

PIRAMID PELAKSANAAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT (CSR) OLEH INSTITUSI PERBANKAN DI MALAYSIA: ANALISIS MENURUT PERSPEKTIF *STAKEHOLDERS*

THE ANALYSIS OF CSR PYRAMID IMPLEMENTATION IN MALAYSIAN BANKING INSTITUTION FROM STAKEHOLDERS PERSPECTIVES

Norajila Che Man¹
Mohd Faizal P.Rameli²

¹ Academy of Contemporary Islamic Studies, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka, Kampus Jasin, 77300 Merlimau, Melaka, Malaysia norajila85chewan@gmail.com

² Academy of Contemporary Islamic Studies, Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka, Kampus Jasin, 77300 Merlimau, Melaka, Malaysia faizal061@melaka.uitm.edu.my

Accepted date: 31-03-2019

Published date: 01-07-2019

To cite this document: Almajali, M., & Shamsuddin, Z. (2019). Piramid Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Korporat (Csr) Oleh Institusi Perbankan Di Malaysia: Analisis Menurut Perspektif Stakeholders. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 4 (20) 97 - 109.

Abstrak: *Institusi perbankan sebagai sebuah entiti dalam sektor perniagaan memainkan peranan penting dalam pembangunan sesebuah masyarakat dan negara. Namun, krisis kewangan dan ekonomi yang berlaku sejak beberapa tahun kebelakangan ini telah memberi kesan yang besar terhadap tahap keyakinan masyarakat mengenai fungsi perbankan. Menyedari hakikat ini, institusi perbankan telah mengambil langkah melibatkan diri secara aktif dalam melaksanakan program-program CSR bagi mengembalikan imej serta keyakinan masyarakat kepada mereka. Sehubungan dengan itu, kertas kerja konsep ini akan membincangkan mengenai bentuk-bentuk program CSR yang telah dilakukan oleh institusi perbankan di Malaysia berdasarkan piramid CSR oleh Carroll (1979). Kajian ini juga akan memberi perhatian kepada pelaksanaan CSR menurut pandangan stakeholders bagi institusi perbankan terpilih. Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan dari sumber primer dan sekunder seperti laporan tahunan dan laman web rasmi institusi perbankan terpilih serta artikel-artikel dan kajian terdahulu bagi mendapatkan maklumat-maklumat berkaitan. Data yang diperolehi dianalisis mengikut dua tema iaitu (i) pelaksanaan CSR mengikut piramid tanggungjawab CSR dan (ii) pihak berkepentingan (stakeholders) institusi perbankan. Dapatan awal kajian menunjukkan bahawa pelaksanaan CSR oleh institusi perbankan di Malaysia lebih tertumpu kepada program-program yang memberi manfaat kepada para stakeholders seperti pekerja, para eksekutif, pemegang saham, pelanggan dan masyarakat. Kajian ini juga merumuskan bahawa pelaksanaan program CSR bertitik tolak dari keperluan untuk memenuhi tanggungjawab ekonomi, kepatuhan kepada perundangan, tuntutan etika serta filantropi. Melalui pelaksanaan CSR, institusi perbankan di Malaysia telah memainkan peranan masing-masing dalam memenuhi keperluan sosial masyarakat secara tidak langsung.*

Kata kunci: CSR, Stakeholders, Bank, Piramid CSR.

Abstract: *As a one of business entities, banking institutions play a great role in the nation development. However, financial and economic crisis that occurred over the last few years assumed as the main factors that changes the community level of confidence regarding the banking functions. Therefore, banking institutions have pro- actively engage in CSR programs to give a new image of their institutions. At the same times, they tried their hard to rebuild the community confidence level to the banking institutions. Therefore, this paper conceptually discussed about the forms of CSR programs that have been carried out by banking institutions in Malaysia based on the previous research of CSR pyramid by Carroll (1979). This study also pay attention to the implementation of CSR for selected banking institution in accordance with stakeholder's point of view. This study uses the method of content analysis derived from primary and secondary sources such as annual reports and official website of selected banking institutions as well as articles and previous studies to get the data and information related to this matter. From that, the data then analysed into two themes, namely (i) the implementation of CSR according to the CSR's pyramid and (ii) stakeholders of banking institutions point of view on CSR implementation. Initial findings show that the implementation of CSR by banking institutions in Malaysia focused on programs that benefit the stakeholders such as employees, executives, shareholders, customers, and society. This study also finds that the urge of engaging in CSR programs by banking institution comes from the need to fulfill the economic responsibility, adherence to legislation as well as ethical and philanthropy claims. Indirectly, through the implementation of CSR, banking institutions in Malaysia have played their respective roles in meeting the social needs of society.*

Keywords: (CSR, stakeholders, Bank, CSR's Pyramid)

Pendahuluan

Secara umumnya CSR berkait rapat dengan bagaimana syarikat-syarikat mengatur perniagaan melalui cara yang beretika, dengan mengambil kira kesan-kesannya terhadap ekonomi, sosial, alam sekitar dan juga hak asasi manusia. Perkembangan dan pertumbuhan bank yang pesat di Malaysia memberi impak dan kesan positif kepada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara. Perkembangan ekonomi dan kewangan ini perlu bergerak seiring perkembangan sosial bagi mencapai tahap pembangunan yang holistik. Sehubungan dengan itu, kewujudan institusi perbankan sebagai salah sebuah entiti perniagaan diharapkan dapat membantu mencapai matlamat kesejahteraan sosio-ekonomi dan meningkatkan nilai etika, moral, kerjasama dan ukhuwah dalam masyarakat dengan melaksanakan peranan sosialnya. Selaras dengan Dasar Sosial Negara (Dasar Sosial Negara, 2003) yang telah diluluskan oleh kabinet pada 19 Februari 2003, institusi perbankan yang tergolong dalam sektor korporat juga tidak terkecuali dalam melaksanakan program CSR.

Dalam konteks perbankan, bank boleh melaksanakan tanggungjawab sosialnya dalam aspek berikut 1. ekonomi, perundangan, etika dan filantropi 2. Kepada pihak berkepentingan (*stakeholders*). Sebagai contoh, bank boleh memainkan peranan dalam menyediakan peruntukan biasiswa kepada pelajar-pelajar cemerlang, membina kemudahan infrastruktur kepada komuniti, menganjurkan program-program motivasi dan intelek, menyediakan peluang pekerjaan serta menyediakan produk-produk dan perkhidmatan perbankan yang progresif dan kompetitif. Dalam masa yang sama bank juga harus memastikan bahawa operasi perniagaan mereka tidak mencemarkan alam sekitar dan memberi kesan yang buruk terhadap persekitaran. Oleh itu, kertas kerja ini akan mengkaji pelaksanaan CSR oleh perbankan Islam terpilih mengikut piramid pelaksanaan CSR oleh Carroll (1991). Pelaksanaan CSR oleh perbankan Islam juga akan dinilai dari aspek penerima manfaat CSR iaitu pihak berkepentingan (*stakeholders*).

Sorotan Kajian Lepas

Definisi Dan Konsep Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR)

Para sarjana memberikan definisi yang pelbagai berkaitan CSR. Pendefinisian ini berbeza mengikut negara dan organisasi berdasarkan penilaian mereka terhadap aktiviti-aktiviti firma yang berkaitan dengan isu-isu sosial yang dipengaruhi oleh nilai agama dan budaya masyarakat (Muhammad Adnan Khurshid, Abdulrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, & Salmiah Mohamad Amin, 2014). Secara umumnya, tiada pendefinisian yang benar-benar jelas dan konkrit berkaitan CSR ini. Setiap organisasi dan firma juga mempunyai kefahaman mereka yang tersendiri mengenai CSR ini. Oleh sebab itu, pelaksanaan CSR dalam setiap syarikat perniagaan berbeza-beza mengikut bagaimana konsep CSR ini ditakrif dan diterjemahkan.

Pendefinisian CSR yang berbagai memberi kesan kepada bentuk pelaksanaannya oleh syarikat korporat yang pelbagai. Dahlsrud dalam kajiannya telah membahagikan pendefinisian CSR ini kepada lima dimensi iaitu alam sekitar, sosial, ekonomi, pihak berkepentingan (*stakeholders*) dan kesukarelawan (Alexander Dahlsrud, 2008). Definisi-definisi CSR yang diberikan oleh kebanyakan sarjana berkait dengan lima dimensi ini berdasarkan kajian beliau terhadap 37 definisi dari 27 orang penulis dari tahun 1980 hingga 2003. Contohnya, Bowen yang dianggap sebagai Bapa CSR (Archie B. Carroll, 1999) telah mendefinisikan CSR ini sebagai kewajipan yang perlu dilaksanakan oleh ahli perniagaan untuk mencapai keputusan, polisi dan tindakan yang dikehendaki seiring dengan objektif dan nilai sosial (Bowen, 1953). Manakala Fitch mengatakan bahawa CSR merupakan satu usaha yang bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan masalah sosial yang disebabkan oleh perniagaan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian (Fitch, 1976). Dimensi sosial ini melihat kepada definisi CSR dalam bentuk hubungan antara perniagaan dan masyarakat.

Definisi yang diberikan oleh Carroll meliputi dimensi ekonomi dan sosial. Beliau mendefinisikan CSR sebagai tanggungjawab sosial bagi sesebuah perniagaan termasuk tanggungjawab ekonomi, perundangan, etika dan jangkaan budi bicara yang diharapkan oleh masyarakat kepada syarikat perniagaan dalam suatu masa tertentu (Carroll, 1979). Davis turut mentakrifkan CSR dalam ruang lingkup dimensi ekonomi iaitu CSR merupakan keputusan dan tindakan yang dilakukan oleh ahli-ahli perniagaan ke atas sebahagian perkara di luar kepentingan langsung ekonomi dan teknikal firma (Davis, 1960). Dimensi ini memberi penekanan kepada aspek kewangan, operasi perniagaan dan juga sosio ekonomi dalam pendefinisian CSR.

Selain itu, antara definisi yang dianggap lebih kontemporari dan menyeluruh ialah takrifan daripada European Commission dalam tahun 2001. CSR ditakrifkan sebagai satu konsep di mana syarikat mengintegrasikan keprihatinan terhadap sosial dan alam sekitar ke dalam operasi perniagaan mereka serta interaksi syarikat dengan pihak berkepentingan mereka secara sukarela (Commission of the European Communities, 2001). Asyraf dan Farah menyatakan bahawa CSR dilakukan untuk menunjukkan aktiviti-aktiviti syarikat korporat yang menjangkau pembuatan keuntungan seperti pemeliharaan alam sekitar, menjaga kebajikan para pekerja, beretika dalam berurus niaga dan terlibat dengan kerja-kerja kemasyarakatan (Asyraf Wajdi Dusuki & Tengku Farrah Maimunah Tengku Mohd Yusuf, 2008). Berdasarkan definisi-definisi ini, secara umumnya CSR merupakan satu tanggungjawab yang perlu dilakukan oleh sesebuah syarikat kepada pihak berkepentingan mereka sama ada dalam aspek ekonomi, sosial, perundangan, etika dan alam sekitar yang menjangkau proses pembuatan keuntungan.

Selain itu, perbincangan mengenai CSR juga menerima reaksi yang berbagai daripada setiap lapisan masyarakat. CSR tidak hanya dibincangkan dalam kalangan sarjana bahkan turut menjadi topik perbincangan kalangan ahli industri, pemegang saham, media dan masyarakat secara keseluruhannya.

Antara sarjana yang menolak pelaksanaan CSR oleh perniagaan ialah Milton Friedman. Beliau mengatakan bahawa matlamat utama sesebuah perniagaan adalah pemaksimuman keuntungan (Friedman, 1970). Pada pandangan beliau, sekiranya sesebuah syarikat perniagaan perlu bertanggungjawab secara filantropi kepada masyarakat, syarikat dan pemegang saham akan berdepan dengan risiko kerugian (Min Dong Paul Lee, 2008). Namun begitu, Friedman tidak menolak CSR secara keseluruhan kerana beliau masih boleh menerima beberapa aspek tanggungjawab yang perlu dilaksanakan oleh syarikat.

Pandangan Friedman secara tidak langsung berkait rapat dengan keputusan mahkamah Dodge vs Syarikat Ford Motor yang memihak kepada pemegang saham. Keputusan ini memberi gambaran bahawa matlamat dan peranan utama syarikat adalah untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham dan bukan untuk diagihkan semula (Zachary Cheers, 2011). Matlamat ini dipegang oleh syarikat dan masyarakat sehingga pertengahan kurun ke 20 (Asyraf Wajdi Dusuki, 2005). Secara dasarnya, Friedman tidak menolak tanggungjawab ekonomi, perundangan dan etika yang perlu dilaksanakan oleh syarikat perniagaan, namun beliau menolak elemen filantropi dalam tanggungjawab sosial korporat tersebut. Wallich dan McGowan dalam (William J. Baumol, Rensis Likert, Wallich, & McGowan, 1970) menambah, CSR akan terus menjadi sebuah konsep yang kontroversi sekiranya pelaksanaan CSR tersebut tidak selari dengan kepentingan dan kehendak pemegang saham.

Walaupun terdapat pihak yang menolak pelaksanaan CSR dalam perniagaan, terdapat juga sarjana dan ahli industri yang menyokong konsep ini. Freeman (1994) mengatakan bahawa pengurus sesebuah syarikat korporat tidak hanya bertanggungjawab terhadap pemegang saham sahaja bahkan kepada seluruh *stakeholders* (Edward R. Freeman, 2010; Min Dong Paul Lee, 2008) Freeman juga berpendapat, kejayaan sesebuah perniagaan bergantung kepada kebolehan perniagaan tersebut menjaga hubungannya dengan seluruh pihak berkepentingan termasuklah masyarakat (Min Dong Paul Lee, 2008). Oleh itu, menurut pandangan sarjana yang menyokong konsep ini, pelaksanaan CSR secara tidak langsung akan mendatangkan manfaat yang besar bukan sahaja kepada masyarakat bahkan juga kepada masyarakat.

Teori Berkaitan CSR

Teori yang pertama ialah teori pihak berkepentingan (*stakeholders theory*). Teori ini dibangunkan oleh sarjana-sarjana bidang pengurusan yang kecewa dengan model teori terdahulu yang mengetepikan aspek praktikal sekitar tahun 1960-an. *Stakeholder theory* telah diperkemas dan diperbaharui dengan idea yang pelbagai dan bersistematik oleh Freeman pada tahun 1984 (Carroll, 2009; Chamhuri Siwar & Md Tareq Hossain, 2009; Jawed Akhtar Mohammed, 2007). Teori ini menjadi satu paradigma bagi memahami hubungan antara syarikat dengan masyarakat serta strategi pengurusan syarikat yang menekankan tentang kepentingan CSR.

Teori *Stakeholder* menegaskan bahawa sesebuah syarikat korporat itu terdiri daripada sebilangan pihak berkepentingan yang terdiri daripada individu atau sekumpulan individu yang mempunyai pemilikan atau tuntutan pemilikan, hak atau kepentingan dalam syarikat dan aktiviti yang dijalankannya pada masa lalu, masa sekarang ataupun masa hadapan masyarakat (Kazi Masuma Khatun & Hala Alautiyat, 2012). Oleh itu, teori ini memperakui bahawa sesuatu aktiviti atau tindakan yang dilakukan oleh syarikat korporat akan memberi kesan kepada kumpulan-kumpulan.

Selain itu, isu berkaitan matlamat ekonomi dan sosial dalam syarikat korporat tidak lagi menjadi titik perbincangan utama sebaliknya isu kemandirian sesebuah syarikat diberikan perhatian sepenuhnya. Kelangsungan syarikat tidak hanya bergantung dan memberi kesan kepada pemegang saham, tetapi juga semua pihak berkepentingan yang lain seperti eksekutif, pekerja, pelanggan dan juga masyarakat secara umumnya.

Pembentukan teori pihak berkepentingan ini secara langsung memberikan implikasi kepada pelaksanaan CSR. Melalui pembentukan teori, masalah-masalah berkaitan pengukuran dan penilaian pelaksanaan CSR oleh syarikat korporat dapat diselesaikan. Asyraf (2005) menambah, melalui teori ini, pengurus atau pegawai eksekutif syarikat melaksanakan tanggungjawab mereka terhadap para pekerja, pelanggan dan kerajaan yang dilihat lebih munasabah untuk diurus dan dilaksanakan. Berdasarkan teori ini dapat difahami bahawa, konsep CSR secara dasarnya merujuk kepada jangkaan yang ditetapkan oleh masyarakat kepada syarikat untuk tidak mendatangkan mudarat ketika menjalankan operasi perniagaan dalam masa yang sama memberi manfaat kepada masyarakat secara keseluruhannya.

Teori kedua berkaitan CSR ialah piramid tanggungjawab CSR. Teori ini diperkenalkan oleh Carroll (Min Dong Paul Lee, 2008) yang telah membahagikan peringkat tanggungjawab CSR kepada empat iaitu ekonomi, undang-undang, etika dan filantropi. Secara umumnya, organisasi perniagaan ditubuhkan dan diwujudkan sebagai satu entiti ekonomi yang bertujuan untuk menyediakan barang dan perkhidmatan kepada ahli masyarakat (Carroll, 1991). Motif keuntungan menjadi insentif utama bagi pengusaha dalam menjalankan aktiviti perniagaan mereka. Namun begitu, sebagai salah satu unit asas ekonomi, firma atau syarikat bertanggung jawab menyediakan barang dan perkhidmatan yang diperlukan oleh pengguna.

Tanggungjawab undang-undang (*legal responsibility*) merujuk kepada kepatuhan bank terhadap undang-undang dan peraturan yang telah ditetapkan oleh kerajaan. Bank perlu memastikan operasi perniagaan mereka mematuhi undang-undang sama ada ditetapkan oleh kerajaan persekutuan atau negeri (Carroll, 1991) sebagai memenuhi keperluan kontrak sosial antara perniagaan dan masyarakat. Tanggungjawab etika pula merujuk kepada aktiviti-aktiviti dan amalan-amalan yang dilakukan atau dilarang oleh ahli masyarakat walaupun ianya tidak termaktub dalam undang-undang. Tanggungjawab etika ini mengandungi standard-standard, norma-norma ataupun jangkaan yang menggambarkan keprihatinan terhadap apa yang dianggap oleh pengguna, pekerja, pemegang saham, dan komuniti masyarakat sebagai adil ataupun perlindungan terhadap hak moral pihak berkepentingan (Min Dong Paul Lee, 2008). Tanggungjawab etika boleh dilihat sebagai nilai-nilai dan norma-norma yang baru muncul yang diharapkan oleh masyarakat terhadap institusi korporat, walaupun nilai-nilai tersebut mungkin menggambarkan standard prestasi yang lebih tinggi daripada yang ditetapkan oleh undang-undang.

Tanggungjawab filantropi merangkumi tindakan-tindakan sektor korporat yang bertindak balas terhadap jangkaan masyarakat iaitu perniagaan menjadi warganegara korporat yang baik (*good corporate citizenship*) (Utusan Online, 2015). Ini termasuklah terlibat dalam keputusan atau program-program yang berkaitan dengan kebajikan manusia. Contohnya ialah sumbangan sektor korporat terhadap sumber-sumber kewangan seperti sumbangan terhadap seni, pendidikan atau komuniti. Program-program seperti program keusahawanan atau kepimpinan merupakan contoh tanggungjawab filantropi bagi sektor korporat. Tanggungjawab filantropi lebih menjurus kepada budi bicara dan kesediaan secara sukarela institusi korporat walaupun selalunya terdapat jangkaan sosial bahawa sektor korporat itu menyediakannya.

Pelaksanaan CSR Di Institusi Perbankan Di Malaysia

Pelaksanaan CSR oleh institusi perbankan di Malaysia boleh diklasifikasikan mengikut tema berikut:

Ruang Lingkup Pelaksanaan CSR Berdasarkan Piramid Tanggungjawab CSR

Institusi perbankan di Malaysia melaksanakan tanggungjawab sosial mereka berdasarkan empat peringkat tanggungjawab CSR iaitu ekonomi, undang-undang, etika dan filantropi. Empat institusi

perbankan yang dipilih mewakili Bank 1 dan Bank 3 (bank Islam) serta Bank 2 dan Bank 4 (bank konvensional) dilihat melaksanakan CSR mereka berdasarkan piramid tanggungjawab ini. Hasil penelitian terhadap laporan kewangan keempat bank ini dinyatakan dalam jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Pelaksanaan CSR mengikut Piramid CSR

Peringkat tanggungjawab	Bank 1	Bank 2	Bank 3	Bank 4
Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perintis Platform Akaun Pelaburan (“IAP”), 2. menyediakan produk pelaburan baru - Akaun Pelaburan Wafiyah (“Wafiyah”) - akaun pelaburan berjangka tidak terhad berdasarkan Wakalah 3. Penjenamaan bersama dengan jenama terkemuka-Persatuan Bola Sepak Kelantan (“KAFA”), Pahang (“PFA”), dan Kedah (“KFA”) 4. Melancarkan Kad Debit-i Bank Islam Visa ONEXOX. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan pelbagai produk yang lebih menyeluruh kepada pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melancarkan platform akaun pelaburan berasaskan syariah sebagai alternatif kepada para pelabur 2. Perintis Platform Akaun Pelaburan (“IAP”) 3. Menyediakan produk kewangan yang berdaya saing – CASA (akaun semasa dan akaun simpanan berasaskan tawarruq), Aisya Debit Card-i (membolehkan pengguna berbelanja dan menyumbang kepada dana wakaf), Muamalat al-Rahn (pajak gadai Islam), Muamalat Gold-i (pelaburan emas melalui akaun simpanan atau pelaburan fizikal) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penggunaan perbankan digital 2. menyesuaikan produk dan perkhidmatan untuk memenuhi keperluan dan jangkaan pelanggan 3. Menaik taraf cawangan-cawangan supaya lebih mesra pelanggan 4. Melancarkan perbankan digital versi mudah alih (telefon bimbit dan tablet) untuk memudahkan para pelanggan 5. Bekerjasama dengan Malaysian Electronic Clearing Corporation Sdn Bhd (MyClear) untuk menawarkan kemudahan JomPAY 6. Memudahkan urusan-urusan berkaitan produk pembiayaan perdagangan berasaskan Islam
Undang-undang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beroperasi di bawah Akta Bank Islam 1983 2. Kepatuhan terhadap Majlis Penasihat Syariah berkaitan operasi perbankan berteraskan syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anti-Money Laundering and Counter Financing of Terrorism (AML/CFT) 2. Perlindungan Data Peribadi-beresuaian dengan Akta Perlindungan Data peribadi 2010 (PDPA) 3. Polisi Anti Penipuan Kumpulan-Penandatanganan kepada Ikrar Integriti Korporat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beroperasi di bawah Akta Bank Islam 1983 2. Kepatuhan terhadap Majlis Penasihat Syariah berkaitan operasi perbankan berteraskan syariah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar disemak secara kerap untuk memastikan bahawa mereka mencerminkan sebarang perubahan dalam perundangan 2. Tertakluk di bawah akta dan polisi berikut: <ol style="list-style-type: none"> a. Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing Framework b. Group Compliance Framework

Peringkat tanggungjawab	Bank 1	Bank 2	Bank 3	Bank 4
		Suruhanjaya Pencegahan Rasuah Malaysia (SPRM)		c. Whistle-blowing Policy, d. Policy of Conflict of Interest (incorporated in the Code of Ethics)
Etika	1. Mewujudkan suasana kerja yang mencerminkan profesionalisme, integriti, saling menghormati dan mengambil berat antara satu sama lain	1. Berpegang kepada nilai etika T.I.G.E.R. (<i>Teamwork, Integrity, Growth, Excellence & Relationship</i>) 2. Setiap aktiviti melibatkan pekerja dan pihak ketiga perlu berpandukan nilai-nilai tersebut.	1. Berpegang kepada nilai etika Care (mengambil berat), Integrity (integriti), Innovative (inovatif), Service Oriented (berorientasikan perkhidmatan and Respect (hormat-menghormati).	1. Semua eksekutif dan kakitangan Kumpulan dikehendaki mematuhi Kod Etika-C.R.E.A.T.E (Compliant, Responsible, Ethical, Accurate, Trustworthy, Equitable) 2. Kod Etika menyediakan hala tuju dalam menjalankan perniagaan, berinteraksi dengan masyarakat, kerajaan dan rakan-rakan perniagaan serta kelakuan am tempat kerja.
Filantropi	1. Projek Dana Wakaf AL-MAAD (P) Yayasan Islam Perlis 2. Projek pembangunan tanah wakaf dengan pemaju hartanah-pembiayaan dua projek pembangunan tanah wakaf di Klang, Selangor	1. Menyumbang 1% daripada keuntungan bersih bank untuk program-program kemasyarakatan.	1. Menyumbang dalam sektor kesihatan dan pendidikan melalui Dana Wakaf Muamalat 2. Memperuntukkan dana berjumlah RM 1 Juta untuk program CSR	1. Bergiat aktif dalam menyumbang dana dan tenaga kepada program-program CSR yang dijalankan oleh bank sehingga melayakkan Kumpulan dipilih sebagai pemenang bagi Tanggungjawab Sosial Korporat Terbaik Malaysia.

Sumber: (AMMB Holdings Berhad, 2016, 2017; Bank Islam Malaysia Berhad, 2016; Bank Muamalat Malaysia Berhad, 2016; Maybank Foundation, 2015)

Berdasarkan jadual di atas, institusi perbankan di Malaysia melaksanakan operasi mereka bersesuaian dengan peringkat tanggungjawab CSR yang telah digariskan oleh Carroll (1979). Walaupun tanggungjawab utama perbankan adalah meningkatkan keuntungan, namun pelaksanaan CSR yang dilakukan memastikan bank bertanggungjawab secara holistik kepada masyarakat.

CSR dalam Industri Perbankan mengikut Perspektif Stakeholders

Berdasarkan analisis terhadap laporan kewangan Bank 1, Bank 2, Bank 3 dan Bank 4, didapati bahawa keempat-empat bank ini peka dengan tanggungjawab sosial mereka. Aktiviti CSR yang dijalankan tertumpu kepada beberapa golongan sasaran atau *stakeholder*. Secara umumnya, *stakeholder* bagi

sesebuah bank terdiri daripada pemegang saham, para pekerja, para pelanggan (sedia ada, baru atau prospek) dan masyarakat secara keseluruhannya. Jadual 2 di bawah menunjukkan program-program berbentuk CSR yang dijalankan oleh Bank 1, Bank 2, Bank 3 dan Bank 4 terhadap pihak berkepentingan masing-masing.

Jadual 2: Pelaksanaan CSR oleh Bank-bank terpilih di Malaysia

Pihak berkepentingan	Bank 1	Bank 2	Bank 3	Bank 4
Pemegang saham	1. Menggalakkan budaya tadbir urus korporat yang kukuh bagi memaksimumkan nilai pemegang saham dan melindungi kepentingan mereka	1. Menyediakan maklumat yang diperlukan untuk memenuhi keperluan pemegang saham dengan lebih baik	1. Menaja program berasikal yang dianjurkan oleh DRB HICOM dan turut disertai oleh warga kerja Bank Muamalat sebagai langkah mengeratkan hubungan dan kerjasama dengan pemegang saham utama bank.	1. Menyediakan maklumat yang diperlukan untuk memenuhi keperluan pemegang saham dengan lebih baik
Eksekutif dan staf	1. Mewujudkan pelbagai inisiatif kepada para pekerja 2. Menyediakan persekitaran tempat kerja yang kondusif 3. Pembangunan kepimpinan, teknikal dan kemahiran insaniah	1. Mempelbagaikan medium komunikasi dengan para pekerja 2. Menyediakan program pendidikan dan latihan yang bersesuaian	1. Menganjurkan Majlis Tilawah Al-Quran Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB). 2. Mengadakan Program Mari Mengaji dan menghantar kakitangannya untuk menunaikan Umrah 3. Mengadakan Program Pemeriksaan Kesihatan & Kempen Derma Darah bertujuan untuk mendidik kakitangan Bank Muamalat mengamalkan cara dan gaya hidup sihat	1. Mewujudkan tempat kerja yang sihat untuk keluarga AmBank- melalui pelaksanaan program-program yang dapat memupuk tenaga kerja, komunikasi, dan peningkatan prestasi. 2. Menyediakan pelbagai aktiviti sukan dan sosial serta aktiviti kompetitif di bawah Kelab AmBank Group (“KAG”), kelab sukan dan rekreasi Kumpulan AmBank untuk semua pekerja. 3. Menganjurkan Ekspo Perhubungan Kakitangan buat pertama kali pada 19 dan 20 Mei 2015 di Menara AmBank untuk mewujudkan kesedaran mengenai fungsi jabatan dan menggalakkan penglibatan pekerja di kalangan kakitangan Kumpulan AmBank.
Pelanggan Pasaran	1. Berterusan menyediakan produk-produk perbankan berlandaskan syariah 2. Menjalankan aktiviti-aktiviti bersama pelanggan (perseorangan atau korporat)	1. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan 2. Menyediakan kemudahan perbankan yang lebih baik – ke arah pendigitalan perbankan	1. Mewujudkan jalinan kerjasama yang baik dengan media melalui penganjuran pelbagai program seperti ATV Adventure with Media 2. Mengadakan program bersama pelanggan seperti TELEKOM, Kenanga,	1. Menandatangani perjanjian Jaminan Portfolio (“PG”) untuk meningkatkan lagi pembiayaan Small Medium Enterprise (“SME”) di Malaysia. 2. Memeterai perjanjian pembiayaan dengan UDA Holdings Berhad

Pihak berkepentingan	Bank 1	Bank 2	Bank 3	Bank 4
	<p>3. Menawarkan pelbagai jenis penyelesaian kewangan patuh Syariah</p> <p>4. Memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan</p> <p>5. Menawarkan produk-produk kewangan berasaskan Zakat & Wakaf</p>	<p>3. Menyediakan produk-produk perbankan yang lebih baik.</p>	<p>ASEAN Kaliber dan lain-lain sebagai usaha untuk mengukuhkan hubungan bank dengan pelanggan di samping memberi maklumat terkini berkaitan kebolehan dan kemampuan bank terutamanya berkaitan produk dan perkhidmatan kewangan yang disediakan.</p>	<p>bersama-sama dengan empat institusi kewangan lain untuk Kemudahan Pembiayaan Islam bersindiket sebanyak RM500 juta.</p> <p>3. AmBank melengkapkan transaksi PIN & PAY pertama pada da menjadi antara bank-bank pertama di Malaysia yang menggunakan kad dengan Nombor Pengenalan Peribadi (PIN) yang mematuhi standard Europay, MasterCard dan Visa (EMV) global</p> <p>5. Mengadakan ceramah untuk membantu pemilik perniagaan untuk lebih memahami dan lebih mengetahui apa yang dicari oleh jurubank dalam meluluskan pinjaman perniagaan</p>
Masyarakat	<p>1. Menjalankan aktiviti meningkatkan kesedaran masyarakat berkaitan perbankan syariah</p> <p>2. Memudahkan pemberian sumbangan melalui Terminal ‘e-Donation’ menggunakan Visa payWave.</p> <p>3. Program tumpuan masyarakat - AMAL Ihtimam</p> <p>4. Sumbangan wang ringgit untuk program melibatkan pelajar-pelajar asnaf UiTM</p> <p>5. Projek Bantuan Rumah</p> <p>6. Program Mempromosi Kebijaksanaan, Memupuk Bakat dan Pembinaan Sahsiah (PINTAR).</p>	<p>1. Penekanan terhadap pendidikan-menediakan program-program biasiswa</p> <p>2. Memberi bantuan kepada komuniti yang ditimpa bencana alam.</p> <p>3. Program pemerksaan ekonomi R.I.S.E. – untuk komuniti kurang bernasib baik menambahkan pendapatan mereka.</p>	<p>1. Program Kembali Ke Sekolah bersama Anak-anak Yatim</p> <p>2. Menyumbangkan 25 buah motosikal kepada Yayasan Amal Malaysia dan 2 buah van jenazah kepada Masjid</p> <p>3. Misi ziarah mahabbah & kebajikan masyarakat di rumah panjang, Ulu Pakan, Sibul, Sarawak</p> <p>4. Menyumbang Meja dan Kerusi kantin kepada Sekolah Kebangsaan Pendamaran Jaya, Pelabuhan Klang, Selangor</p> <p>5. Memberi sumbangan berupa beg dan duit raya untuk anak-anak Mahaad Tahfiz</p> <p>6. Memberikan peralatan mandian,</p>	<p>1. Program komuniti Ambank-Mykasih-inisiatif bantuan elauan dalam bentuk bantuan makanan untuk menampung kos sara hidup keluarga terpilih yang kurang berkemampuan.</p> <p>2. Program Amal Kembali ke Sekolah Kumpulan Ambank-memberi manfaat kepada para pelajar dari keluarga yang kurang berkemampuan</p> <p>3. Sambutan Perayaan Amal Kumpulan Ambank-fokus kepada kanak-kanak, warga emas, ibu tunggal, belia, golongan kurang upaya, dan anak-anak yatim.</p> <p>4. AmBank menganugerahkan RM150,000 kepada 20</p>

Pihak berkepentingan	Bank 1	Bank 2	Bank 3	Bank 4
			tuala serta selimut dan duit raya setiap seorang kepada golongan kurang bernasib baik (gelandangan) di sekitar kawasan Masjid Jamek, Kuala Lumpur. 7. Program Refleksologi (Malaysia Association of the Blind) bersama Orang-orang Tua Di Kuala Kubu Bharu	profesional muda yang mengemukakan idea dan aspirasi mereka dalam Kempen TRUE Potential
Alam sekitar	1. Program Hari Hijau sempena Hari Bumi 2. Bekerjasama dengan Universiti Malaysia Sarawak dan Pejabat Perikanan Daerah Sematan untuk menghasilkan dan menggunakan lima tukun tiruan kulit kerang di perairan pulau Talang-Talang berhampiran pantai Sematan, Sarawak	1. Pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar di seluruh ASEAN terutamanya pemuliharaan harimau.	1. Aktiviti Peyemaian dan Pebenihan Pokok Bakau" dipersisiran pantai Bagan Lalang, Sepang, Selangor 2. Berekreasi sambil beribadah-kegiatan selam skuba dan kegiatan kebajikan yang dijalankan dengan serentak-Memberi kesedaran kepada peserta tentang pentingnya eko-sistem dan habitat semula jadi di sekitar Malaysia khususnya di Semporna, Sabah di samping berinteraksi dengan golongan dan komuniti yang kurang bernasib baik.	1. Amalan pengurangan pembaziran Di seluruh bangunan dan pejabat serantau, seperti percetakan dua belah, mengurangkan cetakan warna dan menggunakan komunikasi elektronik dan bukannya cetakan digalakkan di mana mungkin. 2. Tiga bangunan Kumpulan ditetapkan sebagai bangunan tidak dibenarkan merokok 3. Mewujudkan kawasan dan landskap hijau untuk menyediakan poket kecantikan yang menenangkan untuk pengalaman perbankan yang lebih menarik. 4. Menaja Dromedary di Zoo Negara selama lebih 29 tahun dan dilanjutkan lagi bagi membolehkan generasi akan datang untuk menikmati haiwan unik tersebut.

Sumber: (AMMB Holdings Berhad, 2012, 2017; Bank Islam Malaysia Berhad, 2016; Bank Muamalat Malaysia Berhad, 2016; Maybank Foundation, 2015)

Berdasarkan jadual di atas, bank-bank konvensional dan bank-bank Islam dilihat komited dalam melaksanakan program CSR masing-masing. Aktiviti-aktiviti yang dijalankan tidak hanya tertumpu kepada satu kelompok *stakeholder* sahaja bahkan menyeluruh kepada semua *stakeholder*. Dapat disimpulkan bahawa institusi perbankan di Malaysia bertanggungjawab secara sosial dalam menjalankan operasi perniagaan mereka dengan menyumbang semula kepada masyarakat dan pihak berkepentingan yang lain.

Penutup

Berdasarkan perbincangan di atas, institusi perbankan sebagai salah sebuah entiti korporat di Malaysia sememangnya telah menjalankan program, aktiviti dan inisiatif CSR masing-masing. Pelaksanaan CSR ini selaras dengan Dasar Sosial Negara yang telah diwujudkan oleh kerajaan bagi menggalakkan syarikat korporat melaksanakan program CSR masing-masing. Pelbagai inisiatif, ganjaran dan anugerah diberikan kepada syarikat korporat termasuk institusi perbankan yang aktif dalam melaksanakan program CSR.

Program, aktiviti dan inisiatif CSR yang dijalankan oleh institusi perbankan akan melahirkan pekerja yang lebih beretika, mewujudkan syarikat yang lebih bertimbang rasa terhadap keperluan masyarakat dalam masa yang sama dapat mengurangkan pencemaran dan kerosakan alam sekitar. Selain itu, melalui program CSR, nasib golongan miskin akan lebih terbela melalui pelbagai bentuk bantuan yang diberikan oleh institusi perbankan sama ada berbentuk bantuan kewangan, material ataupun bantuan bukan material seperti kem-kem motivasi kepada pelajar dan sebagainya.

Melalui bantuan-bantuan tersebut, secara tidak langsung kemiskinan dalam negara dapat dikurangkan dan ekonomi negara akan dapat dibangunkan. Pembangunan ekonomi yang memberangsangkan akan mewujudkan lebih banyak peluang pekerjaan. Dengan itu, masyarakat akan dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa akan datang hasil daripada implikasi positif pelaksanaan CSR.

Rujukan

- Alexander Dahlsrud. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13(November 2006), 1–13. <https://doi.org/10.1002/csr>
- AMMB Holdings Berhad. (2012). *Tanggungjawab Sosial Korporat. Laporan Tahunan*. Kuala Lumpur. Retrieved from <https://www.ambankgroup.com/eng/InvestorRelations/AnnualReports/Documents/2012/BM/26CSR.pdf>
- AMMB Holdings Berhad. (2016). *Tanggungjawab Sosial Korporat. Laporan Tahunan 2016*. Kuala Lumpur. Retrieved from <https://www.ambankgroup.com/eng/InvestorRelations/AnnualReports/Documents/2016/BM/26B.pdf>
- AMMB Holdings Berhad. (2017). SUSTAINABILITY STATEMENT. In *Annual Report 2017*. Kuala Lumpur: AMMB Holdings Berhad,. Retrieved from <https://www.ambankgroup.com/eng/InvestorRelations/AnnualReports/Documents/2017/7.pdf>
- Archie B. Carroll. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38, 268. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Asyraf Wajdi Dusuki. (2005). Corporate Social Responsibility of Islamic Banks in Malaysia: A Synthesis of Islamic and Stakeholder's Perspectives. *Loughborough University's Institutional Repository*.
- Asyraf Wajdi Dusuki. (2007). Sistem Perbankan Islam Di Dalam Transformasi Kewangan, 1–28.
- Asyraf Wajdi Dusuki, & Tengku Farrah Maimunah Tengku Mohd Yusuf. (2008). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Model: Empirical Evidence from Malaysian Stakeholder Perspectives. *Malaysian Accounting Review*, 7(2), 29–54.
- Bank Islam Malaysia Berhad. (2016). *Memelihara Nilai*. Kuala Lumpur. Retrieved from http://www.bankislam.com.my/home/assets/uploads/BankIslam_AR16_BM_Low.pdf
- Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2016). *Bank Muamalat Annual Report 2016*. Kuala Lumpur: Bank Muamalat Malaysia Berhad. Retrieved from <https://www.muamalat.com.my/downloads/corporate-overview/annual/2016.pdf>

- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman. Social Responsibilities of the Businessman*. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84945349131&partnerID=tZOtx3y1>
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/AMR.1979.4498296>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (2009). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, (October 2015). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>
- Chamhuri Siwar, & Md Tareq Hossain. (2009). An Analysis of Islamic CSR Concept and The Opinions of Malaysian Managers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20(3), 290–298. <https://doi.org/10.1108/14777830910950685>
- Commission of the European Communities. (2001). *Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Commission of The European Community* (Vol. 366 final). Brussels. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Dasar Sosial Negara. (2003). Dasar Sosial Negara. Retrieved from http://www.pmo.gov.my/dokumenattached/Dasar/15DASAR_SOSIAL_NEGARA.pdf
- Davis, K. (1960). Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- Edward R. Freeman. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach - R. Edward Freeman - Google Books*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Strategic+Management:+A+Stakeholder+Approach&ots=60dgG6Q5OK&sig=zkZ7gw4k8cujd79DRx8RThxR4DI#v=onepage&q&f=false
- Fitch, H. G. (1976). Achieving Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.5465/AMR.1976.4408754>
- Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine - The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, 6(Newspaper Article), 33,122-124. Retrieved from <http://www.nytimes.com/>
- Jawed Akhtar Mohammed. (2007). *Corporate Social Responsibility in Islam. Thesis ph.D unpublished. Faculty of Business. New Zealand*. <https://doi.org/10.1108/17471110910939999>
- Kazi Masuma Khatun, & Hala Alautiyat. (2012). Corporate Social Responsibility: An Islamic Perspective. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 2(3), 415–433. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.22.02.21850>
- Maybank Foundation. (2015). *Leading Asia: Sustainability Report 2015*. Kuala Lumpur. Retrieved from http://maybankfoundation.com/images/pages/whoweare/sustainability_report/maybank_sustainability_report_2015/Maybank_SR15.pdf
- Min Dong Paul Lee. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Muhammad Adnan Khurshid, Abdulrahman Al-Aali, Ahmed Ali Soliman, & Salmiah Mohamad Amin. (2014). Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *Competitiveness Review*, 24, 258–274. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2013-0004>
- Utusan Online. (2015). Tanggungjawab sosial keutamaan Bank Rakyat. *Utusan Online*. Kuala Lumpur. Retrieved from <http://www.utusan.com.my/berita/komuniti/tanggungjawab-sosial-keutamaan-bank-rakyat-1.174703>
- William J. Baumol, Rensis Likert, Wallich, H. C., & McGowan, J. J. (1970). Stockholder Interest and

the Corporation's Role in Social Policy. In *A New Rationale for Corporate Social Policy* (pp. 39–60). New York: Committee for Economic Development.

Zachary Cheers. (2011). *The Corporate Social Responsibility Debate*. Liberty University. Liberty University. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>