

## PENDEDAHAN KEDERMAWANAN KORPORAT: SUATU ULASAN

Mohd Farid Asraf Md Hashim<sup>1</sup> dan Mohd 'Atef Md. Yusof<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Tunku Puteri Intan Safinaz School of Accountancy, Universiti Utara Malaysia, Malaysia.  
Email: mdfarid@uum.edu.my

<sup>2</sup>Tunku Puteri Intan Safinaz School of Accountancy, Universiti Utara Malaysia, Malaysia.

**Accepted date:** 11-12-2018

**Published date:** 12-01-2019

**To cite this document:** Hashim, M.F.A.M & Yusof, M.A.M. (2018). Pendedahan Kedermawanan Korporat: Suatu Ulasan. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 3(16), 70-84.

**Abstrak:** Kedermawanan korporat berfungsi sebagai alat strategik di dalam meningkatkan prestasi syarikat, persekitaran dan prospek perniagaan dengan cara mengintegrasikan matlamat pembangunan sosial dan ekonomi syarikat. Keupayaan di dalam mengkomunikasikan inisiatif ini melalui pendedahan dan pelaporan sosial secara efektif kepada pihak-pihak berkepentingan merupakan satu aspek yang penting di dalam kejayaan jangka panjang dan pembangunan sesuatu syarikat. Pendedahan kedermawanan korporat bukan sahaja bertindak sebagai pemangkin kepada kelebihan persaingan syarikat tetapi juga berfungsi sebagai mekanisma kawalan di dalam tadbir urus korporat. Artikel ini turut mengulas berkenaan kajian-kajian terdahulu berkaitan pendedahan kedermawanan korporat serta panduan dan rangka kerja pelaporan yang relevan dengan kedermawanan korporat dari perspektif negara Malaysia Memandangkan kajian berkaitan pendedahan kedermawanan korporat secara khusus agak terhad berbanding dengan kajian-kajian tema tanggungjawab sosial yang lain, artikel ini bermanfaat di dalam memberikan pemahaman awal berkaitan isu ini.

**Kata Kunci:** *Tanggungjawab Sosial Korporat, Derma Korporat, Pelaporan Sosial*

### Pengenalan

Kedermawanan dan sumbangan kepada masyarakat daripada hasil perniagaan adalah penting di dalam Islam. Hal ini dapat dibuktikan menerusi firman Allah S.W.T yang berikut:

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebahagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebahagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu”. (Surah al-Baqarah, 2:267).*

Kedermawanan korporat secara asasnya didefinisikan sebagai pemberian secara sukarela sumber syarikat di dalam bentuk kewangan, bukan kewangan dan masa dengan tujuan untuk memberi manfaat kepada kebajikan, pembentukan masyarakat dan komuniti yang lebih baik (Milam, 2005 di dalam Wymer, 2006; Madden, Scaife & Crissman, 2006; Choi & Wang, 2007; Leisinger, 2007; Brannen, 2008; Raja Adzrin Raja Ahmad, Tower & Zahn, 2009). Secara

spesifiknya, kedermawanan korporat bukan sahaja membantu di dalam menyelesaikan masalah dan keperluan semasa individu dan masyarakat. Ia juga merangkumi pemberian dan usaha dengan matlamat untuk membawa perubahan ke atas punca masalah sosial yang berlaku (Ramachandran, 2009; Leisinger & Schmitt, 2012; Sales, 2012). Keterlibatan pihak korporat di dalam menangani masalah sosial adalah sejajar dengan aspirasi kerajaan seperti yang terkandung di dalam Pelan Transformasi Kerajaan (PTK) dan Tranformasi Nasional 2050 (Pelan Hala Tuju, Program Transformasi Kerajaan, 2010; Nor Ain Mohamed Radhi, 2018).

Tidak terkecuali, kedermawanan korporat digunakan oleh kepimpinan syarikat sebagai alat yang strategik di dalam meningkatkan prestasi syarikat, persekitaran dan prospek perniagaan dengan cara mengintegrasikan matlamat pembangunan sosial dan ekonomi (Useem, 1988; Porter & Kramer, 2002; Saiia, Carroll & Buchholtz, 2003; Choi & Wang, 2007). Sebagai kunci utama dan kategori aktiviti yang paling dominan di dalam tanggungjawab sosial korporat, ianya mampu memberi manfaat kepada pelbagai pihak berkepentingan terutamanya masyarakat serta meningkatkan reputasi dan kelestarian syarikat (Brannen, 2008; Noked, 2011).

Program tanggungjawab sosial korporat di Malaysia juga terarah kepada aktiviti kedermawanan (Norhayah Zulkifli & Azlan Amran, 2006; Bursa Malaysia, 2007; Lu & Castka, 2009; Tuan Nooriani Tuan Ismail, 2011; Azlan Amran, Mustaffa Mohamed Zain, Maliah Sulaiman, Tapan & Ooi, 2013; UNICEF, 2013). Namun, perlu diamati bahawa segala aktiviti kedermawanan dan sumbangan yang dilakukan oleh pihak korporat berpotensi untuk mempengaruhi legitimasi dan reputasi daripada pihak berkepentingan jika ianya dikomunikasikan (Moir, 2003; Ramachandran, 2009). Ini adalah penting memandangkan syarikat korporat berhadapan dengan tekanan dari pihak berkepentingan dalaman dan luaran di dalam melaporkan bukan sahaja prestasi kewangan tetapi prestasi dan sumbangan terhadap komuniti (Tsang, Welford & Brown, 2009). Ditambah pula dengan isu-isu negatif yang dilihat bersangkutan dengan kedermawanan korporat (umpamanya rasuah menerusi derma korporat, derma korporat sebagai pembiayaan politik) seperti yang disentuh oleh *Transparency International Malaysia* (2011), Shapira (2012) dan KPMG (2014), penekanan terhadap pendedahan berkaitan sumbangan korporat secara khusus mampu membantu pihak-pihak berkepentingan yang relevan di dalam mencapai ketelusan, akauntabiliti dan pembuatan keputusan yang lebih baik.

Justeru, artikel ini akan membincangkan beberapa aspek berkaitan pendedahan kedermawanan korporat khususnya berhubung dengan fungsi pendedahan, kajian-kajian terdahulu berkaitan pendedahan serta faktor-faktor pendedahan dan ketidakdedahan kedermawanan korporat dan juga panduan mahupun rangka kerja pelaporan yang relevan dengan kedermawanan korporat. Secara tidak langsung, perbincangan ini sedikit sebanyak mampu menyumbang kepada pemahaman awal berkaitan isu pendedahan kedermawanan korporat memandangkan kajian berkenaan isu ini secara khusus adalah agak terhad berbanding dengan kajian-kajian berkaitan pendedahan tema tanggungjawab sosial yang lain (Campbell & Slack, 2008; Raja Adzrin Raja Ahmad et al., 2009; Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010; Fioravante, 2011; Morris & Bartkus, 2015).

### **Pendedahan Kedermawanan Korporat dan Fungsinya**

Keupayaan berkomunikasi melalui pendedahan dan pelaporan sosial secara efektif dengan pihak-pihak berkepentingan merupakan satu aspek yang penting di dalam kejayaan jangka panjang dan pembangunan sesuatu syarikat. Ianya juga memberi satu maklumbalas bahawa

syarikat cuba memenuhi kehendak umum dengan menjadi warga korporat yang prihatin serta mengurangkan konflik di antara syarikat dengan pihak berkepentingan (Huang & Kung, 2010). Seperti yang dinukilkan oleh Gibbins et. al (1990), pendedahan maklumat bukan sahaja membantu di dalam kecekapan perniagaan tetapi juga merencana pematuhan organisasi dengan nilai-nilai sosial yang terkandung di dalam undang-undang dan norma-norma masyarakat.

Moon dan Muthuri (2008) pula menghuraikan bahawa terdapat beberapa aspek yang membawa kepada perkembangan pendedahan pelaburan sosial: (1) Kesedaran dan permintaan pihak berkepentingan dari segi aspek ketelusan amalan perniagaan. Pelanggan serta pelabur mempunyai kecenderungan mendapatkan maklumat berkaitan bagaimana syarikat memberi respon terhadap isu berkaitan sosial; (2) perkembangan aktivis sosial korporat yang berterusan meningkatkan lagi ketelusan terutamanya berkenaan pengukuran impak pelaburan ke atas masyarakat; dan (3) kewujudan pelaburan beretika.

Berhubungan dengan kenyataan-kenyataan di atas, artikel ini melihat bahawa terdapat dua fungsi utama pendedahan kedermawanan korporat iaitu fungsinya sebagai mekanisma kawalan dan juga mekanisma kelebihan persaingan.

### ***Pendedahan Sebagai Mekanisma Kawalan***

Suatu permasalahan dan kritikan penting yang perlu ditekankan di sini adalah, kemungkinan program sumbangan yang menggunakan sumber syarikat lebih kepada satu usaha bagi mencapai matlamat individu pihak pengurusan<sup>1</sup> berbanding matlamat pemegang saham (Lev et al., 2011; Shapira, 2012). Dengan menjadikan derma korporat sebagai manifestasi ‘matawang sosial<sup>2</sup>’, pihak pengurusan berkecenderungan untuk memaksimumkan manfaat peribadi berbanding dengan matlamat sebenar untuk meningkatkan keuntungan syarikat (Haley, 1991; Werbel & Carter, 2002; Shapira, 2012; Bereskin, Campbell II & Kedia, 2013; Masulis & Reza, 2013).

Perbezaan pandangan di antara pemegang saham dan pihak pengurusan syarikat dari segi manfaat dan kesan hasil daripada pemberian korporat menyumbang kepada wujudnya masalah agensi (Werbel & Carter, 2002; Faris, 2010). Tidak mustahil, penyalahgunaan atau sumbangan korporat yang berlebihan mampu menjurus kepada permasalahan tadbir urus korporat (Shapira, 2012). Situasi ini mungkin boleh dikaitkan dengan laporan *Malaysia Fraud, Bribery and Corruption Survey 2013* oleh KPMG (KPMG 2014). Antara hasil laporan ini memberi indikasi bahawa derma termasuk sumbangan politik merupakan antara kaedah pembayaran rasuah yang berlaku di kalangan organisasi perniagaan di Malaysia.

*Transparency International Malaysia (2011)* dan Shapira (2012) juga memberi bayangan bahawa kualiti ketelusan tadbir urus kerajaan dan organisasi akan terkesan hasil dari derma dan sumbangan korporat kepada badan berkaitan politik. Perkara ini perlu diberikan tumpuan yang sewajarnya mengambilkira kedudukan negara menurun daripada tempat ke 53 pada tahun 2013 kepada kedudukan ke 62 pada tahun 2017 (*Transparency International, 2013; Transparency International, 2018*) dari segi indeks persepsi korupsi. Kedudukan Malaysia di dalam indeks

---

<sup>1</sup> Matlamat individu seperti meningkatkan reputasi diri, manfaat status di dalam kitaran sosial yang elit, kepentingan peribadi seperti derma kepada badan amal yang berkait dengan pengarah atau ketua pegawai eksekutif syarikat.

<sup>2</sup> Seperti yang dibincangkan di dalam Haley (1991), ‘matawang sosial’ adalah bagaimana sumbangan korporat digunakan bagi memaksimumkan manfaat dan fungsi peribadi pihak pengurusan seperti prestij, penghormatan, gaji yang lebih tinggi serta pengiktirafan dari golongan elit.

ini adalah jauh terkebelakang berbanding dengan negara Asia yang lain seperti Singapura, Hong Kong, Jepun, Emiriah Arab Bersatu dan Korea Selatan (*Transparency International, 2013*).

Oleh itu, tidak mustahil, pendedahan maklumat di dalam pelaporan tahunan syarikat mampu berfungsi sebagai salah satu cara untuk mengurangkan maklumat yang tidak simetri di antara pihak pengurusan dan pihak berkepentingan (Chobpichien, 2008; Shapira, 2012). Secara spesifiknya, pendedahan berkenaan program pemberian korporat merupakan antara mekanisma yang dapat mengekang daripada perkara-perkara ini berlaku seterusnya mengurangkan masalah maklumat yang tidak simetri di antara pihak pengurusan dan pihak berkepentingan lain (Aishah Bidin, 2008; Lev, Petrovits & Radhakrishnan, 2011; Shapira, 2012). Seperti yang dibincangkan oleh Aishah Bidin (2008), Akta Syarikat 1965 tidak melarang sumbangan politik dan kebajikan dilakukan, namun pendedahan mampu berfungsi sebagai mekanisma kawal selia ke atas kedua-dua sumbangan tersebut.

### ***Pendedahan sebagai Mekanisma Kelebihan Persaingan***

Seperti yang telah dibincangkan di dalam banyak kajian-kajian terdahulu, kedermawanan korporat telah berevolusi dari kedermawanan yang bersifat altruisme kepada yang berbentuk strategik. Ianya lebih menjurus kepada peningkatan prestasi kewangan dan fokus ke atas beberapa bidang yang berkepentingan ke atas syarikat (Saiia et al., 2003; Leisinger & Schmitt, 2012). Dalam hal ini, kedermawanan korporat berfungsi sebagai suatu alat komunikasi yang dapat memberi ruang kepada syarikat di dalam persaingan pasaran. Tidak terhad kepada itu, 'alat strategik' (Fioravante, 2011) ini menjadi pemangkin kepada peningkatan prestasi syarikat secara menyeluruh serta meletakkan syarikat ke suatu posisi yang lebih baik di dalam persaingan perniagaan yang sengit (McAllister & Ferrell, 2002; Saiia et al., 2003; Genest, 2005; Meijer et al., 2006).

Dalam erti kata lain, pelaksanaan berkaitan penglibatan komuniti yang merangkumi derma dan sumbangan mampu memberikan kelebihan persaingan kepada syarikat (Porter & Kramer, 2002; Rak, 2016). Walau bagaimanapun, aktiviti kedermawanan yang dilakukan oleh pihak korporat berpotensi untuk mempengaruhi pihak berkepentingan jika ianya dikomunikasikan.

Seperti yang dicadangkan oleh Manheim dan Pratt (1986), kegagalan mengkomunikasikan secara berkesan berkenaan inisiatif kedermawanan yang signifikan kepada komuniti memberi kesan yang minimum terhadap manfaat yang akan diterima oleh korporat tersebut. Dalam hal ini, pendedahan dan pelaporan sosial secara efektif kepada pihak-pihak berkepentingan merupakan satu aspek yang penting di dalam kejayaan jangka panjang dan pembangunan sesuatu syarikat. Ianya juga mampu memotivasikan syarikat di dalam melaksanakan program pemberian kepada pihak lain (Moir, 2003). Melalui sinergi perakaunan dan kedermawanan korporat, Moir (2003) dan Ramachandran (2009) melihat bahawa gabungan ini bukan sahaja mempengaruhi pihak berkepentingan dari segi aspek reputasi dan peningkatan nilai pemegang saham tetapi juga mampu memenuhi kontrak sosial dengan pihak tersebut.

Dengan nada yang serupa, Genest (2005) berpendapat bahawa kedermawanan korporat berfungsi sebagai medium komunikasi syarikat dengan pihak awam. Ia juga berperanan sebagai memenuhi objektif komunikasi korporat yang terkandung di dalam strategi perniagaan. Justeru, komunikasi yang berkesan berkenaan inisiatif kedermawanan korporat perlulah dilakukan. Ianya bertujuan di dalam memberi ekspresi bahawa gelagat dan matlamat syarikat adalah selari dengan jangkaan pihak berkepentingan yang mempunyai budaya dan nilai yang berbeza.

Tsang, Welford dan Brown (2009) pula berpandangan pihak berkepentingan bukan sahaja menekankan bukan sahaja dari aspek pelaporan prestasi kewangan tetapi juga penekanan dari segi aspek pelaporan berkaitan prestasi persekitaran dan sosial. Pendedahan kedermawanan korporat dilihat mampu memenuhi jangkaan ini dan manfaatnya dapat dilihat menerusi pengukuhan reputasi syarikat sebagai warga korporat yang baik di mata pelanggan dan komuniti setempat (Lev et al., 2011; Zhou, Pan & Wang, 2015).

Sependapat dengan Genest (2005), Fioravante (2010) melihat kedermawanan adalah satu inisiatif yang kompleks dan perlu dikomunikasi serta dilestarikan bagi memastikan ianya berkesan sebagai alat yang strategik bagi syarikat. Pendedahan juga bertindak sebagai satu mekanisma maklumbalas bahawa syarikat cuba memenuhi kehendak umum dengan menjadi warga korporat yang baik serta mengurangkan konflik di antara syarikat dengan pihak berkepentingan (Huang & Kung, 2010). Dalam hal ini, pendedahan kedermawanan korporat kepada pihak awam merangsang pembentukan modal moral positif di kalangan pihak berkepentingan. Modal moral positif membantu mengurangkan kesan persepsi negatif masyarakat sekiranya berlakunya konflik mahupun tindakan yang mungkin tidak selari dengan jangkaan masyarakat oleh syarikat (Godfrey, 2005). Relevan dengan pandangan ini juga, pengkomunikasian kedermawanan korporat yang spesifik berupaya untuk membantu pihak berkepentingan membuat penilaian serta keputusan menerusi perolehan maklumat yang lebih baik termasuk berkaitan kesesuaian pendekatan kedermawanan korporat yang dilakukan oleh syarikat. Seterusnya, ia membantu syarikat menilai impak daripada program-program kedermawanan yang dilakukan (Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010).

Melihat dari perspektif yang berbeza, Owen dan Scherer (1993) mencadangkan tanggungjawab sosial korporat dan kedermawanan korporat adalah elemen penting yang mampu memberi kesan yang ke atas pegangan pasaran bagi sesuatu syarikat. Selain itu, Bayoud (2012) dan Mustaruddin Saleh, Norhayah Zulkifli dan Rusnah Muhamad (2011) menjelaskan bahawa pendedahan penglibatan komuniti syarikat (yang turut merangkumi derma dan sumbangan) mempunyai hubungan signifikan positif terhadap prestasi kewangan syarikat. Bayoud (2012) pula mencadangkan bahawa maklumat berhubung aktiviti-aktiviti penglibatan komuniti yang didedahkan juga penting di dalam meraih sokongan daripada pihak kerajaan.

Secara keseluruhan, hujah-hujah yang dibincangkan di atas memberi indikasi bahawa pendedahan yang relevan dengan kedermawanan korporat mampu menyumbang impak positif seterusnya kelebihan persaingan kepada syarikat.

### **Kajian Terdahulu Berkaitan Pendedahan Kedermawanan Korporat dan Faktor-Faktornya**

Menyorot kepada karya yang dihasilkan oleh Campbell dan Slack (2008), pendedahan sukarela kedermawanan korporat merangkumi pelaporan maklumat berkaitan kedermawanan strategik dan strategi kedermawanan oleh syarikat. Sebagai antara karya terawal yang membincangkan isu pendedahan kedermawanan korporat secara khusus, Campbell dan Slack (2008) melihat maklumat kedermawanan strategik memberi indikasi berkenaan pendekatan kedermawanan di dalam menyokong strategi utama syarikat. Strategi kedermawanan korporat pula merangkumi isu berkaitan cadangan mahupun kecenderungan bagaimana dan ke mana pembayaran tempoh semasa dan akan datang derma-derma korporat dilakukan.

Campbell dan Slack (2008) tidak mengambikira pendedahan ilustrasi dan deskriptif yang menerangkan berkenaan aktiviti-aktiviti berkaitan pemberian syarikat tetapi terhad kepada

polisi kedermawanan tersebut. Antara aspek tema polisi pendedahan yang dirungkaikan di dalam kajian mereka meliputi bidang keutamaan dan kesejajaran sumbangan dengan teras perniagaan, fokus derma ke atas komuniti, pembentukan yayasan ataupun dana amanah, jumlah sasaran derma, dana pemadanan korporat, jawatankuasa yang bertanggungjawab dan inisiatif pekerja.

Menggunakan 100 syarikat di United Kingdom sebagai sampel kajian, mereka mendapati majoriti daripada syarikat yang dikaji mendedahkan secara deskriptif polisi membabitkan kedermawanan. Dapatan kajian juga menunjukkan hanya 42 syarikat mendedahkan bidang keutamaan kedermawanan di dalam pelaporan tahunan. Tidak terhad kepada itu, terdapatnya ketidak konsistensian di dalam pelaporan strategi kedermawanan di kalangan sampel yang dikaji. Dalam hal ini, Campbell dan Slack (2008) melihat ketiadaan suatu perundangan dan standad yang khusus di dalam perakaunan kewangan berkenaan dengan pelaporan kedermawanan dan pengeluaran tunai bagi tujuan derma mungkin menjadi faktor kepada situasi di atas. Ini bermakna, segala pendedahan yang dilakukan di dalam laporan tahunan adalah bersifat sukarela. Tidak mustahil, isu kelonggaran perundangan berkaitan pelaporan kedermawanan memberi ruang kepada penyalahgunaan kekayaan pemegang saham oleh pengurusan syarikat. Berkemungkinan, program sumbangan yang menggunakan sumber syarikat lebih kepada satu usaha bagi mencapai matlamat individu pihak pengurusan<sup>3</sup> berbanding matlamat pemegang saham (Campbell & Slack, 2008; Lev et al., 2011).

Walaupun kajian Campbell dan Slack (2008) memberi perspektif baru di dalam isu ini, namun, kajian yang dilakukan tidak menerangkan secara terperinci faktor-faktor yang mempengaruhi pendedahan kedermawanan korporat di dalam laporan tahunan. Begitu juga dengan kajian oleh Valor dan Zasuwa (2017) yang hanya meneliti isu berkaitan kualiti pelaporan kedermawanan korporat. Berdasarkan kepada laporan tanggungjawab sosial di kalangan syarikat yang tersenarai di dalam *Fortune 100* (yang juga ahli *Committee Encouraging Corporate Philanthropy*), mereka menyimpulkan bahawa kualiti pelaporan berkaitan kedermawanan korporat secara relatifnya adalah rendah dan lebih bersifat simbolik serta berfungsi sebagai 'pengurusan tanggapan' syarikat.

Jones dan Tilt (2005) memberi perspektif yang berbeza dengan melihat hubungan antara tahap pendedahan aktiviti-aktiviti kedermawanan korporat dengan ciri-ciri syarikat. Mengaplikasikan analisis kandungan (perkataan sebagai unit analisis) dan regresi, didapati bahawa ciri-ciri syarikat seperti saiz dan industri yang biasanya menerangkan amalan pelaporan tanggungjawab sosial korporat tidak membantu di dalam menerangkan amalan pelaporan kedermawanan korporat. Hanya keuntungan memainkan peranan di dalam mempengaruhi pelaporan ini. Dengan menggunakan data yang diperolehi menerusi laporan tahunan 100 syarikat terbaik dari aspek perolehan di Australia, kajian mereka turut mendedahkan bahawa pelaporan aktiviti-aktiviti kedermawanan di Australia adalah sangat rendah.

Agak sedikit berbeza dengan apa yang diterokai oleh Campbell dan Slack (2008) serta Jones dan Tilt (2005), kajian oleh Raja Adzrin Raja Ahmad et al. (2009) bukan sahaja membincangkan berkenaan 14 kategori kedermawanan korporat yang didedahkan oleh warga korporat di Australia, tetapi turut mencadangkan bahawa syarikat yang beraliran tunai bebas

---

<sup>3</sup> Matlamat individu seperti meningkatkan reputasi diri, manfaat status di dalam kitaran sosial yang elit, kepentingan peribadi seperti derma kepada badan amal yang berkait dengan pengaruh atau ketua pegawai eksekutif syarikat.

positif berkemungkinan mendedahkan lebih banyak maklumat berkaitan derma ataupun sumbangan yang dilakukan. Jika dibandingkan dengan Jones dan Tilt (2005), Raja Adzrin Raja Ahmad et al. (2009) turut mengambilkira penajaan terhadap aktiviti-aktiviti sukan, kebudayaan dan kesihatan di dalam analisis kedermawanan korporatnya. Raja Adzrin Raja Ahmad et al. (2009) juga menemui secara empirikal bahawa sumbangan tunai dan penajaan merupakan kategori kedermawanan korporat yang paling banyak didedahkan manakala pemberian menerusi yayasan dan bantuan bencana merupakan kategori derma yang paling kurang didedahkan.

Raja Adzrin Raja Ahmad (2010) di dalam tesis falsafahnya membuat kajian yang lebih komprehensif berkenaan pelaporan kedermawanan korporat berbanding Campbell dan Slack (2008) dan Raja Adzrin et al. (2009). Beliau memfokuskan kepada kepelbagaian penglibatan kedermawanan korporat oleh syarikat-syarikat di Australia yang terdiri daripada kedua-dua bentuk kedermawanan kewangan dan bukan kewangan. Didapati bahawa majoriti daripada syarikat-syarikat tersenarai di ASX tidak mendedahkan sebarang penglibatan berkaitan kedermawanan di laporan tahunan ataupun laporan kelestarian syarikat. Ini dibuktikan apabila hanya 261 (16.86%) daripada 1,894<sup>4</sup> syarikat yang tersenarai di ASX melakukan pendedahan kedermawanan mereka (Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010).

Raja Adzrin Raja Ahmad (2010) turut mengkategorikan pendedahan kedermawanan yang dilakukan oleh syarikat di ASX kepada tiga tahap<sup>5</sup> iaitu kelegapan (*opaque*), penembusan (*translucent*) dan ketelusan (*transparent*). Didapati bahawa 138 syarikat mendedahkan kedermawanan korporat mereka pada tahap penembusan manakala 123 syarikat mencapai tahap ketelusan. Kajian ini turut menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pendedahan kedermawanan korporat seperti industri, saiz, keuntungan dan leveraj syarikat. Secara umumnya, pendedahan kedermawanan dipengaruhi oleh saiz dan keuntungan sesebuah syarikat. Industri pula tidak signifikan di dalam menjelaskan kewujudan pendedahan kedermawanan korporat di dalam pelaporan tahunan.

Turut meneliti ciri-ciri syarikat dan pendedahan kedermawanan korporat adalah kajian dari Canny (2014). Dengan skop yang terhad iaitu penumpuan terhad pendedahan di dalam laporan tahunan berkaitan sumbangan terhadap bencana Tsunami di Asia Tenggara, beliau mendapati bahawa saiz syarikat berkorelasi secara positif dengan tahap (volum) pendedahan isu tersebut manakala keuntungan mempengaruhi kehadiran pendedahan sumbangan di dalam laporan tahunan. Keuntungan juga mempunyai korelasi positif yang tinggi di dalam menentukan pendedahan amaun sumbangan bantuan bencana di dalam laporan tahunan. Namun, keuntungan tidak mempunyai hubungan yang signifikan ke atas tahap (volum) pendedahan bantuan bencana.

Bertunjangkan kepada perspektif kebergantungan sumber, Morris dan Bartkus (2015) cuba untuk menilai faktor pendedahan kedermawanan korporat oleh syarikat yang disenaraikan di

---

<sup>4</sup> Jumlah syarikat yang tersenarai di *Australian Stock Exchange* dari 1 Januari 2008 sehingga 31 Disember 2008.

<sup>5</sup> Kategori penembusan (*translucent*) adalah di mana syarikat membuat pendedahan berkaitan kedermawanan secara naratif dan numerik tanpa menyatakan nilai dari segi kewangan terhadap pemberian tersebut. Kategori ketelusan (*transparent*) pula adalah di mana syarikat membuat pendedahan berkaitan kedermawanan secara naratif dan/atau numerik serta menyatakan nilai dari segi kewangan terhadap pemberian tersebut. Kategori kelegapan (*opaque*) iaitu syarikat yang tidak melakukan apa-apa pendedahan berkaitan aktiviti kedermawanan korporat samada di dalam pelaporan tahunan ataupun pelaporan kelestarian syarikat.

dalam *Standard & Poors 500 (S & P 500)*. Berdasarkan kepada data kedermawanan korporat dari majalah *Business Week* yang terhad kepada derma tunai dan bukan tunai (*in-kind*), mereka menemui bahawa firma dengan prestasi sosial korporat yang lebih baik dan memiliki yayasan bagi tujuan kebajikan mempunyai hubungan yang signifikan dengan pendedahan kedermawanan korporat. Berbeza dengan dapatan oleh Raja Adzrin Raja Ahmad (2010), saiz mahupun kepelbagaian operasi firma dan industri tidak signifikan di dalam mempengaruhi pendedahan kedermawanan korporat.

Walaubagaimanapun, kajian oleh Jones dan Tilt (2005), Canny (2014) dan Morris dan Bartkus (2015) tidak mengambilkira faktor dari konteks tadbir urus korporat seperti ciri-ciri pihak pengurusan atasan ataupun lembaga pengarah secara spesifik di dalam menerangkan isu pendedahan kedermawanan korporat. Data yang digunakan pula lebih memfokuskan kepada negara maju serta sebahagiannya tidak membincangkan pendedahan kategori-kategori kedermawanan korporat secara spesifik dan pelbagai.

Terdapatnya kajian yang menerangkan hubungan di antara ciri-ciri pengurusan atasan dan pendedahan berkaitan kedermawanan korporat. Waniak-Michalak dan Michalak (2013) dari Poland umpamanya mengkaji hubungan antara ciri-ciri pengerusi syarikat dengan tahap pendedahan aktiviti berorientasikan kemasyarakatan (termasuk kedermawanan). Antara ciri-ciri yang dikaji adalah pengalaman, umur, kewarganegaraan, perubahan pengerusi dan pembabitan pengerusi di dalam aktiviti sukarelawan. Kajian mendapati bahawa pengerusi yang lebih berumur dan lebih berpengalaman mendedahkan lebih banyak maklumat berkaitan aktiviti yang berorientasikan kemasyarakatan.

Kajian dari Mohd Farid Asraf Md Hashim dan Mohd Atef Md Yusof (2016) pula melihat kepada hubungan antara ciri-ciri ahli lembaga pengarah dengan pendedahan kedermawanan korporat secara lebih spesifik. Beberapa ciri lembaga pengarah seperti saiz lembaga pengarah, kebebasan pengarah, pengarah berganda, tahap pendidikan dan etnik pengarah diuji. Hasil kajian mereka mendapati hanya saiz lembaga pengarah dan etnik pengarah (pengarah berbangsa Melayu) memberi kesan yang signifikan terhadap tahap pendedahan kedermawanan korporat di Malaysia.

Dari konteks Malaysia juga, Hossain dan Nurrazura Mohamad Diah (2015) menilai secara empirikal, pendedahan sumbangan yang diberikan oleh warga korporat di Malaysia. Walaupun kajian ini tidak meneliti faktor-faktor mengapa pendedahan sumbangan dilakukan, namun ianya memberi suatu sudut pandang yang baru dan spesifik ke atas suatu elemen di dalam tanggungjawab sosial korporat iaitu pendedahan berkaitan sumbangan kesihatan. Daripada 200 sampel syarikat yang dipilih, 40.5% syarikat melaporkan sekurang-kurangnya satu isu berkaitan sumbangan kesihatan.

### **Faktor-Faktor Ketidakededahan Maklumat Kedermawanan Korporat**

Beberapa aspek penting seperti manfaat dan kos pendedahan, risiko dan persepsi pihak berkepentingan hasil daripada pendedahan yang dilakukan perlu diambil kira sebelum sesuatu keputusan berkaitan pendedahan dibuat. Ini kerana, pendedahan derma kepada sesebuah institusi mahupun organisasi kadang-kala mampu mengundang persepsi negatif dan menjejaskan kelebihan persaingan syarikat terutamanya strategi syarikat di dalam membentuk perhubungan penting dengan pihak berkepentingan melalui aktiviti-aktiviti kedermawanan (Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010; Lev et al., 2011; Rak, 2016). Ini bermaksud, ketidaktentuan dari segi manfaat dan kos yang terbit daripada pelaksanaan kedermawanan korporat



memerlukan pihak pengurusan atasan melakukan penilaian yang teliti terhadap sebarang keputusan strategik yang dilakukan (Wang & Coffey, 1992; Werbel & Carter, 2002; Faris, 2010).

Secara ringkasnya terdapat beberapa faktor yang menyumbang kepada pendedahan secara umum ataupun ketidakdedahan spesifik aktiviti-aktiviti kedermawanan korporat di dalam laporan tahunan (Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010; Morris & Bartkus, 2015). Antaranya adalah jumlah sumbangan dan penglibatan korporat terhadap aktiviti-aktiviti kedermawanan adalah kecil dan tidak signifikan (Moir, 2003). Kedua, pendedahan aktiviti kedermawanan korporat mungkin menyebabkan peningkatan permintaan derma dan bantuan yang berterusan daripada pelbagai badan-badan kebajikan dan bukan untung (Morris & Bartkus, 2015).

Ketiga, proses untuk mengumpul, membentuk kaedah persembahan yang sesuai dan juga menyebarkan maklumat berkaitan kedermawanan korporat membabitkan kos yang tinggi (Raja Adzrin Raja Ahmad, 2010, Shapira, 2012). Faktor seterusnya adalah bagi melindungi hak dan strategi inovasi korporat yang dijana melalui sumbangan pembiayaan penyelidikan juga merupakan salah satu faktor mengapa sebahagian daripada kedermawanan korporat tidak didedahkan secara spesifik (Bereskin, Campbell & Kedia, 2014).

Di samping itu, seperti yang dibincangkan di dalam Raja Adzrin Raja Ahmad (2010), ketiadaan suatu keperluan mandatori bagi sesetengah negara yang mewajibkan agar maklumat berkenaan derma korporat dilaporkan mungkin menjadi salah satu faktor yang menyumbang kepada ketidakdedahan maklumat ini.

### **Panduan, Cadangan dan Rangka Kerja Pelaporan**

Topik seterusnya membincangkan berkenaan panduan, cadangan serta rangka kerja pelaporan tanggungjawab sosial korporat yang mungkin relevan dengan aspek pendedahan kedermawanan korporat.

#### ***Bursa Malaysia***

Pada tahun 2007, Bursa Malaysia mengkehendaki kesemua syarikat senaraian Bursa Malaysia untuk mendedahkan amalan ataupun aktiviti-aktiviti tanggungjawab sosial korporat yang dilakukan di dalam laporan tahunan syarikat. Namun begitu, tiada keperluan yang spesifik oleh Bursa Malaysia berkenaan kaedah terperinci bagaimana pendedahan terhadap aktiviti berkaitan tanggungjawab sosial korporat perlu dilaksanakan (Yam 2012; Abdifatah Ahmed Haji, 2013).

Namun pada tahun 2015, Bursa Malaysia melancarkan Panduan Laporan Kelestarian. Ianya diterbitkan sebagai panduan kepada pihak korporat di dalam menambah baik pendedahan berkaitan dengan kelestarian korporat bagi tujuan memenuhi keperluan maklumat pelbagai pihak berkepentingan yang sentiasa berubah-ubah. Panduan ini memberi fokus kepada tiga tema utama kelestarian iaitu ekonomi, persekitaran dan sosial. Salah satu elemen penting yang relevan dengan isu kedermawanan korporat adalah berkenaan pelaporan sub-tema pelaburan komuniti yang turut menyentuh pemberian sukarela dan kedermawanan korporat<sup>6</sup>, iaitu sumbangan yang mampu menjana manfaat sosio-ekonomi dan impak sosial yang positif ke atas masyarakat. Namun, panduan ini hanyalah sebagai suatu rujukan dari segi amalan terbaik

---

<sup>6</sup> Dibincangkan di dalam contoh tema-tema laporan kelestarian, Kit Peralatan: Tema-Tema dan Indikator-Indikator, Panduan Laporan Kelestarian.

berhubung dengan pendedahan kelestarian dan tidaklah diwajibkan bagi syarikat senarai Bursa Malaysia untuk mengaplikasikannya.

### ***Kod Tadbir Urus Korporat Malaysia***

Kod Tadbir Urus Korporat Malaysia (MCCG) juga secara langsung membantu usaha di dalam mencerna pelaksanaan dan pendedahan tanggungjawab sosial korporat yang lebih baik. MCCG 2012 umpamanya menyentuh berkenaan prinsip dan cadangan berhubung tugas dan tanggungjawab pengarah, pengukuhan komposisi dan kebebasan pengarah, pembentukan jawatankuasa seperti audit dan juga integriti di dalam pelaporan kewangan. MCCG 2012 juga mencadangkan amalan terbaik dari sudut pengurusan risiko, pemsasaan dan pendedahan maklumat yang berkualiti serta pengukuhan hubungan di antara syarikat dengan pemegang-pemegang saham.

Seperti yang diungkapkan oleh Tan Sri Zarinah Anwar di dalam prakata MCCG 2012, ahli lembaga pengarah dan pengurusan berperanan untuk menjaga kepentingan pihak berkepentingan dan pemegang-pemegang saham. Dengan memastikan pendedahan dilakukan, lembaga pengarah dapat membantu pihak berkepentingan di dalam proses pembuatan keputusan yang lebih baik. Maklumat yang berkualiti dan tepat yang didedahkan juga menjadi kunci kepada perlindungan dan membentuk keyakinan kepada pelabur.

Secara spesifiknya, MCCG 2012 di bawah cadangan 1.4, menyarankan lembaga pengarah membentuk strategi yang mampu meningkatkan kelestarian syarikat. Ini termasuk fokus terhadap persekitaran, sosial dan tadbir urus perniagaan (PST). Fokus terhadap aspek ini penting di dalam memastikan perhatian yang seimbang diberikan kepada pihak berkepentingan yang pelbagai, secara tidak langsung mampu meningkatkan persepsi pelabur dan masyarakat. Lembaga pengarah juga perlu memastikan polisi dan pelaksanaan PST didedahkan di dalam laporan tahunan dan laman sesawang korporat. Perkara ini selari dengan prinsip ketujuh MCCG 2012. Intipati daripada prinsip tersebut adalah keperluan terhadap lembaga pengarah di dalam membentuk polisi dan prosedur pendedahan yang bersesuaian. Ianya penting bagi tujuan penghasilan pendedahan maklumat yang komprehensif, tepat serta pemsasaan yang sesuai.

Secara asasnya penumpuan terhadap isu-isu PST merupakan suatu aspek baru yang diperkenalkan oleh MCCG 2012 jika dibandingkan dengan MCCG 2007, yang sama sekali tidak menyentuh isu tanggungjawab lembaga pengarah ke atas isu sosial secara spesifik. Jika diteliti pula kepada Kod Tadbir Urus Korporat Malaysia 2017, kod ini turut secara spesifik memberi penekanan terhadap tanggungjawab ahli lembaga pengarah terhadap isu tanggungjawab sosial. Seperti di bawah Prinsip A, Panduan 1.1 MCCG 2017, kod ini mencadangkan agar lembaga pengarah mengambilkira pertimbangan ke atas aspek sosial yang menjadi asas kepada kelestarian korporat di dalam mencapai matlamat dan objektif syarikat. Kod terbaru ini juga menyentuh keperluan pengkomunikasian secara berterusan di antara syarikat dan pihak berkepentingan di dalam membantu mencapai pemahaman bersama terhadap objektif dan jangkaan kedua-dua pihak yang turut merangkumi isu tanggungjawab sosial.

### ***Global Reporting Initiative dan Model London Benchmarking Group***

Selain itu, terdapat beberapa garis panduan seperti *Global Reporting Initiative (GRI)* dan Model *London Benchmarking Group* yang menjelaskan tentang bagaimana mengenalpasti, mengukur dan melaporkan aktiviti-aktiviti berkaitan sumbangan kepada komuniti. Model *London Benchmarking Group (LBG)* menyediakan suatu rangka kerja di dalam mengukur pelaburan korporat ke atas komuniti. Model ini secara spesifiknya mengukur nilai dan impak

pelaburan ke atas komuniti yang boleh membantu di dalam penyediaan maklumat pelaporan berkaitan komuniti (Corporate Citizenship, 2011). Ia membahagikan sumbangan korporat kepada empat kategori utama iaitu tunai, dalam bentuk masa pekerja, sumbangan berbentuk bukan tunai (produk, peralatan, hartanah) dan kos pengurusan aktiviti berkaitan komuniti (LBG, 2008). Di dalam *LBG Guidance Manual* Edisi 1, Mei 2008 turut menyediakan panduan berhubung pengukuran sumbangan komuniti yang dikategorikan kepada 38 isu secara spesifik. Antaranya isu sumbangan seperti pemberian produk dari inventori, sumbangan hartanah dan lain-lain aset, penglibatan dan kesukarelawanan pekerja, penajaan kesenian dan sukan, serta bantuan kepada universiti dan penyelidikan.

*Global Reporting Initiative* (GRI) pula menyediakan suatu rangka kerja pelaporan kelestarian yang merangkumi aspek prestasi organisasi ke atas ekonomi, sosial dan persekitaran. Ia juga membentuk suatu garis panduan pelaporan kelestarian yang menjelaskan kandungan laporan dan memastikan kualiti maklumat yang dilaporkan (GRI, 2013). Merujuk kepada GRI generasi keempat yang diterbitkan pada tahun 2013 (GRI, 2013), antara fokus yang diberikan adalah berhubung dengan pelaporan penglibatan dan pelaburan organisasi ke atas komuniti setempat dan juga penilaian impak daripada penglibatan yang dilakukan. GRI 2013 ini juga turut memberi penekanan terhadap pendedahan program pembangunan komuniti serta impak negatif terhadap komuniti hasil daripada operasi syarikat. Walaubagaimanapun, tiada fokus khusus diberikan ke atas pelaporan berkaitan aktiviti-aktiviti kedermawanan.

### **Kesimpulan**

Penglibatan dan pendedahan tanggungjawab sosial korporat khususnya kedermawanan korporat merupakan salah satu mekanisme penting di dalam memastikan kelestarian syarikat tercapai. Ianya bukan sahaja mampu menjadi suatu mekanisme kawalan tadbir urus korporat malahan berupaya menjadi jambatan kepada kelebihan persaingan syarikat. Memandangkan sumbangan korporat merupakan salah satu wadah utama syarikat di dalam melaksanakan program tanggungjawab sosial korporat, kajian-kajian lanjutan berhubung isu ini perlulah diberi sedikit penekanan di dalam membantu menjelaskan senario serta memperbaiki amalan-amalan kedermawanan korporat serta pendedahannya. Sebagai penutup, ulasan dari artikel ini diharap mampu memberikan sedikit sumbangan terhadap pemahaman awal berkenaan isu pendedahan kedermawanan korporat dan menjadi pencetus kepada penyelidikan selanjutnya.

### **Rujukan**

- Abdifatah Ahmed Haji. (2013). Corporate social responsibility disclosures over time: evidence from Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 28(7), 647-676.
- Aishah Bidin. (2008). Corporate social responsibility: Trends and developments in Malaysia. *Jurnal Undang-Undang dan Masyarakat*, 12, 175-189.
- Azlan Amran, Mustaffa Mohamed Zain, Maliah Sulaiman, Tapan, S., & Ooi, S.K. (2013). Empowering society for better corporate social responsibility (CSR): The case of Malaysia. *Kajian Malaysia*, 31(1), 57-78.
- Bayoud, N.S. (2012). *Corporate social responsibility and organizational performance: The Case of Libya, a mixed methods study*. (Tesis doktor falsafah tidak diterbitkan, University of Southern Queensland, Australia). Diakses daripada [http://eprints.usq.edu.au/23573/1/Bayoud\\_2012\\_whole.pdf](http://eprints.usq.edu.au/23573/1/Bayoud_2012_whole.pdf).
- Bereskin, F.L., Campbell II, T.L., & Hsu, P. (2014). *Corporate philanthropy and innovation: Implications for the boundaries of the firm*. Diakses daripada [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2111554](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2111554).

- Bereskin, F.L., Campbell II, T.L., & Kedia, S. (2013). *Philanthropy, corporate culture and misconduct*. Diakses daripada [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2370482](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2370482).
- Brannen, L. (2008, Oktober). The purpose-driven corporation. *Business Finance*. Diakses daripada <http://businessfinancemag.com/article/purpose-driven-corporation-1010>.
- Bursa Malaysia. (2007). *Corporate social responsibility in Malaysian PLCs, An executive summary, 2007 Status report*. csr-asia.com.
- Campbell, D., & Slack, R. (2008). Corporate “philanthropy strategy” and “strategic philanthropy”: Some insights from voluntary disclosures in annual reports. *Business & Society*, 42(7), 187-212.
- Canny, A.R. (2014). The SE-Asian Tsunami Appeal: disclosure of contributions by corporate Australia. *Pacific Accounting Review*, 26(3), 274-301.
- Choi, J., & Wang, H. (2007). The promise of a managerial value approach to corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 75(4), 345-359.
- Corporate Citizenship. (2011). *Why use LBG?*
- Faris, N.A.S. (2010). Analysis the determinants of corporate philanthropy: A case study in the Jordanian commercial banks. *Journal of Social Sciences*, 6(2), 244-251.
- Fioravante, P.L. (2011). *Corporate philanthropy and its effect on an organization: A qualitative study*. (Tesis doktor falsafah tidak diterbitkan, Capella University). Diakses di Dissertation Express database. (No. UMI . 3445222).
- Genest, C.M. (2005). Cultures, organizations and philanthropy. *Corporate Communications: An International Journal*, 10 (4), 315-327.
- Gibbins, M., Richardson, A., & Waterhouse, J. (1990). The management of corporate disclosure: Opportunism, ritualism, policies and processes. *Journal of Accounting Research*, 28(1), 1990.
- Godfrey, P.C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798.
- GRI. (2013). *G4 Sustainability and reporting guidelines. Part 1: Reporting principles and specific guidelines*. Amsterdam: Global Reporting Initiatives.
- Haley, U.C.V. (1991). Corporate contributions as managerial masques: Reframing corporate contributions as strategies to influence society. *Journal of Management Studies*, 28(5), 487-509.
- Huang, C.L., & Kung, F.H. (2010). Drivers of environmental disclosure and stakeholder expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 96 (3), 435-451.
- Jones, G.R., & Tilt, C.A. (2005). Philanthropic reporting by Australian companies. *Journal of the Asia Pacific Centre for Environmental Accountability*, 11(1), 22-25.
- KPMG. (2014). *KPMG Malaysia fraud, bribery and corruption survey 2013*. KPMG Management & Risk Consulting Sdn Bhd, Kuala Lumpur.
- Leisinger, K.M. (2007). Corporate philanthropy: The “top of the pyramid”. *Business and Society Review*, 112 (3), 315-342.
- Leisinger, K.M., & Schmitt, K. (2012). *Corporate responsibility and corporate philanthropy*, Express Newsletter: Novartis Foundation for Sustainable Development. Diakses daripada [http://www.novartisstiftung.org/platform/content/element/4612/Newsletter\\_2-12\\_25\\_7\\_web.pdf](http://www.novartisstiftung.org/platform/content/element/4612/Newsletter_2-12_25_7_web.pdf).
- Lev, B., Petrovits, C., & Radhakrishnan, S. (2011). Making the business case for corporate philanthropy. *Director Notes, August*, 1-9. Diakses daripada <https://www.conference-board.org/retrievefile.cfm?filename=TCB-DN-V3N15-11.pdf&type=subsite>.
- London Benchmarkings Group (LBG). (2008). *LBG Guidance Manual. Volume 1. Inputs - Assessing the Contribution*. Corporate Citizenship: London.

- Lu, J.Y., & Castka, P. (2009). Corporate social responsibility in Malaysia. Experts' views and perspectives. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(3), 146-154.
- Madden, K. Scaife, W., & Crissman, K. (2006). How and why small to medium size enterprise engage with their communities: an Australian study. *International Journal of Nonprofit & Voluntary Sector Marketing*, 11(1), 49-60.
- Manheim, J.B., & Pratt, C.B. (1986). Communicating corporate social responsibility. *Public Relations Review*, 12(2), 9-18.
- Masulis, R.W., & Reza, S.W. (2013). *Agency problem of corporate philanthropy*. Diakses daripada [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2234221](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2234221).
- McAllister, D., & Ferrell, L. (2002). The role of strategic philanthropy in marketing strategy. *European Journal of Marketing*, 36(5/6), 689-705.
- Mohd Farid Asraf Md Hashim dan Mohd Atef Md Yusof (2016). Corporate philanthropy disclosure: Does board's composition matters? *International Journal of Management Research & Review*, 6(2), 188-205.
- Moir, L. (2003, August). Communicating philanthropy: *Multiple presentations to multiple stakeholders? Presentation of business involvement with the Arts in the UK*. Kertas kerja dibentangkan di the Academy of Management Annual Meeting, Seattle, Washington.
- Morris, S.A., & Bartkus, B.R. (2015). Look who's talking: Corporate philanthropy and firm disclosure. *International Journal of Business and Social Research*, 5(1), 1-14.
- Mustaruddin Saleh, Norhayah Zulkifli & Rusnah Muhamad. (2011). Looking for evidence of the relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance in an emerging market. *Asia- Pacific Journal of Business Administration*, 3(2), 165 – 190.
- Nor Ain Mohamed Radhi (2018). Syarikat swasta perlu anjur CSR: KJ. *Berita Harian*.
- Norhayah Zulkifli & Azlan Amran. (2006). Realising corporate social reporting in Malaysia. A view from the accounting profession. *Journal of Corporate Citizenship*, Winter (24), 101-114.
- Owen, C.L., & Scherer, R.F. (1993). Social responsibility and market share. *Review of Business*, 15(1), 11-16.
- Pelan Hala Tuju, Program Transformasi Kerajaan. (2010). Jabatan Perdana Menteri. Putrajaya.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2002). Competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56-58.
- Rak, M. (2016). Corporate philanthropy as a source of advantage. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(5), 1647-1650.
- Ramachandran, K. (2009). Family and corporate philanthropy: Emerging trends in India. *ISB Insight*, 5(Autumn), 5-8.
- Raja Adzrin Raja Ahmad, Tower, G., & Zahn, M.V.D. (2009). Exploratory analysis of corporate philanthropy disclosure practices and influencing factors in Australia. *Financial Reporting, Regulation and Governance*, 8(1), 1-27.
- Raja Adzrin Raja Ahmad. (2010). *Corporate philanthropic discourse*. (Tesis doktor falsafah tidak diterbitkan, Curtin University, Australia). Diakses di [http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&local\\_base=gen01-era02&object\\_id=160443](http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&local_base=gen01-era02&object_id=160443).
- Saiia, D.H, Carroll, A.B., & Buchholtz, A.K. (2003). Philanthropy as strategy. When corporate charity begins at home. *Business and Society*, 42(2), 169-201.

- Sales, H.E. (2012). *Affecting philanthropic propensity. A case of Dallas social venture partners*. (Tesis doktor falsafah tidak diterbitkan, The University of Texas of Dallas, Amerika Syarikat). Diakses di <http://pqdtopen.proquest.com/doc/1017536817.html?FMT=AI>.
- Shapira, R. (2012). Corporate philanthropy as signaling and co-optations. *Fordham Law Review*, 80 (5), 1889-1939. Diakses daripada <http://ssrn.com/abstract=2061080>.
- Suruhanjaya Sekuriti Malaysia. (2007). Malaysian Code on Corporate Governance 2007.
- Suruhanjaya Sekuriti Malaysia. (2012). Malaysian Code on Corporate Governance 2012.
- Suruhanjaya Sekuriti Malaysia. (2017). Malaysian Code on Corporate Governance 2017.
- Transparency International Malaysia (2011). *Memorandum on Reforms of Political Financing in Malaysia*. Transparency International Malaysia: Kuala Lumpur.
- Transparency International. (2013). *Corruption perception index 2013*. Didapati dari <http://www.transparency.org/cpi2013/results>.
- Transparency International. (2018). *Corruption perception index 2017*. Didapati dari [https://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2017](https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017).
- Tsang, S., Welford, R., & Brown, M. (2009). Reporting on community investment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(3), 123-136.
- Tuan Nooriani Tuan Ismail. (2011). Corporate social responsibility: The influence of the Silver Book. *International Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 371-383.
- UNICEF. (2013). *Corporate social responsibility policies in Malaysia. Enhancing the child focus. UNICEF Malaysia*. Diakses daripada [www.unicef.org/malaysia/Unicef\\_CSR\\_Msia\\_110713\\_lowres.pdf](http://www.unicef.org/malaysia/Unicef_CSR_Msia_110713_lowres.pdf).
- Useem, M. (1988). Market and institutional factors in corporate contributions. *California Management Review*, 30(2), 77-88.
- Valor, C., & Zasuwa, G. (2017). Quality reporting of corporate philanthropy. *Corporate Communication. An international Journal*, 22(4), 486-506.
- Wang, J. & Coffey, B.S. (1992). Board composition and corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 11(10), 771-778.
- Waniak-Michalak, H., & Michalak, J. (2013). Customer value creation through corporate disclosure on society-oriented activities. Do CEO's characteristics influence the scope of disclosure? *Social Science*, 3(81), 43-54.
- Werbel, J. D., & Carter, S.M. (2002). The CEO's influence on corporate foundation giving. *Journal of Business Ethics*, 40(1), 47-60.
- Wymer, W. (2006). Special issues in corporate philanthropy. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(1), 1-2.
- Yam, S. (2012). *Corporate social responsibility and the Malaysian property industry*. Kertas kerja dibentangkan di 18th Annual PRRES Conference, Adelaide, Australia.
- Zhou, S.S., Pan, W.H., & Wang, Z. (2015). An empirical examination of the link between corporate philanthropy and financial performance under the China context. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(3), 76-95.