

Corporate Social Responsibility (CSR): mendorong peran strategi kelompok bisnis dalam penguatan pilar komunitas sosial budaya ASEAN dalam Prosiding Konvensi Nasional Asosiasi Ilmu Hubungan Internasional Indonesia VII, 24-28 November 2015

Nurul Isnaeni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20417298&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pewujudan Masyarakat ASEAN (ASEAN Community) yang maju dan sejahtera telah menjadi cita-cita bersama para pemimpin Negara-negara Anggota ASEAN seialan dengan Visi ASEAN 2020. Untuk itu tiga pilar pembangunan telah dicanangkan dalam rangka mencapai visi regional ASEAN tersebut, yaitu Komunitas Politik-Keamanan, Komunitas Ekonomi dan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN. Namun demlkan, wacana yang berkembang maupun praktek kebijakan yang bergulir sejauh ini cenderung didominasi oleh kepentingan pembangunan Komunitas Ekonomi ASEAN. Sebaliknya, signifikansi pembangunan Komunitas Sosial-Budaya cenderung dinegasikan. Padahal, perspektif tentang Komunitas ASEAN harusnya bersifat holistic dan integrated, karena pada hakekatnya ketiga pilar itu sama-sama fondasi yang akan dapat saling mempengaruhi kokohnya bangunan Komunitas ASEAN. Apalagi, dengan adanya tekanan global dan tantangan domestik dari kompleksitas persoalan pembangunan yang dihadapi mayoritas negara-negara anggota ASEAN. Makalah ini akan membahas upaya penguatan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN melalui isu tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) di kalangan pelaku bisnis ASEAN. Tulisan ini berpendapat bahwa isu CSR sangat relevan dan signifikan bagi pencapaian Masyarakat ASEAN, khususnya penguatan pilar Komunitas Sosial Budaya, karena CSR dapat mendorong terwujudnya kemitraan multipihak, akselerasi pembangunan sosial ekonomi dan sosial-budaya dan terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik di negara-negara anggota ASEAN guna mendukung efisiensi dan efektivitas birokrasi. Analisis makalah ini berbasis pada penggunaan data-data sekunder maupun data primer dari hasil penelitian lapangan di Indonesia dan Malaysia