoh kegiatan ini seperti pembagian Paket Logistik Keluarga, bantuan makanan sehat, dan lain-

lain. Sedangkan yang kedua zakat produktif, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya di atas, jenis bantuan ini dapat berupa bantuan modal usaha ataupun program pendayagunaan lainnya untuk mendorong masyarakat kurang mampu dapat berkembang.

Selain program dan kegiatan yang sudah dijelaskan diatas, terdapat beberapa kegiatan lainnya yang dilakukan baik dalam lingkup divisi maupun kegiatan internal yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) setiap pekannya, yaitu pertama *Weekly Report* Pada Divisi *Marketing Communication* setiap hari senin pukul 10.00 WIB selalu diadakan rapat mingguan atau yang lebih akrab disebut dengan 'Weekly Report', Rapat ini membahas mengenai kinerja karyawan serta evaluasi apa saja yang sudah dilakukan setiap karyawan selama satu pekan, setelah dilakukannya *weekly report* anggota divisi melakukan diskusi terkait hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan di maksimalkan dalam pekerjaan. Lalu, di akhir kegiatan dilakukannya sesi *sharing session* di mana setiap pekan masing-masing karyawan ditunjuk untuk memaparkan materi terkait hal apapun dan diadakan diskusi Kembali. Kegiatan dilakukan selama 2 jam, dan berakhir pada pukul 12.00 WIB setelah itu seluruh anggota divisi melaksanakan sholat berjamaah.

Kedua, *brainstorming* dalam membuat *content plan*, Setiap Jumat, sub divisi *social media specialist* selalu berkumpul untuk membahas konten yang akan dibuat untuk satu atau dua minggu kedepan. Kegiatan yang dilakukan merupakan *brainstorming* (bertukar pikiran), mencari ide-ide konten di media sosial lalu menuangkan dalam hasil ide kedalam konten plan.

Ketiga, ngaji bareng, Kegiatan selanjutnya dapat dilakukan oleh seluruh divisi pada perusahaan. Di mana setiap hari jumat pukul 17.00 WIB terdapat agenda 'ngaji bareng', seluruh karyawan khususnya karyawan tetap (Amil) berkumpul di aula perusahaan dan mendengarkan khutbah serta ngaji Bersama, kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih satu jam, berakhir pada pukul 18.00 WIB dan ditutup dengan melakukan sholat magrib berjamaah di musholah.