



Analisis teori norms *life-cycle* dalam proses difusi norma bisnis bertanggung jawab di ASEAN

SALWA AZZAHRA^{1*}

¹ Bursa Uludağ Üniversitesi, Turkey

*Correspondence: salwaazzahraa4@gmail.com

Received Date: September 20, 2023 Revised Date: November 17, 2023 Accepted Date: January 30, 2024

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) has emerged as a significant concept in understanding responsible business practices carried out by Multinational Corporations (MNCs). According to the World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), CSR is defined as a continuous commitment by businesses to behave ethically, contribute to economic development, improve the quality of life for their employees, and enhance the well-being of the surrounding communities. In the current landscape, many MNCs wield more influence and power than entire nations, even global institutions like the United Nations (UN). Consequently, CSR has become a crucial issue, reflecting the accountability of various MNCs in the eyes of the public. Over time, CSR has been increasingly adopted by business leaders as an integral part of their operations, driven by the realization that businesses must make a positive contribution to solving societal issues. The extensive discussion surrounding CSR has given rise to multiple perspectives, ranging from a managerial perspective within companies to a global norm acknowledged by various international actors. These perspectives began to take shape in the 1970s, fueled by rapid industrialization and the emergence of social and environmental movements, particularly those advocating for workers' rights.

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility (CSR); global norms; Multinational Companies (MNC); United Nations Global Compact (UNGC)

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) telah muncul sebagai konsep penting dalam memahami praktik bisnis yang bertanggung jawab yang dilakukan oleh *Multinational Corporations* (MNC) atau Perusahaan Multinasional. Menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD), CSR didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku secara etis, berkontribusi pada pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup karyawan mereka, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Di lanskap saat ini, banyak MNC memiliki pengaruh dan kekuatan lebih besar daripada negara-negara tertentu, bahkan institusi global seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Akibatnya, CSR telah menjadi isu penting, mencerminkan akuntabilitas berbagai MNC di mata masyarakat. Seiring berjalannya waktu, CSR semakin banyak diadopsi oleh para pemimpin bisnis sebagai bagian integral dari operasi mereka, didorong oleh kesadaran bahwa bisnis harus memberikan kontribusi positif dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial. Diskusi yang luas seputar CSR telah melahirkan berbagai perspektif, mulai dari perspektif manajerial di dalam perusahaan hingga menjadi norma global yang diakui oleh berbagai aktor internasional. Berbagai perspektif tersebut mulai berkembang pada tahun 1970-an, dipicu oleh industrialisasi yang cepat dan munculnya gerakan-gerakan sosial dan lingkungan, terutama yang mengadvokasi hak-hak pekerja.

KATAKUNCI: Corporate Social Responsibility (CSR); norma global; Perusahaan Multinasional (MNC); United Nations Global Compact (UNGC)

Cite This Article:

Azzahra, S. (2024). Analisis teori norms life-cycle dalam proses difusi norma bisnis bertanggung jawab di ASEAN. *Journal of Economic, Business & Accounting Research*, 1(2), 95-131. <https://doi.org/10.61511/jembar.v1i2.2024.280>

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



1. Pendahuluan

Kemunculan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang menjadi suatu konsep penting dalam memahami praktik bisnis yang dijalankan oleh MNC secara bertanggung jawab. Menurut *World Business Council on Sustainable* (WBCSD) CSR didefinisikan sebagai sebuah komitmen yang berkesinambungan dari bisnis untuk dapat berperilaku secara etis dan berkontribusi untuk pembangunan ekonomi, dan pada saat yang sama juga meningkatkan kualitas kehidupan para pekerja serta komunitas masyarakat disekitar (Crane et al., 2014). Lebih dari itu, dalam kondisi sekarang banyak MNC yang kekuatan serta pengaruhnya lebih besar dibandingkan suatu negara bangsa, bahkan institusi global seperti Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB). (Beckerman, 1992). Oleh karena itu, kehadiran CSR menjadi suatu isu yang krusial, sekaligus menunjukkan bentuk tanggung jawab berbagai MNC di mata publik (Hopkins, 2009).

Dalam perkembangan saat ini, gagasan CSR mulai banyak diterapkan oleh para pemimpin bisnis sebagai bagian dari operasi bisnis mereka, karena munculnya kesadaran bahwa bisnis mereka harus dapat berkontribusi positif pada penyelesaian berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat. (Smith, 2011). Perkembangan pesat pada pembahasan mengenai konsep CSR, melahirkan beberapa perspektif yang menyatakan bahwa CSR sebagai suatu konsep pembahasan yang utuh, mulai dari perspektif manajerial perusahaan dalam menjalankan praktik tanggung jawab atas suatu usaha, hingga sebagai suatu norma global yang diakui oleh berbagai aktor internasional. Kemunculan berbagai perspektif mengenai kajian CSR sebagai norma global, bermula pada tahun 1970-an yang dipicu oleh perkembangan pesat dalam hal industrialisasi, disertai kemunculan gerakan-gerakan sosial serta lingkungan, khususnya yang menuntut hak bagi para pekerja (Smith, 2011).

Terdapat sejumlah MNC yang menerapkan tanggung jawab atas kegiatan operasional usaha yang dilakukan dalam beberapa area khusus seperti perlakuan yang adil terhadap para pekerja. Diskursus ini terus disosialisasikan melalui berbagai forum yang melibatkan aktor bisnis global, para aktor negara, maupun non-negara, hingga masyarakat sipil (Dashwood, 2012). Selama perkembangan tersebut, ruang lingkup mengenai CSR juga semakin diperluas, dari yang semula hanya sebatas hak bagi para pekerja, berkembang menjadi perluasan lingkup mengenai lingkungan, hak asasi manusia, hingga sekarang isu yang menjadi fokus dari CSR kian diperluas yakni membahas mengenai isu-isu sosial seperti pembangunan berkelanjutan. Melalui PBB, berbagai ketentuan mengenai praktik bisnis bertanggung jawab disosialisasikan kepada para aktor bisnis. Berbagai ketentuan tersebut seperti dituangkan ke dalam kode etik perusahaan transnasional, penetapan pedoman yang mengatur perusahaan global dalam *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), serta deklarasi prinsip *International Labor Organization* (ILO) tentang perusahaan multinasional dan kebijakan sosial (Dashwood, 2012)

Komitmen PBB semakin kuat untuk menjadikan praktik bisnis bertanggung jawab sebagai suatu norma global. Hal tersebut ditandai dengan diberlakukannya *United Nations Global Compact* (UNGC) pada seluruh aktor bisnis yang menetapkan standar perilaku serta berbagai prinsip untuk perusahaan dengan berfokus pada empat isu besar, yakni; 1) Hak Asasi Manusia; 2) Tenaga kerja; 3) Lingkungan; dan 4) Anti Korupsi (Hopkins, 2009). Pada awal ditetapkan, inisiatif ini disosialisasikan oleh lebih dari 2000 peserta yang berasal dari 80 negara, termasuk para pelaku bisnis, tenaga kerja, serta masyarakat sipil (Hopkins, 2009). Prinsip-prinsip yang dikembangkan dan tertulis dalam UNGC merupakan suatu keharusan bagi tata kelola global agar para pelaku bisnis dapat mengimplementasikannya.

Human Rights

Principle 1: Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and

Principle 2: make sure that they are not complicit in human rights abuses.

Labour

Principle 3: Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;

Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labour

Principle 5: the effective abolition of child labour

Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation

Environment

Principle 7: Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges

Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility; and

Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies

Anti-Corruption

Principle 10: Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery

Gambar 1. Prinsip UN *global compact*

Sumber: United Nations Global Compact, 2000

2. Metode

Penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan mengenai mengapa permasalahan praktik bisnis bertanggung jawab di kawasan Asia Tenggara masih banyak ditemukan, padahal institusi yang menaungi kawasan tersebut yaitu *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) sudah mengadopsi norma bisnis bertanggung jawab (yang selanjutnya disebut sebagai norma CSR), melalui pembentukan ASEAN CSR Network (ACN) sejak 2008 (ASEAN, 2021b). Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang sejauh mana proses difusi norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara yang diwadahi oleh ACN, terjadi. Untuk dapat menganalisisnya, pada bagian dijabarkan mengenai proses pengembangan norma CSR di ASEAN dengan menggunakan kerangka teori difusi norma yang dikemukakan oleh Finnemore dan Sikkink yaitu *norms life-cycle* melalui serangkaian tahapan tertentu. Pembahasan terdiri dari empat bagian besar yang menjelaskan masing-masing tahapan difusi norma berdasarkan perspektif *norms life-cycle* yang dianalisis melalui tiga pendekatan sebagaimana yang dikemukakan oleh teori tersebut; 1) Bagian pertama membahas ASEAN *Community* sebagai landasan norma bisnis bertanggung jawab di kawasan; 2) Bagian kedua menjelaskan tahap *norm emergence*; 3) Bagian ketiga membahas tahap *norm cascades*; dan 4) Bagian keempat menjabarkan tahapan *norm internalizations* praktik bisnis bertanggung jawab di kawasan Asia Tenggara melalui ACN.

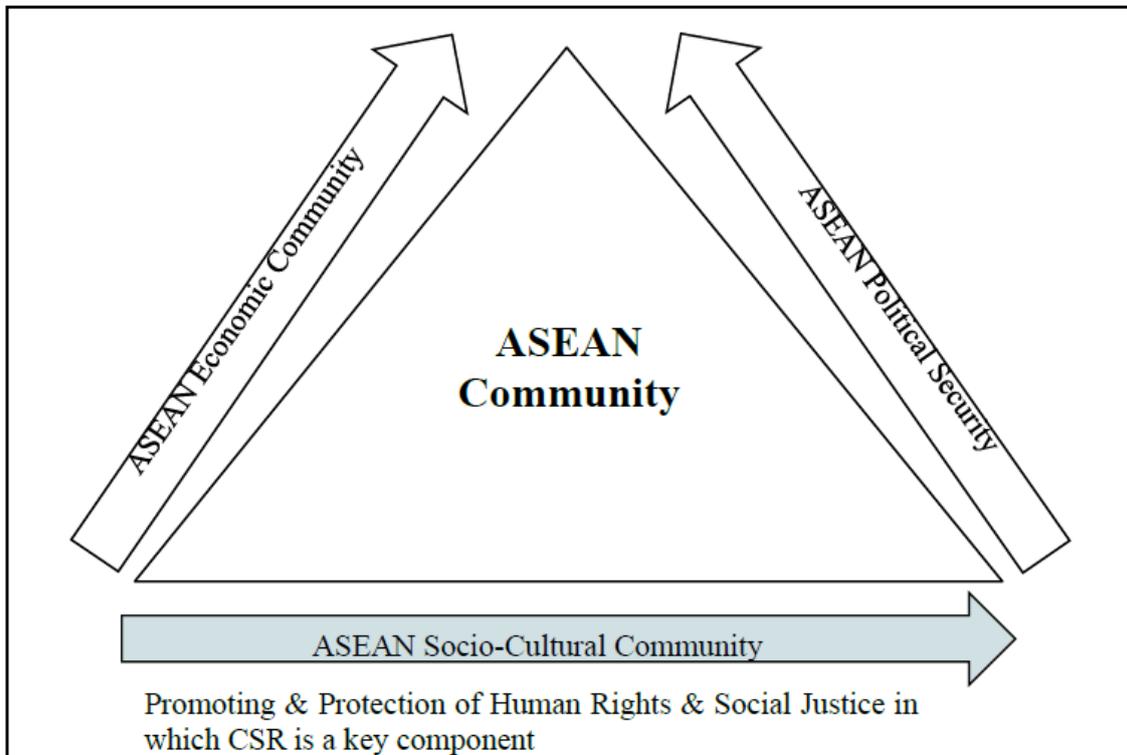
Masing-masing tahapan perkembangan norma, menganalisis tiga variabel pendekatan berbeda yang terdiri dari *actors* atau aktor-aktor yang terlibat, *motives* atau berbagai motif yang mendorongnya, serta *dominant mechanism* atau mekanisme dominan yang digunakan. Ketiga variabel pendekatan ini merupakan tolak ukur untuk menandakan suatu tahapan tertentu dalam proses difusi norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN. Untuk melakukan analisis variabel pendekatan di setiap tahapan pengembangan norma tersebut, penulis menggunakan metode pendekatan deduktif yang dapat mengarahkan teori terhadap fenomena yang terjadi. Analisis tersebut diharapkan dapat menjawab permasalahan dan memenuhi tujuan dari penelitian ini.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 ASEAN Community: Pilar ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC) sebagai landasan norma CSR di ASEAN

Segala bentuk cita-cita untuk mengintegrasikan kawasan berdasarkan pada satu visi, satu identitas, dan dalam satu komunitas bersama, tertuang dalam komitmen para pemimpin ASEAN dengan dibentuknya ASEAN *Community* (ASEAN CSR Network, 2021f). Komitmen tersebut bertujuan untuk menciptakan ASEAN sebagai suatu komunitas yang berpandangan maju, hidup dalam lingkungan yang mengedepankan kedamaian, bersifat stabil dan makmur, serta dipersatukan oleh suatu hubungan kerja sama, demi terciptanya

pembangunan sinergis yang dinamis (ASEAN, 2012). Dalam mencapai cita-cita tersebut, ASEAN *Community* disokong oleh tiga pilar yaitu; 1) ASEAN *Political-Security Community* (APSC), yang berfokus pada politik dan keamanan ASEAN; 2) ASEAN *Economic Community* (AEC), menekankan pembentukan komunitas ekonomi ASEAN; serta 3) ASEAN *Socio-Cultural Community* (ASCC) yang berfokus pada komunitas sosial budaya di dalam kawasan (Severino, 2006). Ketiga pilar tersebut merangkum ketahanan dan dinamisme ASEAN dalam rangka mencapai negara anggota ASEAN yang terintegrasi sebagai satu komunitas di berbagai sektor (ASEAN CSR Network, 2021a). Lebih lanjut, masing-masing pilar dalam ASEAN *Community* juga mampu membentuk seperangkat ketentuan dasar yang digunakan dalam interaksi di bawah kerangka kerja ASEAN melalui *blueprint* atau dokumen cetak biru, yang telah disepakati oleh negara-negara anggota (ASEAN, 2009).



Gambar 2. Pilar ASEAN Community

Sumber: Asean CSR - Promoting CSR in ASEAN (asean-csr-network.org) Diolah oleh Penulis

Salah satu kerangka dasar dalam *blueprint* ASEAN *Community* adalah membentuk seperangkat norma yang menentukan praktik bisnis bertanggung jawab (ASEAN, 2018)sus. Dalam *blueprint* tersebut, menegaskan bahwa untuk mencapai tujuan ASEAN bukan hanya ditentukan oleh dorongan pertumbuhan ekonomi, namun juga pembangunan yang berkelanjutan baik dalam hal sosial serta lingkungan ADDIN ZOTERO_ITEM CSL_CITATION {"citationID":"QfbCiLj7","properties":{"formattedCitation":"(Mohan & Morel, 2015)","plainCitation":"(Mohan & Morel, 2015)","noteIndex":0},"citationItems":[{"id":60,"uris":["http://zotero.org/users/12863382/items/4DGCiWQL"],"itemData":{"id":60,"type":"book","call-number":"KNC572 .B87 2015","collection-title":"Routledge research in human rights law","event-place":"New York","ISBN":"978-0-415-70745-9","number-of-pages":"294","publisher":"Routledge","publisher-place":"New York","source":"Library of Congress ISBN","title":"Business and human rights in Southeast Asia: risk and the regulatory turn","title-short":"Business and human rights in Southeast Asia","editor":[{"family":"Mohan","given":"Mahdev"},{"family":"Morel","given":"Cynthia"}],"issued":{"date-parts":[[2015]]}}],"schema":"https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json"} (Mohan & Morel, 2015)(Thomas, 2014).

Oleh karena itu, peningkatan diskusi mengenai CSR dan peran bisnis dalam kawasan merupakan isu penting untuk mencapai tujuan tersebut, sekaligus menciptakan komunitas ASEAN yang terintegrasi. Meskipun masing-masing pilar memiliki peran signifikan dalam mencapai integrasi kawasan, namun pilar sosial budaya, yang berkaitan erat dengan terbentuknya iklim bisnis bertanggung jawab, sekaligus menjadikan CSR sebagai norma yang berlaku di dalam kawasan Asia Tenggara. Hubungan CSR dengan visi ASEAN membentuk satu kesatuan sosial dan komunitas, berkaitan erat dikarenakan CSR dapat mendorong perkembangan pilar sosial budaya masyarakat ASEAN (Severino, 2006).

ASEAN *Socio-Cultural Community* (ASCC) merupakan salah satu dari ketiga pilar penting dalam ASEAN *Community*, yang mana memiliki visi yaitu terbentuknya sebuah komunitas di mana orang-orang di dalamnya memiliki kesempatan yang sama dalam peranan menjadi bagian dari ASEAN (Severino, 2006). Tujuan utama ASCC adalah untuk berkontribusi dalam mewujudkan Komunitas ASEAN yang berpusat pada rakyat dan bertanggung jawab secara sosial (ASEAN, 2009). Lebih lanjut, ASCC juga bertujuan untuk mencapai solidaritas dan persatuan antara bangsa dan masyarakat ASEAN, dengan membentuk identitas bersama dan membangun masyarakat yang peduli, saling berbagi, inklusif dan harmonis, di mana kesejahteraan, penghidupan, dan kesejahteraan rakyat ditingkatkan (ASEAN, 2009). Berbagai isu yang diangkat dalam ASCC memiliki fokus utama berdasarkan pendekatan masyarakat yang berbasis pada aspek sosial dan kebudayaan.

Seperti yang telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya, bahwa pada 1 Maret 2009, Pemimpin ASEAN menyelenggarakan ASEAN *Summit* ke-14 di Cha-am/Hua-Hin, Thailand dan bersepakat untuk mengadopsi *blueprint* (Dokumen cetak biru) dengan maksud untuk mewujudkan tujuan dari ASCC itu sendiri (ASEAN *Socio-Cultural Community*, 2009). Dalam *blueprint* ASCC 2009 tersebut, setidaknya terdapat enam buah poin yang disorot untuk menjadikan ASEAN sebagai suatu komunitas yang berpusat pada masyarakat serta bertanggung jawab secara sosial. Keenam poin tersebut adalah: 1) Pembangunan Manusia; 2) Kesejahteraan dan Perlindungan Sosial; 3) Keadilan dan Hak Sosial; 4) Memastikan Kelestarian Lingkungan 5) Membangun Identitas ASEAN; dan 6) Mempersempit Kesenjangan Pembangunan (ASEAN, 2009).

Agenda mengenai promosi untuk menciptakan iklim bisnis yang bertanggung jawab di ASEAN tertuang dalam poin ketiga *blueprint* tersebut, yaitu yang berkaitan dengan keadilan dan hak sosial. Tepatnya pada poin C.3, tujuan strategis ke-29, *blueprint* ASCC 2009 berisi:

“Ensure that Corporate Social Responsibility (CSR) is incorporated in the corporate agenda and to contribute towards sustainable socio-economic development in ASEAN Member States (ASEAN, 2009).”

[Untuk memastikan bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dimasukkan dalam agenda perusahaan dan untuk berkontribusi terhadap pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan di Negara-negara Anggota ASEAN.]

Lebih lanjut, di dalam *blueprint* tersebut juga terdapat beberapa langkah rekomendasi yang seharusnya dilakukan oleh negara anggota ASEAN untuk dapat mengimplementasikan praktik bisnis bertanggung jawab. Beberapa langkah yang seharusnya diterapkan oleh negara-negara di kawasan diuraikan melalui pembahasan berikut:

Pertama, perlunya suatu model kebijakan publik yang membahas mengenai CSR untuk dapat dikembangkan secara lebih spesifik, sebagai acuan bagi negara-negara Anggota ASEAN. Salah satu model kebijakan publik yang dapat dijadikan contoh adalah *International Organization for Standardization 26000* (ISO 26000), yaitu suatu standar internasional yang memberikan panduan tentang tanggung jawab sosial suatu organisasi atau lembaga (ISO, 2021). Lebih lanjut, ISO 26000 patut dijadikan model kebijakan publik mengenai CSR untuk negara-negara ASEAN disebabkan karena beberapa fitur yang dimilikinya yaitu; 1) Menjelaskan tanggung jawab sosial dengan rinci; 2) Menerjemahkan berbagai prinsip CSR menjadi suatu tindakan nyata dan dapat diimplementasikan oleh segala bentuk organisasi; 3) Mencantumkan beberapa contoh praktik terbaik dari implementasi CSR; 4) Menekankan

pentingnya menjalankan operasional bisnis yang etis, transparan, serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat (ASEAN, 2021). Berbagai Organisasi internasional seperti *International Labour Organization* (ILO), *UN Global Compact* (UNGC), serta *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), merupakan kelompok pemangku kepentingan utama dalam proses penyusunan standar CSR secara internasional serta berperan dalam hal memastikan bahwa berbagai standar internasional tersebut telah diterapkan dengan baik.

Kedua, *blueprint* ASCC merekomendasikan agar ASEAN melibatkan sektor swasta untuk mendukung kegiatan terkait CSR (Thomas, 2004). Rekomendasi tersebut merupakan titik awal terbentuknya ACN yang merupakan inisiatif CSR utama atas inisiatif ASEAN *Foundation*. Seperti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, bahwa jaringan CSR regional yang diresmikan pada 11 Januari 2011 ini, bertujuan untuk mengadopsi prinsip CSR ke dalam agenda bisnis dan mampu berkontribusi pada pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan di negara anggota ASEAN. Sebagai suatu jaringan CSR regional, ACN memberikan sebuah peluang untuk pertukaran informasi antar investor, sebuah platform untuk melakukan diskusi menangani isu regional terkait CSR, sekaligus sebagai perwakilan komunitas bisnis ke badan ASEAN dan lembaga antar-pemerintah untuk membahas mengenai masalah kebijakan yang relevan terkait CSR.

Ketiga, *blueprint* ASCC merekomendasikan agar ASEAN mendorong terbentuknya adopsi dan implementasi standar internasional mengenai tanggung jawab sosial untuk diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di dalam kawasan (Brohier, 2009). Selain membentuk jaringan CSR regional yaitu ACN, komitmen yang kuat juga ditunjukkan melalui terbentuknya platform sejenis yang juga membahas mengenai salah satu isu dalam tanggung jawab sosial perusahaan yaitu Hak Asasi Manusia (HAM), melalui ASEAN *Intergovernmental Commission on Human Rights* (AICHR). Sejak 2014 AICHR, memulai basis studi mengenai CSR dan HAM yang bertujuan untuk memastikan bahwa praktik bisnis berbagai perusahaan di kawasan Asia Tenggara berjalan dengan prinsip bertanggung jawab, termasuk penghormatan bisnis terhadap HAM pada semua negara Anggota ASEAN (AICHR, 2009). Selain itu, dalam studi tersebut juga merumuskan rekomendasi awal terkait langkah utama yang seharusnya dilakukan untuk mengembangkan kerangka kerja yang baik terkait implementasi norma CSR dan HAM di kawasan (AICHR, 2009).

Keempat, dalam *blueprint* ASCC tersebut juga merekomendasikan agar ASEAN meningkatkan kesadaran untuk memastikan hubungan yang berkelanjutan antar berbagai *stakeholder* terkait (ASEAN, 2009). Fokus utama peningkatan kesadaran tersebut adalah dengan mendukung pembangunan berkelanjutan yang berbasis komunitas. Pembangunan tersebut memberdayakan masyarakat untuk dapat menerapkan prinsip-prinsip CSR. Praktik CSR tersebut, mengharuskan seluruh organisasi di dalam kawasan untuk mengidentifikasi kepentingan dari berbagai *stakeholder* dengan harapan mereka masing-masing. Pada akhirnya setelah kepentingan tersebut sudah diidentifikasi, harapannya masing-masing pihak dapat bergerak bersama untuk dapat menjalankan kegiatan dengan berdasar pada prinsip berkelanjutan.

Keempat rekomendasi tersebut yang menjadi acuan bagi ASEAN untuk dapat menerapkan norma CSR di kawasan Asia Tenggara. Dalam perkembangannya, *blueprint* ASCC ini juga sekaligus yang menjadi latar belakang dari inisiatif jaringan CSR regional yaitu ACN. Pada praktiknya, ACN memiliki tujuan untuk dapat menjadikan negara-negara di ASEAN, sebagai suatu tempat yang asri dimana praktik bisnis yang dijalankan pada berbagai perusahaan di negara-negara anggota ASEAN menerapkan kegiatan CSR yang mumpuni serta sesuai dengan prinsip berkelanjutan. Hal tersebut sesuai dengan ASEAN *Vision 2020* yang berbunyi:

"A clean and green and sustainable ASEAN with fully established mechanism for sustainable development to ensure the protection of the region's environment, the sustainability of natural resources and the high quality of life of its peoples (ASEAN, 2020)"

[ASEAN yang bersih, asri, dan berkelanjutan dengan mekanisme yang sepenuhnya mapan untuk pembangunan berkelanjutan serta dapat memastikan perlindungan lingkungan di dalam kawasan, keberlanjutan sumber daya alam, serta kualitas hidup yang tinggi bagi masyarakatnya.]

Para pemimpin ASEAN berkomitmen untuk menciptakan kawasan Asia Tenggara sebagai suatu kawasan mengedepankan kelestarian terhadap lingkungan serta menjadikan ASEAN sebagai tempat hidup yang baik untuk seluruh masyarakatnya (ASEAN, 2021a). Komitmen tersebut yang coba diadopsi oleh ACN dalam menjalankan perannya sebagai jaringan CSR regional di Asia Tenggara. Dalam pengimplementasian visi dan cita-cita tersebut, terdapat dinamika yang dialaminya (ASEAN, 2020). Dinamika perkembangan norma bisnis bertanggung jawab yang berdifusi dalam kawasan Asia Tenggara tersebut dapat dilihat melalui serangkaian proses yang diuraikan melalui teori siklus hidup norma (*norm life-cycle*) berikut.

3.2 Proses difusi norma csr dalam tahap norm emergence di ASEAN

Finnemore dan Sikkink dalam teorinya menyatakan bahwa dalam tahapan awal pengembangan norma yang disebut sebagai *norm emergence*, ditandai dengan persuasi yang dilakukan oleh *norm entrepreneurs* (Finnemore, 1998). Lebih lanjut, *Norm entrepreneurs* sendiri merupakan aktor yang berperan penting dalam penyebaran norma ke dalam suatu *organizational platform* (platform organisasi) tertentu (Finnemore, 1998). *Norm entrepreneurs* berperan untuk mempromosikan, menginisiasi, serta menyebarkan norma internasional untuk selanjutnya diterapkan ke dalam internal suatu komunitas tertentu. Kemudian *norm entrepreneurs* juga berusaha meyakinkan para pemimpin norma (dalam hal ini negara) untuk merangkul norma baru. Secara umum terdapat dua elemen penting yang menentukan keberhasilan pada tahapan ini yaitu; 1) *Norm entrepreneurs*, yaitu aktor penting yang mempromosikan tersebarnya norma; dan 2) *Organizational platform*, yaitu wadah yang mendukung tersebarnya norma tersebut (Finnemore, 1998).

Dalam konteks difusi norma bisnis bertanggung jawab di Asia Tenggara melalui jaringan CSR regional ACN, telah melalui tahap pertama dalam siklus pengembangan norma CSR dengan baik. Hal tersebut ditandai melalui serangkaian proses yang melihat pada tiga variabel pendekatan berbeda. Ketiga variabel tersebut adalah *actors*, *motives*, serta *dominant mechanism*. Masing-masing variabel tersebut menjadikan norma bisnis bertanggung jawab di kawasan Asia Tenggara menjadi suatu hal yang bersifat persuasif dan dihormati serta diikuti oleh berbagai pemangku kepentingan yang ada di dalamnya.

3.2.1 Aktor-aktor yang berperan dalam proses difusi norma CSR tahap norm emergence di ASEAN

Suatu norma tidak muncul begitu saja tanpa adanya perantara atau inisiator norma, akan tetapi norma tertentu secara aktif dibangun oleh aktor yang memiliki gagasan kuat tentang perilaku yang sesuai atau diinginkan dalam komunitas mereka (Axelrod, 1986). Perantara atau inisiator norma ini yang kemudian disebut sebagai *norm entrepreneurs*. Peran dari *norm entrepreneurs* cukup penting untuk memunculkan norma karena mereka menarik suatu isu bahkan “menciptakan” isu tersebut agar dapat diterima ke dalam komunitasnya dengan suatu proses yang disebut *framing* atau pembedaan (Finnemore, 1998). Lebih lanjut, mereka membangun konstruksi kerangka kognitif, yang merupakan komponen penting dari strategi politiknya, dengan tujuan menciptakan pemahaman publik yang lebih luas dan diadopsi sebagai cara baru untuk membicarakan serta memahami isu tertentu.

Norm entrepreneurs juga dapat menciptakan persepsi alternatif tentang sesuatu yang dianggap pantas dan merupakan kepentingan bersama. Dalam kasus pengembangan norma CSR, Dr. Filemon Uriarte, Jr. yang pada saat itu merupakan Direktur Eksekutif ASEAN Foundations telah menerima dukungan dari Ketua *League of Corporate Foundation* (LCF), yaitu Marilou Erni dan Presiden Chit Juan untuk dapat membangun sebuah jaringan CSR regional, pada saat acara pertemuan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang

diadakan di Manila, Filipina 16 Juli 2008 (ASEAN CSR Network, 2021). Pada saat itu, ASEAN *Foundation* berkomitmen untuk dapat mengimplementasikan *blueprint* ASEAN *Socio Cultural Community* (ASCC) tahun 2009, yang mana salah satu agendanya menyangkut tentang CSR. Inisiatifnya untuk membentuk jaringan CSR regional tersebut selanjutnya diimplementasikan melalui didirikannya ACN. Dalam pertemuan yang diadakan di Filipina, Dr. Filemon Uriarte, Jr. menyatakan bahwa:

“ASEAN CSR Network was established in line with the actions called for in the *Blueprint for ASEAN Socio-Cultural Community that aims to engage the private sector in building the ASEAN Community through the promotion of corporate social responsibility (CSR) and in helping ensure that CSR is incorporated in the corporate agenda* (ASEAN CSR Network, 2021e).”

[ASEAN CSR Network didirikan sejalan dengan tindakan yang disebut dalam Cetak Biru ASEAN *Socio-Cultural Community* yang bertujuan untuk melibatkan sektor swasta dalam membangun ASEAN *Community* melalui promosi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan dalam membantu memastikan bahwa CSR tergabung dalam agenda perusahaan.]

Berdasarkan pada pernyataannya tersebut, dapat dilihat bahwa cikal bakal dari norma CSR yang diadopsi ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui jaringan CSR regional yaitu ACN, berbasis pada *blueprint* yang terdapat dalam ASCC 2009 (ASEAN CSR Network, 2021b). Lebih lanjut, Dr. Filemon Uriarte, Jr beserta rekan-rekannya telah mulai membingkai norma praktik bisnis bertanggung jawab yang dilakukan pada berbagai perusahaan di Asia Tenggara. Mereka merupakan *norm entrepreneurs* yang berperan penting dalam mempromosikan norma tersebut ke dalam kawasan.

Dalam proses awal kontestasi normative tersebut, memiliki implikasi yang signifikan terhadap pemahaman publik mengenai suatu cara yang berdasarkan pada “*logic of appropriateness*” atau logika kesesuaian yang berhubungan dengan norma. Dalam artian bahwa upaya untuk mempromosikan norma baru, berlangsung sesuai dengan standar yang pantas, sesuai, dan ditentukan oleh norma-norma sebelumnya (ASEAN, 2021). Di tahap ini *norm entrepreneurs* menggunakan logika kesesuaian untuk melakukan *framing* terhadap perilaku yang dianggap pantas dan sedang diperdebatkan. Pada 19 November 2008 di Singapura, ASEAN *Foundation* bekerjasama dengan *Asian Institute of Management* (AIM) menggelar sebuah pertemuan yang dihadiri oleh berbagai pemimpin yayasan perusahaan, praktisi CSR, serta pemangku kepentingan lainnya.

Pada pertemuan tersebut, para aktor yang mempromosikan norma CSR di kawasan Asia Tenggara berhasil meyakinkan para hadirin yang merupakan pemangku kepentingan dari berbagai negara anggota bahwa jaringan regional untuk CSR, akan bermanfaat bagi pengembangan suatu isu di wilayah tersebut. Maka dari itu, seluruh peserta menyetujui untuk membentuk ACN sebagai jaringan CSR kawasan yang selanjutnya diresmikan pada 11 Januari 2011(ASEAN, 2021b). Jaringan tersebut bertujuan untuk mengadopsi CSR ke dalam agenda bisnis, serta diharapkan mampu berkontribusi terhadap pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan di negara anggota ASEAN. Dapat dilihat bahwa tahapan ini, *norm entrepreneurs* yang ingin menyebarkan norma bisnis bertanggung jawab telah melakukan apa yang disebut sebagai logika kesesuaian, dengan menganggap bahwa praktik bisnis bertanggung jawab sudah seharusnya diterapkan oleh seluruh perusahaan di dalam kawasan.

Semua aktor yang mempromosikan norma tersebut baik di tingkat internasional maupun regional membutuhkan semacam platform organisasi (*organizational platform*) dari mana dan melalui apa mereka mempromosikan suatu norma ke dalam suatu komunitas tertentu (ASEAN, 2021b). Pada suatu kondisi, platform ini sengaja dibangun untuk tujuan mempromosikan norma, melalui beberapa organisasi non-pemerintah seperti halnya *Greenpeace*, *Red Cross*, dan *Transafrica*. Namun pada kondisi lain juga ada yang menjadikan platform organisasi sebagai jaringan advokasi transnasional yang lebih besar di mana berbagai organisasi non-pemerintah menjadi bagiannya, seperti mereka yang

mempromosikan Hak Asasi Manusia (HAM), norma-norma lingkungan, serta mereka yang menentang *apartheid* di Afrika Selatan (ASEAN, 2021b). Pada dasarnya, platform organisasi ini merupakan suatu wadah yang digunakan oleh *norm entrepreneurs* untuk mendorong terbentuknya suatu norma tertentu di dalam komunitasnya.

Seringkali, *norm entrepreneurs* juga bekerja dari suatu organisasi internasional yang memiliki tujuan dan agenda berbeda selain hanya mempromosikan suatu norma tertentu. Agenda lain tersebut dapat membentuk isi norma yang dipromosikan oleh organisasi secara signifikan. Struktur suatu platform organisasi tersebut pada beberapa kasus, dapat mempengaruhi jenis norma yang dipromosikan serta cara mempromosikannya. Dalam konteks pengembangan norma CSR di kawasan Asia Tenggara melalui ACN, *norm entrepreneurs* menjadikan ASEAN sebagai platform organisasi yang mendukung proses difusi sekaligus mempromosikan norma tersebut ke dalam kawasan.

ASEAN yang dibentuk pada tahun 1967 sebagai sarana untuk menciptakan tatanan kawasan yang stabil serta mendorong pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pembangunan budaya melalui kerjasama multilateral (WEFORUM, 2017). Para pemimpin ASEAN menandatangani deklarasi untuk menyatakan bahwa kawasan itu sekarang menjadi suatu komunitas berdasar pada tiga pilar utama. Di bawah kerangka kerja ASEAN *Socio-Cultural Community*, para pemimpin ASEAN berpartisipasi untuk dapat menjadikan praktik bisnis bertanggung jawab di kawasan menjadi suatu norma yang ditaati masyarakat ASEAN melalui pembentukan jaringan CSR regional yaitu ACN (ASEAN CSR Network, 2021d).

Komitmen ASEAN sebagai platform organisasi yang mendorong proses difusi norma CSR ke dalam kawasan, diperkuat dengan diberlakukannya “ASEAN 2025: *Forging Ahead Together*” yang merupakan rencana kerja ASEAN untuk periode 2015-2025 (ASEAN, 2021b). Rencana kerja tersebut dikembangkan dalam tiga pilar ASEAN *Community*, baik Ekonomi, Politik-Keamanan, dan Sosial Budaya Masyarakat. Dalam dokumen tersebut, isu CSR tercakup dalam ketiga Pilar cetak biru untuk mencapai tujuan pertumbuhan yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan (ASEAN, 2021b). Rencana tersebut mencakup berbagai isu seperti pekerjaan yang layak, pemeliharaan lingkungan, HAM, anti-korupsi, keanekaragaman hayati, serta melibatkan pemangku kepentingan, sesuai dengan norma-norma internasional. Badan Sektoral ASEAN diharapkan untuk melaksanakan rencana ini dengan pemantauan dan evaluasi yang ketat. Namun, rencana tersebut tidak memiliki sanksi bagi negara yang tidak melaksanakan komitmennya. Hal ini mengakibatkan kemajuan yang lambat bagi penerapan norma tersebut pada berbagai negara anggota ASEAN.

Studi dasar tentang isu CSR dan HAM yang dilakukan pada 2014 silam, mencatat bahwa terdapat perbedaan status jaringan UN *Global Compact* (UNGC) di ASEAN serta keikutsertaan negara-negara anggota ASEAN dalam ACN untuk mempromosikan CSR dan bisnis yang bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara.

Tabel 1. Berbagai tingkat perkembangan CSR di ASEAN (Per Mei 2019)

Countries	Member of ACN ?	Number of UNGC Business Sigantories	Number of UNGC Signatories	UNGC Network?
Brunei Darussalam	No	0	0	No
Cambodia	No	3	3	No
Indonesia	Yes	52	86	Yes
Lao PDR	No	0	1	No
Malaysia	Yes	34	41	Yes
Myanmar	Yes	130	137	Yes
The Philippines	Yes	17	30	Yes
Singapore	Yes	83	90	Yes
Thailand	Yes	36	41	Yes
Vietnam	Yes	13	20	Yes

Sumber: Thomas, 2019

Tabel 1. menunjukkan jumlah total penandatanganan sepuluh Prinsip UNGC untuk setiap negara anggota ASEAN baik itu sektor bisnis besar seperti MNC, usaha kecil dan menengah, serta asosiasi bisnis lokal. Jumlah penandatanganan tersebut diambil untuk mencerminkan komitmen bisnis di negara-negara anggota ASEAN terhadap Prinsip UNGC, yang mempromosikan tanggung jawab perusahaan dan CSR. Per Mei 2019, hanya terdapat 449 penandatanganan dari ASEAN, di mana 355 atau 79% di antaranya merupakan pelaku bisnis (Thomas, 2014).

Persentase penandatanganan bisnis meningkat di Indonesia, Malaysia, Filipina, dan juga di Singapura. Sementara itu, negara-negara lain di dalam kawasan tingkat kesadarannya dalam hal mengimplementasikan bisnis berkelanjutan masih minim, bahkan untuk Brunei Darussalam sama sekali tidak tercatat menandatangani standar internasional mengenai praktik bisnis bertanggung jawab tersebut. Kesenjangan dalam hal kesadaran tersebut menyebabkan kemajuan yang cenderung lambat dalam hal mempromosikan norma tersebut kedalam kawasan.

3.2.2 Motif yang mendorong proses difusi norma CSR dalam tahap norm emergence di ASEAN

Segala bentuk tindakan yang bersifat persuasif dari *norm entrepreneurs* untuk mempromosikan norma tertentu (dalam hal ini adalah norma CSR), terdapat motivasi atau faktor pendorong yang menjadi latar belakang. Motivasi yang menjadi latar belakang tersebut bervariasi, namun membentuk suatu dorongan yang utuh. Berdasarkan teorinya, Finnemore dan Sikkink mengemukakan bahwa terdapat tiga motivasi utama yang mendorong *norm entrepreneurs* untuk dapat mempromosikan suatu norma tertentu ke dalam komunitasnya. Ketiga motivasi utama tersebut adalah; 1) Empati; 2) Altruisme; 3) Ideasional.

Empati merupakan sikap yang ada ketika suatu aktor memiliki kapasitas untuk berpartisipasi dalam perasaan atau ide dari aktor lain (Finnemore & Sikkink, 1998). Dalam hal ini, motivasi yang bersifat empati pada dasarnya didorong oleh sikap untuk dapat merasakan suatu hal atau ide yang sama dengan apa yang aktor lain rasakan. Lebih lanjut, empati juga memiliki penjelasan yang komprehensif dalam hal kepentingan pribadi serta memainkan peran yang bersifat subordinatif (Keohane, 1986). Empati ini dapat menyebabkan saling ketergantungan antara satu dan lain aktor yang berbeda. Hal tersebut dapat terjadi ketika para aktor tertarik pada kesejahteraan orang lain demi kepentingannya sendiri, dan tidak berdampak pada kesejahteraan atau keamanan masing-masing diantara mereka.

Selanjutnya motivasi altruisme dapat terjadi ketika suatu aktor benar-benar mengambil tindakan yang dirancang untuk menguntungkan orang lain bahkan dengan mengambil risiko yang mungkin berbahaya terhadap kesejahteraaannya sendiri (Finnemore & Sikkink, 1998). Sikap tersebut merupakan kebalikan egoisme yang menekankan pada kepentingan pribadi tanpa melihat orang-orang disekitar. Kristen Monroe berpendapat bahwa esensi dari altruisme adalah persepsi tentang manusia merupakan suatu entitas yang sama, dengan pengakuan yang sangat sederhana namun dapat dirasakan bahwa kita semua memiliki karakteristik tertentu dan berhak atas hak-hak yang setara (Monroe, 1998). Motivasi yang bersifat altruisme dapat mendorong suatu aktor untuk dapat menyebarkan suatu norma tertentu yang pada dasarnya norma tersebut dapat membawa kesejahteraan untuk banyak pihak lain.

Kemudian komitmen ideasional merupakan motivasi utama yang dilakukan oleh *norm entrepreneurs* untuk mempromosikan norma ke dalam komunitasnya. Ketika *norm entrepreneurs* mempromosikan norma atau ide ke dalam komunitasnya, mereka percaya pada cita-cita dan nilai-nilai yang terkandung dalam norma tersebut. Meskipun bisa saja dalam mengejar norma tersebut mungkin tidak berpengaruh pada kesejahteraan mereka. Hal ini yang disebut sebagai basis ideasional atau suatu ide dan nilai yang diyakini ada dan berpengaruh terhadap kepentingan bersama.

Komitmen *norm entrepreneurs* untuk dapat menerapkan *blueprint* ASCC 2009 merupakan motivasi utama dalam proses difusi norma praktik bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara (Mohan & Morel, 2015). Dalam *blueprint* tersebut, memiliki

ambisi utama untuk dapat melibatkan sektor swasta dalam pengembangan ASCC yang mana salah satu agendanya adalah mempromosikan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam kawasan Asia Tenggara. ASEAN Foundation serta berbagai pihak yang merupakan *norm entrepreneurs* melakukan proyek untuk mengimplementasikan *blueprint* tersebut, dan menghasilkan terbentuknya ACN sebagai CSR hub regional kawasan. Dalam motivasi untuk dapat mengimplementasikan *blueprint* tersebut, mengandung dorongan sinergis yang menyangkut nilai empati, altruisme, sekaligus basis ideasional suatu norma. Hal itu disebabkan karena untuk dapat mempromosikan bisnis yang bertanggung jawab (CSR) di ASEAN adalah salah satu strategi kunci untuk mencapai “keadilan dan hak” seluruh komunitas yang berada di wilayah tersebut (ASEAN CSR Network, 2021).

Lebih lanjut, dalam *blueprint* tersebut juga menyoroti pembangunan lintas sektoral yang akan membantu menggerakkan kawasan untuk mencapai tujuan pembangunan sebagai suatu komunitas yang stabil serta mengedepankan terhadap kesejahteraan bersama (ASEAN CSR Network, 2021). Praktik CSR yang selanjutnya menjadi suatu norma dalam kawasan melalui ACN, ditampilkan secara luas dalam *blueprint* tersebut. Baik itu untuk menanamkan tata kelola dan integritas yang baik, menghapus korupsi, mempromosikan dan melindungi Hak Asasi Manusia (HAM), meningkatkan standar tenaga kerja, mendorong penghijauan lingkungan, ekonomi sirkular, konsumsi dan produksi berkelanjutan, serta mengatasi tantangan perubahan iklim. CSR telah disebut sebagai mekanisme untuk membantu membangun perwujudan ASCC, untuk mencapai pembangunan yang inklusif, adil, dan berkelanjutan di ASEAN (ASEAN CSR Network, 2021b). Dorongan tersebut merupakan hasil dari hadirnya sikap empati untuk dapat berpartisipasi merasakan apa yang menjadi ide pihak lain, altruisme yang mengutamakan kesejahteraan kelompok atau komunitas dibandingkan kepentingan pribadi, serta ideasional yang sifatnya orisinil untuk dapat menjadikan praktik bisnis bertanggung jawab di ASEAN sebagai norma kawasan.

Bisnis yang bertanggung jawab memastikan bahwa masalah HAM, lingkungan, dan etika merupakan suatu hal yang terintegrasi dalam operasi bisnis, serta dapat menawarkan perusahaan untuk menempuh jalur baru untuk pertumbuhan dan keunggulan kompetitif, dengan meningkatkan reputasi organisasi serta lisensi untuk beroperasi. Sementara itu, bisnis inklusif memperlakukan orang dengan martabat dan rasa hormat, sebagai agen pembangunan mereka sendiri. Hasil dari bisnis yang bertanggung jawab dan inklusif di ASEAN kemudian akan berarti bahwa peluang bisnis dan kemakmuran dapat diakses di semua lapisan masyarakat-dari pekerja hingga pemilik usaha kecil, pemasok hingga distributor-dan dilakukan tanpa merusak lingkungan. Pada pembukaan ASEAN *Responsible Business Forum* pada tahun 2015 yang diselenggarakan oleh ACN, Chair ACN yaitu Ibu Yanti Triwadiantini mengatakan:

“Words are important but actions are worth more. We believe that CSR, if implemented strategically and holistically can... transform companies from merely profit-driver entities into agents of change for responsible and sustainable development”. (ASEAN CSR Network, 2021b).

[Kata-kata itu penting tapi tindakan lebih berharga. Kami percaya bahwa CSR, jika diterapkan secara strategis dan holistik dapat... mengubah perusahaan dari sekedar entitas yang berorientasi pada keuntungan menjadi agen perubahan untuk pembangunan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.]

Dorongan untuk menjadikan praktik bisnis bertanggung jawab di kawasan Asia Tenggara merupakan sesuatu gabungan dari cita-cita mulia yang telah diperjuangkan oleh *norm entrepreneurs* sebagai upaya pengimplementasian *blueprint* ASCC 2009 dan telah disusun oleh para pemimpin ASEAN di dalam kawasan.

3.2.3 Mekanisme dominan yang digunakan dalam proses difusi norma CSR tahap norm emergence di ASEAN

Mekanisme utama dari tahapan *norm emergence* adalah peran dari *norm entrepreneurs* dalam melakukan persuasi. Mereka berusaha meyakinkan aktor-aktor lain yang berperan penting dalam komunitasnya untuk dapat menerima norma yang mereka promosikan (Finnemore & Sikkink, 1998). Persuasi adalah pusat dari sebagian besar studi kasus empiris tentang pengaruh dan perubahan normatif. Mekanisme ini merupakan misi dari *norm entrepreneurs* yang berusaha untuk mengubah fungsi utilitas pemain lain dalam hal mencerminkan beberapa komitmen normatif yang dinilai baru.

Persuasi sendiri merupakan proses dimana tindakan agen menjadi struktur sosial, ide menjadi norma, dan subyektif menjadi intersubjektif. Secara teoritis, mekanisme ini terjadi dengan memodelkan cara di mana transfer informasi dapat mengubah strategi aktor, tetapi perubahan dalam preferensi yang mendasarinya tidak dapat di endogenisasi (Finnemore & Sikkink, 1998). Melalui mekanisme tersebut, suatu norma dapat mulai tersebar untuk selanjutnya mencapai tahap *tipping point* atau tahap penentuan apakah norma tersebut dapat diterima atau justru ditolak oleh masyarakat.

Dalam perannya untuk dapat mengimplementasikan *blueprint* yang telah dibuat, ASEAN Foundation serta berbagai aktor lain yang terlibat, terus melakukan pertemuan-pertemuan dengan tujuan meyakinkan para pemangku kepentingan yang berasal dari negara anggota ASEAN, untuk dapat menerima norma CSR melalui pembentukan ACN. Beberapa pihak yang terlibat diantaranya adalah; 1) *Indonesia Business Links*; 2) *League of Corporate Foundations*, Filipina; 3) *Global Compact Network Singapore*; 4) *International Chamber of Commerce*, Malaysia; 5) *Thai Chamber of Commerce*. Kelima representatif yang berasal dari beberapa negara anggota ASEAN ini yang selanjutnya juga ikut berpartisipasi menjadi pendiri sekaligus dewan pengurus ACN.

Pada 13 Januari 2010, Sekretaris Jenderal ASEAN yang pada saat itu dipimpin oleh H.E. Surin Pitsuwan mencatat berbagai inisiatif yang dilakukan untuk mengimplementasikan *blueprint* ASCC tentang tanggung jawab sosial perusahaan, meminta ASEAN Foundation untuk dapat memimpin pelaksanaan kegiatan terkait CSR di kawasan. Atas instruksi tersebut ASEAN Foundation melakukan tindakan persuasif dengan mendorong beberapa pemangku kepentingan termasuk representasi yang berasal dari lima negara anggota ASEAN yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand melalui institusi yang telah disebutkan diatas, untuk dapat merealisasikan proyek pengimplementasian *blueprint* ASCC mengenai pengembangan norma CSR di ASEAN (ASEAN CSR Network, 2021a)

ASEAN Foundation berhasil melakukan persuasi dengan meyakinkan peserta untuk segera mengimplementasikannya. Hal tersebut dibuktikan pada penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) antar berbagai organisasi bisnis di lima negara anggota serta ASEAN Foundation dan juga AIM. Penandatanganan MoU tersebut dilaksanakan di Manila pada 14-15 Juli 2010, yang mana merupakan tahap awal dari peluncuran ACN. *Norm entrepreneurs*, juga berhasil membuat kesepakatan bahwa kelima representatif yang berasal dari lima negara anggota ASEAN tersebut menjadi anggota pendiri Jaringan CSR ASEAN dan bergerak maju dalam meresmikan organisasi ini (ASEAN CSR Network, 2021a).

Satu tahun setelahnya yaitu pada tahun 11 Januari 2011, ACN resmi didirikan sebagai Jaringan CSR Regional kawasan Asia Tenggara. Sebagai suatu organisasi regional non-profit, sekaligus menjadi platform untuk jaringan dan kerjasama di tingkat ASEAN, mendukung penyelenggaraan kegiatan pengembangan kapasitas dan pelatihan, mengintegrasikan tindakan kolektif mengenai isu CSR, serta menjadi penghubung dengan berbagai organisasi baik regional maupun internasional yang tertarik mendukung kemajuan CSR di kawasan Asia Tenggara. ACN dapat menjadi jembatan antara berbagai pemangku kepentingan yang berasal dari negara anggota ASEAN melalui berbagai pertemuan, pelatihan, serta diskusi yang terarah, hingga pada akhirnya akan berkontribusi terhadap pembentukan tata kelola CSR yang lebih baik di masing-masing negara anggota ASEAN.

Dari penjabaran tersebut dapat dilihat bahwa pada tahap *norm emergence*, pengembangan norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN, mengalami proses yang sempurna. Hal tersebut ditandai dengan masing-masing indikator dalam tahapan ini menunjukkan suatu proses yang harmonis sehingga norma mengalami proses *tipping point*. Proses ini terjadi ketika masing-masing anggota yang terdapat dalam komunitas menyetujui oleh norma yang dipromosikan oleh *norm entrepreneurs*. Tahapan tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 2. Proses Difusi Norma CSR Tahap Norms Emergence di ASEAN

Pendekatan	<i>Norm Emergence</i>
<i>Actors</i>	ASEAN Foundation bersama AIM sebagai <i>norm entrepreneurs</i> mempromosikan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui pembentukan ACN.
<i>Motives</i>	Mengimplementasikan <i>blueprint</i> ASCC 2009 yang mengandung nilai keadilan dan kesejahteraan untuk sesama
<i>Dominant Mechanism</i>	<i>Norm entrepreneurs</i> berhasil melakukan persuasi yang ditandai dengan penandatanganan MoU oleh para pemangku kepentingan untuk membentuk ACN.

Sumber: Finnemore & Sikkink, 1998 yang telah diolah kembali oleh penulis

3.3. Proses difusi norma CSR dalam tahap *norm cascades* di ASEAN

Tahap kedua dari proses pengembangan norma dapat terjadi setelah masing-masing aktor dalam suatu komunitas menerima norma yang telah dipromosikan oleh *norm emergences*, atau yang disebut sebagai *tipping point*. Finnemore dan Sikkink melihat bahwa *tipping point* suatu norma dapat terjadi melalui dua hal; 1) *Norm tipping* yang terjadi ketika sepertiga total negara di suatu sistem mengadopsi norma yang telah dipromosikan; 2) *Norm tipping* yang dapat terjadi setelah ada "*critical state*" yang menyetujui suatu norma (Finnemore & Sikkink, 1998). Apabila aktor negara telah melakukan salah satu atau kedua hal tersebut, maka suatu norma telah memasuki tahap selanjutnya dari proses difusi norma yang disebut sebagai *norm cascades*.

Norm cascades terjadi ketika para pemimpin norma berusaha mensosialisasikan negara-negara lain untuk dapat mengikuti norma yang telah dipromosikan. Dorongan untuk dapat mencapai tahap *norm cascades* dapat terjadi ketika suatu norma dapat "mengalir" melalui populasi lainnya yang lebih variatif. Finnemore dan Sikkink berpendapat bahwa terdapat beberapa kondisi yang dapat memfasilitasi keberhasilan dari tahap ini, antara lain adalah tekanan untuk mencapai kesesuaian, keinginan untuk meningkatkan legitimasi internasional, serta tekad dari pemimpin negara untuk meningkatkan harga diri mereka di kancah internasional (Finnemore & Sikkink, 1998). Lebih lanjut, tahapan *norm cascades* merupakan penerimaan norma yang lebih luas lagi. Proses pengembangan norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN pada tahap *norm cascades* ditentukan oleh tiga variabel pendekatan yang terdiri dari *actors*, *motives*, serta *dominant mechanism*.

3.3.1. Aktor-aktor yang berperan dalam proses difusi norma CSR tahap *norm cascades* di ASEAN

Proses difusi norma pada tahap *cascading* tidak terlepas dari peran aktor yang mendukung suatu norma untuk dapat diterima ke dalam komunitas tertentu. Pada tahap ini, ditandai dengan banyaknya negara yang berada dalam suatu komunitas tertentu untuk mulai mengadopsi norma baru secara langsung, tanpa adanya tekanan domestik yang menolak perubahan terhadap norma yang dideleberasikan tersebut. Pada titik ini, dapat menyebabkan terjadinya *contagion* yang dipicu oleh demonstrasi baik secara regional maupun internasional. *contagion* sendiri muncul ketika norma internasional berpengaruh menjadi lebih penting dibandingkan politik domestik untuk menyebabkan dampaknya terhadap perubahan norma (Ramirez et al., 1997).

Tentunya negara bukan satu-satunya aktor yang berperan dalam proses pengembangan norma dalam tahap ini. Namun juga terdapat peran dari organisasi internasional maupun regional serta jaringan yang berkontribusi untuk menjadikan suatu norma dapat mengalir ke dalam komunitas tertentu dengan baik. Mereka juga bertindak sebagai agen sosialisasi untuk menekan aktor yang ditargetkan dalam hal mengadopsi kebijakan dan peraturan baru, serta meratifikasi perjanjian yang akan disepakati melalui pemantauan yang sesuai dengan standarisasi internasional (Finnemore & Sikkink, 1998). Dalam hal pengembangan norma CSR di ASEAN melalui ACN, juga tidak terlepas dari berbagai aktor yang turut serta menjadikan norma tersebut mengalir secara efektif ke dalam komunitas ASEAN. Proses tersebut dipengaruhi oleh tiga hal yang dalam konteks ini disebut sebagai aktor pendukung proses *norm cascades*; 1) Negara; 2) Organisasi regional maupun internasional; dan 3) Jaringan (Finnemore & Sikkink, 1998).

Pertama, aktor yang berperan dalam pengembangan norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara adalah negara-negara yang merupakan anggota ASEAN. Hal itu ditandai dengan banyaknya negara anggota yang menyatakan diri sebagai bagian dari jaringan ACN. Tercatat bahwa tujuh dari sepuluh anggota ASEAN menyatakan diri untuk bergabung dalam jaringan CSR regional tersebut, mereka diantaranya; 1) Indonesia; 2) Malaysia; 3) Singapura; 4) Thailand; 5) Filipina; 6) Vietnam; dan 7) Myanmar (Thomas, 2014). Representasi dari masing-masing negara tersebut adalah *Indonesia Business Links* (Indonesia), *International Chamber of Commerce* (Malaysia), *Global Compact Network Singapore* (Singapura), *Thai Listed Companies Association* (Thailand), *League of Corporate Foundation* (Filipina), *Vietnam Chamber of Commerce and Industry* (Vietnam), *Union of Myanmar Federation of Commerce and Industry* (Myanmar). Lima negara yang disebutkan di awal tersebut juga sekaligus menjadi pendiri dan dewan pengurus dari ACN. Negara-negara yang terlibat mendukung secara penuh proses difusi norma CSR di ASEAN melalui proses sosialisasi yang dilakukan oleh ACN dengan sejumlah program yang ada di dalamnya.

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan sebelumnya, bahwa implementasi penerapan CSR di berbagai perusahaan-perusahaan dalam kawasan Asia Tenggara, berpengaruh pada agenda politik serta berkaitan pula dengan kondisi ekonomi, sosial, dan budaya suatu negara. Maka dari itu, berbagai negara anggota ASEAN ini mendorong secara penuh proses difusi norma CSR ke dalam kawasan melalui sejumlah kebijakan domestik mereka yang juga banyak dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, bahkan religius negara setempat. Pada kasus Indonesia, ditemukan banyak regulasi/institusi yang berada di tingkat domestik dimunculkan oleh pemerintah dan bersifat mengikat (Isnaeni et al., 2018). Ketentuan yang mengikat ini, mengindikasikan peran kuat dari aktor negara untuk mengawasi sekaligus mengevaluasi pelaksanaan kegiatan CSR.

Kondisi serupa juga terjadi di Malaysia. Pemerintah setempat menjadikan praktik CSR sebagai sesuatu yang wajib dilaksanakan atau bersifat *mandatory* (Isnaeni et al., 2018). Kebijakan pemerintah Malaysia bekerjasama dengan Bursa Malaysia dan *Government Linked Companies* (GLCs), mendorong sektor privat untuk melaksanakan operasional bisnis yang dijalankan oleh mereka secara bertanggung jawab. Meskipun demikian, menurut data yang berasal dari Bursa Malaysia menyebutkan bahwa dari 900 Public Listed Companies (PLCs) yang terdaftar dalam bursa, namun hanya 14 PLCs yang memenuhi ketentuan aturan global dalam mekanisme GRI (Isnaeni et al., 2018). Hal tersebut menandakan bahwa negara ini masih mengalami tahap penyesuaian terhadap norma-norma CSR global.

Di Singapura sendiri, negara tersebut memainkan peranan yang signifikan sebagai simpul (hub) CSR bagi negara-negara tetangganya (Perry et al., 2001). Hal tersebut dipicu oleh aspek ekonomi yang berputar dinamis sekaligus menjadikan tempat bagi perusahaan nasional maupun internasional. Dalam upaya mendorong norma CSR di kawasan, peran aktor negara menjadi cukup dominan. Meskipun negara ini menganut prinsip *tripartism*, dimana pengambilan keputusan berdasar pada pemerintah-bisnis-buruh, namun status pemerintah dapat dikatakan sebagai *primus inter pares* (first among equals), termasuk dalam hal pengambilan kebijakan terkait CSR (Tan, 2011). Dengan demikian, walaupun Singapura memiliki tata kelola CSR yang baik, akan tetapi dominannya peran pemerintah

cukup signifikan dalam membatasi ruang gerak masyarakat sipil di negara ini (Thomas, 2014).

Sementara itu, untuk negara ASEAN lainnya seperti di Filipina dan Thailand, praktik implementasi CSR banyak dipengaruhi oleh konteks budaya dan kepercayaan masyarakat setempat. Di Thailand sendiri, kebijakan CSR yang diambil berpacu pada etika Buddha (*Buddhism Values*) tentang “*merit-making*” (*tham bun*) atau perbendaharaan adalah dasar untuk melakukan perbuatan baik (karma) melalui amal dan sedekah baik di tingkat individu, dan filantropi, serta relawan karyawan dalam perusahaan bisnis. (Thomas, 2014) Kondisi sosio-religius ini yang dijadikan acuan untuk sektor privat dalam untuk pendekatan dalam menjalankan operasional perusahaan (Sharma, 2013).

Kemudian, di Filipina juga secara historis mencerminkan nilai *bayanihan*, yang dalam bahasa Tagalog berarti semangat persatuan komunal dan sering dikutip sebagai pendahulu dari filantropi korporat dan CSR seperti yang lebih kita kenal sekarang. Kebijakan mengenai praktik CSR di negara ini berdasar pada semangat kerja sama dan atas dasar prinsip kesukarelaan. Filipina juga mendorong pemberian perusahaan dalam CSR bersifat sekuler dan diarahkan pada pengembangan masyarakat sosio-ekonomi (Sharma, 2013). Dari uraian tersebut, dapat dilihat bahwa aktor negara yang berada di dalam kawasan memiliki peran signifikan dalam upaya proses pengembangan norma CSR di ASEAN, yang mana dalam dinamikanya penerapan kebijakan CSR yang dijalankannya banyak dipengaruhi oleh konteks ekonomi, politik, serta sosial dan budaya masyarakat setempat.

Selanjutnya, aktor jenis kedua yang juga berperan dalam proses *Cascading* norma ini adalah para aktor yang merupakan bagian dari organisasi regional maupun internasional. Beberapa diantara mereka berasal dari organisasi non-pemerintah tingkat internasional, institusi akademik, serta pemangku kepentingan lainnya. Masing-masing organisasi tersebut berkolaborasi membantu pelaksanaan program dan kegiatannya melalui dukungan non-finansial. Organisasi-organisasi yang bermitra dan bekerja sama dengan ACN dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 3. Aktor organisasi internasional dan regional dalam tahap norm cascading

No	Nama Organisasi Pendukung	Keterangan	Logo
1	Association of Southeast Asian Nation (ASEAN)	Merupakan institusi regional kawasan Asia Tenggara sekaligus menjadi platform organisasi untuk promotor norma bisnis bertanggung jawab di kawasan.	
2	Asian Institute of Management (AIM)	AIM merupakan institusi pendidikan yang berfokus pada sekolah bisnis dengan menekankan prinsip CSR, AIM turut serta membantu ASEAN Foundation untuk dapat mempromosikan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan.	
3	Asia-Europe Foundation (ASEF)	ASEF adalah organisasi nirlaba antar pemerintah yang menyatukan masyarakat Asia dan Eropa untuk mengatasi tantangan global bersama. ASEF mendukung ACN melalui kemitraan yang terjalin.	

4	Food + Agriculture Business Principles (FAB Principles)	FAB Principle merupakan salah satu prinsip yang berada di bawah UNGC dan berfokus pada isu pangan dan agrikultur. Dalam kemitraannya, FAB Principle juga berkontribusi pada program-program yang dijalankan ACN.	
5	Human Rights Resource Center	Merupakan pusat kajian HAM ASEAN yang turut berpartisipasi dalam membentuk basis studi mengenai HAM dan bisnis bertanggung jawab di kawasan.	
6	Institute of Corporate Responsibility and Sustainability	ICRS merupakan institusi CSR yang berbasis di Inggris dan merupakan salah satu mitra ACN.	
7	Integrity Initiative	Merupakan organisasi non pemerintah yang berfokus pada kajian anti korupsi. II turut serta menjadi mitra yang mendukung program ACN.	
8	Konrad Adenauer Stiftung	Merupakan yayasan pendidikan yang mempromosikan kebebasan, damai, dan adil di negara-negara anggota. Yayasan ini juga memberikan bantuan kepada ACN untuk menjalankan tujuannya.	
9	National University of Singapore	NUS merupakan institusi pendidikan tinggi di Singapura yang memiliki peran signifikan mulai dari awal peluncuran ACN hingga beberapa pertemuan yang membahas program jaringan tersebut.	
10	Pact	Merupakan organisasi pembangunan internasional yang membantu mereka yang menghadapi tantangan kemiskinan dan marginalisasi di lebih dari 40 negara di seluruh dunia.	
11	United Nation Development Program	Merupakan organisasi yang berada di bawah PBB dan bekerja untuk mengurangi resiko konflik bersenjata atau bencana. Organisasi ini turut serta mendukung program ACN.	

12	UN Working Group on Business and Human Rights	Merupakan Kelompok Kerja Bisnis dan Hak Asasi Manusia yang merupakan mitra dari ACN.	
13	United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)	UNIDO adalah badan khusus PBB yang mempromosikan pengembangan industri untuk pengurangan kemiskinan, globalisasi inklusif, dan kelestarian lingkungan. Oleh karena kesatuan visi tersebut, mendorong UNIDO untuk membantu ACN dalam visi mensejahterakan sekitar.	
14	United Nations on Drug and Crime (UNODC)	UNODC adalah pemimpin global dalam perang melawan obat-obatan terlarang dan kejahatan internasional, dalam menjalankan praktiknya organisasi tersebut bermitra dengan beberapa jaringan, termasuk ACN.	
15	World Wildlife (WWF)	WWF adalah organisasi internasional yang memiliki tujuan untuk melestarikan alam dan mengurangi ancaman paling mendesak terhadap keanekaragaman kehidupan di Bumi.	

Sumber: <https://www.asean-csr-network.org/c/participation/partners> telah diolah kembali

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa proses *norm cascades* dalam difusi norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara didukung oleh organisasi baik yang bersifat internasional maupun regional. Beberapa organisasi itu turut mendukung proses difusi norma tersebut melalui bantuannya mendorong implementasi program yang dibawa oleh ACN. Lebih lanjut, beberapa institusi domestik yang berada di bawah negara-negara anggota ASEAN juga turut serta mendukung pengimplementasian program ACN. Dari kondisi tersebut dapat dilihat bahwa norma CSR global telah mengalami proses *cascading* ke dalam kawasan Asia Tenggara, yang dibantu oleh sejumlah organisasi di tingkat domestik, regional, hingga internasional.

Selain sejumlah aktor yang telah disebutkan diatas, juga terdapat jaringan yang terdiri dari berbagai pemangku kepentingan, turut serta berpartisipasi dalam proses pengembangan norma CSR di ASEAN melalui beberapa skema tertentu. ACN membuat skema jaringan kerjasama untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan yang hendak dicapainya. Pelaksanaan program ACN melibatkan setidaknya empat pemangku kepentingan yang terdiri dari dunia usaha, akademisi, pemerintah dan masyarakat sipil (Syam et al., 2020). Penulis melihat bahwa dalam membangun skema jaringan oleh masing-masing pemangku kepentingan tersebut dapat dikategorikan menjadi dua tipe; 1) Skema jaringan internal; 2) Skema jaringan eksternal.

dikategorikan menjadi dua tipe; 1) Skema jaringan internal; 2) Skema jaringan eksternal.

Pada skema jaringan internal, ACN melibatkan berbagai aktor yang dikategorikan menjadi; 1) Aktor privat; 2) Masyarakat sipil, serta 3) Institusi yang berada di tingkat domestik negara anggota dan berfokus pada isu yang juga dipromosikan oleh ACN. Ketiga skema jaringan tersebut merupakan berbagai aktor yang berada dalam lingkup ASEAN.

Bentuk jaringan yang dibangun ACN dengan aktor privat ditandai dengan atensi yang cukup besar. Tercatat bahwa lebih dari 30.000 perusahaan yang telah dijangkau oleh ACN untuk dapat menjalankan jaringan di dalam ACN dan bersama menciptakan praktik bisnis bertanggung jawab, hak asasi manusia, ketahanan pangan dan pertanian berkelanjutan, serta akses keuangan yang akuntabel (Syam et al., 2020).

Bentuk jaringan yang melibatkan sektor privat tersebut tersebar bagi perusahaan lokal maupun *Multinational Corporations* (MNC) yang beroperasi di negara anggota ASEAN. Setiap mitra perusahaan yang menjadi bagian dari jaringan tersebut dikenakan biaya sebesar US\$5.000 per tahun dan dengan mendapatkan beberapa benefit tertentu salah satunya jaringan yang luas ke negara-negara ASEAN (Syam et al., 2020). ACN tidak bekerja dengan mengumpulkan dana CSR perusahaan kemudian diberikan dalam bentuk kegiatan pengembangan yang dilakukan di masing-masing negara anggota ASEAN. Arti dari pengelolaan yang dilakukan oleh ACN adalah bahwa perusahaan mitra tersebut memiliki visi, misi dan tujuan untuk menciptakan bisnis yang bertanggung jawab di ASEAN. Lebih lanjut, mitra perusahaan ACN juga diharuskan memiliki komitmen untuk menjalankan bisnis yang bertanggung jawab, yang dibuktikan dengan melihat profil serta kegiatannya di tingkat nasional dan telah menandatangani UNGC (ASEAN CSR Network, 2021c). Dalam data yang disampaikan Zulkifli selaku Menteri Lingkungan Hidup disebutkan bahwa dari 3 negara ASEAN setidaknya 90% dari 400 perusahaan besar telah menjadikan CSR sebagai bagian dari perusahaannya.

Dalam menjalankan skema jaringan internalnya, ACN juga melibatkan publik atau masyarakat sipil yang tergabung dalam *Civil Society Organizations* (CSO's) untuk berkontribusi menyebarkan norma tersebut ke dalam kawasan. ACN melibatkan kelompok tersebut disebabkan karena ACN juga merupakan bagian dari masyarakat sipil yang memiliki peran untuk menumbuhkan perhatian terhadap isu-isu CSR di tingkat Asia Tenggara (Syam et al., 2020). Skema jaringan yang terbangun antara ACN dengan masyarakat sipil di ASEAN dapat memberikan penguatan dan juga sebagai bentuk pengawasan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi ACN, keterlibatan masyarakat sipil ini berhasil menggaet 30.000 perusahaan di kawasan untuk bergabung dalam jaringan CSR ini, sekaligus mendorong penguatan praktik usaha yang dilakukan secara bertanggung jawab.

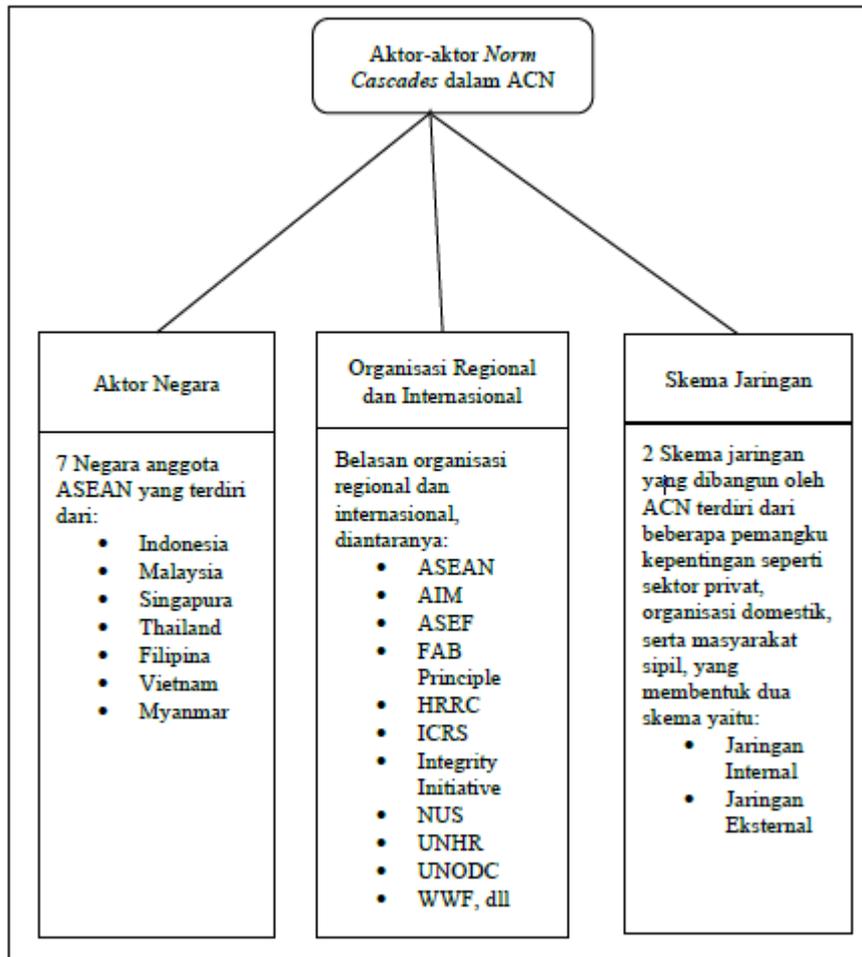
Lebih lanjut, beberapa institusi domestik yang juga turut membantu proses difusi norma CSR di ASEAN diantaranya; 1) *Thai Collective Action Against Corruption*; 2) *Human Rights Commission of Malaysia*; 3) *Federation Malaysian Manufacturers*; 4) *Laos National Chamber of Commerce and Industry*; 5) *Lee Foundation*; serta 6) *Singapore Management University* (ASEAN CSR Network, 2021c). Masing-masing institusi tersebut merupakan institusi yang berada dibawah negara anggota ASEAN. Terbentuknya jaringan yang dibantu oleh institusi domestik yang tersebar pada negara anggota ini, dapat memperluas jangkauan dampak ACN. Selain itu, bantuan dari berbagai aktor tersebut juga secara internal akan memperkuat kompetensi ACN dalam mewujudkan bisnis yang bertanggung jawab di kawasan.

Kemudian, dalam menjalankan skema jaringan secara eksternal, ACN mengajak berbagai pihak yang berada di luar kawasan Asia Tenggara. Kerangka jaringan dibangun sesuai pada beberapa ketentuan mengenai bentuk bisnis yang bertanggung jawab. Hal ini mengacu pada tiga fokus area kerja ACN, yaitu integritas bisnis, bisnis dan HAM serta lingkungan yang berkelanjutan. Terkait integritas bisnis, ACN mengacu pada 10 prinsip yang tertuang dalam UNGC. Untuk bisnis dan HAM, acuan ACN adalah dengan menggunakan undang-undang HAM internasional, yaitu *Universal Declaration of Human Rights* (UDHR) 1948, *International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights* (ICESCR) dan *International Covenant on Civil and Political Rights* (ICCPR) serta Prinsip Panduan PBB untuk Bisnis dan HAM (Eugene & Thomas, 2020). Sementara acuan dalam menjalankan lingkungan berkelanjutan, didasarkan pada pemikiran bahwa lingkungan saat ini adalah sesuatu yang harus diwariskan kepada generasi berikutnya, dan praktik kegiatan usaha harus memikirkan bagaimana kelestarian lingkungan akibat kegiatan bisnis yang dilakukan

(Lindsay & Martella, 2020). Dengan demikian, bumi akan tetap terjaga dan keberadaan manusia tidak terancam.

Skema jaringan eksternal yang dibangun oleh ACN juga didasari oleh adanya MoU dengan organisasi-organisasi eksternal kawasan seperti; 1) UNGC, yang ditandai dengan penandatanganan 10 Prinsip UNGC untuk mendorong serta membantu perusahaan-perusahaan yang berbasis di ASEAN agar dapat merangkul, mendukung, dan memberlakukan prinsip-prinsip inti di bidang HAM, tenaga kerja, lingkungan, dan anti-korupsi; 2) CSR *Europe*, ditandai dengan kerjasama dan komitmen kuat untuk mengidentifikasi serta mengembangkan proyek bersama di berbagai bidang pengembangan masalah berkelanjutan, menyerukan bisnis dan pemerintah untuk bekerja sama untuk mengambil tindakan kelayakan kerja yang inklusif; 3) Oxfam, yaitu organisasi non profit yang berbasis di Inggris, bersama dengan ACN organisasi ini bekerja sama untuk mempengaruhi praktik di tingkat regional dan nasional, kebijakan tentang bisnis dan investasi yang bertanggung jawab, terutama pada isu-isu sosial yang mempengaruhi populasi yang paling terpinggirkan dalam hal hak atas tanah, pengelolaan sumber daya alam, ketahanan pangan, pemberdayaan ekonomi perempuan, perlindungan HAM, serta integritas dan transparansi bisnis; 4) *Transparency International*, yang menunjukkan komitmen dengan ACN untuk bekerja sama mengembangkan serta menyampaikan kegiatan selaras dengan agenda dan bidang tematik yang menjadi perhatian; 5) Raoul Wallenberg Institute (RWI), jaringan dengan RWI dibangun dengan ACN bermaksud untuk lebih mengkonsolidasikan kemitraan antara kedua organisasi yang salah satunya berfokus pada penyelenggaraan kursus pelatihan dan dialog di kawasan ASEAN dengan fokus pada pelaku sektor swasta, khususnya HAM, bisnis dan lingkungan berdasarkan Prinsip-Prinsip Panduan PBB tentang Bisnis dan HAM (ASEAN CSR Network, 2021c).

Selain itu, ACN juga membuka skema jaringan yang bertujuan untuk memberikan donor atau bantuan secara finansial kepada organisasi tersebut (ASEAN CSR Network, 2021c). Para aktor yang terlibat dalam skema jaringan tersebut banyak berasal dari organisasi-organisasi internasional maupun regional yang berada di luar ASEAN. Beberapa diantaranya adalah, *The Swedish International Development Agency (SIDA)*, sebagai donatur utama dari ACN, kemudian *United Kingdom Foreign and Commonwealth Office's Prosperity Fund*, *the Rockefeller Foundation*, Pemerintah Kanada, serta *National Youth Council of Singapore*. Berdasarkan model kolaborasi donor, ACN membuka peluang bagi institusi yang memiliki fokus kegiatan yang sama untuk berkolaborasi. Dana yang diperoleh selama ini digunakan oleh ACN untuk membiayai rutinitas tahunan (ASEAN CSR Network, 2021d). Dengan demikian para aktor yang terlibat dalam proses pengembangan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara tersebut, bukan hanya berperan dalam hal memberikan dukungan moral, namun juga menunjukkan komitmen yang kuat untuk dapat memberikan bantuan finansial demi terselenggaranya program ACN sesuai dengan apa yang telah disusun oleh berbagai pemangku kepentingan. Untuk dapat melihat struktur pembagian peran aktor yang terlibat dalam proses *cascading* norma tersebut dapat divisualisasikan melalui bagan berikut:



Gambar 2. Aktor dalam Proses Difusi Norma CSR Tahap Norm Emergence di ASEAN
 Sumber: Finnemore & Sikkink, 1998 yang telah diolah kembali oleh penulis

Para aktor terlibat baik yang berasal dari negara anggota ASEAN, organisasi internasional, maupun jaringan internal dan eksternal masing-masing, bersinergi untuk menyebarkan norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara. Aktor-aktor tersebut mendukung ACN untuk dapat menjalankan programnya melalui berbagai hal seperti, berpartisipasi dalam berbagai pertemuan yang membahas tentang praktik bisnis bertanggung jawab, memberikan donor untuk pembiayaan program ACN, serta membantu ACN dalam memberikan keputusan yang berkaitan dengan permasalahan atau isu di dalam jaringan tersebut. Aktor-aktor ini yang berperan dalam proses *cascading* norma CSR global di ASEAN melalui struktur kemitraan sebagaimana yang digambarkan tersebut.

3.3.2. Motif yang mendorong proses difusi norma CSR dalam tahap norm cascades di ASEAN

Dalam tahap pengembangan norma CSR global ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN, melibatkan para aktor yang tersebar pada berbagai pemangku kepentingan baik yang berasal dari tingkat domestik, regional, hingga internasional. Norma tersebut kian tersebar ke dalam komunitas (dalam hal ini meliputi kawasan Asia Tenggara), didasari oleh motivasi atau dorongan kuat yang dilakukan oleh para aktor dalam melakukan proses *cascading* norma. Di dalam teori *norms life-cycle* menyebutkan bahwa setidaknya terdapat tiga elemen yang mendasari aktor-aktor untuk melakukan proses tersebut, diantaranya; 1) Legitimasi; 2) Reputasi; dan 3) *Esteem* atau penghargaan (Finnemore & Sikkink, 1998). Ketiga elemen tersebut merupakan motif yang dilakukan para aktor untuk terus mensosialisasikan norma agar dapat tersebar ke dalam komunitasnya.

Legitimasi merupakan hal yang penting bagi negara, karena suatu negara dapat diakui oleh negara lain dalam tatanan internasional (Barnett, 1997). Legitimasi juga

sekaligus dapat membentuk perilaku negara, karena suatu negara diharuskan membangun identitas serta menjaga citranya di hadapan negara lain, serta mampu memastikan kepatuhannya terhadap norma-norma internasional (Finnemore & Sikkink, 1998). Motivasi untuk membangun legitimasi ini berkaitan erat dengan reputasi. Hal tersebut disebabkan karena apabila suatu negara membangun legitimasinya dengan baik tujuan utamanya adalah agar negara tersebut mendapatkan pengakuan dalam reputasinya yang baik pula dihadapan negara-negara lain. Karena apabila suatu negara kehilangan legitimasinya, maka dalam interaksi internasional yang terbangun, negara tersebut dicap sebagai negara yang tidak patuh terhadap aturan dan norma dalam tatanan internasional, serta dapat menyebabkan hilangnya reputasi, kepercayaan, dan kredibilitas dari negara yang bersangkutan (Finnemore & Sikkink, 1998).

Kemudian dalam teori tersebut menjelaskan bahwa elemen legitimasi internasional yang hendak dibangun oleh suatu negara, didasari oleh kepedulian negara tersebut untuk menjadi kontributor penting bagi persepsi legitimasi domestik yang dipegang oleh warga negaranya. Legitimasi domestik sendiri dapat diartikan sebagai keyakinan bahwa institusi politik yang ada di dalam komunitasnya, lebih baik daripada alternatif lain yang ditawarkan dalam level internasional, dan oleh karena itu layak untuk dipatuhi (Finnemore & Sikkink, 1998). Lebih lanjut, warga negara dalam suatu komunitas tertentu juga membuat penilaian tentang apakah pemerintah mereka lebih baik daripada alternatif yang ada, serta dengan melihat apa yang dikatakan orang dan negara lain tentang mereka. Legitimasi domestik ini penting karena dapat mendorong kepatuhan terhadap peraturan dan hukum pemerintah dari negara yang bersangkutan. Dengan demikian, legitimasi internasional menjadi penting sejauh mana hal tersebut dapat mencerminkan kembali basis legitimasi dan persetujuan domestik pemerintah, serta pada akhirnya berkemampuan untuk tetap berkuasa.

Para aktor yang terlibat dalam proses *cascading* norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN, baik yang berasal dari negara anggota ASEAN, organisasi internasional, serta skema jaringan internal dan eksternal, menyebarkan norma tersebut karena alasan yang berhubungan dengan identitas mereka sebagai anggota masyarakat internasional. Mereka ingin membangun legitimasi yang baik dan citra positif dalam melakukan interaksi antar negara serta dalam tatanan internasional. Untuk mencapai motif tersebut, diperlukan adanya persepsi legitimasi domestik yang kuat dan dibangun oleh berbagai aktor tersebut. Apabila melihat pada konteks ACN, para aktor yang terlibat dalam proses *cascading* norma tersebut ke dalam kawasan, sedang membangun penguatan legitimasi domestik terhadap ACN sebagai jaringan CSR hub yang menghubungkan ASEAN, untuk dapat menerapkan praktik bisnis bertanggung jawab, sekaligus menjadikan CSR sebagai suatu norma yang diakui secara masif.

Berbagai aktor tersebut berkomitmen untuk menjalankan proses *cascading* norma melalui dukungannya baik secara moril, pengakuan, hingga finansial kepada ACN untuk menjalankan berbagai macam programnya. Dukungan tersebut dijalankan berdasarkan pada dorongan persepsi legitimasi domestik dari ACN itu sendiri. Terdapat beberapa dorongan legitimasi domestik yang menjadikan ACN mendapat dukungan dari berbagai aktor pada proses *cascading* norma ini, antara lain; 1) ACN menyediakan wadah bagi aktivitas kepemimpinan pada tingkat regional dan internasional untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam hal mempraktikkan bisnis bertanggung jawab bagi aktor sektor privat, serta membangun pengetahuan serta komitmen untuk menerapkan prinsip yang terdapat dalam UNGC pada berbagai aktor lainnya; 2) ACN membangun jaringan yang dapat memberikan ruang kolaborasi antar berbagai aktor baik itu merupakan organisasi dalam tingkat domestik, regional, bahkan internasional; 3) ACN juga turut serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui komitmennya memberikan informasi dan pengetahuan mumpuni di bidang CSR sesuai dengan standarisasi internasional (Thomas, 2014). Legitimasi domestik yang ditunjukkan oleh ACN tersebut memotivasi para aktor untuk menyebarkan norma ini ke dalam kawasan di Asia Tenggara.

Berbagai aktor yang mendukung proses *cascading* norma praktik bisnis melalui ACN yang terlegitimasi secara domestik, pada dasarnya mempunyai motivasi untuk mendapatkan legitimasi internasional, serta memperoleh pengakuan bahwa identitas

masing-masing dari aktor tersebut secara fundamental mendukung norma praktik bisnis bertanggung jawab yang terjadi. Hal ini sesuai dengan apa yang disebutkan oleh Katzenstein yang menyatakan bahwa suatu identitas ditentukan oleh keanggotaan suatu kategori sosial tertentu dan bagian dari definisi kategori itu adalah bahwa semua anggota mengikuti norma tertentu (Katzenstein et al., 1998). Oleh karena motivasi domestik tersebut, aktor yang berkontribusi menyebarkan proses *cascading* norma baik negara, organisasi regional dan internasional, serta berbagai aktor yang berasal dari skema jaringan internal maupun eksternal berusaha mendapatkan legitimasi internasional dan reputasi yang baik dari pihak lain melalui usaha mereka dalam ACN.

Selain dorongan berupa legitimasi dan reputasi, terdapat pula elemen penting yang menjadikan para aktor menjalankan proses *cascading* norma tertentu, yaitu *esteem* atau penghargaan. Motivasi untuk mendapatkan *esteem* ini berkaitan dengan hubungan antar negara yang berdekatan atau menjadi "peer" bagi negara tersebut (Finnemore & Sikkink, 1998). Robert Axelrod menyebutnya sebagai "social proof" yang berarti bahwa suatu negara mematuhi norma untuk menunjukkan bahwa mereka telah beradaptasi dengan lingkungan sosial yang mereka miliki (Axelrod, 1986). *Esteem* ini juga memiliki keterkaitan dengan elemen lain yang menjadi motif aktor untuk melakukan proses difusi norma ke dalam suatu kawasan yaitu legitimasi dan reputasi, namun bersifat lebih dalam dari itu karena menunjukkan bahwa para aktor tersebut terkadang mengikuti norma agar orang lain berpikir baik tentang mereka, dan mereka ingin berpikir baik tentang diri mereka sendiri (Fearon, 1999).

Lebih lanjut, motivasi yang bersifat *esteem* ini mendorong identitas yang didasarkan pada berbagai aspek diri dimana seorang individu memiliki kebanggaan khusus atau dari mana suatu aktor memperoleh harga diri dari aktor lain. Dengan demikian, keinginan untuk mendapatkan atau mempertahankan harga diri suatu aktor dapat menjelaskan norma tertentu (Fearon, 1999). Sebagai contoh, negara memiliki kepedulian untuk mengikuti norma-norma yang terkait dengan liberalisme karena ingin menjadi "negara liberal" atau bagian dari identitas mereka. Harga diri ini menjadi suatu hal yang penting ketika berbagai aktor melakukan proses *cascading* norma ke dalam suatu komunitas.

Para aktor yang terlibat dalam proses penyebaran norma pada tahap *cascading* ini menyesuaikan diri dengan norma yang sudah ada di dalam komunitas tertentu untuk menghindari ketidaksetujuan dan dengan demikian meningkatkan harga diri nasional atau harga diri dari masing-masing aktor tersebut. Apabila melihat pada perkembangan ACN dalam perannya untuk menyebarkan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara, motivasi *esteem* ini juga menjadi landasan bagi para aktor untuk menyebarkan norma tersebut ke dalam komunitasnya. Berbagai organisasi di tingkat regional dan internasional yang memiliki visi dan ketertarikan serupa, serta negara-negara anggota ASEAN berkumpul untuk dapat menjadikan praktik bisnis bertanggung jawab sebagai suatu norma yang berlaku di negara-negara ASEAN. Tujuan mereka bukan hanya ingin melakukan proses difusi norma tersebut, tetapi juga untuk dapat meraih penghargaan bagi negara-negara lain bahwa mereka layak untuk disebut sebagai promotor norma tersebut ke dalam kawasan Asia Tenggara.

3.3.3 Mekanisme dominan yang digunakan dalam proses difusi norma CSR tahap norm cascades di ASEAN

Proses sosialisasi merupakan mekanisme utama untuk mempromosikan tahap *cascading* norma menurut teori *norms life-cycle*. Sosialisasi ini dilakukan untuk mendorong aktor yang tidak mendukung norma, agar menjadi pengikut dari norma itu sendiri (Finnemore & Sikkink, 1998). Mekanisme sosialisasi dilakukan melalui beberapa cara, antara lain: 1) *Emulation* (untuk aktor yang dianggap pahlawan dalam memperjuangkan norma); 2) *Praise* atau pujian (untuk perilaku yang sesuai dengan norma kelompok); 3) *Ridicule* atau ejekan (untuk penyimpangan) (Waltz, 1996). Proses sosialisasi ini melibatkan pujian atau bahkan celaan diplomatik, baik yang bersifat bilateral maupun multilateral yang diperkuat dengan sanksi dan insentif material.

Aktor-aktor yang terlibat dalam proses *cascading* ini baik negara, organisasi internasional, serta jaringan merupakan kontributor yang bertindak sebagai agen sosialisasi, dengan menekan pelaku yang ditargetkan untuk mengadopsi kebijakan dan undang-undang baru. Tujuannya adalah untuk meratifikasi perjanjian dengan memantau kepatuhan terhadap standar internasional (Finnemore & Sikkink, 1998). Lebih lanjut sosialisasi juga merupakan mekanisme dominan dari tahap *cascading* norma karena dengan ini para pemimpin norma dapat membujuk aktor lain untuk mematuhi. Aktor lain tersebut juga dimotivasi oleh faktor yang berhubungan dengan identitas mereka sebagai anggota masyarakat internasional, atau dalam pembahasan sebelumnya faktor-faktor tersebut adalah legitimasi, reputasi, dan *esteem*. Konsep sosialisasi menunjukkan bahwa efek kumulatif dari banyak aktor di suatu wilayah yang mengadopsi norma-norma baru didorong oleh tekanan aktor lain atau dalam teori ini disebut sebagai “peer pressure” (Finnemore & Sikkink, 1998).

Proses sosialisasi sebagai mekanisme dominan tahap difusi norma CSR di dalam kawasan Asia Tenggara, saat ini masih dalam perkembangan. Perkembangan tersebut ditandai dengan upaya dari para pendiri ACN serta beberapa aktor yang terlibat di dalamnya untuk mendorong negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara yang belum terlibat dalam keanggotaan ACN seperti Brunei Darussalam, Myanmar, dan Laos untuk dapat bergabung pada jaringan CSR regional tersebut. Selain itu, bentuk sosialisasi juga sedang dilaksanakan melalui salah satu program yang sedang dijalankannya yaitu ASEAN CSR Vision 2020 yang diresmikan oleh ACN dengan dukungan *Swedish International Development Cooperation Agency* (SIDA) pada Juni 2014 dan mempunyai visi menjadi komunitas bisnis serta membuat ASEAN sebagai tempat hidup yang baik untuk semua. Melalui tiga pilarnya yaitu; 1) Menciptakan dan mengadopsi visi bersama; 2) Membangun kapasitas; dan 3) Mengaktifkan aksi kolektif, ASEAN CSR Vision 2020 memiliki misi untuk mempromosikan dan memungkinkan perilaku bisnis yang bertanggung jawab di ASEAN supaya mencapai pembangunan sosial, lingkungan dan ekonomi yang berkelanjutan, adil dan inklusif (ASEAN, 2020).



Gambar 3. ASEAN CSR Vision 2020

Sumber: <https://www.asean-csr-network.org/c/programs/asean-vision-2020> (Diolah oleh Penulis)

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa dalam menjalankan visi CSR di ASEAN 2020, tiga pilar utama yang menjadi acuannya sedang dalam tahap sosialisasi. Pada pilar menciptakan dan mengadopsi visi bersama, ACN sedang mengupayakan negara-negara di kawasan beserta para pemangku kepentingan yang berada di dalamnya untuk menyamakan definisi serta pemahaman mengenai CSR sesuai dengan norma dan standarisasi internasional berdasar UNGC, ISO 26000, *The Global Reporting Initiative* (GRI), serta beberapa acuan lainnya secara umum, selain itu yang juga dijadikan acuan adalah *blueprint* ASCC 2009 secara khusus. Selanjutnya pada pilar pembangunan kapasitas, ACN masih terus melakukan advokasi serta menyediakan beberapa cara untuk meningkatkan kapasitas seperti mengadakan pelatihan, *workshop*, berbagai forum, dan konsultasi untuk kemitraan ACN yang terdiri dari aktor negara, organisasi internasional, serta skema jaringan ACN. Kemudian pada pilar ketiga yaitu mengaktifkan aksi kolektif, ACN bermain pada peran kritis dalam mengharmonisasikan usaha CSR pada level regional dengan menyediakan koordinasi, kerjasama, dan pertukaran informasi yang terdiri pada tiga area, meliputi; 1) Bisnis dan anti korupsi; 2) Bisnis dan HAM; 3) Keamanan pangan dan agrikultur yang berkelanjutan.

Ketiga area yang menjadi ranah pengimplementasian CSR di kawasan Asia Tenggara melalui ACN tersebut masih dalam tahap progres. Di area bisnis dan anti korupsi, ACN telah berhasil membangun komitmen dengan berbagai aktor untuk mempromosikan berbagai inisiatif anti korupsi seperti penandatanganan MoU dengan negara pendiri untuk membuat *working group* mengenai integritas bisnis, yang mana *working group* tersebut memiliki visi untuk menjadikan ASEAN sebagai suatu kawasan yang bebas dari korupsi (ASEAN, 2020). Sementara itu, saat ini ACN masih melanjutkan aksi kolektifnya dengan berbagai aktor

untuk mengimplementasikan visi yang terdapat dalam *working group* integritas bisnis tersebut. Selanjutnya di area bisnis dan HAM, ACN masih terus mempromosikan pemahaman mendasar mengenai implementasi bisnis dan HAM yang baik melalui berbagai inisiatif serta membuat *baseline study* dengan AICHR mengenai isu tersebut. Demikian halnya pada implementasi ketahanan pangan dan agrikultur yang berkelanjutan, bersama dengan UNGC melanjutkan usaha untuk mempromosikan penerapannya ke dalam kawasan Asia Tenggara.

Proses untuk mencapai visi ASEAN CSR ini dilanjutkan melalui strategi baru yaitu ASEAN CSR *Vision 2025*, yang akan menentukan arah kerja ke depan (2018 – 2022). Kerangka kerja baru ini akan membantu implementasi perilaku bisnis yang bertanggung jawab ke dalam agenda ASEAN. Ini dikembangkan berdasarkan Teori Perubahan yang menjelaskan pemahaman bahwa kemajuan dalam promosi dan adopsi perilaku bisnis yang bertanggung jawab memerlukan perubahan legislatif, kelembagaan, dan operasional di tingkat regional dan nasional. Proses ini masih diupayakan oleh para aktor yang terlibat dalam ACN untuk menyebarkan norma CSR di ASEAN.

Jika melihat pada proses pengembangan norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara, di tahap *cascading* norma ini ACN masih dalam progres untuk melakukan difusi norma bisnis bertanggung jawab ke berbagai aktor yang ada di kawasan Asia Tenggara. Hal itu bisa dilihat dari implementasi program yang masih berjalan, sementara visi untuk menjadikan norma ini secara inklusif diterapkan oleh negara-negara di kawasan belum sepenuhnya tercapai. Namun, meskipun demikian ACN telah berhasil menyusun pemetaan aktor yang terlibat dengan mengajak berbagai organisasi internasional yang memiliki kesamaan visi dan minat yang sama untuk mengimplementasikan CSR. Selain itu, motivasi yang hendak dibangun oleh berbagai aktor di tahap ini juga telah kuat baik itu secara legitimasi, reputasi, serta *esteem*. Apabila dirumuskan, proses pengembangan norma praktik bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN pada tahap *cascading* ini dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 4. Proses difusi norma csr tahap norms cascades di ASEAN

Pendekatan	<i>Norm Emergence</i>	<i>Norm Cascades</i>
<i>Actors</i>	ASEAN Foundation bersama AIM sebagai <i>norm entrepreneurs</i> mempromosikan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui pembentukan ACN.	Tujuh negara ASEAN yang terlibat dalam ACN, berbagai organisasi internasional yang mendukung jaringan tersebut, serta terbentuknya skema jaringan baik secara internal maupun eksternal menjadi aktor yang berkontribusi di tahap ini.
<i>Motives</i>	Mengimplementasikan <i>blueprint</i> ASCC 2009 yang mengandung nilai keadilan dan kesejahteraan untuk sesama.	Motif untuk mendapatkan legitimasi internasional, reputasi yang baik, serta <i>esteem</i> menjadi dorongan yang kuat untuk berbagai aktor melakukan <i>cascading</i> norma. Terlepas dari itu, ACN juga telah mendapatkan legitimasi domestik di kawasan sebagai platform CSR hub bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara.
<i>Dominant Mechanism</i>	<i>Norm entrepreneurs</i> berhasil melakukan persuasi yang ditandai dengan penandatanganan MoU oleh para pemangku kepentingan untuk membentuk ACN.	Proses sosialisasi masih dalam progres melalui berbagai program yang telah disusunnya

Sumber: Finnemore dan Sikkink, 1998 telah diolah kembali oleh penulis.

3.4. Proses Difusi Norma CSR dalam Tahap *Norm Internalization* di ASEAN

Pada titik akhir dari proses difusi norma menurut teori yang dikemukakan oleh Finnemore dan Sikkink adalah internalisasi. Hal tersebut dapat terjadi ketika tingkat ekstrim dari *cascading* norma tercapai. Tingkat ekstrim tersebut ditandai dengan suatu norma dapat diterima secara luas oleh komunitas tertentu, sehingga diinternalisasikan oleh aktor dan mencapai kualitas "taking for granted" atau suatu norma dapat diterima dengan begitu saja dan dianggap telah membuat kesesuaian (Finnemore & Sikkink, 1998). Pada tahap internalisasi, norma-norma yang terinternalisasi dapat menjadi sangat kuat dan sulit untuk dibedakan karena para aktor yang ada di dalamnya tidak secara serius mempertimbangkan atau mendiskusikan untuk menyesuaikan diri. Justru karena tidak kontroversial, norma-norma ini seringkali tidak menjadi pusat perdebatan politik, dan karena itu cenderung diabaikan oleh para ilmuwan politik atau dalam teori tersebut dikatakan menjadi suatu kebiasaan yang diterapkan oleh berbagai aktor di dalam komunitas (Finnemore & Sikkink, 1998).

Para aktor yang berperan penting dalam proses ini, merupakan kalangan yang berasal dari profesional sebagai agen yang berfungsi kuat untuk bekerja menginternalisasi norma di dalam komunitasnya. Pelatihan profesional tidak hanya sekedar melakukan transfer pengetahuan teknis, tetapi secara aktif mensosialisasikan orang untuk menghargai hal-hal tertentu di atas yang lain (Finnemore & Sikkink, 1998). Misalnya, Dokter yang dilatih untuk menghargai kehidupan di atas segalanya, Prajurit dilatih untuk mengorbankan nyawa demi tujuan strategis tertentu, kemudian para Ekonom, ekologi, dan pengacara semuanya membawa bias normatif yang berbeda secara sistematis dan ditanamkan oleh pelatihan profesional mereka (Finnemore & Sikkink, 1998). Karena birokrasi negara dan organisasi internasional telah menjadi lebih profesional selama abad kedua puluh, kita dapat melihat kebijakan yang semakin mencerminkan bias normatif dari kalangan profesional yang menjadi bagian dari para pembuat keputusan.

Sejumlah studi empiris telah mendokumentasikan peran norma pada tahap terakhir dari difusi norma ini yaitu internalisasi, dipengaruhi oleh para profesional yang menentukan kebijakan (Haas, 1989). Diantara penemuan yang signifikan menunjukkan bahwa terdapat peran penting bagi norma-norma profesional, dan terciptanya hukum dalam menciptakan tatanan politik pasca-Perang Dunia II (A.-M. Burley & Mattli, 1993). Penemuan lainnya menunjukkan bahwa pentingnya norma-norma tersebut dapat menimbulkan persatuan di Eropa (A. M. Burley, 1992). Kemudian mekanisme kuat yang berkaitan dengan kontribusi pada konsolidasi serta universalisasi norma berupa perilaku dan kebiasaan yang berulang.

Ilmuwan politik telah memahami kekuatan mekanisme yang berupa kebiasaan berulang ini, dan menemukan bahwa interaksi yang sering terjadi di antara orang-orang yang melibatkan kerja sama di berbagai tugas teknis, pada akhirnya akan menciptakan prediktabilitas, stabilitas, dan kebiasaan saling percaya (Finnemore & Sikkink, 1998). Ketika kepercayaan menjadi kebiasaan, dapat mendorong proses terinternalisasi dan selanjutnya akan mempengaruhi perubahan di antara para aktor di dalam proses tersebut. Perubahan ini berarti membawa dampak terhadap identitas serta norma sebagai empati. Dengan demikian, mesin integrasi tidak langsung dan evolusioner. Secara umum, argumen ini menunjukkan bahwa rute menuju perubahan normatif mungkin juga tidak langsung dan evolusioner, tetapi melalui perubahan prosedural yang menciptakan proses politik baru yang dapat mengarah pada konvergensi normatif, ideasional, dan politik yang bertahap serta tidak disengaja (Finnemore & Sikkink, 1998).

3.4.1. Analisis proses difusi norma CSR dalam tahap *norm internalization* di ASEAN

Apabila melihat pada tahapan proses pengembangan norma sebelumnya yang masih belum sempurna atau dalam progres untuk mencapai titik maksimal di tahap *cascading*, maka pada hakikatnya penulis melihat bahwa proses difusi norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN, belum sampai pada tahap internalisasi. Apabila menilik pada indikator aktor yang seharusnya berperan dalam menginternalisasikan

norma di tahapan ini, maka keterlibatan kalangan profesional, penetapan hukum, dan birokrasi mengenai prinsip-prinsip yang seharusnya ada dalam penerapan CSR masih belum dapat terproyeksikan. ACN masih berfokus pada penguatan jaringan yang saat ini sudah terbentuk, serta masih dalam tahapan untuk mengupayakan agar beberapa negara di kawasan yang belum tergabung dalam jaringan ini, supaya mengikutinya. Hal tersebut sesuai dengan proyeksi jangka panjang ACN yaitu menjadikan jaringan CSR regional ini inklusif, dimana keanggotaannya diikuti oleh seluruh negara ASEAN (ASEAN CSR Network, 2021e).

Motivasi yang mendasari para aktor untuk melakukan proses internalisasi norma ke dalam kawasan ini juga masih dinilai belum cukup kuat. Sebagai suatu jaringan non-profit serta berbentuk Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), ACN bersifat *non-binding* yang mana tidak ada keterikatan untuk memaksa seluruh aktor di dalamnya secara khusus, serta perusahaan atau lembaga lain di negara kawasan secara umum, agar menerapkan norma CSR atau memberikan sanksi bagi siapapun yang melanggarnya. Dalam suatu wawancara oleh salah satu narasumber yang merupakan Dewan Penasihat ACN yaitu Noke Kiroyan menyebutkan bahwa:

“...Kita sebagai organisasi, lembaga, atau LSM, saya kira kita tidak punya kekuatan untuk memaksa, jadi kegiatan kita seperti yang saya katakan tadi melakukan advokasi dan membentuk koalisi dengan organisasi-organisasi lain di Indonesia dan negara ASEAN lain, dan dengan jaringan-jaringan yang ada. Kita saling memperkuat supaya pelaksanaan CSR ini sejalan dengan apa yang dipahami secara internasional karena tidak ada ketentuan yang mengharuskan (N. Kiroyan, personal communication, 8 June 2021)...”

ACN sebagai suatu entitas yang berada di bawah kerangka institusi ASEAN juga pada hakikatnya tunduk pada norma-norma dasar dalam kawasan. ASEAN memiliki norma dasar *non-interference*, oleh karena ACN juga tunduk pada norma dasar tersebut, ACN tidak memiliki *power* yang cukup kuat untuk dapat mengintervensi negara-negara di kawasan atau perusahaan yang berada di negara ASEAN apabila melanggar norma CSR. Maka dari itu motif konformitas belum terbangun bagi perusahaan-perusahaan yang berada di negara ASEAN untuk terinternalisasinya norma ini ke dalam kawasan. Apabila aktor dan motivasinya belum terbangun, maka secara otomatis mekanisme yang terdapat dalam proses internalisasi norma ini juga belum terbentuk.

Mekanisme dominan dalam tahap ini adalah apa yang disebut sebagai *habit* atau kebiasaan. Menurut Van Kersbergen dan Verbeek, semakin kabur suatu norma, maka semakin besar pula kemungkinan norma tersebut akan menghadapi bentrokan dalam 'siklus hidupnya' atas definisi yang tepat (Van Kersbergen & Verbeek, 2007). Karena kekurangan inilah sebagian besar norma internasional tidak dapat dikatakan sebagai “logika kebiasaan” sebagaimana yang disebutkan oleh Hopf yaitu menurutnya, kebiasaan adalah suatu hal yang bersifat tidak disengaja, tidak disadari, dan tanpa usaha, yaitu mereka tidak mengkonsumsi kapasitas pemrosesan kognitif yang terbatas (Hopf, 2010). Suatu norma hanya dapat menjadi kebiasaan jika proses normalisasi memungkinkannya memberikan tanggapan “siap pakai” kepada individu terhadap masalah bahkan tanpa berpikir dua kali (Hopf, 2010). Meskipun kebiasaan ini sering dianggap sebagai salah satu mekanisme dominan di bawah tahap ketiga dalam teori *norms life-cycle* Finnemore dan Sikkink, namun proses sejauh ini belum dapat dikatakan bahwa norma CSR secara *habit* dapat dengan mudah menjadi praktik 'kognitif' otomatis dan diterima begitu saja.

Faktanya, pembahasan CSR dalam kerangka jaringan ACN di kawasan Asia Tenggara menunjukkan bahwa norma tersebut belum mencapai tingkat kesesuaian yang menyeluruh pada komunitas di dalamnya. Apabila disederhanakan, proses internalisasi norma praktik bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui ACN dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5. Proses Difusi Norma CSR Tahap Norm Internalization di ASEAN

Pendekatan	<i>Norm Emergence</i>	<i>Norm Cascades</i>	<i>Norm Internalization</i>
------------	-----------------------	----------------------	-----------------------------

<i>Actors</i>	ASEAN Foundation bersama AIM sebagai <i>norm entrepreneurs</i> mempromosikan norma bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan Asia Tenggara melalui pembentukan ACN.	Tujuh negara ASEAN yang terlibat dalam ACN, berbagai organisasi internasional yang mendukung jaringan tersebut, serta terbentuknya skema jaringan baik secara internal maupun eksternal menjadi aktor yang berkontribusi di tahap ini.	Hukum, Birokrasi, dan Profesional: Tidak dianut sebagai persyaratan hukum, dan belum ada keterlibatan kalangan profesional untuk mempromosikannya, tetapi diakui di birokrasi negara (Terdapat Pedoman CSR yang diinformasikan oleh UNGC). Konformitas: Ini adalah yang paling sulit untuk diukur karena ACN tidak mengikat, dan terdapat tingkat kesesuaian yang berbeda dari satu perusahaan ke perusahaan lain di setiap negara.
<i>Motives</i>	Mengimplementasikan <i>blueprint</i> ASCC 2009 yang mengandung nilai keadilan dan kesejahteraan untuk sesama.	Motif untuk mendapatkan legitimasi internasional, reputasi yang baik, serta <i>esteem</i> menjadi dorongan yang kuat untuk berbagai aktor melakukan <i>cascading</i> norma. Terlepas dari itu, ACN juga telah mendapatkan legitimasi domestik di kawasan sebagai platform CSR hub bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara.	Kebiasaan dan institusionalisasi: penerapan ACN belum menjadi kebiasaan. Belum ada hubungan yang jelas antara kegiatan CSR dengan ACN.
<i>Dominant Mechanism</i>	<i>Norm entrepreneur</i> berhasil melakukan persuasi yang ditandai dengan penandatanganan MoU oleh para pemangku	Proses sosialisasi masih dalam progres melalui berbagai program yang telah disusunnya.	

kepentingan untuk membentuk ACN.	
---	--

Sumber: Finnemore dan Sikkink, 198 telah diolah kembali oleh penulis.

Selain tahapan *cascading* yang masih dalam progres, terdapat sejumlah faktor yang menyebabkan proses internalisasi norma CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara masih belum dapat mencapai titik ini. Berdasarkan data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan, penulis menemukan bahwa setidaknya terdapat lima faktor yang mana dari masing-masing faktor tersebut berisi beberapa hal yang menyebabkan proses difusi norma ini masih sulit terinternalisasi dan berdampak pada penerapan praktik CSR pada berbagai pemangku kepentingan, terutama sektor privat di kawasan Asia Tenggara. Keempat kategorisasi tersebut adalah; 1) Faktor Fundamental; 2) Faktor regional; 3) Faktor pemerintah; 4) Faktor Perusahaan; dan 5) Faktor benturan antar pemangku kepentingan di dalam kawasan. Penjelasan mengenai masing-masing faktor tersebut diuraikan melalui penjabaran berikut:

Pertama, faktor fundamental merupakan basis kognitif mengenai pemahaman dari CSR itu sendiri. Pada faktor fundamental ini, menunjukkan bahwa pemahaman mengenai CSR belum dapat didefinisikan secara jelas dan menyeluruh antar aktor yang terlibat. Banyak pemangku kepentingan yang tersebar pada negara-negara anggota ASEAN membicarakan mengenai CSR, akan tetapi mereka tidak memahami landasan fundamental dari CSR itu sendiri (T. Thomas, personal communication, Mei 2021). Mereka hanya melihat CSR sebagai tindakan memberikan uang untuk amal dan filantropi alih-alih menerapkannya sesuai dengan anjuran UNGC atau berbagai standarisasi internasional lainnya. Sifat sebenarnya dari kegiatan CSR tetap ambigu di benak para pengambil keputusan bisnis dan kebijakan pada umumnya (Debroux, 2012).

Hasil penemuan yang tertulis dalam *sustainability reporting* negara-negara ASEAN tahun 2018 menyingkap bahwa pemahaman CSR di lima negara ASEAN sekaligus pendiri ACN (Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina) berfokus pada 1) Nilai ekonomi yang dihasilkan; 2) Kesehatan dan keselamatan kerja; dan 3) Filantropi (ASEAN CSR Network, 2021f). Sementara itu, pembahasan mengenai dampak ekonomi terhadap lingkungan, biodiversitas, serta HAM merupakan hal yang dianggap minor (ASEAN CSR Network, 2021f). Padahal isu-isu tersebut merupakan prinsip utama yang berada di bawah UNGC serta berbagai norma CSR global lainnya. Apabila kita menggunakan definisi CSR secara jelas sesuai standarisasi internasional, istilah mengenai tanggung jawab sosial perusahaan adalah sesuatu yang lebih besar dari hanya sekadar filantropi.

Dalam praktik seharusnya, suatu perusahaan bukan hanya memiliki fungsi untuk meningkatkan ekonomi, namun juga memperhatikan sosial dan lingkungan di sekitarnya. Hal ini termasuk mengenai bagaimana ia menjaga manajemen dan tata kelola yang baik, melestarikan lingkungan berdasarkan visi berkelanjutan, menjaga hak dasar pekerja, serta mampu berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat (Dashwood, 2012). Lebih lanjut, bukti empiris lainnya memperlihatkan bahwa potret pelaksanaan praktik CSR di beberapa negara ASEAN seperti Indonesia dan Malaysia, masih didominasi pada program-program yang berorientasi *charity* atau filantropis (Isnaeni et al., 2018). Kondisi demikian dipicu oleh pemahaman fundamental mengenai CSR itu sendiri yang terkadang masih keliru antar pemangku kepentingan, utamanya adalah pelaku dari bisnis itu sendiri.

Apabila pemahaman fundamental mengenai CSR dari berbagai aktor di kawasan masih hanya berfokus pada filantropi, maka akan menyebabkan implementasi praktik menjalankan praktik bisnis bertanggung jawab belum sempurna. Maka dari itu, ACN sebagai jaringan CSR regional perlu untuk menyamaratakan persepsi CSR sesuai standar internasional ini pada seluruh pemangku kepentingan yang tersebar di negara-negara anggota ASEAN.

Kedua, faktor regional yaitu berkaitan dengan bagaimana tata kelola regional-dalam hal ini adalah kawasan Asia Tenggara-mampu mendorong proses difusi norma

dengan optimal. Dalam menjalankan fungsinya sebagai jaringan CSR di kawasan Asia Tenggara, ACN masih harus dihadapi berbagai isu regional yang dalam praktiknya, dapat menghambat jaringan tersebut untuk melaksanakan visi, misi, beserta tugasnya. Menurut salah satu wawancara yang berasal dari sumber primer penelitian ini, menyebutkan bahwa perbedaan sistem pemerintah yang berada di dalam kawasan seperti; monarki absolut, negara dengan sistem multi-partai, pemerintahan militer, dan demokrasi, disamping mampu menciptakan keberagaman yang harmonis, namun juga dapat membuat beberapa isu yang sejatinya merupakan ranah pengimplementasian CSR seperti HAM nampak sensitif bagi negara-negara tertentu (T. Thomas, personal communication, Mei 2021). Negara-negara di kawasan yang pro terhadap penegakan HAM bersikeras mengupayakan untuk menjunjung tinggi salah satu dari keempat prinsip dalam UNGC ini, namun beberapa negara lain bersikap skeptis dan cenderung nampak seolah mengabaikan. Kondisi ini yang merupakan dampak dari belum cukup kuatnya tata kelola regional mengenai CSR di ASEAN.

Hal ini berimplikasi terhadap perbedaan pandangan dari berbagai pihak dalam lingkup regional mengenai CSR itu sendiri. Ada yang memaknainya sebagai suatu yang bersifat sukarela dan melampaui kepatuhan, sehingga membuat hal tersebut tidak boleh menjadi sesuatu yang diwajibkan melalui otoritas negara, Ada juga yang menganggap bahwa ini merupakan sebuah alternatif pendanaan pembangunan, sehingga memicu lahirnya instrumen regulasi dan segala ketentuan mengenai CSR, dan ada pula yang melihat CSR ini dengan skeptis, serta menganggap bahwa ini hanyalah sekedar omong kosong dari para perusahaan perusak lingkungan (Isnaeni et al., 2018). Pandangan yang berbeda dari berbagai pihak di level regional ini merupakan dampak dari belum tegasnya tata kelola CSR kawasan untuk melakukan internalisasi norma tersebut di dalam komunitasnya.

Lebih lanjut, norma dasar yang terdapat di ASEAN yaitu sikap non-intervensi, juga menjadi tantangan untuk dapat menjadikan norma CSR ini dapat terinternalisasi dengan sempurna. Hal tersebut ditunjukkan di dalam pengimplementasiannya, jika ada satu negara ASEAN yang dinilai cenderung melanggar norma CSR pada salah satu negara anggota ASEAN, maka atas dasar sikap non-intervensi inilah ACN sebagai suatu lembaga yang berada di bawah payung ASEAN, belum cukup kuat untuk menindak tegas bagi pelanggarnya dan patuh terhadap prinsip norma dasar kawasan tersebut.

Selain itu, ACN juga dilihat kurang tegas dalam hal menginternalisasikan norma praktik bisnis bertanggung jawab ke dalam kawasan. Hal tersebut ditunjukkan dengan sistem pengambilan keputusan dalam lembaga yang belum cukup kuat dalam mendorong perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam jaringan tersebut dan bersama-sama menerapkan norma bisnis bertanggung jawab sesuai dengan standar internasional.

"...We find that we used to be a network, for Indonesia we work with the IBL, Chambers of Commerce, legal corporate foundation, Global Compact Network, et cetera. Sometimes it is difficult to get companies because these networks also have their own agenda, their own problems, their own challenges. So I think you will find that they have their own priorities, their own needs, so we have actually decided to go to the final resort with businesses (T. Thomas, personal communication, Mei 2021)."

[Kami menemukan bahwa kami dulunya adalah sebuah jaringan, untuk Indonesia kami bekerja dengan IBL, Kamar Dagang, yayasan perusahaan yang sah, *Global Compact Network*, dan lain-lain. Terkadang sulit untuk mendapatkan perusahaan karena jaringan ini mereka juga memiliki agenda sendiri, masalah mereka sendiri, tantangan mereka sendiri. Jadi saya pikir Anda akan menemukan bahwa mereka memiliki prioritas mereka sendiri, kebutuhan mereka sendiri, jadi kami benar-benar memutuskan untuk mengambil jalan terakhir dengan bisnis.]

Kemudian sikap para pemimpin ASEAN yang terlibat di dalamnya juga cenderung melihat ini bukan sebagai isu prioritas. Berbagai bantuan asing yang diberikan untuk menyandang dana ACN memiliki keterkaitan erat dengan siapa yang memberikan dana tersebut serta agenda apa yang tengah dijalankannya (T. Thomas, personal communication, Mei 2021). Para donatur tersebut membantu ACN bukan hanya untuk rasa cinta mereka

kepada masyarakat ASEAN atau mendorong proses difusi norma ini ke dalam kawasan, akan tetapi mereka mengharapkan balasan dengan berharap mendapatkan kepentingan yang mereka bawa. Setiap orang memiliki agenda politiknya masing-masing, dan sikap para pemimpin ASEAN yang terlibat di dalamnya kurang sadar akan hal ini.

Ketiga, faktor pemerintah merupakan keterlibatan aktor negara yang juga bagian dari ACN. Masing-masing pemerintah dalam kawasan telah memiliki aturan CSR yang sangat baik, namun minim realisasi. Hal itu dapat dilihat bahwa tidak seluruh negara dalam kawasan merupakan bagian dari ACN, yang menyebabkan belum terbentuknya konformitas untuk menyamakan visi bersama, dan maju menerapkan CSR sebagai norma kawasan (Eugene & Thomas, 2020). Negara-negara di kawasan ini yang sekaligus menjadi pendiri ACN seperti Indonesia, Malaysia, dan Singapura menetapkan regulasi yang kuat dalam upaya implementasi praktik CSR dalam tatanan domestik. *Mandatory* yang signifikan dari aktor negara tersebut, sayangnya tidak diikuti oleh pengawasan yang ketat dalam upaya mengimplementasikan praktik CSR sesuai dengan standarisasi internasional. Oleh karena itu, menyebabkan lemahnya kepercayaan publik terhadap regulasi yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR tersebut.

Dalam sebuah studi bersama antara *National University of Singapore* (NUS) dengan ACN, dan AICHR, pasal 30 dirilis pada tahun 2019, terdapat 50 perusahaan publik untuk 5 negara seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Indonesia, dan Filipina, telah gagal melaporkan HAM, yang merupakan salah satu topik yang paling jarang dibahas di samping keanekaragaman hayati dan biaya ekonomi dari biaya iklim (ASEAN CSR Network, 2021). Ini menunjukkan sesuatu yang miris, disebabkan kelima negara tersebut termasuk pendiri dari ACN itu sendiri.

Kemudian, kesepuluh negara dalam kawasan tersebut juga menunjukkan perbedaan dalam hal mengambil kebijakan mengenai CSR. Di Singapura dan Brunei, dua negara terkecil dan terkaya di kawasan ASEAN, pemerintah berperan besar dalam pengembangan agenda CSR. Dengan rendahnya tingkat kemiskinan dan pelayanan sosial yang komprehensif oleh pemerintah, agenda CSR difokuskan untuk mendukung tujuan serta kebijakan nasional, terutama di bidang ekonomi berkelanjutan dan kohesi nasional.

Selanjutnya, pemerintah di negara-negara berpenghasilan menengah ASEAN seperti Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam menjadikan CSR untuk merujuk pada berbagai aktivitas, dan menyerukan sektor swasta untuk memberikan dukungan yang lebih besar untuk agenda anti-kemiskinan nasional. Sementara Kamboja, Laos, dan Myanmar, sebagai negara-negara ASEAN yang masih kurang berkembang berusaha untuk mengubah diri mereka secara politik dan ekonomi, badan-badan internasional memberikan kehadiran yang kuat melalui bantuan pembangunan, perjanjian perdagangan dan tekanan eksternal untuk mendorong mereka agar sesuai dengan standar dan norma internasional. Perbedaan pengambilan kebijakan pada tingkat pemerintahan di masing-masing negara ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi implementasi CSR sebagai norma dalam kawasan.

Keempat, adalah perusahaan. Faktor ini menunjukkan dorongan pada setiap pelaku usaha untuk dapat menerapkan praktik CSR dalam kegiatan operasionalnya. Beberapa penemuan empiris menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan yang tersebar di negara kawasan Asia Tenggara menunjukkan bahwa; 1) Perusahaan masih lebih banyak berbicara tentang ekonomi, yaitu keuntungan alih-alih menjalankan praktik operasional bisnis mereka secara bertanggung jawab. Pola pikir banyak pelaku bisnis di kawasan ini masih berfokus pada pemikiran yang hanya menginginkan keuntungan dengan segala cara. Jadi karena mereka menginginkan keuntungan dengan cara apa pun, kita dapat melihat alasan mengapa semua masalah lingkungan seperti kebakaran hutan, upah karyawan yang rendah, ataupun eksploitasi manusia masih terjadi; 2) Banyak bisnis besar kita, terutama MNC menjalankan CSR bukan karena mereka peduli dengan orang-orang atau lingkungan di sekitar kawasan. Selama mereka bisa menghasilkan uang, selama itulah mereka terus beroperasi, dan ketika mereka berhasil memperoleh banyak keuntungan dari sana, mereka akan pergi. MNC ini memainkan peran yang signifikan dalam pasar di kawasan, jadi kehadirannya cukup signifikan; 3) Pada perusahaan-perusahaan lokal yang cukup dinilai besar, beberapa diantara mereka kepemilikannya dikuasai oleh suatu keluarga tertentu di

kalangannya. Sebagian besar dari keluarga ini juga memiliki hubungan yang sangat kuat dengan pemerintah. Beberapa praktik bisnis ini rentan untuk melakukan tindak korupsi, dan korupsi adalah masalah yang sangat serius, karena mengganggu pasar serta integritas bisnis di kawasan (T. Thomas, personal communication, Mei 2021).

Dari poin ini dapat dilihat bahwa proses internalisasi norma praktik bisnis bertanggung jawab yang terjadi belum sempurna mengakibatkan dampak signifikan terhadap perilaku berbagai pihak di dalam komunitas, terutama pada aktor perusahaan. Jadi selain fenomena dampak lingkungan yang terjadi seperti kasus kelapa sawit, pembakaran hutan yang menyebabkan kabut asap tertutup di negara-negara kawasan ini, terdapat pula kesenjangan pada isu sosial seperti korupsi, pelanggaran HAM, kesenjangan pemerintahan juga menunjukkan bahwa norma CSR belum secara inklusif menjadi suatu habit bagi para pemangku kepentingan di kawasan, khususnya pada perusahaan-perusahaan

Kelima, benturan antar pemangku kepentingan. Finnemore dan Sikkink dalam teorinya menyebutkan bahwa suatu norma dapat dengan sempurna terdifusi apabila komunitas yang menerima norma eksternal ke dalam komunitas internalnya apabila telah melalui tiga tahap berbeda yaitu *emergence*, *cascades*, serta *internalization*. Hal ini berlaku untuk norma-norma global yang diadopsi ke dalam suatu komunitas, kawasan, atau negara tertentu, termasuk dalam hal proses difusi norma global CSR ke dalam kawasan Asia Tenggara. Asumsi tersebut yang juga sejalan dengan teori konvergensi terkait CSR. Pendukung teori konvergensi ini meyakini bahwa negara-negara berkembang sedang mengikuti langkah negara maju, yang ditandai bahwa ekspansi bisnis dari berbagai negara maju (perusahaan-perusahaan multinasional) telah membawa norma global CSR ke negara-negara berkembang (Dashwood, 2012).

Kondisi yang terjadi pada proses difusi norma CSR di ASEAN bukan hanya mengalami proses konvergensi, akan tetapi juga menunjukkan gejala-gejala divergensi (Isnaeni et al., 2018). Hal ini ditandai dengan tendensi yang menunjukkan proses pengembangan norma ini merupakan hasil kontestasi oleh berbagai aktor baik negara, privat, serta masyarakat sipil di dalam kawasan. Oleh karena itu, proses pengembangan norma CSR terjadi secara lebih rumit dan linear (Isnaeni et al., 2018). Lebih lanjut, gagasan mengenai norma CSR ini tidak terjadi di ruang vakum, namun memiliki konteks yang berkaitan baik dengan pemerintah, privat, maupun masyarakat sipil.

Masing-masing aktor dari berbagai pemangku kepentingan membentuk pola interaksi yang menyebabkan proses difusi norma ini tidak serta merta mengikuti apa yang dicontohkan oleh negara-negara maju yang dianggap sebagai “pembawa” norma ini, akan tetapi proses deliberasi tersebut dipengaruhi oleh konteks dinamika sistem politik serta konteks sosial budaya berbagai pemangku kepentingan yang berada di dalam kawasan, dan menyebabkan proses difusi norma CSR ini masih belum cukup sempurna untuk mencapai tahap internalisasi

4. Kesimpulan

Dalam konteks hubungan internasional, Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi faktor penting dalam memahami praktik bisnis yang dilakukan oleh Perusahaan Multinasional Multinational Corporations (MNC). CSR, sebagaimana didefinisikan oleh *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD), melibatkan komitmen berkelanjutan dari MNC untuk berperilaku secara etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas kehidupan pekerjaannya dan masyarakat sekitarnya. Ini mencerminkan sebuah kesadaran bahwa MNC memiliki dampak yang signifikan dalam konteks global dan harus bertanggung jawab atas kontribusinya.

Pentingnya CSR semakin terbukti karena MNC memiliki kekuatan dan pengaruh yang sering kali melampaui kekuasaan negara bangsa dan institusi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Dalam sejarah perkembangannya, CSR telah mengalami

perluasan cakupan dari fokus awal pada hak-hak pekerja hingga mencakup isu-isu lingkungan, hak asasi manusia, dan pembangunan berkelanjutan.

PBB memainkan peran sentral dalam mengadvokasi praktik bisnis yang bertanggung jawab melalui berbagai ketentuan dan inisiatif seperti kode etik perusahaan transnasional, pedoman OECD untuk perusahaan global, dan United Nations Global Compact (UNGC). UNGC, dengan fokus pada hak asasi manusia, tenaga kerja, lingkungan, dan anti-korupsi, mendorong praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab secara global.

Secara keseluruhan, perkembangan CSR sebagai norma global dalam praktik bisnis MNC telah menjadi bagian integral dari hubungan internasional, menekankan perlunya tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar dari aktor bisnis dalam menjalankan peran mereka dalam masyarakat global.

Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim IASSSF karena telah membantu dalam proses penulisan artikel

Kontribusi Penulis

S.A selaku penulis melakukan semua rangkaian penulisan artikel. Penulis telah membaca dan menyetujui versi naskah yang diterbitkan.

Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima dana eksternal

Pernyataan Dewan Kaji Etik

Tidak berlaku

Pernyataan Persetujuan Atas Dasar Informasi

Tidak berlaku

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik dalam penulisan artikel

Open Access

©2024. Artikel ini dilisensikan di bawah Lisensi Internasional Creative Commons Attribution 4.0, yang mengizinkan penggunaan, berbagi, adaptasi, distribusi, dan reproduksi dalam media atau format apa pun. selama Anda memberikan kredit yang sesuai kepada penulis asli dan sumbernya, berikan tautan ke lisensi Creative Commons, dan tunjukkan jika ada perubahan. Gambar atau materi pihak ketiga lainnya dalam artikel ini termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel tersebut, kecuali dinyatakan lain dalam batas kredit materi tersebut. Jika materi tidak termasuk dalam lisensi Creative Commons artikel dan tujuan penggunaan Anda tidak diizinkan oleh peraturan perundang-undangan atau melebihi penggunaan yang diizinkan, Anda harus mendapatkan izin langsung dari pemegang hak

cipta. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Referensi

- AICHR. (2009). *AICHR-About Us*. <https://aichr.org/about-aichr-2/>
- ASEAN. (2009). *Roadmap for An ASEAN Community 2009-2015*. https://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/east_asia/dl/ASEANblueprint
- ASEAN. (2020). *ASEAN Vision 2020*. https://asean.org/?static_post=asean-vision-2020
- ASEAN. (2021a). *3 rd ASEAN Plus Three Leadership Programme on Sustainable Production and Consumption*. <http://119.92.161.2/embgovph/Portals/20/ASEAN/ASEAN%20PROCEEDINGS.pdf>
- ASEAN. (2018). *A Communities of Opportunities for All*. <https://asean.org/storage/2012/05/31.-November-2018-Fact-Sheet-on-ASEAN-Community>
- ASEAN. (2021b). *About Us*. <https://www.asean-csr-network.org/c/about-us>
- ASEAN CSR Network. (2021a). *ASEAN Community-how can we get there?* <https://www.asean-csr-network.org/c/news-a-resources/csr-news-from-around-asean/1266-asean-community-how-can-we-get-there>
- ASEAN CSR Network. (2021b). *Journey to Inauguration*. <https://www.asean-csr-network.org/c/about-us/our-journey-to-inauguration>
- ASEAN CSR Network. (2021c). *Participation and Donors*. <https://www.asean-csr-network.org/c/participation/donors>
- ASEAN CSR Network. (2021d). *Participation and Partners*. <https://www.asean-csr-network.org/c/participation/partners>
- ASEAN CSR Network. (2021e). *Promoting CSR in ASEAN*. <https://www.asean-csr-network.org/c/>
- ASEAN CSR Network. (2021f). *Vision, Mission, & Who We Are*. <https://www.asean-csr-network.org/c/about-us/vision-mission-who-we-are>
- ASEAN Socio-Cultural Community. (2009). *ASEAN Socio-Cultural Community Blueprint 2009* (Thailand).
- Axelrod, R. (1986). An evolutionary approach to norms. *American Political Science Review*, 80(4), 1095–1111. <https://doi.org/10.2307/1960858>
- Barnett, M. N. (1997). Bringing in the new world order: Liberalism, legitimacy, and the United Nations. *World Politics*, 49(4), 526–551. <https://doi.org/10.1017/S0043887100008042>
- Brohier, J. (2009). *Overview of RBC/CSR Initiatives in Southeast Asia*. Regional Conference on Corporate Responsibility. https://www.rse-et-ped.info/IMG/pdf/RBC_Initiatives_SEA_Joelle_Brohier_paper_Rev_May_2010.pdf
- Burley, A. M. (1992). Law and the Liberal Paradigm in International Relations Theory. *Proceedings of the ASIL Annual Meeting*, 86(1), 180–185. <https://doi.org/10.1017/S027250370009460X>
- Burley, A.-M., & Mattli, W. (1993). Europe Before the Court: A Political Theory of Legal Integration. *International Organization*, 47(1), 41–76. <https://doi.org/10.1017/S0020818300004707>
- Crane, A., Matten, D., & Spence, L. J. (Eds.). (2014). *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context* (2nd ed). Routledge.
- Dashwood, H. S. (2012). *The rise of global corporate social responsibility: Mining and the spread of global norms*. Cambridge University Press. https://www.soka.ac.jp/files/ja/20170419_200718.pdf
- Debroux, P. (2012). Corporate social responsibility and sustainable development in Asia: A growing awareness. *創価経営論集*, 32(1). https://www.soka.ac.jp/files/ja/20170419_200718.pdf

- Fearon, J. D. (1999). *What is identity (as we now use the word)*. Unpublished manuscript, Stanford University, Stanford, Calif. 1–37.
- Finnemore, M., & Sikkink, K. (1998). *International norm dynamics and political change*. 52(4), 887–917.
- Haas, P. M. (1989). Do regimes matter? Epistemic communities and Mediterranean pollution control. *International Organization*, 43(3), 377–403. <https://doi.org/10.1017/S0020818300032975>
- Hopf, T. (2010). The logic of habit in International Relations. *European Journal of International Relations*, 16(4), 539–561. <https://doi.org/10.1177/1354066110363502>
- Hopkins, M. (2009). *Corporate social responsibility and international development: Is business the solution?* (Paperback edition). Earthscan.
- Isnaeni, N., Virgianita, A., & Choiruzzad, S. A. B. (2018). *Dinamika Perkembangan Tata Kelola Praktik Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Di Negara-Negara ASEAN: Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura Dan Thailand*. Insist Press. <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/dinamika-perkembangan-tata-kelola-praktik-tanggungjawab-sosial-pe>
- ISO. (2021). *ISO: About Us*. <https://www.iso.org/about-us.htm>
- Katzenstein, P. J., Keohane, R. O., & Krasner, S. D. (1998). *International Organization and the Study of World Politics*. *International Organization*, 52(4), 645–685. <https://doi.org/10.1017/S002081830003558X>
- Keohane, R. O. (Ed.). (1986). *Neorealism and its critics*. Columbia University Press.
- Kiroyan, N. (2021, June 8). *Dewan Penasihat ASEAN CSR Network* [Personal communication].
- Lindsay, R., & Martella, R. R. (Eds.). (2020). *Corporate social responsibility - sustainable business: Environmental, social and governance frameworks for the 21st century*. Wolters Kluwer.
- Mohan, M., & Morel, C. (Eds.). (2015). *Business and human rights in Southeast Asia: Risk and the regulatory turn*. Routledge.
- Monroe, K. R. (1998). *The heart of altruism: Perceptions of a common humanity* (3. printing, and 1. paperback printing). Princeton University Press.
- Perry, M., Singh, S., & Unies, N. (2001). *Corporate environmental responsibility in Singapore and Malaysia: The potential and limits of voluntary initiatives*. <https://www.files.ethz.ch/isn/90747/3.pdf>
- Ramirez, F. O., Soysal, Y., & Shanahan, S. (1997). The Changing Logic of Political Citizenship: Cross-National Acquisition of Women's Suffrage Rights, 1890 to 1990. *American Sociological Review*, 62(5), 735. <https://doi.org/10.2307/2657357>
- Severino, R. (2006). *Southeast Asia in search of an ASEAN community: Insights from the former ASEAN secretary-general*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Sharma, B. (2013). *Contextualising CSR in Asia: Corporate social responsibility in Asian economies and the drivers that influence its practice*. Lien Centre for Social Innovation, Singapore Management University.
- Smith, R. E. (2011). *Defining corporate social responsibility: A systems approach for socially responsible capitalism* [University of Pennsylvania]. <https://core.ac.uk/download/pdf/76366094.pdf>
- Syam, M. H., Aqimuddin, E. A., Nurcahyono, A., & Setiawan, E. (2020). Corporate Social Responsibility in ASEAN: Case Study ASEAN CSR Network. *Proceedings of the 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)*. 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019), Bandung, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.032>
- Tan, E. K. (2011). *The state of play of CSR in Singapore*. (Social Insight Research Series, pp. 1–14). Singapore Management University. https://ink.library.smu.edu.sg/lien_reports/2/

- Thomas, T. (2021, Mei). *Chief Executive Office of ASEAN CSR Network* [Personal communication].
- Van Kersbergen, K., & Verbeek, B. (2007). The Politics of International Norms: Subsidiarity and the Imperfect Competence Regime of the European Union. *European Journal of International Relations*, 13(2), 217–238. <https://doi.org/10.1177/1354066107076955>
- Waltz, K. N. (1996). International politics is not foreign policy. *Security Studies*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.1080/09636419608429298>
- WEFORUM. (2017). *What is ASEAN*. <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/what-is-asean-explainer>

Biografi Penulis

SALWA AZZAHRA, Bursa Uludağ Üniversitesi, Turkey .

- Email: salwaazzahraa4@gmail.com
- ORCID: -
- Web of Science ResearcherID: -
- Scopus Author ID: -
- Homepage: -