



IMPLIKASI AMALAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT BERTERASKAN ISLAM TERHADAP PEKERJA

(The Impact of Islamic-Based Corporate Social Responsibility Practice Toward Employees)

Azlinda Boheran Nudin^{1*}, Mohd Rohiman Subri²

¹ Fakulti Komunikasi dan Industri Kreatif, Kolej Universiti Tunku Abdul Rahman, Perak, Malaysia

² Pusat Pengajian Ilmu Pendidikan, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang, Malaysia

*Corresponding Author: azlinda@tarc.edu.my

Received: 5 February 2021 • Accepted: 22 April 2021 • Published: 30 April 2021

Abstract

Islamic-based corporate social responsibility should be practiced especially for Islamic-based organizations to provide a good impact to the organization. This is because, the achievements of excellent Islamic organizations are also influenced by the practice of Islamic CSR. The objective of this study is to explore the impact of Islamic CSR practices towards the employees of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). This study applies qualitative methods using phenomenological approach through in-depth interviews with nine informants consisting of employees who are involved in CSR activities at BIMB. The results of the study found that there are three main impact of Islamic CSR activities toward employees, namely strengthening relationships, increasing their motivation to work and creating loyalty to the organization. In strengthening relationships, employees can connect with their superiors more closely, establish a good relationship with the community, build team spirit as well as be able to serve customers. Findings on their motivation shows that the employees feel valued, able to communicate with the community, build self-awareness and change their behaviour towards goodness. Loyalty to the organization is also formed when the organization implements CSR that is in line with Islamic principles, employees also have the opportunity to involve in welfare activities and the organization has a good reputation as a result of CSR implementation. Therefore, these findings help organizations to identify the impact of implementing CSR activities especially from Islamic perspective and at the same time the organization able to plan their CSR activities that can give good impact to their employees.

Keywords: *corporate social responsibility, Islamic perspective, impact, employees*

Abstrak

Tanggungjawab sosial korporat berteraskan Islam perlu diamalkan terutama bagi organisasi yang berteraskan Islam untuk memastikan implikasi yang baik terhadap organisasi. Hal ini dikatakan demikian kerana, pencapaian organisasi Islam yang cemerlang juga dipengaruhi oleh amalan CSR Islam. Objektif kajian ini memberi tumpuan untuk meneroka implikasi amalan CSR Islam terhadap pekerja di Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi melalui temu bual mendalam terhadap sembilan orang informan yang terdiri daripada pekerja yang terlibat dengan CSR di BIMB. Hasil kajian mendapati terdapat tiga implikasi utama terhadap pekerja iaitu mengeratkan hubungan, meningkatkan motivasi mereka untuk berkerja dan mewujudkan kesetiaan terhadap organisasi. Dalam mengeratkan hubungan, para pekerja dapat berhubungan bersama-sama pihak atasan dengan lebih dekat, mewujudkan silaturahim dengan masyarakat, membina semangat berpasukan di samping dapat berkhidmat kepada pelanggan. Dapatan terhadap motivasi diri mereka pula, mereka merasakan diri dihargai, berupaya berkomunikasi dengan masyarakat, membina kesedaran diri dan dapat merasakan perubahan tingkah laku ke arah kebaikan. Kesetiaan terhadap organisasi juga terbentuk apabila organisasi melaksanakan CSR yang bertepatan dengan prinsip Islam, pekerja berpeluang melaksanakan kebajikan dan organisasi mempunyai reputasi yang baik hasil pelaksanaan CSR. Oleh itu, dapatan ini membantu organisasi dalam mengenalpasti implikasi pelaksanaan aktiviti CSR terutamanya dari sudut perspektif islam dan dalam masa yang sama dapat merancang aktiviti-aktiviti CSR yang dapat memberikan implikasi yang baik terhadap pekerja.

Kata kunci: Tanggungjawab sosial korporat, perspektif islam, implikasi, pekerja

Cite as: Boheran Nudin, A., & Subri, M. R. (2021). The Impact of Islamic-Based Corporate Social Responsibility Practice Toward Employees. *Asian People Journal*, 4(1), 65-83.

PENGENALAN

CSR dapat menyumbangkan kelebihan kepada publik dalaman dan publik luaran bagi sesebuah organisasi. CSR merupakan salah satu inisiatif yang bijak oleh sesebuah organisasi kerana melalui CSR, organisasi berjaya melaksanakan sesuatu yang mampu memberi impak dan momentum positif kepada publik secara keseluruhannya. Dalam proses amalan CSR, organisasi dapat meningkatkan kerjasama atau perkongsian dengan pihak luar seperti pelanggan, NGO, institusi pendidikan, kerajaan tempatan dan rakan kongsi perniagaan.

Kerjasama ini dapat meningkatkan kejayaan dan memberi kesan yang baik terhadap inisiatif CSR (Jamali & Mirshak, 2007; Cooke, 2010; Nurasiah, 2018). Organisasi yang menjalankan CSR dilihat mampu mendapatkan kesetiaan pelanggan, hubungan yang baik dengan masyarakat, membina hubungan dengan pelanggan dan pemegang saham serta menarik minat pelabur (Portney, 2008; Gina, Santosa&Risna 2019).

Implikasi CSR terhadap pekerja perlu diteliti memandangkan pekerja juga memainkan peranan yang penting dalam memajukan sesebuah organisasi. Pekerja merupakan aset dan penggerak utama bagi sesebuah organisasi dalam membantu mengurus serta menjalankan operasi organisasi. Agama Islam menjelaskan bahawa manusia sebagai modal insan yang paling berharga yang dilengkapi dengan ilmu dan maklumat, potensi sumber dayanya bagi merancang, mengurus dan memakmurkan organisasi (Yusof & Aziz, 2008). Modal insan yang berkualiti dapat memberi manfaat kepada organisasi dan pihak berkepentingan. Nilai-nilai kemanusiaan dan penghargaan yang diberikan kepada pekerja dapat melahirkan modal insan yang berkualiti (Yusof & Aziz, 2008). Oleh yang demikian, implikasi terhadap pekerja adalah penting untuk diteroka bagi mengetahui kesan hasil daripada inisiatif CSR kerana pekerja memberi pengaruh yang besar terhadap kemajuan sesebuah organisasi.

Kebanyakan organisasi pada hari ini sedar tentang kepentingan inisiatif CSR. Kajian-kajian lepas berkaitan dengan implikasi CSR banyak menekankan tentang implikasi CSR terhadap imej dan reputasi. Hal ini dibuktikan apabila ramai sarjana berpendapat bahawa imej dan reputasi korporat merupakan dimensi yang mempunyai perkaitan kuat dengan CSR (Dowling, 1986; Mael & Ashforth, 1992; Branco & Rodrigues, 2006; Ysanne & Faulkner, 2004; Gina, Santosa&Risna 2019). Secara umumnya, inisiatif CSR dalam sesebuah organisasi dilihat dapat memberikan pelbagai impak yang positif bagi sesebuah organisasi termasuklah daripada aspek ekonomi, prestasi pekerja, kepuasan pelanggan, dan sebagainya. Fombrun dan Shanley (1990) juga mendapati bahawa reputasi organisasi mempunyai hubungan dengan kewujudan aktiviti kebajikan dan imej korporat pula merupakan gambaran pihak berkepentingan terhadap organisasi hasil inisiatif CSR. Organisasi moden pada masa ini banyak mengeluarkan kos untuk melakukan pengiklanan bagi menaikkan organisasi dan imej organisasi. Namun begitu, akhir-akhir ini organisasi telah sedar bahawa CSR merupakan salah satu kaedah yang berkesan bagi meningkatkan imej dan reputasi organisasi (Branco & Rodrigues, 2006; Schnietz & Epstein, 2005).

Santos (2011) dalam kajiannya juga menyatakan terdapat implikasi secara langsung dan implikasi tidak langsung terhadap pelaksanaan CSR. Implikasi secara langsung yang diperoleh oleh organisasi adalah mendapat reputasi yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pekerja manakala implikasi tidak langsung adalah organisasi dapat meningkatkan tahap jualan dan mengurangkan kos. Walau bagaimanapun, hasil kajian Santos (2011) mendapati bahawa faedah utama yang diperoleh hasil daripada inisiatif CSR adalah meningkatkan reputasi, motivasi pekerja, kualiti dan produktiviti.

Kajian Samina (2012), berkaitan dengan inisiatif CSR dalam kalangan bank Islam di Bangladesh mendapati bahawa bank yang banyak mengkomunikasikan aktiviti CSR akan mempunyai imej dan reputasi yang baik dalam kalangan masyarakat dan juga berjaya menarik lebih ramai pelanggan. Selain itu, kajian berkaitan implikasi CSR juga banyak menumpukan kepada implikasi CSR secara menyeluruh yang melibatkan masyarakat, pelanggan, pemegang saham, alam sekitar dan sebagainya serta banyak menumpukan kesan terhadap publik luaran berbanding dengan publik dalaman seperti pekerja. Terdapat beberapa kajian sahaja yang dilakukan berkaitan dengan kesan CSR terhadap pekerja (Lee & Bruvold, 2003; Peterson, 2004; Turker, 2009) disebabkan tumpuan pelaksanaan CSR lebih kepada publik luaran.

Kajian-kajian lepas mendapati pekerja lebih memilih untuk bekerja di organisasi yang mempunyai etika dan bertanggungjawab (Smith, 1994; Mamic, 2004; Boon, Tze, Lai, Haslinah, Tze & Chin, 2019). Peningkatan imej dan martabat organisasi dalam kalangan publik luaran melalui inisiatif CSR memberi kesan terhadap pengenalan diri pekerja melalui organisasinya. Pekerja merasa bangga memberitahu bahawa mereka bekerja di sesebuah organisasi sekiranya organisasi tersebut mempunyai reputasi yang baik (Peterson, 2004) melalui inisiatif CSR. Hal ini seterusnya dapat meningkatkan kesetiaan pekerja terhadap organisasi (Srchova, 2008). Menurut Cone, Feldman, dan T.DaSilva (2003), pekerja akan setia terhadap majikan sekiranya majikan menunjukkan komitmen dalam isu sosial dan melaksanakan tanggungjawab korporat.

Inisiatif CSR juga dapat mempengaruhi keputusan prospek pekerja untuk bekerja di organisasi (Cooke, 2010). Cooke (2010) dalam kajiannya mendapati kebanyakan organisasi sedar bahawa tanggungjawab korporat memberi faedah dari aspek tarikan dan pengekalan pekerja terhadap organisasi. Gond, El-Akrem, Igalens dan Swaen (2010) juga mendapati pelaksanaan CSR secara menyeluruh meningkatkan reputasi organisasi terhadap bakal pekerja dengan meningkatkan daya tarikan terhadap organisasi dan mempengaruhi pekerja yang sedia ada. Oleh itu, CSR dapat meningkatkan pengambilan pekerja berkualiti sekaligus mengekalkan pekerja yang terbaik.

Kajian yang dilakukan oleh Siwar dan Md. Harizan (2009) berkaitan dengan amalan CSR dalam aspek persekitaran dan sosial mendapati bahawa faedah melaksanakan CSR bagi organisasi bukan sahaja meningkatkan imej dan reputasi organisasi tetapi juga meningkatkan motivasi pekerja di dalam organisasi tersebut (Santos, 2011; Kechiche & Sparnot, 2012; Boon, et., 2019). Motivasi pekerja merupakan aspek yang penting kerana pekerja yang bermotivasi dapat melaksanakan tugas dengan ikhlas tanpa dipaksa serta berlapang dada dalam melakukan tugas yang diamanahkan.

Kajian ALshbiel dan AL-Awawdeh (2012) berkaitan dengan CSR dalaman (struktur organisasi, polisi pentadbiran, perubahan dan inovasi serta kesannya terhadap komitmen kerja) juga menunjukkan proses inovasi dalam CSR meningkatkan motivasi dan komitmen kerja dalam kalangan pekerja. CSR dalaman secara khususnya seperti mewujudkan persatuan kebajikan pekerja yang menjaga pekerja dari segi bantuan kecemasan, memberi peluang untuk melanjutkan pengajian, mementingkan kesihatan dan keselamatan pekerja serta ganjaran yang setimpal dapat menjadikan pekerja merasa dihargai seterusnya meningkatkan motivasi mereka untuk terus bekerja di dalam organisasi.

Pekerja yang berkhidmat di organisasi yang menjalankan tanggungjawab korporat lebih komited dalam melaksanakan tugas mereka disebabkan oleh kepuasan bekerja di dalam organisasi yang bertanggungjawab seperti dalam kajian Lee dan Bruvold (2003) yang melakukan kajian berkaitan dengan CSR dan kepuasan kerja, personaliti serta komitmen organisasi. Pengkaji mendapati CSR meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen kerja dalam kalangan pekerja. Lo, Egri dan Ralston (2008) dalam kajian mereka berkaitan amalan CSR dalam organisasi China dan Amerika juga mendapati amalan CSR mempunyai hubungan yang positif dengan komitmen kerja.

Kajian Albdour, Nasruddin, dan Lin (2010) menjelaskan bahawa CSR dalaman mempunyai hubungan yang kuat dengan komitmen pekerja terhadap organisasi. Turker (2009) menyatakan terdapat lapan dimensi CSR dalaman yang berkaitan dengan pekerja iaitu kualiti kakitangan, kesejahteraan dan keselamatan, peningkatan taraf hidup, peluang yang sama, keputusan pengurusan yang adil, keperluan dan keinginan, polisi organisasi yang menggalakkan pembangunan kemahiran dan sokongan untuk melanjutkan pengajian. Elemen CSR dalaman ini dilihat dapat memberikan kesan terhadap komitmen pekerja dalam melakukan tugas mereka. Hal ini kerana pekerja yang mendapat layanan yang adil lebih peka dengan polisi, peraturan dan budaya syarikat yang telah dipersetujui secara bersama (Yusof & Aziz, 2008).

Stawiski (2010) dalam Centre for Creative Leadership telah membincangkan berkaitan dengan persepsi pekerja tentang CSR dan kesannya terhadap organisasi menyatakan CSR merupakan aktiviti yang bermanfaat kerana dapat memperbaiki persepsi pekerja organisasi. Apabila organisasi mempunyai inisiatif CSR, pekerja lebih dibanggakan dan komited untuk berkhidmat di sesebuah organisasi. Penglibatan organisasi dalam aktiviti keprihatinan terhadap masyarakat dan alam sekitar menyebabkan pekerja merasa turut terlibat dengan aktiviti yang dikaitkan dengan komitmen organisasi. Komitmen organisasi menggalakkan penilaian pekerja terhadap imej korporat dan imej korporat yang positif meningkatkan komitmen pekerja. CSR menyebabkan pekerja lebih bersemangat membincangkan berkaitan dengan organisasi mereka dengan publik luar dan lebih berasa komited terhadap organisasi yang melakukan CSR. Shaoling (2011) mendapati komitmen pekerja dan pelanggan terhadap organisasi juga meningkat melalui inisiatif CSR yang dijalankan selain membina hubungan yang baik dengan pihak kerajaan. CSR memberi implikasi terhadap pekerja dimana gabungan pandangan pihak berkepentingan dan tanggungjawab sosial di dalam sistem sumber manusia organisasi akan menguatkan komitmen pekerja (Simmon, 2003). Kajian yang dilakukan oleh *2001 Cone/Roper Corporate Citizenship Study* mendapati bahawa terdapat 88 peratus pekerja komited terhadap majikan sekiranya majikan menunjukkan komitmen dalam melaksanakan tanggungjawab terhadap pelbagai pihak berkepentingan (Cone, Feldman, & T.DaSilva, 2003).

Pemahaman yang kurang berkaitan dengan kesan CSR terhadap tingkah laku dan sikap pekerja akan menyebabkan berlakunya kesalahan dalam membuat rumusan berkaitan dengan kesan CSR secara menyeluruh kerana CSR dapat meningkatkan hubungan di antara organisasi dan pekerjanya (Leonard, 1997). Hubungan yang baik menjadikan pekerja lebih terbuka dalam menyelesaikan sesuatu permasalahan dengan mengutamakan perbincangan bersama serta dapat mengelakkan tindak-tanduk yang tidak produktif (Yusuf, 2010). Gond, El-Akrem, Igalens dan Swaen (2010) mengukuhkan pandangan berkenaan dengan menyatakan CSR dapat meningkatkan sikap positif pekerja di tempat kerja dan menghalang pekerja daripada terlibat dalam aktiviti sabotaj.

Kajian Albdour dan Altarawneh (2012) mendapati CSR dalaman memberikan kesan terhadap sikap dan tingkah laku pekerja melalui peningkatan hubungan pekerja dengan organisasi serta kepuasan pekerja dengan kerja mereka. CSR dalaman dalam kajian mereka meliputi latihan dan pendidikan,

kesihatan, keselamatan, dan hak asasi, keseimbangan kehidupan dan kerja, kepelbagaian tempat kerja dan hubungan pekerja. Kesemua dimensi ini mempunyai hubungan dengan sikap dan tingkah laku pekerja terhadap organisasi. Oleh itu, CSR dapat memberi impak yang positif terhadap sikap dan tingkah laku pekerja. Bauman dan Skitka (2012) merumuskan implikasi terhadap pekerja hasil daripada inisiatif CSR membolehkan pengurangan tingkah laku kerja yang tidak produktif, memudahkan pengambilan pekerja dan pengekalan pekerja yang sedia ada, meningkatkan komitmen terhadap organisasi, meningkatkan prestasi, menggalakkan tingkah laku beretika dan pembuatan keputusan, meningkatkan kesetiaan terhadap organisasi, dan meningkatkan kesejahteraan emosi serta kepuasan hidup.

Secara keseluruhannya, terdapat beberapa kajian sahaja yang membincangkan berkaitan dengan implikasi CSR seperti mengeratkan hubungan (*ukhuwah*) dengan pelbagai pihak, membentuk kesedaran dan tingkah laku yang bermoral, meningkatkan komitmen, kesetiaan pekerja, dan motivasi pekerja. Malahan kesemua kajian lepas berkaitan dengan implikasi CSR terhadap pekerja adalah berdasarkan pelaksanaan CSR berdasarkan perspektif Barat dan tidak memberi tumpuan khusus terhadap pandangan pekerja yang terlibat dengan program CSR. Justeru, kajian ini berusaha memenuhi jurang dengan meneroka implikasi CSR yang memberi tumpuan khusus kepada implikasi terhadap pekerja melalui inisiatif CSR di dalam perbankan Islam. Implikasi ini dilihat melalui pelaksanaan CSR secara keseluruhan terhadap publik luaran mahupun publik dalaman.

METODOLOGI

Kaedah kualitatif digunakan dalam kajian ini bagi merongkai persoalan kajian. Kaedah ini dipilih bertujuan untuk mendapatkan data yang menyeluruh mengenai kajian yang berbentuk penerokaan. Data yang menyeluruh amat diperlukan dalam membentuk pernyataan dan penjelasan berkaitan topik kajian iaitu implikasi amalan tanggungjawab CSR terhadap pekerja. Bagi meneroka dengan mendalam berkaitan dengan implikasi amalan tanggungjawab CSR terhadap pekerja, sembilan orang informan telah ditemu bual. Informan yang terdiri daripada pekerja CSR di BIMB merupakan individu yang terlibat secara langsung dalam membentuk, terlibat dalam aktiviti CSR.

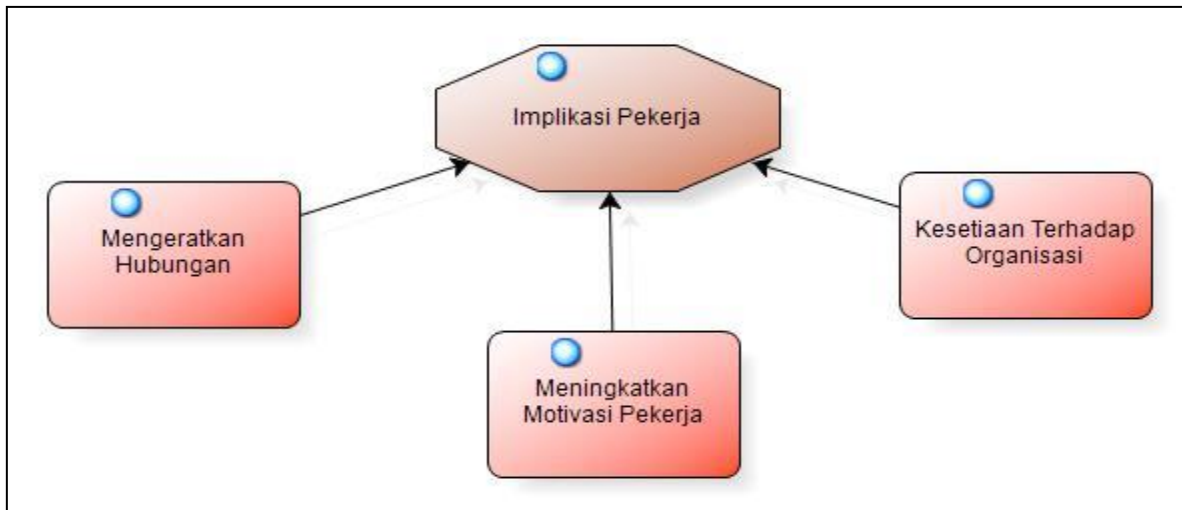
Kaedah temu bual mendalam digunakan bagi mengumpul data deskriptif daripada peserta kajian untuk membolehkan penyelidik membina pengertian dan kefahaman mendalam tentang pentafsiran sesuatu aspek (Bogdan & Biklen, 1992). Organisasi yang menjadi tumpuan dalam kajian ini ialah Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) kerana mengamalkan sistem perniagaan Islam dan berteraskan syariah dalam operasi organisasi secara menyeluruh termasuk dalam pelaksanaan CSR.

Tambahan pula, BIMB telah berpengalaman lebih 30 tahun dalam industri perbankan Islam di Malaysia dan memenangi beberapa anugerah seperti Bank Islam Terbaik di Malaysia oleh *International Banker Awards 2014*, Anugerah Platinum Jenama Dipercayai 2011-Perkhidmatan Kewangan Islam oleh *Reader's Digest*, Anugerah Bank Islam Paling Inovatif Malaysia 2013 oleh *International Finance Magazine* dan pelbagai lagi anugerah. Data yang diperolehi ditranskrip, dikod, dan dianalisis dengan

menggunakan perisian analisis kualitatif *NVivo* 12. Proses menganalisis data melibatkan tiga langkah iaitu reduksi data, pemaparan data, serta membuat kesimpulan dan verifikasi data (Miles & Huberman, 1994). Kaedah pembinaan tema seperti yang dicadangkan oleh Creswell (2003) digunakan dan tiga kaedah bagi mengekod dan menganalisis turut diaplikasikan iaitu unit persampelan, unit konteks dan unit perekodan (Creswell, 2013). Analisis tema digunakan untuk mengenal pasti dan membangunkan tema serta perbincangan berkenaan dengan implikasi amalan tanggungjawab CSR terhadap pekerja.

HASIL KAJIAN

Pekerja memainkan peranan yang penting dalam memajukan sesebuah organisasi dan terdapat pandangan yang menyatakan bahawa CSR mampu memberi impak terhadap seseorang pekerja dalam pelbagai aspek. Oleh itu, bahagian ini membincangkan matlamat kajian yang keenam iaitu berkaitan dengan implikasi terhadap pekerja hasil daripada amalan CSR Islam di BIMB. Hasil dapatan diperoleh melalui analisis pandangan daripada sembilan orang pekerja BIMB berkaitan dengan implikasi amalan CSR oleh BIMB terhadap diri pekerja. Rajah 1 menunjukkan dapatan yang diperoleh daripada pandangan pekerja di BIMB. Hasil analisis mendapati implikasi pekerja hasil daripada amalan CSR Islam di BIMB adalah mengeratkan hubungan, meningkatkan motivasi pekerja, dan meningkatkan kesetiaan terhadap organisasi.



Rajah 1: Implikasi Pelaksanaan CSR Islam Di BIMB Terhadap Pekerja

Mengeratkan Hubungan

CSR yang dilaksanakan oleh organisasi juga dapat membina hubungan pekerja dengan pelbagai pihak antaranya pihak pengurusan, sesama pekerja, masyarakat dan pelbagai pihak berkepentingan. Hasil analisis data pandangan pekerja mendapati pelaksanaan CSR Islam di BIMB dapat mengeratkan hubungan antara pekerja dengan pihak atasan, masyarakat, pekerja lain, organisasi, pelanggan dan

menimbulkan semangat kerja berpasukan. Aktiviti CSR yang telah dijalankan oleh Bank Islam dapat mengeratkan hubungan pekerja dengan pihak atasan. Hubungan yang baik antara pekerja dengan pihak atasan amat perlu bagi memastikan kelancaran dalam operasi organisasi. Hal ini selari dengan pandangan yang dikemukakan oleh Leonard (1997); Boon, et al. (2019) yang menjelaskan bahawa impak yang besar pelaksanaan CSR akan membantu meningkatkan hubungan di dalam organisasi. Peserta penyelidikan telah menjelaskan bahawa dengan adanya aktiviti CSR di BIMB, hubungan yang baik dengan pihak atasan dapat dijalinan sekaligus dapat merapatkan hubungan antara pekerja dan pihak atasan. Oleh itu, pekerja mudah untuk berinteraksi dengan pihak atasan walaupun dengan menggunakan saluran yang tidak formal.

“...jadi di kalangan management di Bank Islam dengan kakitangan bawah ni tak dak gap dan very close, kalau di bank lain, kalau saya nak call bos kat KL pun saya tak berani. Di sini saya tak dak masalah, dia orang pun kita boleh email dekat diorang, nak call dia orang ke. Baharu ni saya jumpa pengarah pusat pun, dia boleh duduk semeja makan bersama, boleh dikatakan very close kat sini bila ada program CSR tu sendiri” (TBPk1/MH/ 112-114).

“Kalau macam sebelum ni, bos atas-atas kan, kita bawah kan jurang tu terlalu jauh, jadi bila ada satu program yang atas ni jemput kami yang bawah ni. Jadi kita rasa oo ok pihak atasan very prihatin” (TBPk6/MH/ 68-70).

Dengan adanya hubungan yang baik dengan pihak atasan, segala maklumat yang diperlukan akan mudah disalurkan antara pekerja dan pihak atasan. Nurashiah, (2018); Boon, et al., 2019) berpendapat penting sesebuah organisasi mewujudkan CSR bagi memastikan keperluan organisasi dipenuhi serta membina sebuah perhubungan yang harmoni. Hal ini akan memudahkan sesuatu tugas dilakukan dan menjimatkan masa. Bagi peserta penyelidikan yang berikut menyatakan:

“At least bila ada CSR ni kita ada banyak connection, banyak hubungan so apa-apa masalah kita hadapi dalam bidang kerja, so kita boleh rujuk dengan pihak atasan ni sebab bila kita tak kenal, bila kita nak rujuk kita susah, then orang sana pun susah jugak. Orang tak kenal kita pun susah jugak. So bila kita dah ada CSR dengan dia orang at least kita dah ada connection kat situ, hubungan kat situ, apa-apa masalah yang kita hadapi dalam bidang kerja kita, kita dapat connect lah. Berhubung dengan diorang” (TBPk7/MH/ 119-122).

Oleh itu, CSR juga dapat memudahkan pekerja untuk melaksanakan tugas apabila hubungan yang baik terjalin dengan pihak atasan. Pihak atasan akan lebih mesra ketika melaksanakan program CSR tanpa mengiratkan pangkat dan darjat sekuat melaksanakan CSR. Hal ini akan teruskan mengukuhkan lagi hubungan dalam organisasi. Kerjasama sewaktu program ini akan meningkatkan kejayaan organisasi (Jamali & Mirshak; Cooke, 2010).

CSR juga dapat menghubungkan masyarakat dengan organisasi sekali gus mengeratkan silaturahmi di antara pekerja yang terlibat dengan masyarakat. Faktor masa selalunya menjadi kekangan kepada pekerja untuk menjalinkan hubungan yang baik dengan masyarakat namun dengan adanya aktiviti CSR, pekerja dapat berhubung sekaligus memberi sumbangan kepada masyarakat. Perkara ini penting untuk menjalankan hubungan dengan masyarakat bagi mengekalkan reputasi yang baik oleh masyarakat terhadap organisasi menerusi CSR (Portney, 2008). Hal ini telah disuarakan oleh beberapa peserta penyelidikan dengan menyatakan:

“...contoh macam aktiviti yang saya join dekat Manjung baharu ni, tu aktiviti korban, jadi kat situ kita dengan masyarakat kira dekat la, bila ada satu majlis berkumpul berjumpa dengan orang ramai, rasa macam lagi rapat la” (TBPK2/ MH/ 115-116).

“Sebenarnya seronok involve dengan CSR ni. At least satu kita dapat dekat dengan masyarakat, satu lagi contoh kalau macam kita balik yang bekerja makan gaji ni masuk pukul lapan balik belum tentu pukul enam sampai rumah dah malam and then kita tak dapat nak kenal dengan orang even dengan jiran sendiri pun. So bila ada program contoh macam CSR dengan masyarakat. At least kita dapat create hubungan dalam masa yang sama kita bekerja” (TBPK7/ MH/ 121-125).

Selain itu, hubungan pekerja dengan pekerja lain juga turut terjalin terutamanya pekerja yang bekerja di cawangan yang berbeza dan jalinan hubungan tersebut turut memberi kesan dalam melaksanakan tugas di tempat kerja. Santos (2011) berpendapat penting wujudnya program-program yang membolehkan suasana bekerja menjadi lebih positif. Hal ini turut disuarakan oleh informan berikut:

“Kalau macam joint aktiviti CSR kita akan bergabung dengan branch-branch yang lain, so ukhwah tu la dari branch-branch lain boleh rapat lagi. Selalunya benda macam tu akan ada kesan jugak la, kalau kat luar pun aktiviti kita boleh bergotong royong kan, so benda tu sedikit sebanyak akan membawa lah ke tempat kerja tu sendiri” (TBPK2/ MH/ 124-126).

Hubungan yang terjalin antara pekerja melalui aktiviti CSR juga dapat memberi kesan daripada segi perkongsian maklumat berkaitan tugas dan berkongsi pengalaman dan masalah berkaitan dengan kerja mereka. Hal ini dapat membantu pekerja menghadapi situasi yang sukar di tempat kerja dan menyelesaikan masalah yang dihadapi (Lee & Buvold, 2003). Hal ini dijelaskan oleh peserta penyelidikan iaitu:

Kadang-kadang bila kita jumpa balik kita bincang masalah kat branch macam ni, kat tempat lain macam ni. Ok ada berlaku tak kat sana, so share. So secara tak lansung

kita kenal, walaupun kami jauh sebenarnya hubungan tu rapat” (TBPK6/ MH/ 113-114).

“Bila kita dah kenal tu mudah la kita nak hubungi macam tak faham apa ka. Macam nak lebih tau sesuatu ka. Macam berkongsi lah...Penting juga la bila kita dah mesra di situ, bila kita bekerja tu kita boleh bekerjasama” (TBPK9/ MH/ 116-117).

“...bila ada CSR rasa semangat berpasukan tu lebih tinggi la” (TBPK5/ MH/ 117-118).

“...team work is really play a big part of macam CSR ni kan because we do selalu buat kerja ramai-ramai macam gotong-royong...” (TBPK4/ MH/ 122-126).

“Saya rasa that feeling, dimana rasa sense of belonging, in term of CSR lah, ketika buat lebih, ketika buat CSR, tapi kalau macam saya bukanlah buat CSR pun, bila ada project require help kemudian I help, kalau macam biasa, macam biasa lah, in term my work saya akan buat yang terbaik, kalau macam join CSR, feel akan extra la” (TBPK3/ MH/ 125-126).

CSR yang dilakukan terhadap pekerja seperti aktiviti sukan turut memberikan kesan terhadap hubungan pekerja dengan organisasi. Peserta penyelidikan berikut memberi berpandangan bahawa aktiviti CSR perlu dijalankan kerana CSR dapat memberikan kesan tertentu kepada pekerja dan organisasi.

“Saya rasa CR ni penting la, dia ni sebab kalau tak dak tu dia akan effect jugak, kami sendiri ada masam manis semua tu, tapi kalau ada CR ni, at least setahun sekali ada kita buat sukan untuk semua sekali untuk staf ke, ada boleh mengeratkan lagi keakraban dan hubungan dengan organisasi, kalau tak dak langsung tu, mungkin akan memberi effect jugak la” (TBPK2/ MH/ 94-96).

“dia lebih kepada hubungan antara staf dengan staf dan staf dengan customer, itu memainkan peranan, sebab semua yang saya joint (aktiviti CSR) boleh bagi impact kat situ la, kadang time tu la saya nak jumpa dengan customer, maka kita lebih dekat dengan customer” (TBPK2/ MH/ 91-92).

“So far mana-mana kerja semua kena CSR, memerlukan CSR. Komunikasi ni yang main peranan contoh kalau kita yang bahagian sale ni pelanggan-pelanggan pun nak komunikasi jugak. Bila ada CSR ni dia membantu lah untuk kita tingkatkan kualiti kerja” (TBPK7/ MH/ 112-115).

Kesimpulannya, aktiviti CSR dapat meningkatkan hubungan pekerja dengan pelbagai pihak seterusnya memberikan kebaikan kepada pekerja dalam pelbagai aspek terutamanya dalam persekitaran kerja. Antara kebaikan yang diperoleh adalah seperti memudahkan perkongsian maklumat, meningkatkan kualiti kerja dan membantu dalam menyelesaikan masalah berkaitan dengan skop kerja masing-masing. Selain itu, pekerja juga dapat berinteraksi dengan pihak atasan dengan lebih baik seterusnya dapat menjamin penyaluran maklumat yang lebih tepat dan berkesan.

Meningkatkan Motivasi Pekerja

Hasil analisis data mendapati bahawa amalan CSR di BIMB telah memberi motivasi kepada pekerja. Peserta penyelidikan berpandangan bahawa implikasi amalan CSR terhadap pekerja memberikan motivasi kerana CSR dapat berkomunikasi dengan masyarakat, meningkatkan semangat untuk bekerja, mewujudkan perasaan dihargai, menimbulkan kesedaran dan perubahan tingkah laku. Hal ini selaras dengan dapatan kajian (Santos, 2011; Kechiche & Sparnot, 2012) pekerja akan lebih bermotivasi apabila wujudnya CSR dalam sesebuah organisasi. Hasil analisis menunjukkan aktiviti CSR di BIMB dapat mendekatkan diri pekerja dengan masyarakat melalui komunikasi dan interaksi dengan masyarakat serta dapat mengetahui penerimaan masyarakat terhadap BIMB. Hal ini menimbulkan motivasi kepada pekerja untuk melakukan tugas mereka.

“kalau macam saya, kalau buat aktiviti CSR tu sedikit sebanyak akan memberi kesan jugak la kepada individu, kalau kita buat aktiviti kat luar tu, orang cakap apa, bermasyarakat kan, at least kita tau macam mana nak berkomunikasi dengan masyarakat. So macam saya aktiviti yang ada tu boleh menguatkan lagi motivasi...bila kita rasa masyarakat dapat terima Bank Islam, sedikit sebanyak motivasi tu kita dapat. Lebih untuk bekerja kan” (TBPK2/ MMP/ 223-225).

“Bila orang dah kenal kita buat kebajikan, kesannya kita kena buat kerja dengan elok lah. So at least bila orang kenal kita, kita tak buat kerja sambal lewa saja. Kita buat elok-elok lah. Motivasi nak buat kerja tu pun meningkat lah” (TBPK7/ MMP/ 189-191)

Selain itu, pekerja yang terlibat dengan aktiviti CSR bersama dengan masyarakat dan CSR terhadap pekerja sendiri juga membuatkan pekerja rasa dihargai seterusnya meningkatkan motivasi pekerja. Pihak pengurusan atasan menghargai penat lelah mereka bekerja apabila mereka turut dilibatkan dalam aktiviti CSR dan tidak hanya melaksanakan tugas hakiki mereka semata-mata (Gina, Santosa & Risna, 2019). Beliau turut menerangkan bahawa perasaan dihargai timbul apabila CSR dilakukan terhadap pekerja seperti bantuan kebajikan kepada pekerja yang menghadapi masalah.

“At least kita tau yang walaupun kita pekerja sebenarnya yang atasan tu jaga kita sebenarnya. Itu yang kita rasa kalau ada tanggungjawab korporat. So, CSR ni mempengaruhi motivasi untuk kerja lebih lagi” (TBPK6/ MMP/ 235-236)

“CSR yang dilakukan terhadap pekerja buat kami rasa dihargai, rasa dihargai lepas tu motivated la untuk buat kerja” (TBPK8/ MMP/ 212-213)

“Bila untuk kita ni, kita rasa kita di sini tak sekadar untuk bekerja lah. Rasa dihargai. Boleh jumpa kawan-kawan. Bila kita dah kenal tu mudah la kita nak hubungi macam tak faham apa ka. Macam nak lebih tau sesuatu ka. Macam berkongsi lah. Jadi bermotivasi lah” (TBPK9/ MMP/ 242-244)

Pekerja yang terlibat dengan aktiviti CSR terutamanya kepada masyarakat juga akan bermotivasi untuk melakukan kerja mereka kerana CSR dapat menimbulkan kesedaran serta menghargai apa yang mereka miliki. Malah tingkah laku mereka juga berubah ke arah yang positif, hasil kesedaran terhadap wujudnya CSR (Albdour & Altarawneh, 2012). Perkara ini juga dapat dilihat kepada informan kajian dalam kajian ini.

“Dia punya impact tu definitely dia open up my eyes la. You know kadang biasa la kita manusia tak pernah puas hati dengan apa yang kita ada kan like we always want more. So when I dah start involve CSR punya aktiviti semua kita tengok macam mana keadaan orang lain you know yang lebih memerlukan bantuan dia it really give me a big impact. I rasa lagi macam I appreciate thing more and I tak sia-siakan lah macam kalau setengah orang tu kerja dia susah tapi terpaksa buat sebab nak support keluarga, macam I ada ni pun I bersyukur” (TBPK4/ MMP/ 216-218)

“Dari side positif nya kita dapat contoh macam kita pergi tolong orang yang memerlukan so kita tengok orang lain yang tak dapat peluang macam kita. So at least bila kita join aktiviti tu dapat motivate kita lah untuk bekerja lebih keras” (TBPK7/ MMP/ 186-188)

Perubahan tingkah laku dilihat lebih positif dalam kalangan pekerja apabila terlibat dengan aktiviti CSR. Hal ini dapat meningkatkan motivasi pekerja untuk melaksanakan tugas mereka dan membantu pekerja menghadapi cabaran dalam pelbagai situasi terutamanya ketika berhadapan dengan pelanggan dan pihak berkepentingan yang lain. Program yang baik akan memberikan impak yang baik terhadap pekerja serta mampu menjadikan mereka sebagai modal insan yang baik dan sempurna (Yusof & Aziz, 2008). Peserta penyelidikan menjelaskan perubahan tingkah laku yang berlaku kepada diri beliau setelah terlibat dalam aktiviti CSR iaitu:

“Bila di tempat kerja tak complain tak mengamuk naik angin ka apa, so kita macam benda ni boleh settle, you just chill je, so you jadi more calm because you dah see other people experience worse kan and dia orang manage to survive. It gives me motivation to work because everytime I pergi aktiviti CSR yang dibuat I learn

something new about myself, about people, about situation. It boost up your motivation to kerja... It changes u as a person and would you see thing in the different perspective and mind you jadi lagi terbuka because you see other people punya situation. The important thing to me is dia mengubah diri di tempat kerja jugak because di tempat kerja ni its how you handle kan. Macam mana you nak manage kerja you, macam mana you manage your college about certain issue right. For me, compared to the person I was before dengan sekarang I more like I know how to handle problem macam lebih sabar and then I turn to tak cepat mengeluh ke melatah ke like benda-benda kecil” (TBPK4/ MMP/ 211-216).

“Dia sebenarnya, to be honest saya rasa benda, bila saya join CSR benda yang experience yang you takkan dapat, sorry, experience dimana you tolong orang. You know, I join last time, bagi makan homeless dekat area KL, tengok cara diorang ambik makan, they really, buat saya rasa bersyukur, and every time bila rasa nak complain kat tempat kerja, akan fikir ada orang lagi teruk dari kita, ada orang tak dak rumah, tidur bawah jambatan, kau nak complain just the small thing, dan I lebih rasa appreciative and motivate to work, bila compare dengan my keadaan dengan keadaan orang lain” (TBPK3/ MMP/ 176-178).

Kesimpulannya, CSR Islam yang dilaksanakan oleh BIMB mampu memberi peluang kepada pekerja untuk berkomunikasi dengan masyarakat, meningkatkan semangat pekerja, pekerja rasa dihargai, serta menimbulkan kesedaran dan perubahan tingkah laku dalam kalangan pekerja. Kesemua elemen ini menjadikan seseorang pekerja lebih bermotivasi dalam melaksanakan tugas di tempat kerja.

Kesetiaan Terhadap Organisasi

CSR yang dilakukan oleh organisasi dapat meningkatkan kesetiaan pekerja untuk terus berkhidmat dengan organisasi. Peserta penyelidikan yang berpendapat bahawa pelaksanaan CSR dapat menimbulkan kesetiaan terhadap organisasi seperti pengekalan pekerja dalam organisasi. Kesetiaan ini diperlukan untuk memacu kemajuan organisasi menerusi pelaksanaan CSR (Cone, Feldman & T. Dasilva, 2003; Srchova, 2008). Selain itu, suasana yang kondusif dan reputasi yang baik hasil pelaksanaan CSR juga menjadikan pekerja setia untuk berkhidmat dengan organisasi. Hasil analisis data menunjukkan pekerja setia dengan BIMB kerana BIMB mengamalkan CSR yang bertepatan dengan prinsip Islam. Terdapat beberapa peserta penyelidikan memberikan pandangan bahawa amalan CSR merupakan perkara utama yang menjadi ukuran bagi pekerja setia dan kekal dengan BIMB. Antaranya adalah:

“Jadi sebenarnya CSR yang ikut perintah agama tu juga salah satu daripada benda utama pekerja tu kekal di sini” (TBPK1/ KTO/ 315-319).

“Organisasi ni bagus sebab buat CSR ikut prinsip Islam dan I rasa nak stay lama sebab kita buat benda yang betul dan tak salah dari segi agama. Jadi taka da benda

yang kita perlu ragu-ragu dan risau. Bank Islam bagus kerana mereka banyak buat aktiviti CSR yang bermanfaat untuk masyarakat dan agama” (TBPK3/ KTO/ 283-286).

“So dari segi CSR yang bertepatan dengan Islam ni dia banyak membantu kita untuk terus kekal kat sini sebab kita buat benda yang betul kepada masyarakat kan ” (TBPK7/ KTO/ 323-328).

Pelaksanaan CSR di BIMB juga telah membuka ruang kepada pekerja untuk melibatkan diri dengan aktiviti kebajikan serta pekerja juga turut menerima pelbagai manfaat secara lansung menerusi aktiviti CSR seperti peningkatan kualiti kerja dan hubungan yang baik dengan masyarakat. Cooke (2010) turut berpendapat aktiviti CSR akan membantu untuk meningkatkan kualiti pekerja dalam sesebuah organisasi. Dapatan kajian menunjukkan pekerja setia dengan BIMB kerana mereka diberi peluang untuk melaksanakan aktiviti kebajikan dengan menyediakan saluran bagi memudahkan pekerja menyertai pelbagai aktiviti yang dianjurkan.

“...dia menyumbangkan juga that factor yang buat you nak stay dengn company tu sebab it part of the benefit bila you kerja di sini you get to do this kind of, sebab kalau you tak kerja or you kerja company sendiri ke, belum tentu you dapat buat apa yang organization ni buat, So bila you di sini so semua saluran tu dah ada. So macam loyalty to stay yes definiately ada” (TBPK4/ KTO/ 273-276).

“...jadi indirectly kita bekerja dengan lebih sempurna, sebab organisasi ini lebih melaksanakan tanggungjawab dan kami turut diberi peluang. Tak dak la hubungan material saja dengan pelanggan, ada hubungan lain jugak” (TBPK5/ KTO 285-319).

Peluang yang diberikan oleh organisasi kepada pekerja untuk melibatkan diri dengan aktiviti CSR telah memberikan ruang kepada pekerja untuk menghadapi situasi kerja dengan lebih baik. Oleh itu, pekerja merasa selesa untuk bekerja di dalam organisasi seterusnya mewujudkan kesetiaan terhadap organisasi. Mereka akan lebih memberikan komitmen yang padu dalam organisasi setelah melaksanakan CSR (ALshabiel & Al-Awawdeh, 2012). Pelaksanaan CSR di BIMB juga mendedahkan pekerja dengan dunia luar dan melaksanakan aktiviti kebajikan serta membantu pihak yang memerlukan dengan kaedah dan prinsip yang ditetapkan di dalam Islam. Selain itu, CSR yang dilakukan terhadap pekerja juga seperti program ceramah dan bantuan kepada pekerja yang memerlukan dapat meningkatkan semangat pekerja untuk melaksanakan tugas mereka di tempat kerja.

“jadi CSR yang ikut prinsip Islam juga mempengaruhi saya untuk bekerja di sini” (TBPK5/ KTO/ 294-297).

CSR yang dilakukan juga memberikan reputasi yang baik kepada organisasi. Oleh itu, pekerja ingin kekal berkhidmat di BIMB kerana organisasi telah mencipta nama dalam melakukan kebaikan.

“...Jadi bila difikirkan dari segi reputasi, nama yang dibawa, sudah tentu jika ada rezeki nak terus berada di sini, memang tak mau pindah kemana-mana la, memang mempengaruhi, yer la CSR tu memberi nama baik kepada organisasi tempat kita bekerja, of course kalau kita nak bekerja, kita nak tempat kerja yang selesa dari segi luaran dan dalaman, macam tu la jugak, kalau yang bekerja di Bank Islam ni, corporate social ni bagi saya ok la bagus la” (TBPK5/ KTO/ 326-329).

Reputasi yang baik yang dimiliki oleh organisasi melalui pelaksanaan aktiviti kebajikan menyebabkan pekerja merasa bangga terhadap organisasi seterusnya mewujudkan kesetiaan terhadap organisasi. Pekerja menyatakan bahawa mereka bangga dengan organisasi apabila organisasi menjalankan CSR. Rasa bangga terhadap CSR juga membantu untuk meningkatkan kecemerlangan organisasi (Smith, 1994; Mamic, 2004). Walaupun mereka tidak dapat menyertai aktiviti tersebut namun mereka mengetahui organisasi menjalankan tanggungjawab terhadap pelbagai pihak berkepentingan melalui saluran komunikasi seperti laporan tahunan dan laman sesawang. Hal ini telah dinyatakan oleh beberapa orang peserta penyelidikan seperti berikut:

“Kita rasa nk terus kekal di sini sebab rasa bangga walaupun kita tak involve dalam aktiviti CSR tapi at least kita tau diorang jalankan aktiviti ni kita bangga lah. At least organisasi kita ada hubungan dengan staff lain dan dengan masyarakat luar” (TBPK7/ KTO/ 336-341).

“Rasa bangga jadi staff bank Islam sebab kita punya organisasi ni boleh contribute something for society” (TBPK1/ KTO/ 315-319).

“Rasa bila sebut kita rasa bangga kita punya organisasi buat baik. Kita rasa seronok la, kita yang dibawah tu kan. Jadi rasa nak terus kerja di sini” (TBPK9/ KTO/ 337-3340).

Pekerja juga merasa bangga apabila organisasi turut dikenali masyarakat apabila organisasi seringkali melaksanakan aktiviti CSR. Malah mereka akan terus setia terhadap organisasi tersebut serta memberi perkhidmatan yang terbaik (Peterson, 20004). Langkah ini akan membantu meningkatkan reputasi syarikat dengan meningkatkan daya tarikan terhadap syarikat (Gond, El-Akrem, Igalens & Swaen, 2010).

“Macam bangga lah dan kita akan lebih bangga bila masyarakat tu sebenarnya dia tau kita dan kita tak sangka. Itu yang buat satu kita rasa bangga lah... Bangga satu sebab bila orang tanya ‘hang keja kat mana?’ Bank Islam. Yang tu ja. Contohnya lah. Ok macam you duduk di sini tak joint, so tiba-tiba kawan kat KL cakap ‘wei aritu aku nampak Bank Islam buat macam ni’. Ok masa tu rasa walaupun kita tak terlibat rasa macam bangga kawan aku tau. ‘Eh bagusla bank kau kat sini’. Jadi secara tak lansung

kita bangga sebab kita pekerja kalau kita setia kepada kita punya company apa pun kita akan pertahankan” (TBPK6/ KTO/ 352-358).

“Perasaan tu kita rasa gembira lah dan bangga bila orang tahu Bank Islam involve dengan aktiviti-aktiviti ni dan patuh syariah pula apa yang kita buat tu dan kita rasa bertuah la bekerja dengan Bank Islam ni, dan saya nak setia dengan BIMB ni” (TBPK7/ KTO/ 332-337).

“And then you rasa bangga you rasa macam kata la at the same time tu kita buat memang kita ikhlas nak tolong kan tapi when orang always mention like, you know company ni selalu buat ni. Let say macam kawan I dia cerita oo this company selalu datang tolong bagi hulurkan bantuan semua. So orang cerita balik kita rasa very proud to be part of the organization...I rasa bangga la my company macam ni” (TBPK4/ KTO/ 303-307).

Kesimpulannya, dapatan kajian menunjukkan pekerja akan setia berkhidmat dengan sesebuah organisasi apabila organisasi mengamalkan CSR terutamanya CSR yang berteraskan Islam. Selain itu pekerja juga turut setia terhadap organisasi kerana mereka diberi peluang untuk melaksanakan aktiviti kebajikan yang berteraskan Islam. CSR yang dilakukan oleh organisasi juga memberikan reputasi yang baik serta mewujudkan perasaan bangga. Hal ini adalah kerana pekerja merasakan bahawa organisasi mereka telah melaksanakan sesuatu yang baik dan aktiviti yang dilaksanakan telah mendapat perhatian masyarakat serta Bank Islam lebih dikenali ramai.

KESIMPULAN

Keseluruhannya dapat dirumuskan bahawa, aktiviti CSR di BIMB telah memberikan kesan kepada pekerja seperti mengeratkan hubungan, meningkatkan motivasi pekerja dan mewujudkan kesetiaan terhadap organisasi dalam kalangan pekerja BIMB. Implikasi ini dapat mendorong pekerja untuk melaksanakan tugas mereka dengan lebih komited seterusnya dapat memajukan organisasi. Hal ini penting bagi sesebuah organisasi kerana pekerja merupakan individu atau kumpulan yang penting dalam menggerakkan operasi organisasi.

Pekerja juga memainkan peranan yang penting dalam memastikan organisasi berkembang maju atau mundur. Pelaksanaan CSR ini dilihat dapat memberikan kesan yang positif kepada pekerja serta dapat meningkatkan produktiviti organisasi. Oleh itu, penting kajian seperti diteruskan untuk meningkatkan keupayaan sesebuah organisasi menerusi aktiviti CSR. Pengkaji akan datang disaran untuk mempelbagaikan kaedah kajian bagi mengukuhkan dapatan ini. Penting untuk majikan mengetahui keperluan sesebuah organisasi dalam melaksanakan aktiviti CSR yang berupaya memberi implikasi kepada pekerja.

RUJUKAN

- Albdour, A. A. & Altarawneh, I. I. (2012). Corporate social responsibility and employee engagement in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 7(16), 89-105.
- ALshbiel, S. O., & AL-Awawdeh, W. M. (2012). Internal social responsibility and its impact on job commitment: Empirical study on Jordanian cement manufacturing co. *International Journal of Business and Management*, 6(12),94-102.
- Bauman, C. W. & Skitka, L. J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organization Behaviour*, 1-24.
- Boon Heng The, Tze San Ong, Lai Teng Pang, Haslinah Muhammad dan Tze Chin Ong. (2019). Pengaruh Aktiviti Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR) terhadap Kelakuan Pembeli Pengguna. *Jurnal pengurusan*, 56 (19) 59-71.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1), 5-15.
- Cone, C. L., Feldman, M. A., & T.DaSilva, A. (2003). Cause and effect. *Harvard Business Review*, 81(7), 95-101.
- Cooke, D. (2010). Building social capital through corporate social investment. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 2(1), 71-87.
- Creswell, J.W. (2003). *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches (2nd ed.)*. Thousand Oak, CA: Sage Publication.
- Creswell, J.W. (2013). *Research design qualitative and quantitative (2nd ed.)*. Thousand Oak, CA: Sage Publication.
- Dowling, G. R. (1986). Managing your corporate images. *Industrial Marketing Management*, 15(2), 109-115.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 2(2), 233-258.
- Gina Bunga Nayenggita, Santoso Tri Raharjo & Risna Resnawaty. (2019). Praktik *corporate social responsibility (csr)* di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2 (1) 62-66.
- Gond, J. P., El-Akrem, A., Igalens, J. & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Centre of Corporate Social Responsibility*, 54, 1-47.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262.
- Kechiche, A., & Sparnot, R. (2012). CSR wthin SMEs: Literature review. *International Business Research*, 5(7), 97-104.
- Lee, C. H., & Bruvold, N. T. (2003). Creating value for employess: Invesment in Training and Education. *International Journal of Human Resources Management*, 14(6), 981-1000.

- Lo, C., Egri C. P., & Ralston D. A. (2008). Commitment to corporate, social, and environmental responsibilities: An insight into contrasting perspectives in China and the US. *Organisation Management Journal*, 5, 83-98.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Mamic, I. (2004). *Implementing Codes of Conduct: How Businesses Manage Social Performance in Global Supply Chain*. Geneva: International Labour Office (ILO) in Association with Greenleaf Publishing.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Nurasiah Harahap. (2018). Corporate social responsibility (csr) sebagai tanggung jawab sosial. *Jurnal Hukum Kaidah*, 17 (2) 57-62.
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business and Society*, 43, 296-319.
- Portney, P. R. (2008). The (not so) new corporate social responsibility: An empirical perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2(2), 261–275.
- Samina, Q. S. (2012). Practice of corporate social responsibility in Islamic banks of Bangladesh. *World Journal of Social Sciences*, 2(6), 1-13.
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: Strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 490-508.
- Schnietz, K. E., & Epstein, M. J. (2005). Exploring the financial value of reputation for corporate responsibility during a crisis. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 327-345.
- Shaoling, L. (2011). Corporate social responsibility (CSR) in China: Evidence from manufacturing in Guangdong province. Tesis PhD tidak diterbitkan, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong.
- Simmon, J. (2003). Balancing performance, accountability and equity in stakeholder relationship: Towards more socially responsible HR practice. *Corporate Social Responsibility and Environment Management*, 10, 129-140.
- Siwar, C., & Md. Harizan, S. H. (2009). *A study on corporate social responsibility practices amongs business organizations in Malaysia*. Proceedings of the tenth international business research conference, Dubai, United Arab Emirates.
- Smith, C. (1994). The new corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 105-115.
- Srchova, M. (2008). Social responsibility: Factors of performance and competitiveness. *Research Paper Journal*, 6-8.
- Stawiski, S. (2010). *Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility: The Implications for Your Organization*. Centre for Creative Leadership.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organisational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.

- Ysanne, M. C. & Faulkner, D. O. (2004). Corporate social responsibility: A stages framework. *European Business Journal*, 16, 143-151.
- Yusuf, M. Y. (2010). Model pelaksanaan CSR bank syariah: Kajian empiris pembiayaan mikro batul mal Aceh. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 197-215.
- Yusof, A. A. & Aziz, A, B. (2008) *Pengurusan perniagaan Islam: Konsep, isu dan pelaksanaan*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia