

**PEMBANGUNAN KOMUNITI MELALUI INISIATIF
TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT (CSR): KAJIAN PENGALAMAN
PESERTA PROJEK PERLADANGAN CILI KONTRAK DI BUKIT AWANG,
PASIR PUTEH, KELANTAN**

OLEH

SARMILA BINTI MD SUM

Tesis diserahkan untuk memenuhi keperluan bagi ijazah Doktor Falsafah

Jun 2013

PENGHARGAAN

Syukur Alhamdulillah, atas rahmat, kasih sayang serta keizinanNya disertasi ini dapat diselesaikan dengan sempurna. Rakaman setinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada kedua-dua penyelia saya Dr Mohammad Reevany Bustami dan Dr Salfarina Abdul Ghapor atas segala tunjuk ajar, bimbingan, pendedahan, cetusan serta perkongsian idea, luangan masa dan keprihatinan sehingga menjadikan proses pelaksanaan disertasi ini satu pengalaman yang tidak ternilai untuk saya.

Rakaman terima kasih juga ditujukan kepada Puan Fauziah Ismail Pengurus PPK, Encik Muhammad Rahman mantan Pengurus Besar PPK, En Wan Anwar Pengurus Ladang PPK, Encik Mohd Hoesni Pengarah Yayasan Kemiskinan Kelantan, Pejabat Penggawa Bukit Awang juga kepada Mr. Yong Pengurus ladang syarikat yang telah memberikan kerjasama serta memudahkan proses pelaksanaan kajian bagi tujuan penghasilan disertasi ini.

Penghargaan istimewa kepada suami, Abdul Razak Muhidin yang sentiasa memberi sokongan daripada segenap aspek keperluan sepanjang pengajian, sesungguhnya penghasilan disertasi ini adalah kejayaan kita bersama. Juga khusus kepada anak-anak Shafiqah, Aishah, Rahah dan Muhammad Razen, semoga apa yang terhasil ini menjadi inspirasi semua untuk terus bersemangat, berusaha dan maju dalam bidang akademik.

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada emak dan bapak yang sentiasa mendoakan, Acik yang sentiasa membantu memudahkan perjalanan pengajian saya tanpa jemu serta keprihatinan semua adik-adik, Angah, Bang Lang, Lian, Bal, Hani, Amin, Mai dan Rofi. Semoga disertasi ini menjadi hadiah kepada harapan semua ahli keluarga.

Buat semua rakan-rakan seperjuangan yang sentiasa memberi sokongan khususnya Zaimah, Shikin, Novel, Amna, Shukri, Suzie, Ezarina, Nurul, Miza, Maryam, Ain, Mel dan Yan, terima kasih atas perkongsian ilmu dan nilai persahabatan yang terjalin antara kita. Juga ucapan penghargaan dan terima kasih kepada Pak Shaikh dan Cikgu Laili suami isteri yang sentiasa bersedia membantu menjadikan Pulau Pinang rumah kedua saya sepanjang pengajian.

Ribuan penghargaan serta setinggi terima kasih juga saya panjangkan kepada semua *guru-guru* saya di lapangan Pak Muda, Mak Usu, Tn Haji Che Mad, , Tn Haji Ghazali, En. Azmi, En. Awang, Cikgu Salleh, Kak Bedah, Pak De, Cik Lah, Mak Esah, Mak Su Zaini, Pak Pa, Makcik Zizah, Pak Sahak, Hudek, Kak Hit, Pak Yassin, Pak Mat Ali, Cik Senah, Pak Kob, En. Lah, Kak Ni, Pok Nik, En. We, En. Ismail, En. Muhammad, Mok Mas, Cikgu Razak, Pak War, Pak Teh Zahari, Zaharah, Som, Tuan Nah, Siti, Mak Moh, Pak Jusoh, Nazeri, En. Din, Pok Rahman, Mak Ngah Pisah, En Muhammad, Mek Na, Mak Bidah dan Roslina. Semua ilmu yang saya peroleh daripada perkongsian pengalaman tuan puan akan saya bawa bersama sepanjang tugas sebagai pendidik dan penyelidik. Hanya Allah sahaja yang dapat membalas budi sehingga terhasilnya disertasi saya ini.

Akhir sekali, terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak Universiti Kebangsaan Malaysia dan Kementerian Pengajian Tinggi selaku majikan dan penaja atas peluang dan bantuan kewangan yang diberikan bagi pengajian siswazah saya serta kakitangan Universiti Sains Malaysia terutama sekali Pusat Pengajian Kemasyarakatan dan Institut Pengajian Siswazah serta semua pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung atas segala bantuan dan sokongan selama pengajian saya di USM.

JADUAL KANDUNGAN

	Halaman
PENGHARGAAN	ii
JADUAL KANDUNGAN	iv
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xii
SENARAI KEPENDEKKAN UNTUK PERKATAAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENGENALAN KEPADA PERMASALAHAN KAJIAN	
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Permasalahan Kajian.....	3
1.3 Persoalan Kajian.....	13
1.4 Objektif Kajian.....	13
1.5 Skop Kajian.....	14
1.6 Kepentingan Kajian.....	15
1.7 Struktur Organisasi Tesis.....	17
BAB 2 INISIATIF TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT (CSR) DAN PEMBANGUNAN KOMUNITI	
2.1 Pengenalan.....	19
2.2 Hubungan Syarikat Korporat dan Masyarakat.....	19
2.3 Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR).....	21
2.4 Perlaksanaan Konsep CSR Ke Atas Komuniti.....	24
2.4.1 Penglibatan Korporat Dalam Komuniti (CCI).....	25
2.4.2 Hubungan Korporat Dengan Komuniti (CCR).....	26
2.6.3 Inisiatif Sosial Korporat (CSI).....	28
2.5 Senario Praktis CSR di Malaysia.....	29
2.6 Pembangunan Komuniti.....	31
2.6.1 Definisi Pembangunan Komuniti.....	32

2.6.2	Perspektif Pembangunan Komuniti.....	37
2.7	Komponen Pembangunan Komuniti.....	41
2.7.1	Pembinaan Keupayaan dan Kapasiti.....	42
2.7.2	Modal Sosial.....	46
2.7.3	Keperkasaan.....	49
2.7.4	Kesejahteraan komuniti	53
2.8	Pembangunan Komuniti di Malaysia.....	55
2.9	Kesimpulan.....	59

BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL KAJIAN INISIATIF CSR BAGI PEMBANGUNAN KOMUNITI

3.1	Pengenalan.....	61
3.2	Teori Pemegang Taruh (Stakeholder) Dan Konsep CSR.....	61
3.2.1	Pihak Pemegang Taruh.....	62
3.2.2	Aplikasi Teori Pemegang Taruh Terhadap Konsep CSR.....	65
3.3	Model Pembangunan Komuniti.....	69
3.4	Pendekatan Pelaksanaan Pembangunan Komuniti.....	74
3.4.1	Pendekatan Penilaian Keperluan (Need Assessment Approach)	74
3.4.2	Pembangunan Komuniti Berasaskan Aset (Asset Based Community Development –ABCD)	76
3.5	Definisi Komuniti Daripada Perspektif CSR.....	78
3.6	Kerangka Konseptual Kajian.....	85
3.7	Kesimpulan.....	88

BAB 4 ULASAN KAJIAN-KAJIAN INISIATIF CSR DAN PEMBANGUNAN KOMUNITI

4.1	Pengenalan.....	90
4.2	Strategi Inisiatif CSR Terhadap Komuniti.....	90
4.3	Usaha CSR Membantu Peranan Kerajaan Dalam Pembangunan.....	96
4.4	CSR dan Usaha Pengurangan Kadar Kemiskinan.....	101
4.5	CSR dan Pembangunan Keupayaan Komuniti.....	105
4.6	Penilaian Usaha CSR Terhadap Pembangunan Komuniti.....	108

4.7	Kajian Inisiatif CSR di Malaysia.....	112
4.8	Perbincangan Kajian CSR dan Pembangunan Komuniti.....	114
4.9	Kesimpulan.....	116

BAB 5 METODOLOGI KAJIAN

5.1	Pengenalan.....	117
5.2	Reka Bentuk Kajian.....	117
5.3	Falsafah dan Konsep Kajian.....	118
5.4	Kaedah Kajian.....	120
5.5	Pemilihan Kes Kajian.....	122
5.6	Pemilihan Sampel Kajian.....	125
5.7	Pengumpulan Data.....	128
	5.7.1 Instrumen Kajian.....	129
	5.2.4 Skop Temu Bual.....	130
5.8	Perekodan Data.....	132
5.9	Analisis Data.....	133
	5.9.1 Fasa Analisis Pertama.....	134
	5.9.2 Fasa Analisis Kedua.....	137
5.10	Batasan Kajian.....	140
5.11	Etika Penyelidikan.....	141
5.12	Kesimpulan.....	142

BAB 6 LATAR BELAKANG KES KAJIAN

6.1	Pengenalan.....	143
6.2	Projek CSR: <i>Spicing Community Project</i>	143
6.3	Latar Belakang Syarikat Korporat.....	143
	6.3.1 Syarikat Korporat dan Projek inisiatif CSR Perladangan Cili Kontrak.....	144
6.4	Latar Belakang Pertubuhan Peladang Kawasan (PPK) Bukit Awang.....	145
	6.4.1 PPK dan Projek inisiatif CSR Perladangan Cili Kontrak.....	148
6.5	Latar Belakang Bukit Awang dan Komuniti Peladang.....	149

6.5.1	Komuniti Peladang Bukit Awang.....	151
6.6	Pelaksanaan Projek Perladangan Cili Kontrak.....	151
6.6.1	Sejarah Pelaksanaan Projek.....	152
6.6.2	Penglibatan Komuniti.....	153
6.6.3	Struktur Pelaksanaan Projek.....	155
6.6.4	Syarat Kontrak Projek	156
6.6.5	Kuota Bekalan dan Harga Kontrak Cili.....	157
6.7	Kesimpulan.....	158

BAB 7 PROJEK INISIATIF CSR PERLADANGAN CILI KONTRAK MENURUT PERSPEKTIF PENGALAMAN PELADANG

7.1	Pengenalan.....	159
7.2	Latar belakang Responden.....	159
7.2.1	Umur dan Gender.....	161
7.2.2	Pekerjaan Sebelum Terlibat Dengan Projek	162
7.2.3	Pekerjaan Selepas Terlibat Dengan Projek.....	164
7.2.4	Pendapatan Sebelum dan Selepas Terlibat Dengan Projek.....	165
7.2.5	Tahap Pendidikan.....	170
7.2.6	Bilangan Isi Rumah.....	170
7.3	Tema-Tema Utama dan Tema-Tema Asas Kajian.....	170
7.3.1	Tema Utama TU-1: Hubungan dan Kerjasama.....	172
7.3.2	Tema Utama TU-2: Sokongan Organisasi (PPK).....	175
7.3.3	Tema Utama TU-3: Peluang Menjana Sumber Pendapatan.....	181
7.3.4	Tema Utama TU-4: Penjanaan Aset.....	184
7.3.5	Tema Utama TU-5: Sikap Positif Peladang.....	188
7.3.6	Tema Utama TU-6: Inisiatif Peladang.....	193
7.3.7	Tema Utama TU-7: Peningkatan Produktiviti dan Hasil Ladang.....	197
7.3.8	Tema Utama TU-8: Peluang Kerja Ladang Lebih Baik.....	201
7.3.9	Tema Utama TU-9: Kesesuaian Minat, Kemahiran Serta Budaya...	206
7.3.10	Tema Utama TU-10: Peningkatan Ilmu Pertanian dan Pengurusan.....	209
7.3.11	Tema Utama TU-11: Efisien Masa dan Tenaga.....	212

7.3.12	Tema Utama TU-12: Jaminan Pasaran.....	215
7.3.13	Tema Utama TU-13: Keperluan Kepada Pasaran.....	219
7.3.14	Tema Utama TU-14: Mewujudkan Kepuasan Diri.....	221
7.3.15	Tema Utama TU-15 : Pengiktirafan Keupayaan Peladang.....	225
7.3.16	Tema Utama TU-16: Gaya Kepimpinan (PPK).....	229
7.3.17	Tema Utama TU-17: Proses Pembelajaran.....	233
7.3.18	Tema Utama TU-18: Peluang Pekerjaan.....	235
7.3.19	Tema Utama TU-19: Membina Hubungan Keluarga dan Masyarakat.....	237
7.3.20	Tema Utama TU-20: Membina Kemahiran.....	240
7.3.21	Tema Utama TU-21: Penguasaan Kemahiran Khusus.....	244
7.3.22	Tema Utama TU-22: Kebebasan Bekerja.....	248
7.4	Gabungan Tema Asas dan Tema Utama.....	250
7.5	Kesimpulan.....	256

BAB 8 PROSES DAN HASIL PEMBANGUNAN KOMUNITI PELADANG CILI KONTRAK DI KAWASAN BUKIT AWANG, PASIR PUTEH, KELANTAN

8.1	Pengenalan.....	257
8.2	Komponen Pembangunan Komuniti.....	257
8.2.1	Modal Sosial.....	258
8.2.2	Modal Manusia.....	260
8.2.3	Sokongan Agensi Pembangunan (PPK).....	262
8.2.4	Kerjasama Syarikat Korporat.....	263
8.2.5	Pembinaan Kapasiti.....	265
8.2.6	Kesejahteraan Sosial.....	269
8.2.7	Kesejahteraan Ekonomi.....	272
8.2.8	Membina Keperkasaan.....	274
8.3	Proses dan Hasil Pembangunan Komuniti.....	277
8.4	Cabaran Proses dan Hasil Pembangunan Komuniti Peladang Cili Kontrak.	280
8.4.1	Pergantungan Pasaran.....	280
8.4.2	Kekangan Modal Sosial.....	282
8.5	Kesimpulan.....	283

BAB 9 PELAKSANAAN INISIATIF CSR TERHADAP PEMBANGUNAN KOMUNITI PELADANG DI BUKIT AWANG, PASIR PUTEH, KELANTAN

9.1	Pengenalan.....	285
9.2	Strategi Pelaksanaan Projek Dalam Konteks Inisiatif CSR.....	285
9.2.1	Strategi Inisiatif CSR Perkongsian Kerajaan-Swasta.....	285
9.2.2	Peranan Pihak PPK dan Syarikat Korporat Dalam Strategi Perkongsian.....	287
9.2.3	Peranan Peladang Dalam Pelaksanaan Projek Inisiatif CSR.....	291
9.2.3.1	Peladang Sebagai Komuniti CSR	291
9.2.3.2	Tindakan <i>Reciprocity</i> Dalam Penglibatan Komuniti.....	294
9.3	Strategi Pelaksanaan Projek Dalam Konteks Pembangunan Komuniti.....	297
9.3.1	Pendekatan Pembangunan Komuniti.....	297
9.3.2	Pembaikan Dalam Bidang Pertanian Negara.....	299
9.4	Model Pelaksanaan Inisiatif CSR Terhadap Pembangunan Komuniti	300
9.5	Kesimpulan.....	302

BAB 10 RUMUSAN DAN CADANGAN

10.1	Pengenalan.....	303
10.2	Rumusan Hasil Kajian.....	303
10.3	Sumbangan Kajian Kepada Perbincangan Konsep dan Teori Pembangunan Komuniti.....	304
10.4	Cadangan Kajian.....	309
10.4.1	Cadangan Untuk Kegunaan Polisi dan Dasar.....	309
10.4.2	Cadangan Untuk Kajian Masa Hadapan.....	311

BIBLIOGRAFI.....	314
-------------------------	------------

LAMPIRAN A.....	344
------------------------	------------

LAMPIRAN B.....	346
------------------------	------------

SENARAI JADUAL

		Halaman
Jadual 2.1	Lima Dimensi <i>CSR</i>	22
Jadual 2.2	Inisiatif <i>CSR</i> Terhadap Komuniti.....	27
Jadual 2.3	Komponen Kerangka Tanggungjawab Sosial Korporat di Malaysia.....	30
Jadual 2.4	Perspektif Pembangunan Komuniti.....	38
Jadual 2.5	Faktor-Faktor Utama Bagi Menjayakan Usaha Pembinaan Kapasiti.....	44
Jadual 2.6	Perbelanjaan Pembangunan, 1971-2010 (RM Juta).....	58
Jadual 3.1	Pemegang Taruh dan Tuntutan Terhadap Syarikat.....	64
Jadual 3.2	Tiga Bentuk Pendekatan Teori Pemegang taruh.....	65
Jadual 3.3	Tiga Perspektif Pengurusan Pemegang Taruh.....	66
Jadual 3.4	Elemen Model Pembangunan.....	70
Jadual 3.5	Perbezaan Pendekatan “Keperluan” dan “Aset” Dalam Pembangunan Komuniti.....	78
Jadual 3.6	Empat Kategori Komuniti.....	81
Jadual 3.7	Kategori Komuniti Dengan Faktor Geografi, Interaksi dan Identiti	83
Jadual 3.8	Tiga Pendekatan Merujuk Komuniti <i>CSR</i>	85
Jadual 4.1	Pendekatan Perkongsian Inisiatif <i>CSR</i>	91
Jadual 4.2	Pembangunan Komuniti Oleh Syarikat Perlombongan Minyak Yang Dipilih Bagi Tahun 2006.....	99
Jadual 5.1	Insiden Kemiskinan di Semenanjung Malaysia Mengikut Negeri...	123
Jadual 5.2	Bilangan Responden Mengikut Tahun Penyertaan.....	127
Jadual 5.3	Ringkasan Kaedah Analisis Colaizzi.....	134
Jadual 6.1	Anugerah Kejayaan PPK Bukit Awang.....	144
Jadual 6.2	Bilangan Peserta dan Keluasan Kawasan Tanaman.....	153
Jadual 6.3	Struktur Pelaksanaan Projek Perladangan Cili Kontrak.....	155
Jadual 6.4	Kuota Bekalan Cili Segar Yang Di Tawarkan oleh Syarikat Korporat.....	157
Jadual 6.5	Harga Kontrak Cili Segar.....	158
Jadual 7.1	Latar belakang Responden Kajian.....	159
Jadual 7.2	Tema Utama 1: Hubungan dan Kerjasama.....	172
Jadual 7.3	Tema Utama 2: Sokongan Organisasi (PPK).....	176

Jadual 7.4	Tema Utama 3 : Peluang Menjana Sumber Pendapatan.....	181
Jadual 7.5	Tema Utama 4: Penjanaan Aset.....	185
Jadual 7.6	Tema Utama 5: Sikap Positif Peladang.....	188
Jadual 7.7	Tema Utama 6: Inisiatif Peladang.....	193
Jadual 7.8	Tema Utama 7: Peningkatan Produktiviti dan Hasil	197
Jadual 7.9	Tema Utama 8: Peluang Kerja Ladang Lebih Baik.....	202
Jadual 7.10	Tema Utama 9: Kesesuaian Minat, Kemahiran Serta Budaya.....	206
Jadual 7.11	Tema Utama 10: Peningkatan Ilmu Pertanian Dan Pengurusan.....	209
Jadual 7.12	Tema Utama 11: Efisien Masa dan Tenaga.....	212
Jadual 7.13	Tema Utama 12: Jaminan Pasaran.....	215
Jadual 7.14	Tema Utama 13: Keperluan Kepada Pasaran.....	219
Jadual 7.15	Tema Utama 14: Mewujudkan Kepuasan Diri.....	222
Jadual 7.16	Tema Utama 15: Pengiktirafan Keupayaan Peladang.....	225
Jadual 7.17	Tema Utama 16: Gaya Kepimpinan (PPK).....	230
Jadual 7.18	Tema Utama 17: Proses Pembelajaran.....	233
Jadual 7.19	Tema Utama 18: Peluang Pekerjaan.....	236
Jadual 7.20	Tema Utama 19: Membina Hubungan Keluarga Dan Masyarakat	237
Jadual 7.21	Tema Utama 20: Membina Kemahiran.....	240
Jadual 7.22	Tema Utama 21: Penguasaan Kemahiran Khusus.....	244
Jadual 7.23	Tema Utama 22: - Kebebasan Bekerja.....	248
Jadual 7.24	Tema-tema Pengalaman Peladang.....	251
Jadual 8.1	Faktor-faktor Utama Yang Menjayakan Usaha Pembinaan Kapasiti Peladang.....	268
Jadual 9.1	Perbandingan Peranan Pihak Yang Terlibat Dalam Strategi Perkongsian CSR.....	286
Jadual 9.2	Tiga Pendekatan Merujuk Hubungan Komuniti CSR Dengan Syarikat Korporat	291
Jadual 9.3	Kategori Komuniti Kes Kajian Dengan Faktor Geografi, Interaksi dan Identiti.....	294
Jadual 10.1	Faktor C-S-R Inisiatif CSR Bagi Pembangunan Komuniti.....	309

SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 1.1 CSR dan Kesan Pelaksanaannya.....	9
Rajah 2.1 Pembinaan Kemahiran Untuk Membina Keperkasaan.....	51
Rajah 3.1 Model Pemegang Taruh Syarikat.....	63
Rajah 3.2 Kajian CSR dan Komuniti dalam Kerangka Teori Pemegang Taruh.....	68
Rajah 3.3 Model Pembangunan Komuniti.....	71
Rajah 3.4 Rantaian Pembangunan Komuniti.....	72
Rajah 3.5 Rantaian Pembangunan Komuniti dan Ekonomi.....	73
Rajah 3.6 Gambaran Komuniti.....	79
Rajah 3.7 Potensi Strategi Pengurusan Pemegang Taruh.....	84
Rajah 3.8 Kerangka Konseptual Kajian Inisiatif CSR Dan Pembangunan Komuniti	87
Rajah 4.1 Perbincangan Kajian Inisiatif CSR dan Pembangunan Komuniti.....	115
Rajah 5.1 Proses membangunkan tema kajian -Konstruk tahap pertama.....	137
Rajah 5.2 Proses membangunkan kategori Konstruk tahap ke dua.....	138
Rajah 5.3 Proses Analisis Data Kajian.....	140
Rajah 6.1 Struktur Pertubuhan Peladang.....	146
Rajah 6.2 Lokasi Penanam Cili di Kawasan Bukit Awang, Jajahan Pasir Puteh.....	150
Rajah 6.3 Struktur Pelaksanaan Projek Perladangan Cili Kontrak.....	155
Rajah 7.1 Taburan Umur Peladang Responden Kajian.....	161
Rajah 7.2 Taburan Pekerjaan Responden Sebelum Terlibat Dengan Projek CSR.....	163
Rajah 7.3 Taburan Pekerjaan Responden Selepas Terlibat Dengan Projek CSR.....	164
Rajah 7.4 Taburan Pendapatan Responden Kajian Sebelum Dan Selepas Terlibat Dengan Projek CSR.....	166
Rajah 7.5 Proses Kemunculan Tema Asas dan Tema Utama kajian.....	171
Rajah 7.6 Tema Utama Pengalaman Peserta Projek CSR Kajian.....	255
Rajah 8.1 Tema Pembangunan Modal Sosial Komuniti.....	259
Rajah 8.2 Sumbangan Jaminan Pasaran oleh Syarikat Korporat Kepada Komuniti.....	264

Rajah 8.3	Proses Pembinaan Kapasiti Peladang.....	266
Rajah 8.4	Komponen Kesejahteraan Sosial Komuniti Peladang.....	271
Rajah 8.5	Komponen Pembangunan Ekonomi Komuniti.....	273
Rajah 8.6	Komponen Pembinaan Keperkasaan Komuniti.....	276
Rajah 8.7	Proses dan Hasil Pembangunan Komuniti Peladang.....	279
Rajah 9.1	Model Pelaksanaan inisiatif CSR Terhadap Proses dan Hasil Pembangunan Komuniti Kajian.....	300

SENARAI KEPENDEKKAN UNTUK PERKATAAN

ABCD	Asset Based Community Development
ACCA	Association of Chartered Certified Accountant
CC	Corporate Citizenship
CCI	Corporate Community Initiatives
CCR	Corporate Community Relations
CSI	Corporate Social Investment
CSR	Corporate Social Responsibility
CSV	Creating Shared Value
FELCRA	Federal Land Consolidation and Rehabilitation Authority
FELDA	Federal Land Development Authority
ICRM	Institute of Corporate Responsibility Malaysia
KEMAS	Jabatan Kemajuan Masyarakat
LPP	Lembaga Pertubuhan Peladang
MDGs	Millennium Development Goals
MESRA	Malaysian Environment and Social Responsibility Award
MNE	Multi National Enterprise
NGO	Non-Governmental Organization
NAFAS	National Farmer Association
PLC	Public Listed Company
PPRT	Program Pembangunan Rakyat Termiskin
PNK	Pengeluaran Negara Kasar
PPK	Pertubuhan Peladang Kawasan
UNDP	United Nations Development Programme
WBCSD	World Business Council for Social Development

**PEMBANGUNAN KOMUNITI MELALUI INISIATIF
TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT (CSR): KAJIAN PENGALAMAN
PESERTA PROJEK PERLADANGAN CILI KONTRAK DI BUKIT AWANG,
PASIR PUTEH, KELANTAN**

ABSTRAK

Inisiatif Tanggungjawab Sosial Korporat (Corporate Social Responsibility – *CSR*) telah diunjurkan sebagai salah satu sumber bagi syarikat korporat menyumbang bersama dalam usaha pembangunan komuniti. Sehubungan itu, kajian ini bertujuan untuk meneliti dan mengenal pasti pengalaman komuniti yang terlibat sebagai peserta projek inisiatif *CSR* serta menganalisis bagaimana projek inisiatif *CSR* yang telah dilaksanakan oleh syarikat korporat membantu dalam usaha pembangunan komuniti. Seramai 45 peserta projek inisiatif *CSR* perladangan cili kontrak yang dilaksanakan di kawasan Bukit Awang, Pasir Puteh Kelantan telah dipilih melalui kaedah persampelan bertujuan teoretikal sebagai responden bagi kajian ini. Kajian berbentuk interpretif ini menganalisis naratif personal pengalaman peserta-peserta projek inisiatif *CSR* yang diperoleh melalui kaedah temu bual bersemuka. Sebanyak 110 tema asas (TA) telah dikenal pasti daripada analisis tematik yang dapat menggambarkan 22 tema utama (TU) pengalaman komuniti yang terlibat dengan projek *CSR* perladangan cili kontrak ini. Berasaskan kepada tema-tema utama tersebut, lapan kategori yang dirujuk sebagai komponen proses dan hasil pembangunan komuniti telah dikenal pasti iaitu 1) modal manusia, 2) modal sosial, 3) sokongan agensi pembangunan, 4) pembinaan kapasiti, 5) sokongan syarikat korporat, 6) kesejahteraan sosial, 7) kesejahteraan ekonomi dan 8) pembinaan keperkasaan. Kajian ini memberi pemahaman bahawa berdasarkan kepada pengalaman peladang yang terlibat, inisiatif *CSR* yang dikaji telah menyumbang kepada kemunculan komponen-komponen proses dan hasil pembangunan komuniti apabila dilaksanakan dengan strategi perkongsian yang melibatkan pihak kerajaan iaitu Pertubuhan

Peladang Kawasan (PPK) melalui pendekatan pembangunan yang memenuhi keperluan serta bertepatan dengan aset sedia ada komuniti penerima. Projek inisiatif *CSR* tersebut juga selari dengan aktiviti teras perniagaan syarikat korporat juga peranan asas agensi pembangunan yang terlibat. Strategi inisiatif *CSR* secara perkongsian antara kerajaan dan pihak swasta ini telah membantu membangunkan modal manusia dan modal sosial yang diperlukan dalam komuniti serta membina kapasiti komuniti yang menjurus kepada usaha mencapai kesejahteraan ekonomi, sosial dan juga pembinaan keperkasaan komuniti yang terlibat.

**COMMUNITY DEVELOPMENT THROUGH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) INITIATIVE: A STUDY ON THE EXPERIENCE OF THE
PARTICIPANTS OF CHILLI CONTRACT FARMING PROJECT AT BUKIT
AWANG, PASIR PUTEH, KELANTAN**

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (*CSR*) initiative has been provided as a source for the corporation to contribute together in community development. In this regard, the purpose of this research is to study and identify the experience of the community involved as participants in a *CSR* initiative project and to analyze how the *CSR* initiative project undertaken has helped the development of the community. A total of 45 participants of a *CSR* initiative chilli contract farming project undertaken at Bukit Awang, Pasir Puteh, Kelantan has been selected through the theoretical purposive sampling method as respondents for the research. This interpretive research analyses personal experience narratives of the *CSR* initiative project's participants obtained through the method of face-to-face interviews. A total of 110 basic themes (TA) has been identified as a the result of thematic analysis which depicting 22 main themes (MT) of the farmers experience as the community involved in the *CSR* contract farming project. Based on the said main themes, eight categories of community development process and outcome components have been identified comprising 1) human capital, 2) social capital, 3) support by development agency 4) capacity building, 5) support by corporation, 6) social well-being, 7) economic well-being and 8) empowerment building. This research gives the understanding that *CSR* initiative implemented by the corporation under study has contributed towards the process and outcome components of community development when it is carried out with a partnership strategy involving the government through the development agency that is the Local Farmers Association through development approach that fulfills the

need and in accordance with the existing asset of the recipient community. They said *CSR* initiative is also undertaken in compliance with the core business activity of the corporation and the basic function of the development agency involved. The *CSR* initiative partnership strategy between the government and the private sector has assisted in the development of human capital and social capital needed by the community for building up their capacity, which will eventually lead to the efforts to attain economic and social well-being and to build empowerment of the community involved.

BAB 1

PENGENALAN KEPADA PERMASALAHAN KAJIAN

1.1 Pendahuluan

Konsep Tanggungjawab Sosial Korporat (Corporate Social Responsibility) atau lebih dikenali dengan akronim *CSR* telah diintegrasikan dalam strategi perniagaan oleh syarikat korporat sebagai salah satu usaha bagi meningkatkan hubungan syarikat dengan masyarakat (Idemudia, 2009; Hamann, 2007; Porter & Kramer, 2006; Margolish & Walsh, 2003). Pelaksanaan *CSR* bukan lagi dilihat sebagai satu strategi syarikat untuk mendapatkan lesen beroperasi daripada masyarakat lokal, meningkatkan reputasi, memperlihatkan obligasi moral dan etika syarikat bagi tujuan kesinambungan (Porter & Kramer, 2006; Kotler & Lee, 2005; *World Business Council for Sustainable Development-WBCSD*, 2000) tetapi telah juga diunjurkan sebagai salah satu sumber bagi syarikat korporat menyumbang bersama dalam proses pembangunan (Frynas, 2009; Idemudia, 2008; Jenkins, 2005; Muthuri, 2007; Newell & Frynas, 2007; Sharp, 2006; Blowfied & Frynas, 2005; Hamann, 2003; Barney, 2003).

Oleh itu, pihak kerajaan, badan-badan bukan kerajaan (NGO), masyarakat serta institusi perniagaan sendiri telah melihat perlaksanaan inisiatif *CSR* sebagai satu amalan atau aktiviti yang mampu menghubungkan institusi perniagaan dengan pembangunan (Sharp, 2006; Blowfied & Frynas, 2005; Utting, 2003). Berbagai usaha telah dilaksanakan oleh berbagai pihak di peringkat antarabangsa mahupun lokal untuk menambahkan elemen pembangunan ke dalam amalan inisiatif *CSR* bagi tujuan meningkatkan keprihatinan syarikat terhadap isu-isu yang melibatkan masyarakat dan pembangunan (Bursa Malaysia, 2006;

Sharp, 2006). Pihak-pihak ini telah meletakkan harapan serta mengiktiraf peranan penting yang perlu dimainkan oleh sektor ini dalam mencapai objektif pembangunan komuniti.

Program Pembangunan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (United Nations Development Program - UNDP) telah memperkenalkan dan membangunkan konsep Matlamat Pembangunan Alaf Baru (*Millennium Development Goals* -MDGs)¹ yang juga menyatakan harapan bagi penglibatan syarikat korporat sebagai rakan kongsi global dalam usaha pembangunan (Akpan, 2006; Hamann, 2006; Kolk & Tulder, 2006). Keadaan ini secara tidak langsung mempamerkan satu keperluan sejagat untuk mewujudkan jalinan kerjasama di kalangan pihak-pihak yang bertanggungjawab terhadap pembangunan dengan kuasa pasaran supaya kecekapan pasaran dapat digembleng dengan pertanggungjawaban sosial sebagaimana yang dinyatakan oleh Abdul Rahman (2003) dalam syarahan *Pembangunan dan Kesejahteraan: Agenda Kemanusiaan Abad ke-21*. Pendukung konsep CSR mengharapkan melalui inisiatif ini, syarikat korporat akan mengambil peluang untuk mengisi kelompangan dalam usaha pembangunan yang perlu dilaksanakan terhadap komuniti tetapi masih belum terlaksana oleh agensi pembangunan atau kerajaan (Idemudia, 2008; Muthuri, 2007; Sharp, 2006; Hamann, 2003).

Namun begitu, keupayaan dan kemampuan inisiatif ini untuk menyumbang kepada pembangunan komuniti masih menjadi tanda tanya (Blowfield, 2007; Frynas, 2005; Jenkins, 2005). Laporan-laporan dan kajian-kajian yang membincangkan dan meneliti isu ini mempunyai pelbagai pandangan termasuk pandangan yang mempertikaikan keupayaan

¹Pada tahun 2002, Program Pembangunan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu telah mengisytiharkan Pembangunan Alaf Baru (Millennium Development Goals (MDGs) yang telah diterima oleh 147 Ketua Negara dan 189 perwakilan. Antara matlamat MDGs ialah i) membasmi kemiskinan dan kelaparan melampau; ii) mencapai pendidikan rendah sejagat; iii) menggalakkan persamaan jantina (gender) dan memperkasakan wanita; iv) mengurangkan kematian kanak-kanak; v) menambah baik kesihatan ibu; vii) memastikan kemapanan alam sekitar; viii) membangunkan kerjasama global untuk pembangunan (Zainal, 2005:128).

inisiatif CSR bagi tujuan ini (Blowfield & Frynas 2008, Utting, 2003). Maka, sejauh manakah inisiatif CSR ini dapat menjadi penghubung antara syarikat korporat dan masyarakat terutama sekali bagi tujuan untuk membantu usaha pembangunan komuniti masih belum dapat dinyatakan secara pasti.

1.2 Permasalahan Kajian

Secara umum, konsep CSR telah dibangunkan dengan tujuan untuk menggabungkan tanggungjawab ekonomi dan sosial syarikat korporat (Crane, Matten & Spence, 2008; Idemudia, 2008; Branco & Rodrigues, 2007; Knox & Maklan, 2004). Selaras dengan itu konsep ini telah menghubungkan syarikat korporat dengan isu-isu hak kemanusiaan, hak pekerja, pemuliharaan alam sekitar, pengurusan sumber manusia, keselamatan dan kesihatan pekerja, hubungan dengan pembekal dan para pelanggan serta hubungan dengan komuniti lokal (Portney, 2008; Branco & Rodrigues, 2007; WBCSD, 2000).

Berdasarkan kepada tanggungjawab ini, syarikat korporat telah melaksanakan berbagai aktiviti seperti meningkatkan sistem pengurusan keselamatan dan kesihatan pekerja, usaha pemuliharaan alam sekitar, membangunkan skema pensijilan dan pelabelan produk dan perkhidmatan, menganjurkan dialog dengan para pemegang taruh, melaksanakan perkongsian usaha dengan NGO serta meningkatkan sokongan bagi projek dan program pembangunan komuniti (WBSCD, 2000; Utting, 2005; Frynas, 2009).

Apa yang jelas daripada pelaksanaan inisiatif CSR ialah walaupun pada asasnya konsep CSR bukan hanya bertujuan secara fokus untuk komuniti, namun aktiviti-aktiviti yang dibincangkan sebagai memenuhi konsep CSR sering merujuk tanggungjawab kepada komuniti sebagai salah satu komponen utama dalam pelaksanaan inisiatif ini (Bursa Malaysia

2006; Kotler & Lee, 2000; Fathilatul & Ruhaya, (2011). Malah, kajian terhadap tema inisiatif CSR yang telah dilaksanakan oleh syarikat korporat mendapati tanggungjawab kepada komuniti telah mendominasi pelaksanaan program CSR oleh kebanyakan syarikat korporat (Kapelus, 2002).

Lanjutan daripada itu, muncul pendapat bahawa CSR, secara semula jadi, adalah merupakan usaha pembangunan yang dilaksanakan oleh sektor swasta bagi membantu melengkapkan usaha yang dilaksanakan oleh kerajaan dan juga institusi pembangunan multilateral terhadap komuniti (Vives, 2004: 46). Seterusnya, ia memberi ruang kepada peralihan peranan daripada pihak kerajaan kepada syarikat korporat dalam menyediakan sumber penambahbaikan sosial komuniti (Idemudia, 2008; Muthuri, 2007; Utting, 2003).

Namun, pada masa yang sama, inisiatif CSR terhadap komuniti turut menerima banyak kritikan. Bukan sahaja kritikan yang mengatakan bahawa syarikat korporat gagal melaksanakan inisiatif CSR yang menyokong pembangunan komuniti sebagaimana yang diharapkan oleh pihak yang memberi pengiktirafan terhadap inisiatif ini (Frynas, 2005; Fox, 2004), malah perbincangan yang meneliti pelaksanaan inisiatif ini terhadap komuniti turut menghujahkan bahawa inisiatif CSR yang dilakukan oleh syarikat korporat secara umumnya lebih tertumpu kepada inisiatif yang berbentuk filantropi² yang dilaksanakan tanpa perancangan bersama komuniti penerima atau agensi pembangunan yang berkaitan (Kolk & Tudler, 2006; Frynas, 2005; Newell, 2005; Barney, 2003).

²Filantropi adalah terma yang merujuk kepada aktiviti pemberian atau perkhidmatan secara sukarela untuk faedah orang lain. Namun konsep Filantropi adalah lebih luas dari konsep derma atau sumbangan kerana melalui aktiviti menderma tujuannya adalah untuk menyediakan keperluan segera yang diperlukan seperti makanan, tempat perlindungan, pakaian dan sebagainya manakala filantropi merangkumi bukan sahaja konsep sumbangan ini tetapi juga pemberian yang lebih luas bagi tujuan umum (Josie 2002:2).

Inisiatif yang dilaksanakan sebegini diandaikan bukan sahaja tidak memenuhi keperluan dan kehendak sebenar komuniti tetapi juga mempunyai potensi untuk dikawal penuh oleh syarikat dan menjadikan komuniti bergantung kepada syarikat korporat yang melaksanakan usaha tersebut bagi mendapatkan sumber yang disumbangkan (Muthuri, 2007; Barney, 2003). Inisiatif CSR yang berbentuk *paternalisme*³ ini dikhuatiri, jika berterusan dalam jangka masa yang panjang atau dilaksanakan tanpa disedaripada, bukan sahaja mewujudkan keadaan kebergantungan komuniti kepada syarikat tetapi juga dikhuatiri menyebabkan timbulnya isu sosial dalam komuniti yang tidak selari dengan objektif pembangunan komuniti (Muthuri, 2007; Botes & Rensburg 2000).

Maka wujud pandangan bahawa inisiatif CSR yang telah dilaksanakan oleh syarikat korporat tidak memberi pertimbangan kepada isu-isu pembangunan yang ada dalam sesebuah negara yang sedang membangun kerana dibelenggu oleh acuan negara-negara maju atau negara-negara asal sesebuah syarikat tersebut (Utting, 2003). Bukan itu sahaja, inisiatif ini juga dilihat tidak menepati kehendak kumpulan komuniti yang suara mereka kurang mendapat perhatian warga korporat di samping tidak sensitif kepada keutamaan dan kehendak lokal (Fox, 2004; Newell, 2005; Kapelus, 2002). Tidak kurang juga yang menganggap inisiatif CSR sebagai strategi *green wash* pihak syarikat korporat iaitu inisiatif yang bertujuan untuk mengaburi mata masyarakat dengan sesuatu isu yang mempunyai dimensi sosial namun pada hakikatnya isu tersebut merupakan isu perniagaan (Utting, 2003).

Keberkesanan usaha CSR terhadap komuniti juga dipertikaikan oleh sesetengah pihak atas alasan bahawa pelaksanaannya sering digabungkan dengan tujuan perniagaan dan bukan

³ Komuniti mengharap dan bergantung kepada syarikat korporat untuk menangani keperluan, kebajikan dan infrastruktur dalam komuniti (Muthuri 2007:77)

semata-mata untuk menyumbang kepada komuniti. Mereka mendakwa bahawa ia sering digabungkan bersama dengan usaha strategi perhubungan awam (*public relation*) yang merupakan salah satu daripada strategi pengurusan persepsi (*perception management*) oleh pihak syarikat bagi memastikan pihak yang berada di dalam dan di luar syarikat merasa berpuas hati dengan gaya pengurusan syarikat tersebut (Frynas, 2005; Newell, 2005; Kapelus, 2002). Malahan inisiatif *CSR* juga tidak terlepas daripada dikritik mempunyai agenda yang lebih besar dalam konteks ekonomi politik, apabila projek komuniti yang dilaksanakan oleh syarikat korporat dilihat mempunyai tujuan liberalisasi dan legitimasi terutama sekali bagi syarikat korporat multinasional (MNE) yang beroperasi di negara-negara sedang membangun. (Frynas, 2005; Kapelus, 2002).

Kesemua faktor ini telah dibincangkan oleh kajian *CSR* sedia ada sebagai faktor yang membatasi potensi pembangunan yang boleh dicapai melalui usaha sosial ini (Frynas, 2005). Namun begitu Sharp (2006) berpendapat kajian dan perbincangan *CSR* yang lepas terlalu cepat mengkritik usaha *CSR* tanpa secara jelas membincangkan asas kepada kritikan mereka terhadap fenomena ini. Beliau menghujahkan bahawa adalah tidak matang jika para pengkritik hanya melihat kepada keperluan syarikat korporat untuk melaksanakan tanggungjawab dalam pembangunan komuniti secara terpisah daripada matlamat dan tujuan asal penubuhan sesebuah syarikat tersebut.

Menyokong kepada hujah tersebut Eweje (2006) seterusnya mencadangkan, jika terdapat kegagalan dalam projek inisiatif *CSR* yang melibatkan komuniti, syarikat yang melaksanakan inisiatif tersebut tidak boleh terus dipersalahkan kerana pada hakikatnya sebagai sebuah institusi perniagaan, syarikat korporat juga perlu bersaing untuk melaksanakan fungsi ekonomi mereka. Menyedaripada hakikat tersebut, kajian-kajian *CSR* sedia ada

didapati terlalu tertumpu kepada melihat faktor yang perlu dilaksanakan oleh syarikat korporat melalui projek komuniti inisiatif *CSR* terhadap pembangunan sehingga terlepas pandang elemen tanggungjawab bersama (*reciprocal responsibility*) yang perlu wujud daripada pihak yang bertanggungjawab terhadap pembangunan komuniti iaitu pihak kerajaan atau agensi pembangunan dan juga pihak komuniti sendiri dalam mencapai pembangunan (Idemudia, 2008). Dengan itu, Sharp (2006) dan Idemudia (2008) merasakan lebih banyak maklumat perlu diperolehi daripada kajian berkaitan *CSR* dan pembangunan komuniti berserta dengan pemahaman yang mendalam tentang pelaksanaan *CSR* dan juga kesannya kepada komuniti daripada perspektif komuniti itu sendiri bagi menjawab kritikan terhadap inisiatif ini.

Kekurangan maklumat berkaitan dengan pelaksanaan *CSR* dan kesannya kepada penerima usaha ini telah diakui oleh kebanyakan pengkaji *CSR*. Keadaan ini berlaku bukan kerana tiada kajian yang telah dilaksanakan untuk mendapatkan jawapan kepada persoalan ini tetapi kerana maklumat berkaitan dengan kesan *CSR* kepada komuniti hasil daripada kajian-kajian yang telah dijalankan adalah sangat sedikit (Blowfield, 2007; Muthuri, 2007; Carron, Thomsen, Chan, Muro & Bhushan, 2006; Newell, 2005; Barney, 2003).

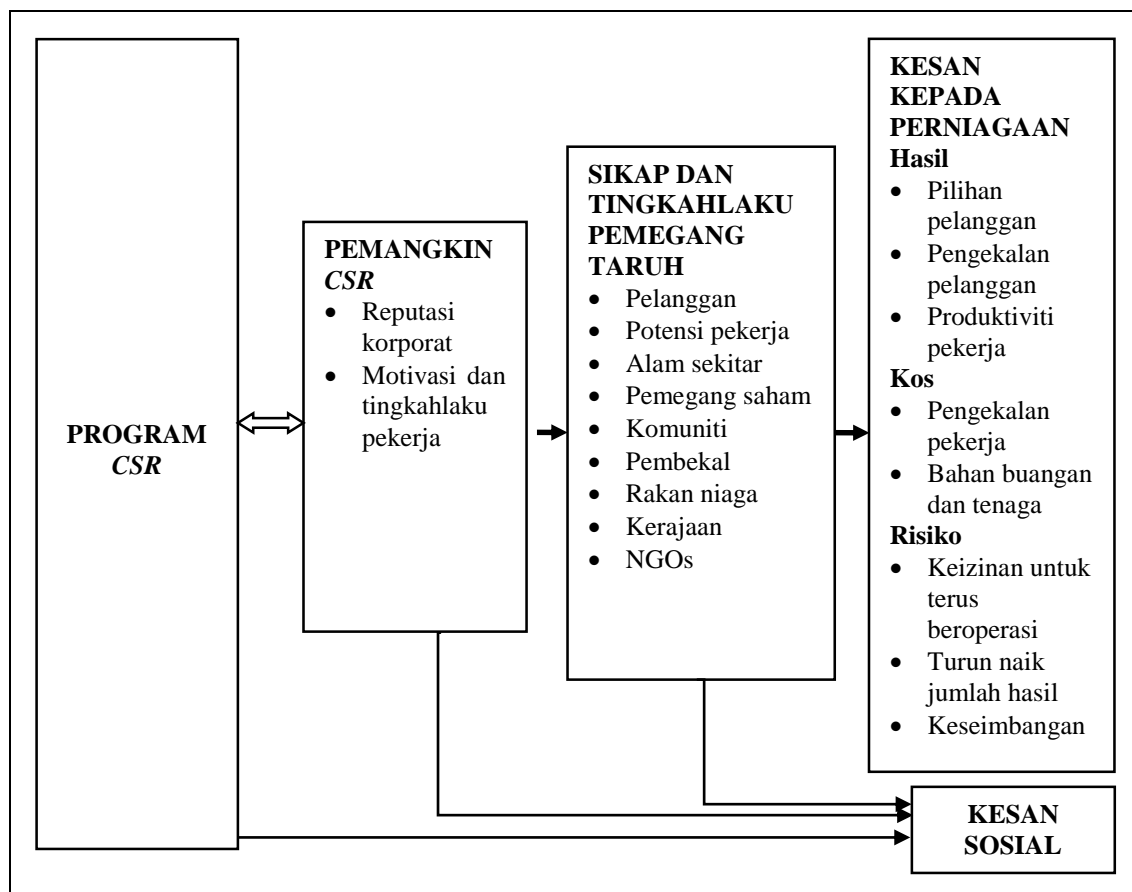
Keadaan ini diperjelaskan lagi apabila kajian Margolish & Walsh (2003) mendapati sebanyak 172 kajian empirikal *CSR* yang dilaksanakan antara tahun 1972 sehingga 2002 telah menganalisis hubungan pelaksanaan inisiatif ini dengan prestasi keuntungan syarikat yang melaksanakannya dan memberi tumpuan kepada hasil yang mempunyai kaitan dengan prestasi perniagaan. Kajian-kajian ini dirujuk sebagai kajian yang meneliti "*business case*" inisiatif *CSR*.

Fenomena ini menggambarkan hasil kajian *CSR* dalam membangunkan justifikasi hasil sosial daripada pelaksanaan inisiatif *CSR* yang dirujuk sebagai “*people case*” masih tidak mendapat perhatian. Kajian inisiatif *CSR* “*people case*” ini merujuk kepada kajian yang menilai sumbangan yang diberikan oleh syarikat korporat kepada komuniti penerima, impak positif yang wujud terhadap ekosistem, pengurangan kadar kemiskinan serta peningkatan dalam penglibatan komuniti yang berjaya dicapai, peningkatan keupayaan masyarakat yang kurang upaya atau peningkatan dalam pembasmian penyakit (Knox & Maklan, 2004) yang perlu dilihat melalui perspektif aktor sosial yang terlibat dan bukan daripada lensa yang memfokuskan kepada pihak syarikat korporat itu sendiri (Carron et al., 2006; Frynas, 2005; Blowfield, 2005). Dari perspektif teori pemegang taruh yang mendasari pelaksanaan konsep *CSR*, kajian “*people case*” ini juga akan mengisi kelompangan dalam perbincangan teori ini yang melihatnya melalui pendekatan instrumental pemegang taruh⁴.

Walaupun Knox & Maklan (2004) tampil dengan cubaan untuk membangunkan kerangka yang menghubungkan *CSR* dengan elemen hasil dan kesan pelaksanaannya, namun kajian yang mendapatkan pandangan daripada para pengurus firma yang melaksanakan inisiatif *CSR* ini hanya berupaya merumuskan bahawa pelaksanaan *CSR* telah memberi kesan kepada pendapatan, perbelanjaan dan juga risiko sesebuah syarikat tanpa membincangkan kesan sosial atau kesan inisiatif *CSR* ini kepada pihak penerima (rujuk Rajah 1.1). Rumusan kajian ini masih belum dapat menggambarkan prestasi sosial syarikat berhubung dengan komuniti atau masyarakat justeru menarik tumpuan untuk mengkaji inisiatif *CSR* daripada satu perspektif yang masih belum dinilai iaitu perspektif komuniti atau penerima kepada usaha ini (Blowfield, 2005; Carron et al., 2006; Frynas, 2005).

⁴ Perbincangan berkaitan teori pemegang taruh serta kekangan pendekatan instrumental dari perspektif pemegang taruh dibincangkan dengan mendalam dalam bab 3:

Lanjutan daripada itu Blowfield (2007) merumuskan bahawa kajian CSR sedia ada menilai 1) kesan CSR secara keseluruhan atau secara umum, 2) kesan CSR kepada keuntungan syarikat, 3) sikap, keprihatinan dan pelaksanaan CSR oleh syarikat dan 4) perlakuan pemegang taruh terhadap usaha CSR. Semua dimensi ini melihat inisiatif CSR daripada perspektif syarikat yang melaksanakannya dan tidak mampu membincangkan hubungan CSR dengan komuniti penerima usaha ini apatah lagi untuk membincangkannya daripada perspektif pembangunan komuniti.



Rajah 1.1: CSR dan Kesan Pelaksanaannya

Sumber: Knox & Maklan (2004: 511)

Dimensi kajian sedia ada yang dibincangkan oleh Blowfield tersebut didapati bertepatan dengan fenomena kajian *CSR* di Malaysia. Penelitian terhadap kajian-kajian sedia ada berkaitan inisiatif *CSR* di Malaysia mendapati kajian-kajian ini lebih tertumpu kepada isu pelaksanaan inisiatif *CSR* oleh syarikat korporat Malaysia seperti yang dijalankan oleh Mustaruddin Saleh (2009), Mustaffa Mohammad Zain & Rashidah Muhammad (2007); Hamezah et al. (2003); Tilt (1994); Kin (1990); Foo See Liang & Tan Mui Siang (1988) dan Teoh & Thong (1984). Kajian-kajian ini cenderung melihat corak dan praktis usaha *CSR* oleh syarikat korporat sama ada dengan membuat perbandingan terhadap pelaksanaannya mengikut tahun perniagaan mahupun berdasarkan jenis komponen atau tema tanggungjawab *CSR* yang telah dilaksanakan oleh syarikat yang dikaji.

Kebanyakan kajian-kajian ini memperoleh sumber maklumat *CSR* daripada laporan tahunan yang disediakan oleh syarikat korporat tersebut sedangkan penelitian oleh Blowfield (2007) mendapati badan yang mengawasi aktiviti pelaporan yang dibuat oleh syarikat korporat seperti ACCA (Association of Chartered Certified Accountant) telah mengakui kelemahan laporan tahunan syarikat sebagai medium maklumat bagi usaha *CSR* memandangkan maklumat yang dilaporkan lebih menjurus kepada isu alam sekitar berbanding dengan isu sosial. Keadaan ini telah menghalang pengkaji daripada melihat dan menilai manfaat dan impak usaha *CSR* yang telah dilaksanakan oleh syarikat korporat di Malaysia kepada komuniti di negara ini.

Dengan kekangan kajian yang melihat pelaksanaan inisiatif *CSR* dan kesannya kepada pihak komuniti, hujah yang menyatakan bahawa syarikat korporat dapat membantu usaha pembangunan komuniti juga tidak dapat diketengahkan secara sistematik di negara ini

sedangkan pelaksanaan inisiatif *CSR* oleh syarikat korporat di Malaysia sangat mendapat perhatian dan digalakkan oleh berbagai agensi.

Oleh itu terdapat kelompangan dalam kajian-kajian *CSR* sedia ada berkaitan hubungannya kepada pembangunan komuniti yang telah membawa persoalan yang masih belum terjawab mengenai kewajaran untuk melihat *CSR* sebagai satu instrumen syarikat korporat menyumbang kepada pembangunan dan seterusnya belum mampu menangkis hujah kritikan terhadap inisiatif ini. Walaupun kajian di peringkat global oleh Frynas (2009) terhadap syarikat-syarikat perlombongan minyak di dunia mendapati pelaburan yang dibuat oleh syarikat-syarikat korporat ini mencecah sehingga USD13.3 bilion bagi tujuan pembangunan sosial, namun perbincangan berkaitan manfaatnya kepada penerima lokal di negara-negara yang terlibat masih tidak dibincangkan.

Owen, Swift & Hunt (2001) mencadangkan bahawa untuk menyatakan inisiatif *CSR* terhadap komuniti yang dilaksanakan telah menyumbang kepada pembangunan komuniti, kajian tersebut perlu mengetahui sama ada usaha yang dijalankan itu memenuhi kehendak komuniti dan meningkatkan manfaat individu dalam komuniti tersebut. Ini bermakna inisiatif *CSR* terhadap komuniti perlu dilaksanakan dengan mengambil pendekatan penglibatan komuniti kerana isu ini penting dalam membina keupayaan komuniti lokal untuk berdiri sendiri di mana teori dan pandangan daripada perspektif pembangunan komuniti dapat membantu untuk menjelaskannya (Muthuri, 2007).

Maka, kajian yang ingin melihat kesan inisiatif *CSR* terhadap komuniti perlu memberi penumpuan kepada komuniti yang terlibat dan kajian tersebut dilaksanakan melalui pendekatan ataupun konsep yang mempunyai komitmen terhadap usaha untuk membawa

perubahan dalam komuniti. Pendekatan atau konsep tersebut perlu mempunyai hubungan asas kepada pembangunan dan berpotensi untuk mengubah perspektif kajian inisiatif *CSR* daripada hanya melihat kepada tindakan syarikat korporat untuk menyokong komuniti kepada satu perbincangan yang melihat hubungan yang paling produktif dan bagaimana ia boleh dilaksanakan dengan melibatkan kedua-dua belah pihak ini (Barney, 2003).

Dengan itu, kajian terhadap inisiatif *CSR* perlu dilihat melalui perspektif yang lebih kritikal bagi memahami apa yang telah dilaksanakan oleh syarikat korporat melalui inisiatif *CSR* ini (Sharp, 2007; Blowfied & Frynas, 2005; Utting, 2003). Kajian yang lebih sistematik perlu dilaksanakan bagi melihat kesan *CSR* kepada masyarakat yang terlibat dan juga seterusnya kepada pembangunan yang mungkin wujud sebagaimana yang diharapkan oleh pendukung konsep *CSR* dan juga agensi pembangunan (Frynas & Newell, 2007; Carron et al., 2006; Margolish & Walsh, 2005; Utting, 2003).

Fenomena ini seterusnya telah mewujudkan keperluan sumbangan daripada bidang seperti geografi, sains politik dan pengajian pembangunan bagi melengkapi usaha kajian-kajian *CSR* sedia ada yang selama ini didominasi dan tertumpu kepada bidang pengurusan perniagaan. Kajian-kajian *CSR* sedia ada ini lebih banyak membincangkan isu-isu perniagaan yang dirujuk sebagai perbincangan *business case* terhadap kesan pelaksanaan inisiatif *CSR* berbanding dengan perbincangan dalam konteks *people case* berkaitan dengan kesan pelaksanaan yang sama (Idemudia, 2008; Carron et al., 2006; Margolish & Walsh, 2003).

Bagi mengisi keperluan untuk meneliti apakah yang telah dilaksanakan oleh projek *CSR* terhadap komuniti, kajian terhadap komuniti yang terlibat dengan projek *CSR* oleh syarikat korporat perlu dijalankan bagi melihat kesan pelaksanaan inisiatif tersebut. Oleh itu,

kajian ini akan menganalisis pengalaman komuniti peserta sebuah projek *CSR* perladangan kontrak yang telah dilaksanakan oleh sebuah syarikat korporat di Malaysia yang bertempat di Bukit Awang, Pasir Puteh Kelantan dengan memberi fokus kepada pembangunan komuniti yang berlaku hasil daripada pelaksanaan projek *CSR* yang dikaji.

1.3 Persoalan Kajian

Berdasarkan kepada permasalahan kajian yang telah dibincangkan, kajian ini dilaksanakan bagi menjawab persoalan-persoalan berikut:

1. Apakah komponen pembangunan komuniti yang dialami oleh komuniti yang terlibat sebagai peserta projek inisiatif *CSR* syarikat korporat yang dikaji?
2. Bagaimanakah komponen pembangunan komuniti ini terhasil daripada penglibatan tersebut?
3. Bagaimanakah pelaksanaan projek inisiatif *CSR* tersebut dapat membantu pembangunan komuniti yang terlibat?

1.4 Objektif Kajian

Secara umumnya, kajian ini dijalankan dengan tujuan untuk memahami serta mengenal pasti komponen pengalaman peserta yang terlibat dengan projek inisiatif *CSR* syarikat korporat yang dipilih sebagai kajian kes. Berdasarkan kepada objektif umum tersebut, secara khususnya kajian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis perspektif pengalaman peserta projek tersebut dalam konteks pembangunan komuniti.
2. Membina model pelaksanaan projek inisiatif *CSR* syarikat korporat yang menyumbang kepada pembangunan komuniti.

1.5 Skop kajian

Kajian ini dilakukan ke atas sebuah projek inisiatif *CSR* syarikat korporat terhadap komuniti yang telah dipilih sebagai kajian kes. Projek inisiatif *CSR* syarikat korporat terhadap komuniti tersebut adalah projek perladangan cili kontrak yang dijalankan oleh komuniti peladang di kawasan Bukit Awang, Pasir Puteh Kelantan. Sehubungan itu, komuniti yang dirujuk dalam konteks inisiatif *CSR* dalam kajian ini adalah terhad kepada komuniti yang terlibat dengan projek perladangan cili kontrak ini dan bukan keseluruhan komuniti yang berada di kawasan kajian.

Menggunakan pendekatan kajian fenomenologi, fokus kajian adalah terarah kepada pengalaman harian penglibatan peladang dengan projek perladangan cili kontrak ini yang merangkumi perspektif dan makna yang diberikan oleh mereka terhadap projek yang telah dilaksanakan. Hasil kajian ini adalah daripada data temu bual bersemuka yang dijalankan terhadap komuniti peladang yang terlibat dengan projek *CSR* yang dikaji.

Daripada perspektif pembangunan komuniti pula, penumpuan kajian diberikan kepada pengalaman peladang yang dapat memberi makna kepada komponen pembangunan komuniti yang dialami oleh peladang tersebut. Justeru itu, kajian ini memberi fokus kepada penemuan komponen asas yang mendasari konsep pembangunan komuniti daripada analisis pengalaman komuniti yang telah dikenal pasti. Perbincangan konsep pembangunan komuniti yang lebih luas seperti konsep pembangunan komuniti mampan yang mencakupi elemen alam sekitar serta isu kesinambungan yang tidak terangkum dalam data pengalaman peserta *CSR* yang dikaji tidak diperbincangkan dalam kajian ini.

1.6 Kepentingan Kajian

Kajian mengenai pengalaman komuniti terlibat dengan pelaksanaan projek inisiatif *CSR* terhadap komuniti ini diharap mampu untuk dimanfaatkan oleh agensi-agensinya yang berkaitan, sama ada yang merupakan agensi utama yang terlibat dalam mengawasi aktiviti syarikat korporat di Malaysia mahupun agensi yang sama-sama terlibat sebagai penaung dalam pembangunan inisiatif *CSR* oleh syarikat korporat di Malaysia. Tujuannya adalah supaya inisiatif ini dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dengan bukan sahaja memberi manfaat kepada syarikat korporat tetapi juga kepada komuniti dan juga masyarakat sebagai penerima kepada inisiatif ini.

Selain itu, hasil kajian ini juga diharap dapat memberi maklumat dan senario praktikal inisiatif *CSR* yang ada di Malaysia kepada agensi pembangunan negara yang akan atau telah bekerjasama dengan syarikat korporat dalam memantapkan inisiatif *CSR* ini untuk terus mendapat tempat di Malaysia. Dengan kata lain, dapatan kajian ini diharap dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam mengetengahkan usaha ini, untuk mengenal pasti dan memahami kesan yang diterima oleh komuniti yang terlibat dan seterusnya membantu dalam membangunkan polisi yang dapat menambah baik pelaksanaan *CSR* sedia ada di negara ini. Jika dirujuk kepada Barney (2003:261), kunci penambahbaikan sumbangan kepada proses pembangunan ialah apabila pihak yang terlibat dengan proses ini berkeupayaan untuk melihat, memahami dan seterusnya mempengaruhi corak, implementasi dan akauntabiliti dalam sesuatu polisi yang berkaitan dengan usaha penambahbaikan tersebut.

Kajian ini juga dijangka dapat memberi manfaat kepada syarikat korporat yang telah melaksanakan program *CSR*, kerana maklumat berkaitan dengan nilai program yang telah mereka jalankan terhadap komuniti adalah perlu bagi memastikan keefisienan dalam

pengurusan operasi dan pembuatan keputusan berkaitan dengan strategi pelaksanaan inisiatif *CSR* tersebut. Maklumat ini juga diharapkan secara positif memberi impak kepada objektif organisasi dan juga objektif para pemegang taruh secara amnya.

Selain itu, memahami kesan pelaksanaan dalam konteks inisiatif *CSR* dan pembangunan komuniti secara keseluruhan adalah sangat perlu bagi membantu menangani kritikan tentang inisiatif ini sama ada untuk beralih daripada hanya melihat *CSR* sebagai usaha yang “dirasakan baik” kepada usaha yang “memang baik” atau sebaliknya. Kajian ini penting terutama sekali kepada negara-negara yang sedang membangun kerana dengan memahami apa yang diterima oleh komuniti, agensi pembangunan komuniti yang terlibat dapat membuat penilaian dan seterusnya membuat keputusan sama ada serius untuk melihat sektor korporat sebagai rakan dalam usaha pembangunan sama ada di peringkat lokal mahupun di peringkat antarabangsa sebagaimana yang dicadangkan oleh Blowfield (2007:648).

Sehubungan itu, kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada kajian *CSR* sedia ada terutama sekali kepada kajian *CSR* dan pembangunan komuniti. Kajian ini diharap dapat memenuhi dan menyahut saranan pengkaji-pengkaji konsep *CSR* dan pembangunan komuniti sedia ada terutama sekali Blowfield (2007) yang menyatakan bahawa kajian terhadap *CSR* lebih bermakna jika dilaksanakan dengan tujuan untuk melihat sejauh mana usaha syarikat korporat ini memberi nilai kepada komuniti dan secara khususnya mempunyai nilai dalam konteks objektif pembangunan komuniti.

1.7 Struktur Organisasi Tesis

Keseluruhan kandungan penulisan kajian ini mempunyai sepuluh bab. Bab pertama memfokuskan kepada perbincangan berkaitan dengan latar belakang kajian, permasalahan kajian, objektif, persoalan, skop dan kepentingan kajian ini. Bab ini bertujuan untuk memberi pengenalan secara keseluruhan berkaitan dengan kajian yang dijalankan. Bab dua memberi perhatian kepada dua konsep penting dalam perbincangan kajian ini iaitu konsep Tanggungjawab Sosial Korporat (*CSR*) dan juga konsep pembangunan komuniti. Konsep ini akan menjadi asas kepada perbincangan bab-bab penulisan yang seterusnya khususnya dalam membuat analisis dapatan kajian. Bab 3 membincangkan kerangka konseptual yang dibangunkan daripada teori pemegang taruh yang mendasari konsep *CSR* dan juga model dan pendekatan pembangunan komuniti sedia ada. Tafsiran komuniti daripada perspektif *CSR* juga dibincangkan bagi menggambarkan hubungan yang terjalin melalui konsep ini.

Bab empat pula meninjau kajian-kajian lepas yang membincangkan isu *CSR* dan pembangunan komuniti. Matlamat bab ini adalah untuk meletakkan kedudukan kajian ini dalam bidang kajian *CSR* dan pembangunan yang fokus kepada penilaian pelaksanaan inisiatif *CSR* syarikat korporat terhadap pembangunan komuniti. Bab lima menghuraikan secara deskriptif projek inisiatif *CSR* yang dipilih sebagai kajian kes bagi menggambarkan latar belakang projek inisiatif *CSR* yang dikaji. Bab enam pula menerangkan metodologi kajian daripada aspek reka bentuk, konsep dan falsafah, pemilihan sampel, pengumpulan data dan juga metod analisis data. Prosedur pengesahan konsistensi dan validiti serta pertimbangan etika kajian juga dibincangkan dalam bab ini.

Hasil dapatan kajian dibincangkan dengan terperinci dalam bab tujuh. Bab ini bertujuan untuk menjawab persoalan kajian yang pertama iaitu apakah yang dialami oleh komuniti yang

terlibat sebagai peserta projek inisiatif *CSR* yang dikaji. Sebanyak 106 tema asas telah muncul daripada hasil analisis naratif personal pengalaman peserta yang dipilih menjadi responden kajian yang telah dipadankan menjadi 22 tema utama bagi menjawab persoalan kajian. Bab lapan menyambung perbincangan analisis hasil dapatan kajian yang dibincangkan dalam bab enam dengan mengenal pasti kategori tema berdasarkan perspektif komponen pembangunan komuniti. Lapan kategori komponen pembangunan komuniti yang muncul daripada analisis tema ini adalah 1) modal manusia, 2) modal sosial, 3) pembangunan keupayaan, 4) sokongan agensi pembangunan (PPK), 5) sokongan syarikat korporat, 6) kesejahteraan sosial, 7) kesejahteraan ekonomi dan 8) pembinaan keperkasaan. Bab sembilan pula membincangkan pelaksanaan inisiatif *CSR* yang dikaji dalam mencapai komponen pembangunan komuniti yang telah dikenal pasti tersebut. Akhir sekali bab 10 menghuraikan kesimpulan kajian berkaitan projek inisiatif *CSR* yang dikaji kepada pembangunan komuniti yang terlibat dalam kajian ini dan seterusnya membincangkan sumbangan kajian terhadap korpus ilmu *CSR* dan pembangunan serta cadangan bagi kajian selanjutnya

BAB 2

INISIATIF TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT (CSR) DAN PEMBANGUNAN KOMUNITI

2.1 Pengenalan

Bab ini bertujuan untuk membicarakan konsep *CSR* serta konsep pembangunan komunitas yang diaplikasikan dalam kajian ini. Perbincangan akan dimulakan dengan penjelasan tentang definisi konsep *CSR* secara umum serta *CSR* yang memfokuskan kepada komunitas. Bab ini juga akan membicarakan definisi konsep pembangunan komunitas, serta komponen yang membentuk konsep ini. Kedua-dua konsep ini akan menjadi rujukan dalam menganalisis dapatan hasil bagi kajian ini.

2.2 Hubungan Syarikat Korporat dan Masyarakat

Bagi membicarakan inisiatif *CSR* dan menghubungkannya dengan pembangunan komunitas, perbincangan perlu dimulakan dengan melihat secara makro hubungan antara institusi perniagaan yang memainkan peranan sebagai pelaksana kepada inisiatif ini dengan masyarakat atau komunitas iaitu pihak yang menjadi penerima kepada inisiatif *CSR* ini.

Sejak bermulanya era globalisasi, terdapat perubahan yang ketara dalam melihat peranan institusi perniagaan terutama sekali dalam proses pembangunan (Reed & Reed, 2009). Institusi perniagaan tidak lagi hanya dinilai dengan melihat bagaimana prestasi ekonomi mereka dapat membantu menyumbang kepada petunjuk pembangunan sesebuah negara, tetapi penyebab dan proses bagaimana institusi perniagaan menyumbang kepada petunjuk pembangunan tersebut juga telah mula dinilai bersama (Barney, 2003:257). Setelah MDGs dibangunkan, selain daripada peningkatan prestasi Pengeluaran Negara Kasar (PNK)

yang dijadikan sebagai petunjuk kejayaan pembangunan sesebuah negara, MDGs juga telah mula dinyatakan oleh kebanyakan negara sebagai objektif pembangunan yang perlu diusahakan yang bukan hanya boleh diandaikan akan dapat direalisasikan dengan tercapainya peningkatan pendapatan negara (Zainal, 2005).

Pandangan mengenai hubungan masyarakat dan institusi ini telah terdahulu disuarakan oleh Steiner (1977) yang mendapati masyarakat sememangnya mempunyai harapan yang tinggi terhadap peranan sosial yang boleh dilaksanakan oleh institusi perniagaan. Ini bermaksud bahawa masyarakat tidak hanya akan berpuas hati dengan prestasi institusi perniagaan apabila syarikat perniagaan berjaya menggunakan sumber secara efisien kerana masyarakat mahukan institusi ini juga membantu mereka meningkatkan kualiti kehidupan.

Walaupun tidak ada persetujuan atau konsensus mengenai apa yang dimaksudkan tentang peningkatan kualiti kehidupan mahupun bagaimana institusi perniagaan boleh melaksanakannya, namun secara abstrak, terdapat persetujuan bahawa penambahbaikan dalam masyarakat meliputi peningkatan dalam pendapatan individu semua ahli masyarakat, peningkatan dalam tahap kesamaan manusia, kewujudan peluang bagi individu untuk memenuhi kehendak dan keperluan, pembangunan persekitaran yang bebas daripada pencemaran, pembangunan resolusi kepada masalah sosioekonomi asas dan juga peningkatan tahap kepuasan individu dalam masyarakat.

Penambahbaikan ini telah dikenal pasti oleh Steiner boleh dipenuhi oleh institusi perniagaan melalui tiga kategori tindakan sosial iaitu 1) dengan meminta pihak masyarakat menggariskan program yang perlu dilaksanakan oleh institusi perniagaan terhadap masyarakat 2) badan institusi ataupun individu yang mempunyai kuasa dan pengaruh tampil memberi

tekanan kepada institusi perniagaan supaya memenuhi tuntutan sosial melalui perundangan kerajaan ataupun 3) institusi perniagaan melakukan inisiatif bertindak balas secara sukarela bagi memenuhi kehendak masyarakat tersebut.

Adalah jelas bahawa kategori yang ketiga telah mendapat perhatian institusi perniagaan masa kini apabila konsep *CSR* telah dibangunkan sebagai strategi yang dipraktikkan secara sukarela oleh institusi perniagaan terutama sekali syarikat korporat dan syarikat multinasional dalam strategi perniagaan mereka bagi memenuhi keperluan kepada peranan yang perlu mereka laksanakan terhadap masyarakat.

2.3 Tanggungjawab Sosial Korporat (*CSR*)

Kajian-kajian yang meneliti perkembangan konsep tanggungjawab sosial institusi perniagaan mendapati konsep ini telah dicetuskan seawal abad yang kelapan belas apabila bermulanya Revolusi Perindustrian di Eropah. Namun begitu, era moden terhadap konstruksi tanggungjawab sosial ini sebenarnya telah bermula pada awal tahun 1950-an manakala definisi konsep ini telah berevolusi dan berkembang pada tahun 1960-an dan 1970-an. Justeru itu, konsep ini telah melalui beberapa siri perubahan dan pembangunan dalam pendekatannya, sehingga terbentuknya konsep yang kini dirujuk sebagai konsep Tanggungjawab Sosial Korporat atau *CSR* (Solomon & Solomon, 2004; Carroll, 1999).

Walaupun konsep *CSR* merupakan strategi yang menghubungkan institusi perniagaan dengan masyarakat, namun konsep ini masih belum mempunyai satu definisi yang diguna pakai secara umum (Idemudia, 2008; Manteaw, 2007; Dahlsrud, 2008). Kajian-kajian lepas mendapati terdapat definisi *CSR* yang berbeza antara negara, industri dan juga syarikat

bergantung kepada permintaan pihak yang berkepentingan dan juga lokasi pelaksanaannya.

Antara definisi yang diguna pakai untuk merujuk kepada konsep ini adalah:

“Komitmen institusi perniagaan dalam menyumbang kepada pembangunan ekonomi mampan, berusaha bersama-sama para pekerja, keluarga mereka, komuniti tempatan serta masyarakat secara umum bagi meningkatkan kualiti kehidupan mereka.”

(World Business Council for Social Development, 2000)

“Konsep di mana syarikat mengintegrasikan keprihatinan sosial dan alam sekitar dalam operasi perniagaan dan juga dalam interaksi mereka dengan pihak yang berkepentingan secara sukarela.”

(European Commission, 2002: dlm Fox 2004)

“Melaksanakan perniagaan dengan cara yang lebih daripada apa yang dituntut oleh etika, undang-undang, komersial dan lebih daripada apa yang masyarakat umum harapkan daripada sesebuah perniagaan.”

(Business for Social Responsibility, 2004: dlm Kotler & Lee 2005)

“Ketelusan dan keterbukaan praktis perniagaan berlandaskan kepada nilai etika dan hormat kepada komuniti, pekerja, alam sekitar, pemegang saham dan lain-lain pihak yang berkepentingan.”

(Bursa Malaysia, 2006)

Definisi-definisi ini secara umum memperlihatkan komitmen syarikat terhadap masyarakat serta mengandungi beberapa komponen yang telah mendasari definisi konsep ini. Komponen ini dirujuk oleh Dahlsrud (2008:4) sebagai dimensi konsep CSR yang boleh dikategorikan kepada lima dimensi utama iaitu dimensi alam sekitar, sosial, ekonomi, pemegang taruh dan juga usaha sukarela (rujuk Jadual 2.1).

Oleh kerana konsep CSR boleh diaplikasikan secara meluas bagi tujuan yang berbagai maka konsep CSR dicadangkan oleh Blowfield & Frynas (2005) sebagai satu payung yang secara umumnya mengiktiraf beberapa perkara penting iaitu 1) syarikat mempunyai tanggungjawab terhadap impak mereka kepada masyarakat dan alam sekitar yang melebihi daripada kepatuhan undang-undang ataupun tanggungjawab sebagai individu, 2) syarikat

mempunyai tanggungjawab terhadap pihak yang menjalankan perniagaan dengan mereka, dan
 3) syarikat perlu menguruskan hubungan mereka dengan masyarakat secara keseluruhan baik bagi tujuan perniagaan mahu pun bagi tujuan untuk menambah nilai kepada masyarakat.

Jadual 2.1: Lima dimensi CSR

Dimensi	Merujuk kepada	Contoh frasa
Alam sekitar	Alam semula jadi	<ul style="list-style-type: none"> • Alam sekitar yang bersih • Pemuliharaan alam sekitar • Keprihatinan alam sekitar dalam operasi syarikat
Sosial	Hubungan antara perniagaan dan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Menyumbang kepada masyarakat • Menggabungkan keprihatinan sosial dalam operasi perniagaan • Mengambil kira impak menyeluruh kepada komuniti
Ekonomi	Aspek sosio-ekonomi atau kewangan, termasuk menggabungkan konsep CSR dalam aktiviti ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Menyumbang kepada pembangunan ekonomi • Mengekalkan keuntungan operasi perniagaan
Pemegang taruh	Pihak berkepentingan atau kumpulan pihak berkepentingan	<ul style="list-style-type: none"> • Interaksi dengan pihak berkepentingan • Bagaimana syarikat berinteraksi dengan pekerja, pembekal, pelanggan dan komuniti
Usaha sukarela	Perkara yang tidak dinyatakan oleh undang-undang	<ul style="list-style-type: none"> • Berasaskan kepada nilai etika • Melebihi daripada keperluan undang-undang secara sukarela

Sumber: Diubahsuai daripada Dahlsrud (2006:4)

Namun begitu, apa yang penting ialah konsep CSR secara tidak langsung telah memotivasikan syarikat korporat untuk membangunkan inisiatif sosial yang memberi perhatian kepada kehendak dan keperluan semua pihak yang terlibat dalam operasi syarikat. Malahan Senser (2007) mendapati dengan adanya konsep CSR ini, semakin banyak syarikat terutama sekali syarikat korporat multinasional telah mula menyatakan justifikasi kewujudan

mereka bukan hanya bagi tujuan keuntungan semata-mata tetapi juga pada masa yang sama untuk memberi perkhidmatan kepada komuniti dan masyarakat.

2.4 Pelaksanaan Konsep CSR Ke Atas Komuniti

Peter F. Drucker dalam buku beliau bertajuk *Preparing Tomorrow's Business Leaders Today* yang diterbitkan pada tahun 1969 menyatakan bahawa:

“The new demand is a demand that business and businessmen make concern for society central to the conduct of business itself. It is a demand that the quality of life become the business of business.”

(Drucker, 1969:77 dalam Steiner, 1977:337).

Menyedari hakikat ini, Porter & Kramer (2006) tampil membincangkan strategi inisiatif CSR yang perlu dilaksanakan oleh syarikat korporat bagi memastikan inisiatif ini membawa impak yang positif kepada komuniti dan juga pada masa yang sama tidak membebankan syarikat. Ini bermaksud, inisiatif CSR perlu disepadukan dengan aktiviti dan strategi perniagaan syarikat bagi memastikan aktiviti tersebut membawa manfaat bersama kepada syarikat dan juga komuniti yang terlibat. Porter dan Kramer berpandangan bahawa syarikat dan komuniti perlu menyedari yang mereka saling memerlukan antara satu sama lain bagi tujuan pembangunan kedua-dua pihak. Sehubungan itu, dalam memilih inisiatif CSR yang akan dilaksanakan, pilihannya perlu membawa kebaikan kepada komuniti dan juga syarikat serta dapat dilaksanakan secara berterusan. Atas alasan ini mereka mencadangkan agar inisiatif CSR perlu dilaksanakan oleh syarikat berdasarkan prinsip *shared value* atau perkongsian nilai. Prinsip ini bertujuan untuk menyepadukan perspektif sosial dalam kerangka asas yang digunakan untuk menilai persaingan serta pembentukan strategi syarikat.

Secara praktis, beberapa konsep inisiatif CSR ke atas komuniti sebagai komponen pemegang taruh telah dilaksanakan oleh syarikat korporat. Inisiatif-inisiatif ini dirujuk,