

## CSR: Mentransformasi Sumber Manusia

Oleh Jakaria Dasan

Budaya berorganisasi pada masakini memperlihatkan kecenderungan organisasi melakukan aktiviti-aktiviti amal atau lebih dikenali sebagai aktiviti CSR. CSR adalah kependekan kepada *Corporate Social Responsibility* atau terjemahannya, Obligasi Sosial Korporat. Ianya amat menekankan integrasi yang memberikan manfaat sosial dan alam sekeliling yang seimbang dalam pelaksanaannya. Keseimbangan ini pula menitikberatkan aspek kelestarian (*sustainability*). Terma CSR kian popular dan mudah diterimapakai sebagai merujuk kepada aktiviti oblisasi sosial korporat. Namun demikian, kadangkala wujud sedikit kekeliruan mengenai takrifan CSR. Memberi sumbangan derma kadangkala dianggap sebagai aktiviti CSR. Akan tetapi ini hanyalah lebih kepada aktiviti hubungan awam atau PR (*public relation*) semata-mata. Dengan kata lain jika kakitangan organisasi tidak menyumbang masa, tenaga, dan sumber dalam aktiviti yang dianggap sebagai CSR, maka aktiviti sedemikian hanyalah merupakan suatu bentuk hubungan awam sahaja. Justeru, sesuai dengan beberapa pendapat penyelidik bahawa CSR bolehlah didefinisikan sebagai aktiviti kemanusiaan yang dilaksanakan dengan melibatkan komitmen masa, tenaga, dan sumber kakitangan atau pekerja sesebuah organisasi yang memberi manfaat kepada kedua belah pihak, yakni masyarakat dan organisasi itu sendiri. Pendekkata, CSR bukan hanya setakat menghulurkan derma ikhlas, tetapi merupakan suatu aktiviti kemasyarakatan dimana kakitangan organisasi turut serta bersama masyarakat setempat melakukan kerja-kerja amal secara bergotong-royong.

Keprihatinan organisasi dengan masyarakat adalah lebih terserlah melalui aktiviti CSR yang diadakan. Dalam hubungan ini, peringkat kepegawaian atau pengurusan perlu berperanan proaktif dalam menjadikan CSR sebagai salah satu daripada sumbangan langsung organisasi kepada masyarakat. Sekaligus, ini akan menaikkan reputasi organisasi dalam masyarakat. Hal ini demikian kerana setiap ketua jabatan memiliki keistimewaan untuk merencana dan menggerakkan program CSR. Kepimpinan yang jelas mengenai kepentingan CSR sedar akan impak positif yang dihasilkan oleh program itu kepada organisasi dan masyarakat. Pembabitkan kakitangan dalam aktiviti CSR juga akan meningkatkan kesedaran mereka mengenai aktiviti-aktiviti yang dijalankan, yang mampu menerapkan kepada mereka sikap atau tingkah laku yang baik dan terpuji serta sentiasa tahu bersyukur. Selain itu, kakitangan juga dapat mendalami dengan lebih jelas perihal nilai-nilai murni seperti bekerjasama, kesamarataan, merendah diri dan sebagainya. Secara ringkasnya, CSR memberi kebaikan jangka panjang kepada organisasi yang terlibat khususnya. Bukan sahaja mereka akan memiliki kakitangan yang semakin prihatin bahkan juga gigih dan rajin hasil daripada kesedaran yang timbul melalui pengalaman melakukan CSR itu sendiri.

Rentak dunia pekerjaan hari ini mendapati bahawa kebanyakan organisasi di dunia mula menggunakan pendekatan CSR sebagai satu kaedah penjenamaan semula organisasi mereka di mata umum. Walaupun pelaksanaannya melibatkan masa, tenaga dan sumber, organisasi kian menyedari bahawa aktiviti CSR mampu memberi kelebihan kepada sesebuah organisasi untuk berhadapan dengan pesaingnya. Ini adalah kerana manfaat

yang diberikan samada secara langsung dan tidak langsung adalah sangat besar. Ianya bukan sahaja meningkatkan imej dan reputasi organisasi malah akan mendorong pelanggan lama untuk kekal setia dan pada masa yang sama menjana lebih ramai pelanggan baharu. Suatu kelebihan lain dari aktiviti CSR ialah ianya menyebabkan kakitangan berasa seronok dengan keahlian mereka dalam berorganisasi (*organizational citizenship behavior*). Sekaligus, ini akan menjadikan sesebuah organisasi itu mempunyai kalangan pekerja yang berdaya saing dan berdaya maju.

Menyedari akan peri pentingnya melahirkan tenaga kerja masa depan yang bersedia melakukan aktiviti CSR, maka Universiti Malaysia Sabah sentiasa peka dalam memastikan para pelajar mempunyai sikap masyarakat penyayang atau prihatin melalui pelbagai aktiviti CSR yang diterjemahkan menerusi aktiviti-aktiviti ko-kurikulumnya. Selain itu, pendekatan bagi menimbulkan semangat CSR ini juga dilakukan menerusi kursus-kursus akademiknya diFakulti-Fakulti.

Salah satu daripada Fakulti tersebut adalah Fakulti Perniagaan, Ekonomi, dan Perakaunan (FPEP). "Sesi pengajaran dan pembelajaran kursus-kursus yang ditawarkan di FPEP adalah berorientasikan kepada pengurusan perniagaan, ekonomi dan perakaunan. Sebagaimana nama Fakulti itu sendiri, kita perlu menjadikan para pelajar kita kumpulan pelajar yang arif mengenai realiti perniagaan, perekonomian dan perakaunan yang sebenar. Oleh itu, pembelajaran pelajar perlu menerobos ke realiti sebenar dan tidak berpandukan nota dalam dewan kuliah semata-mata. Justeru, kita perlu menjadikan Fakulti ini sebagai medan latihan terbaik untuk memastikan kesiap-siagaan pelajar dalam menempuh cabaran sebenar kelak," amanat Dekan, Prof Madya Dr Rasid Hj Mail dalam Mesyuarat Kakitangan yang diadakan baru-baru ini. "Dalam hubungan ini, pada setiap kursus yang ditawarkan seboleh-bolehnya kita menghasilkan komuniti pelajar yang arif dan praktikal." Tambahnya lagi.

Salah satu daripada Kursus yang ditawarkan di FPEP ialah Kursus Komunikasi Korporat. Kursus ini mewajibkan para pelajar untuk melakukan tugas CSR sebagai salah satu dari asas pemarkahan mereka. Bagi Semester 2, Sesi 2014/2015, para pelajar telah diberi tugas untuk melaksanakan projek CSR "Dekorasi Tangga Laluan Pelajar di Fakulti." Seramai 590 orang pelajar terlibat dalam projek ini yang dipecahkan kepada 59 kumpulan. Setiap kumpulan mengandungi 10 orang pelajar. Terdapat tiga fasa iaitu; Fasa 1: Penyediaan Kertas Cadangan, Fasa 2: Pembentangan, dan Fasa 3: Pelaksanaan. Fasa 1 menguji semangat sepasukan pelajar menghasilkan idea, konsep, kos dan sumber dana dalam bentuk laporan. Fasa 2 menguji kearifan berkomunikasi pelajar menerusi pembentangan mengenai kerta cadangan mereka. Beberapa hasil kerja menarik telah dihasilkan oleh pelajar dan dipersetujui untuk dijadikan sebagai bahan dekorasi. Dalam Fasa 3 para pelajar yang berjaya dipilih melengkapkan tugas menyiapkan dekorasi mereka. Manakala, pelajar yang tidak berjaya turut dilibatkan secara ad-hoc dalam menyiapkan projek tersebut.

Projek CSR Dekorasi Laluan Pelajar ini telah menggunakan konsep-konsep kecintaan kepada samudera raya yang tenang, rimba raya yang terpelihara, bandaraya yang bersih, dan angkasa raya yang tidak tercemar. Ini adalah sejajar dengan visi Naib Canselor, Prof Datuk Dr Mohd Harun Abdullah, untuk menjadikan kampus UMS sebagai

kampus mesra alam. Pada hakikatnya, projek CSR yang dilakukan ini adalah sebahagian daripada usaha warga kampus khususnya para pelajar, dalam menyokong seruan Naib Canselor itu.

Pada semester ini, Kursus Komunikasi Korporat FPEP turut melakukan aktiviti CSR melibatkan seramai 35 orang pelajar separuh masanya (program PLUMS) di Rumah Pelancongan Usahawan Kg Tembiluk Mengkabong. Pada program CSR itu para pelajar bukan sahaja terlibat dalam aktiviti yang ditugaskan malah mereka juga dapat mengaplikasikan silibus berkaitan yang diajar sewaktu kuliah. Para pelajar telah berpeluang berinteraksi dengan 150 orang pelancong yang kebanyakannya terdiri dari pelancong dari Korea Selatan dan beberapa warga asing yang lain. Para pelajar juga berpeluang melihat pembangunan sosio-ekonomi masyarakat etnik samah-bajau di kampung ini dengan dibawa melihat kampung tersebut menerusi aktiviti tinjauan. Sebelum itu, mereka telah mendapat taklimat sebenar mengenai pengendalian pelancong dari pengusaha, En. Hayati Bin Majat. Menurut En Hayati, beliau mendapat tempahan pelancong daripada pihak Shangrilla Rasa Ria Resort Tuaran. Saban minggu, rumah pelancongan beliau sentiasa menerima pelawat dari dalam dan luar negeri. Rumah pelancongan nelayan yang diusahakan beliau bersama ahli keluarga adalah merupakan rumah atas air etnik samah-bajau. En Hayati mengalu-alu lawatan pelajar-pelajar UMS di masa hadapan. Bagi beliau lawatan dan program seumpama itu penting bagi mendedahkan pelajar kepada industri pelancongan sebagai suatu alternatif kerjaya yang berpontensi tinggi. Disamping itu, ianya akan turut membuka minda anak-anak kampung sekitar untuk bersemangat meningkatkan pembangunan sosio-ekonomi diri dan keluarga.

Gen-Y bakal menjadi kelompok pekerja yang majoriti dalam sedikit masa lagi. Mereka inilah yang akan menjadi jentera utama dalam menggerak dan memacu ekonomi negara pada era negara maju berpendapatan tinggi kelak. Oleh yang demikian, pendedahan mengenai peri-pentingnya aktiviti CSR perlu ditekankan pada ketika usia remaja lagi. Seawal di bangku sekolah menengah sehinggalah ke peringkat Institut Pengajian Tinggi, minda Gen-Y perlu dicernakan dengan kerelevanan melibatkan diri dalam aktiviti CSR. Ini akan dengan sendirinya memudahkan mereka mentransformasi diri menjadi profesionalisme yang mampu menjadi sandaran negara.

**Nota: Penulis adalah Pensyarah Kursus Komunikasi Korporat, Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Perakaunan, UMS. Beliau adalah mengkhusus dalam bidang Pengurusan Sumber Manusia**