



الجامعة الوطنية
UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

COMPASS

Compilation of Pahang Scholars' Synergy

Year 2011

ISSN 1985-9937



Sumbangan Masyarakat Malaysia Dalam Tanggungjawab Sosial: Satu Pemerhatian Ringkas

*Jaiton Arsad
Noorsuraya Mohd Mokhtar*

ABSTRAK

Kertas kerja ini memberi penekanan terhadap peri pentingnya tanggungjawab sosial di kalangan masyarakat Malaysia. Masyarakat Malaysia bukan sahaja memberi bantuan kepada warganegara Malaysia malahan ianya berkembang sehingga ke peringkat antarabangsa. Kertas kerja ini juga bertujuan memberi cadangan kepada masyarakat Malaysia agar terus menyumbang kepada insan-insan yang memerlukan. Kajian ini adalah hasil gabungan 46 artikel berkaitan tanggungjawab sosial di Malaysia.

Kata kunci: *Tanggung jawab social.*

Pendahuluan

Kesedaran tentang kepentingan tanggungjawab sosial semakin meningkat di kalangan rakyat Malaysia. Menurut Branco dan Delgado (2011), penekanan tentang kepentingan tanggungjawab sosial kian berkembang sejak empat dekad yang lalu di mana ianya menitikberatkan isu-isu etika dan moral dalam membuat keputusan di dalam perniagaan. Tanggungjawab sosial pada hari ini, telah berkembang di mana ianya merangkumi isu-isu seperti perlindungan alam sekitar, kesihatan dan keselamatan di tempat kerja, hubungan dengan masyarakat tempatan dan hubungan dengan pengguna. Dalam erti kata lain, tanggungjawab sosial merupakan satu konsep di mana syarikat-syarikat terlibat secara sukarela untuk menyumbang kepada masyarakat dan persekitaran yang lebih baik (Branco dan Delgado, 2011). Senario di Malaysia, rakyat Malaysia terkenal dengan perasaan penyayang dan prihatin, sering terlibat dalam aktiviti tanggungjawab sosial dari segi kewangan, aktiviti kemasyarakatan dan sokongan motivasi di Malaysia mahupun di luar negara. Ini sejajar dengan apa yang diperkatakan oleh Aminudin Basir @ Ahmad, Mohamad Sabri Haron dan Nik Yusri Musa, (2009) menyatakan tiada alasan untuk masyarakat tidak terlibat dalam perkara-perkara yang membabitkan keselamatan, kestabilan dan kedaulatan Negara. Tanggungjawab sosial boleh dikategorikan sebagai tanggungjawab semua

rakyat Malaysia. Semua masyarakat perlu berusaha mewujudkan negara yang aman damai, tenteram dan penuh kedamaian yang terlaksana di dalamnya nilai-nilai mulia dan akhirnya menuju keredhaan Allah s.w.t (al-Qur'an, surah Saba' 34:15). Sikap tolong-menolong yang sering dipamerkan oleh rakyat Malaysia sering mendapat pengiktirafan badan bukan kerajaan terutamanya menerusi penglibatan badan-badan bukan berkanun seperti Mercy dan Aman Malaysia yang sering terlibat secara langsung semasa berlakunya tsunami di Jepun pada awal tahun 11 Mac 2011. Pada masa yang sama tabung bencana alam NSTP mendapat sokongan dari segenap masyarakat Malaysia. Sumbangan tidak putus dari rakyat Malaysia ini sedikit sebanyak meringankan beban masyarakat serantau seperti ketika Tsunami di Aceh. Terkini bantuan turut disalurkan kepada mangsa banjir di Bangkok, Thailand.

Senario ini bertepatan dengan apa yang ditegaskan oleh Allah s.w.t dalam surah al-Ma'idah, ayat 2 yang bermaksud: *"Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa dan janganlah kamu tolong-menolong dalam perkara yang membawa dosa dan permusuhan."* Berhubung ayat di atas, Ibn Kathir menjelaskan bahawa Allah s.w.t menuntut hambanya yang beriman agar saling bantu-membantu dalam melakukan perkara-perkara kebaikan dan memerintahkan mereka meninggalkan perkara-perkara yang haram serta mengandungi dosa.

Definisi Tanggungjawab Sosial

Tanggungjawab sosial merupakan teori di mana entiti, sama ada individu atau organisasi mempunyai tanggungjawab dalam memanfaatkan masyarakat. Menurut Elbert (2011), tanggungjawab sosial adalah usaha sesebuah perniagaan untuk menyeimbangkan komitmen kepada individu dan kumpulan tertentu di dalam masyarakat termasuk pelanggan, perniagaan lain, pekerja, pelabur dan masyarakat setempat. Syarikat perlu mengambil kira kepentingan produk mereka di dalam masyarakat dan persekitaran organisasi yang merangkumi ekonomi, undang-undang, etika, dan hubungan sosial. Gupta (2011) mentafsirkan tanggungjawab sosial sebagai aktiviti yang dijalankan oleh syarikat yang menitikberatkan kepentingan masyarakat dalam membuat keputusan.

Kepentingan Tanggungjawab Sosial

i) Memenuhi tuntutan agama

Tanggungjawab sosial perlu dilaksanakan untuk memenuhi tuntutan agama seperti petikan Al-Quran dalam Surah Ibrahim ayat 31 yang

membawa maksud “*Katakanlah (Muhammad) kepada hamba-hambaKu yang telah beriman. Hendaklah mereka melaksanakan solat, menginfakkan sebahagian rezeki yang kami berikan secara sembunyi atau terang-terangan sebelum datang hari, ketika tidak ada lagi jual beli dan persahabatan.*” Dari petikan ayat tersebut jelas menyatakan bahawa setiap individu perlu manginfakkan atau mendermakan sebahagian daripada harta kepada golongan yang memerlukan bantuan.

ii) **Mencari keredhaan Allah**

Tanggungjawab sosial juga dapat membimbing individu untuk mencari keredhaan Allah sepertimana yang terkandung dalam Surah Al-Baqarah ayat 272 yang bermaksud “*Bukankah kewajibanmu (Muhammad) menjadikan mereka mendapat petunjuk, tetapi Allahlah yang memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Apapun harta yang kamu infakkan, maka (kebaikannya) untuk dirimu sendiri. Dan janganlah kamu berinfaq melainkan kerana mencari redha Allah. Dan apa pun harta yang kamu infakkan, nescaya kamu akan diberi (pahala) secara penuh dan kamu tidak akan dizalimi (dirugikan)*”.

iii) **Merapatkan hubungan dengan pelanggan**

Di Malaysia usaha membantu golongan yang memerlukan turut disertai oleh golongan pemimpin menerusi program-program kemasyarakatan seperti kempen Secupak Budi, Sepenuh Hati, program kemasyarakatan Padiberas Nasional Berhad (Bernas) dan program Bersamamu anjuran TV3 bagi membantu anak yatim di Malaysia. Melalui program sebegini badan-badan korporat dan organisasi dapat merapatkan hubungan dengan pelanggan dengan mengadakan aktiviti bersama dan melebarkan jaringan perniagaan melalui maklum balas yang diterima daripada pelanggan.

iv) **Tanggungjawab sosial kepada organisasi dan masyarakat setempat.**

Tanggungjawab sosial perlu dipraktik di dalam organisasi dengan menitik beratkan kualiti dan etika di dalam perkhidmatan, khususnya dalam penghasilan barangan dan mewujudkan peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat, memberi gaji yang setimpal dengan bebanan kerja dan memastikan keselamatan pekerja. Selain daripada itu tanggungjawab sosial kepada pekerja juga termasuk peningkatan kualiti persekitaran kerja, pembiayaan kos rawatan, peluang untuk berunding dan memberi cadangan, latihan dalam meningkatkan kemahiran dan

teknologi baru, pinjaman peribadi dan dasar-dasar hubungan industri, dan penyediaan kemudahan sosial dan riadah. Organisasi perlu, sebagai contoh, memberi pertimbangan yang sewajarnya kepada reka bentuk organisasi kerja dan kepuasan kerja, meningkatkan kemudahan prasarana dan keselamatan pekerjaan, dan menyediakan peluang pekerjaan kepada setiap lapisan masyarakat.

Justeru itu, banyak syarikat terkemuka seperti Bank Islam, Petronas dan KFC telah mengambil langkah untuk membudayakan sistem yang lebih beretika dengan melibatkan pekerja dalam hal ehwal korporat. Ini dapat dilihat dalam piagam pelanggan dan kualiti barangan yang dikeluarkan oleh syarikat. Selain itu, komunikasi yang baik dalam melaksanakan perniagaan juga dititikberatkan supaya setiap individu faham tentang matlamat yang perlu dicapai bagi meningkatkan mutu kerja dan tahap kecekapan pengurusan pelanggan. Ini akan membawa keuntungan kepada perniagaan organisasi. Menurut kajian yang dijalankan oleh Global CSR Survey pada tahun 2004 yang dijalankan ke atas 10 buah negara, 88% responden yang terdiri daripada golongan elit menyatakan bahawa mereka membeli saham syarikat yang terlibat dengan tanggungjawab sosial manakala 61% bersetuju untuk memboikot produk atau perkhidmatan sebagai tindak balas kepada berita negatif berkaitan dengan syarikat terbabit.

v) Meningkatkan Imej Awam Firma

Selain daripada itu, tanggungjawab sosial juga dapat membantu meningkatkan imej organisasi. Ini dapat dilihat melalui aktiviti kebajikan yang dianjurkan oleh badan-badan korporat. Selain itu, tanggungjawab sosial dikalangan badan-badan korporat juga diperluaskan dengan menyediakan produk yang berkualiti, perkhidmatan selepas jualan, tindakan segera selepas menerima laporan dari pelanggan, menitikberatkan kepuasan pelanggan untuk jangka panjang, standard pengiklanan dan perdagangan yang saksama, dan jaringan yang baik dengan media. Apabila sesebuah syarikat terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan aktiviti tanggungjawab sosial, secara tidak langsung ianya dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan oleh syarikat tersebut. Ini dapat dibuktikan melalui kajian yang dijalankan oleh Global CSR Survey pada tahun 2004 ke atas 10 buah negara di mana 72% responden bersetuju bahawa mereka membeli produk atau servis keluaran syarikat yang melaksanakan tanggungjawab sosial dan mempromosikan produk keluaran syarikat tersebut kepada orang lain (Zaili Mohamad, 2009).

vi) **Menyelesaikan Masalah Pencemaran Alam**

Syarikat tidak terlepas dari tanggungjawab sosial terhadap alam sekitar. Di Malaysia, kebanyakan organisasi yang terlibat dengan tanggungjawab sosial lebih tertumpu memberi sumbangan makanan, kewangan, pakaian dan perubatan berbanding terlibat dalam usaha menangani masalah pencemaran. Kebanyakan masalah yang dipaparkan di dalam segmen aduan rakyat menerusi saluran TV3 banyak memaparkan tindakan pelbagai pihak yang giat menjalankan aktiviti pembangunan tanpa memikirkan keselamatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Sebagai contoh, kesan dan potensi bahaya pencemaran, bunyi bising, pelupusan sisa toksik. Dari sudut yang lain, organisasi bertanggungjawab kepada masyarakat, menghargai alam sekitar serta menjaga kemudahan yang telah disediakan oleh pihak kerajaan. Sebagai contoh, kesan dan potensi bahaya pencemaran, bunyi bising, pelupusan sisa; penempatan dan rupa bangunan baru; dasar, pengangkutan seperti laluan kenderaan berat melalui jalan-jalan kampung yang sempit dan mengelakkan pembungkusan yang berlebihan dan sisa toksik yang dibuang ke kawasan penempatan awam. Pelbagai aspek perlu dititikberatkan oleh pihak syarikat sebelum proses pengeluaran produk dijalankan, sebagai contoh, bantahan terhadap semburan aerosol yang mengandungi klorofluorokarbon. Kebanyakan syarikat tempatan ini telah dipersalahkan kerana merosakkan lapisan ozon yang melindungi bumi daripada sinaran berbahaya ultraviolet dari matahari. Organisasi perlu menghormati dan mematuhi undang-undang yang ditetapkan oleh kerajaan walaupun kebanyakan syarikat tempatan menganggap ia bukan tanggungjawab mereka. Tetapi apa yang dibahaskan ialah sejauh mana organisasi perlu bersama beroperasi secara sukarela mematuhi piawaian yang ditetapkan oleh pihak kerajaan.

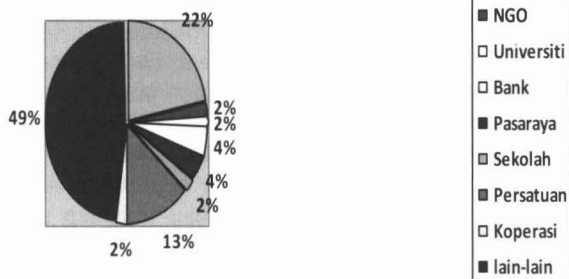
Sekiranya semua syarikat di Malaysia terlibat secara langsung memelihara alam sekitar dan seterusnya dapat meningkatkan keyakinan pengguna terhadap kualiti barang yang dikeluarkan. Sebagai contoh, *The Bodyshop* yang diasaskan oleh Anita Roddick yang menjalankan tanggungjawab sosial “kehijauan bumi”. Aktiviti ini telah membantu syarikat menjenamakan *The Bodyshop* dengan harga yang lebih murah di mana setiap produk yang dihasilkan menggunakan bahan semulajadi dan penggunaan botol plastik dan kertas yang dikitarsemula. Selain daripada itu, *The Body Shop®* Malaysia Barat dan *TRAFFIC* juga turut serta dalam aktiviti pemuliharaan alam sekitar melalui program kempen “Di mana MAMA saya” dengan menggalakan orang ramai untuk melaporkan jenayah hidupan liar kepada pihak berkuasa. Kempen tersebut telah berjaya menugmpul lebih 80,000 tandatangan untuk diserahkan kepada

Kerajaan Negeri Perak bagi mewartakan hutan Temengor sebagai pusat perlindungan haiwan liar.

Sumbangan Masyarakat Malaysia dalam Tanggungjawab Sosial

Berdasarkan 46 artikel yang membincangkan tentang tanggungjawab sosial di Malaysia, berikut merupakan penyumbang utama di dalam aktiviti tanggungjawab sosial. Penyumbang terbesar aktiviti tanggungjawab sosial adalah terdiri daripada individu, selebriti dan ahli korporat.

Kepentingan Tanggungjawab Sosial



Bentuk Sumbangan

Berdasarkan pemerhatian ringkas yang dijalankan, rata-rata rakyat Malaysia lebih tertumpu kepada sumbangan berbentuk kewangan yang disalurkan untuk pembinaan masjid, tajaan biasiswa, dan tuisyen. Selain itu, ada badan-badan amal yang memberi sumbangan berbentuk makanan, minuman dan tempat perlindungan terutamanya jika berlaku banjir di dalam dan luar negara. Selain itu, badan korporat juga terlibat secara tidak langsung dengan melibatkan diri di dalam perlaksanaan kempen kesedaran di bidang pendidikan, kesihatan, keselamatan dan kewangan. Syarikat korporat seperti Media Prima, Shell dan Esso pula terlibat memberi sumbangan membina kesedaran tentang alam sekitar seperti menganjurkan program kitar semula, pemanasan global, penanaman pokok, memperkenalkan teknologi hijau dan membasmi kepupusan haiwan terancam seperti penyu, harimau dan gajah.

Kecenderungan

Berdasarkan pemerhatian yang telah dijalankan mendapati syarikat Malaysia lebih cenderung di dalam bidang pendidikan, kesihatan, kewangan dan keselamatan. Di mana fokus utama syarikat-syarikat ini lebih kepada meningkatkan hubungan dengan pelanggan, keselamatan pekerjaan, dan sumbangan kepada golongan yang memerlukan seperti fakir miskin, rumah anak yatim dan rumah organ tua. Manakala syarikat luar seperti KFC, Mc Donald, Canon Marketing dan Shell sudah mula meluaskan aktiviti tanggungjawab sosial dalam pemuliharaan alam sekitar. Adalah dicadangkan agar kajian lanjutan berkaitan dengan perkara ini dapat dijalankan.

Kekerapan

Pemerhatian yang telah dijalankan mendapati bahawa aktiviti tanggungjawab sosial di Malaysia hanya dijalankan sekali-sekala terutamanya bila berlakunya banjir, tsunami, dan tanah runtuh. Manakala aktiviti berkala dilakukan menjelang musim perayaan. Walau bagaimanapun agensi bukan kerajaan seperti Mercy, Aman Malaysia, Majlis Kanser Negara (MAKNA) dan Yayasan Al-Bukhari menjalankan aktiviti tanggungjawab sosial secara berterusan dan sepanjang tahun.

Kesimpulan

Sebagai kesimpulan, kesedaran tentang pentingnya tanggungjawab sosial di Malaysia perlu dipertingkatkan lagi. Ini memandangkan penglibatan masyarakat Malaysia dalam tanggungjawab sosial adalah di peringkat sederhana di mana ianya masih di dahului oleh ahli perniagaan dan badan korporat.

Rujukan

Al-Quran dan Terjemahannya Juz 1-30 (2004) Kuala Lumpur : Pustaka Antara Sdn. Bhd.

Branco, M. C., Delgado, C., (2011), Research on Corporate Social Responsibility and Disclosure in Portugal. *Social Responsibility Journal* Vol. 7 No. 2 , pp. 202-217. Retrieved on 10 September 2011 from www.emeraldinsight.com.my.

Chin Kah, S. W. (2011). Pengenalan kepada ISO 26000 –

Tanggungjawab Sosial. Retrieved on 5 September 2011, from www.konsumerkini.net.my.

Ebert, Griffin, (2011), *Business Essentials*, 8th Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Seetharaman A, Juhary Hj. Ali, (2010)., *Corporate Social Responsibility towards Malaysian 2020*. Pulau Pinang: School of Management, Universiti Sains Malaysia.

Gupta, S., (2011)., Consumer stakeholder view of corporate social responsibility: a comparative analysis from USA and India *Social Responsibility Journal* Vol. 7 No. 2 , pp. 363-380. Retrieved on 10 September 2011 from www.emeraldinsight.com.my.

Zaili Mohammad (2009). *Amalan Tanggungjawab Sosial di Kalangan Koperasi di Malaysia*. Retrieved on 10 September 2011 from www.angkasa.koop.com.my.

“Kill One, Kill All” (2011). Retrieved on 2 September 2011, from www.thebodyshop.com

JAHJAITON BINTI ARSAD, Fakulti Pengurusan dan Teknologi Pejabat, UiTM Pahang. Jahjaiton Arshad/PAHANG/UiTM,