

**DAYA TERIMA MASYARAKAT TERHADAP KEBERADAAN PERUSAHAAN
DENGAN PENDEKATAN (*SOCIAL LICENSE TO OPERATE*)
DI DESA TANI BARU KECAMATAN ANGGANA**

**Heru Suprpto¹⁾, Ali Akbar²⁾, Sundoyo³⁾, Martain⁴⁾, Sugeng Raharjo⁵⁾,
Aswan Efendi⁶⁾**

¹²³⁴⁾Manajemen, Universitas Kutai Kartanegara, ⁵⁾Manajemen, Universitas Mulawarman,

⁶⁾Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Timur)

¹²³⁴⁾Jl. Gunung Kombeng No.27, Melayu, Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kode Pos 75513

⁵⁾ Jl. Tanah Grogot, Kampus Kelua Samarinda, 75119

⁶⁾ Jl. Pangeran M.Noor-Sempaja Samarinda, 75519

Email: herusuprpto@unikarta.ac.id¹⁾, alizakiyya60@yahoo.com²⁾
sundoyo@unikarta.ac.id³⁾, sugengraharjo97@gmail.com⁴⁾, marthain@unikarta.ac.id⁵⁾,
aswanefendi@unikarta.ac.id⁶⁾

Abstract

Research on Community Acceptance of the Company's Existence weaving the SLO instrument developed by Thomson and Boutilier (2011), the research uses a two-stage qualitative approach, the first uses a benchmark of SLO perception value then the findings are confirmed to key stakeholders. The results showed that SLO is at Acceptance/high tolerance, i.e. that the company has crossed the threshold of legitimacy to operate. High acceptance/tolerance is a temporary willingness to tolerate the company's operations, thus the company's operating environment is not stable with the potential for turmoil that can be disruptive.

Keywords: *SLO, legitimacy, operations company's, Community Acceptance.*

PENDAHULUAN

Keberadaan suatu perusahaan dalam lingkungan masyarakat akan hidup, tumbuh dan berkembang dengan baik apabila mendapatkan dukungan dari masyarakat. Masyarakat merupakan pemasok utama kebutuhan perusahaan akan SDM, dan pemakai produk dari perusahaan. Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk meraih keuntungan saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat, yang dibutuhkan masyarakat dan melestarikan lingkungan.

Dampak bagi masyarakat sekitar, kegiatan usaha yang dijalankan sebuah perusahaan di lingkungan mereka berada diharapkan dapat mendorong peningkatan kesejahteraan dalam berbagai aspek, baik aspek ekonomi, sosial maupun Politik. Selain itu tidak dapat dipungkiri bahwa kepedulian terhadap budaya, kelestarian lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati memberikan dampak langsung bagi pemangku kepentingan jika dikelola dengan baik. Hal ini penting untuk dilakukan untuk mendukung keberlangsungan operasi perusahaan.

Mengingat pengaruh seluruh pemangku kepentingan atas pencapaian tujuan perusahaan, di sisi lain para pemangku kepentingan memiliki posisi tawar di hadapan perusahaan, posisi tawar tersebut sangat menentukan keberadaan (legitimasi) perusahaan. Legitimasi perusahaan berbanding lurus dengan pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak yang menjadi pendukung legitimasi tersebut, yaitu para pemangku kepentingannya. Untuk memperkuat keberadaan legitimasi tersebut, kegiatan operasi perusahaan dibatasi oleh suatu kontrak sosial (*licence to operate*) di mana perusahaan sepakat untuk melakukan sejumlah tindakan yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan sebagai balasan atas persetujuan mereka terhadap upaya pencapaian tujuan perusahaan.

Di Desa Tani baru Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur, merupakan salah satu desa yang berdekatan dengan wilayah operasi perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan bisnis tentu memerlukan dukungan masyarakat sekitar untuk menjaga kelangsungan operasi produksinya. Dengan demikian penting bagi perusahaan untuk dapat diterima para stakeholder dimasyarakat desa tersebut untuk menjaga kelangsungan perusahaan.

RUANG LINGKUP

Tujuan pelaksanaan kajian ini adalah untuk mengetahui persepsi Penerimaan Masyarakat (*Social License to Operate/ SLO*) terhadap keberadaan perusahaan yang berada Di Desa Tani Baru Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur

METODE PENELITIAN

Pemahaman Umum Tentang SLO

Perkembangan SLO cukup pesat selama dua dekade terakhir di kancah global. Kemunculannya tidak dapat dilepaskan dari buruknya praktik bisnis perusahaan tambang di berbagai belahan dunia. Tidaklah mengherankan, sejarah tersebut membuat diskursus SLO begitu erat dengan industri ekstraktif (Thomson dan Boutilier, 2011:1779). Harus diakui, walaupun riset SLO lebih banyak mengkaji industri ekstraktif, sejumlah ahli telah mulai melakukan studi-studi SLO pada sektor lain, di antaranya kehutanan, pertanian, energi terbarukan, dan kertas serta manufaktur (Smiths *et al*, 2016:123).

Thomson dan Boutilier (2011:1779) menjelaskan bahwa SLO merupakan kepercayaan, persepsi, dan opini komunitas lokal & stakeholder lainnya yang dapat mempengaruhi aktifitas bisnis perusahaan tambang. Definisi itu memberikan implikasi bahwa SLO tidak bersifat permanen (Thomson dan Boutilier, 2011:1779) dan tidak mengacu kepada izin legalitas perusahaan untuk beroperasi (Gunningham *et al*, 2004:309; Costanza, 2016:98). Lantas, mengapa SLO penting dalam praktik bisnis perusahaan? Setidaknya terdapat beberapa jawaban.

Pertama, SLO dapat berubah-ubah sepanjang waktu sesuai dengan kepercayaan, persepsi, dan opini komunitas lokal & stakeholder perusahaan lainnya. Oleh karenanya, sebuah perusahaan perlu tidak hanya untuk mendapatkannya, akan tetapi mengelolanya juga (Thomson dan Boutilier, 2011:1779). Dengan begitu, ketiadaan pengelolaan berdampak terhadap hilangnya SLO perusahaan di mata masyarakat dan stakeholdernya.

Kedua, *public debate* dan menjadi oposisi terhadap aktivitas bisnis tidak dapat dielakkan di era demokrasi yang begitu menghormati kebebasan berbicara dan berpendapat (Smiths *et.all*, 2016:123). Harus diakui, terbukanya keran demokrasi memang memainkan peran penting munculnya tuntutan maupun ketidakpuasan masyarakat lokal dan stakeholder perusahaan terhadap praktik buruk bisnis di Indonesia. *Ketiga*, SLO di negara berkembang jauh lebih rumit, sebab kelompok oposisinya tidak lebih terlatih dan terdidik dibandingkan di negara maju (Mc. Intyre *et al*, 2015:307).

Ketiga, seiring dengan demokrasi pengelolaan sumber daya alam di tingkat lokal justru membuka arena pertarungan berbagai pihak, di antaranya perusahaan, pemerintah nasional dan lokal, NGO dan masyarakat lokal untuk mendapatkan manfaat dari praktik bisnis (Yuwana *et al*, 2012:19-20). Kenyataan itu menggambarkan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya urusan perusahaan. Artinya, selama ada gula-gula sumber daya ekonomi, di sanalah aktor-aktor tersebut saling berkontestasi.

Meskipun begitu, mewujudkan SLO tidaklah mudah sebab, ekspektasi masyarakat tidaklah seragam dan berubah sepanjang waktu (Fitzgerald dan Cormack, 2006:11). Smiths *et al* (2016:123) berpendapat jika sejumlah ahli kerap menyederhanakan SLO menjadi suara ataupun Tindakan yang menentang keberadaan perusahaan. Padahal, tidak selamanya perusahaan yang tidak menerima penentangan bisa disebut telah memperoleh SLO.

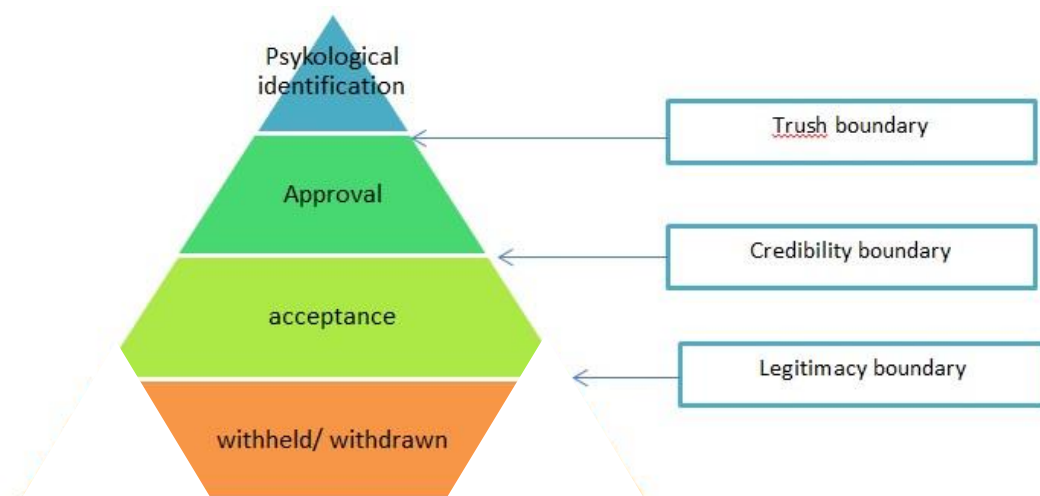
Sejumlah ahli berpendapat bahwa SLO dapat diperoleh dengan membangun kepercayaan, menunjukkan rasa hormat (Thomson dan Boutilier, 2011:1781; Smiths *at el*, 2016:123) dan memenuhi ekspektasi komunitas lokal, masyarakat umum, dan kelompok kepentingan lainnya (Gunningham, Kagan dan Thornton, 2004:313). Walaupun bertumpu pada persepsi, bukan berarti SLO tidak memiliki parameter. Setidaknya, para akademisi kerap merujuk kepada karya Boutilier dan Thomson (2011) ketika mengukur SLO sebuah industri, khususnya tambang.

Boutilier dan Thomson (2011:4) mengungkapkan bahwa SLO ditentukan sejumlah faktor, yaitu: (1) legitimasi ekonomi, jika perusahaan tidak mampu mewujudkan manfaat ekonomi dari projek ataupun aktifitas bisnis kepada stakeholdernya, persepsi mereka akan sangat rendah dan menolak keberadaan perusahaan; (2a) legitimasi sosial, masyarakat lokal dan stakeholder lainnya mempersepsikan bahwa perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan wilayah, memenuhi ekspektasi dan menghormati nilai mereka. Jika legitimasi social kurang, masyarakat lokal dan

stakeholder lainnya kemungkinan lebih kecil menerima kehadiran atau keberadaan perusahaan; (2b) kepercayaan berinteraksi, daya tanggap perusahaan untuk memberikan respon dan membangun hubungan bersama dengan masyarakat lokal dan stakeholder lainnya. Tidak jauh berbeda dengan faktor legitimasi sosial, penerimaan masyarakat lokal dan stakeholder lainnya akan lebih kecil apabila perusahaan kurang memperhatikan faktor ini; (3) kepercayaan institusional, persepsi stakeholder terhadap kepentingan antara masyarakat lokal dan stakeholder lainnya dengan perusahaan. Masyarakat lokal dan stakeholder lainnya kemungkinan kecil untuk menolak aktivitas bisnis perusahaan jika masyarakat lokal dan stakeholder lainnya mempersepsikan perusahaan memiliki kepentingan yang sama dengan mereka.

Berangkat dari faktor tersebut, SLO sebuah perusahaan dapat dilihat dalam beberapa level. Tingkat level SLO tersebut disusun secara hirarki, sehingga SLO perusahaan bisa naik ke level yang lebih tinggi atau turun ke level yang lebih rendah (Thomson dan Boutilier, 2011:1784-1786). *Pertama, withholding/withdrawal*. Sebagai level paling rendah, masyarakat menolak aktivitas bisnis perusahaan, sehingga keberlangsungan bisnis terhenti. *Kedua, legitimacy boundary*. Pada level ini, legitimasi perusahaan merujuk tidak hanya kepada izin legal formal, akan tetapi termasuk juga upaya perusahaan untuk memberikan informasi terkait aktivitas bisnisnya, mendengarkan kebutuhan komunitas, dan menghormati norma lokal. *Ketiga, acceptance*. Level ini menekankan dukungan komunitas terhadap aktivitas bisnis perusahaan akan muncul apabila perusahaan berhasil memperoleh legitimasi (level sebelumnya). *Keempat, credibility boundary*. Jika ingin naik ke level ini, perusahaan perlu untuk menindaklanjuti dan mewujudkan perhatian komunitas yang telah didengarkan sebelumnya. Dengan begitu, perusahaan tidak cukup sekedar mendengarkan dan memberikan janji kepada komunitas. *Kelima, approval*. Pada titik ini, perusahaan akan mampu mengamankan sumber daya dan aktivitas bisnisnya jika perusahaan sudah berhasil meraih dua level sebelumnya. *Keenam, full-trust boundary*. Realisasi janji kepada komunitas ternyata tidak cukup untuk membangun relasi yang harmonis. Oleh karenanya, level ini dapat diperoleh perusahaan jika perusahaan mampu menginisiasi kegiatan-kegiatan kepada stakeholdernya, misalnya pelatihan kepada NGO dan pegawai pemerintah. *Ketujuh, co-ownership*, pada level ini komunitas benar-benar menganggap aktivitas bisnis tidak hanya demi kepentingan perusahaan, akan tetapi kepentingan mereka juga. Oleh karenanya, mereka turut ambil bagian dengan mendukung secara penuh dan bertanggungjawab dalam menjaga kelangsungan bisnis perusahaan.

Menurut Thomson dan Boutilier (2011) *Social License Operate* (SLO) atau lisensi sosial operasi perusahaan adalah persepsi masyarakat tentang penerimaan perusahaan dan operasi lokalnya. Thomson dan Boutilier mengidentifikasi empat tingkat SLO sebagaimana pada gambar 1. bahwa tingkat SLO yang diberikan kepada perusahaan berbanding terbalik dengan tingkat risiko sosial-politik yang dihadapi perusahaan, SLO yang lebih rendah menunjukkan risiko yang lebih tinggi.



Gambar 1. Piramida Model SLO
 Sumber: Thomson, I. & Boutilier, R. G. (2011)

Teknik Pengambilan Sampling

Kajian ini menggunakan pendekatan pendekatan kualitatif dua tahap. Tahap pertama bertujuan untuk mengkonfirmasi kegiatan perusahaan dengan tolok ukur nilai persepsi SLO (Indek SLO), data primer diperoleh melalui kuisisioner yang ditujukan kepada *key stakeholder* selanjutnya tahap kedua, hasil untuk indek SLO dikonfirmasi dengan para stakeholder melalui *in-depth interview*.

Responden merupakan stakeholder kunci (*key stakeholder*) terpilih untuk memberikan informasi mengenai suatu kondisi atau keadaan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan yang berlokasi di Desa Tani Baru Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Target Key Stakeholder

No	Responden	Jumlah
1	Aparatur Desa	4
2	BPD	1
3	Lembaga kemasyarakatan	5
4	Kelompok Nelayan	8
5	Kelompok Pemuda	2
6	Kelompok UKM	6
7	Kelompok Perempuan	4
	TOTAL	30

Instrumen SLO

Instrumen SLO merujuk pada instrument yang dikembangkan Boutilier (2011) terdiri dari 4 Unsur, 10 Sub Unsur dan 18 indikator.

Tabel 2. Instrumen SLO

No	Unsur Instrumen penilaian	Sub Unsur	Indikator
1.	Legitimasi Ekonomi	1. Jalinan hubungan yang menguntungkan masyarakat	1. Kehadiran perusahaan menguntungkan masyarakat sekitar
2.	Legitimasi Sosial Politik	2. Kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat	2. Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas kesehatan masyarakat 3. Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas pendidikan masyarakat 4. Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan sosial, lingkungan, seni-budaya (culture) dan agama 5. Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan ekonomi masyarakat
		3. Perlakuan yang adil terhadap masyarakat	6. Perusahaan selama ini bersikap adil /tidak memihak terhadap kelompok tertentu dalam berbagai aktivitasnya
		4. Menghormati adat istiadat dan budaya masyarakat	7. Perusahaan ikut berkontribusi dalam melestarikan adat istiadat dan budaya masyarakat 8. Aktivitas Perusahaan selalu memperhatikan dan menjaga

			keberadaan situs-situs budaya masyarakat
		5. Kesamaan pandangan dengan masyarakat	9. Perusahaan dan Masyarakat memiliki Kesamaan pandangan tentang masa depan pembangunan dan kemajuan wilayah setempat
			10. Pembangunan dan program perusahaan di wilayah kerja mendapatkan respon positif seluruh warga masyarakat
3	Kepercayaan Interaksional	6. Perhatian perusahaan terhadap aspirasi masyarakat	11. Perusahaan merespon usulan masyarakat terkait dengan program-program masyarakat
			12. Perusahaan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan atas aktivitas perusahaan yang merugikan masyarakat
		7. Kepuasan hubungan dengan perusahaan	13. Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan para stakeholder
4	Kepercayaan institusional	8. Keterbukaan informasi aktivitas perusahaan yang berpengaruh pada masyarakat	14. Perusahaan melakukan sosialisasi setiap aktifitas perusahaan
			15. Perusahaan sangat terbuka dengan informasi terkait dampak aktifitas perusahaan termasuk dampak negatif
		9. Keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan	16. Perusahaan melibatkan masyarakat sebelum mengambil keputusan/ kebijakan terhadap kegiatan yang berdampak kepada masyarakat
			17. Perusahaan melibatkan pemerittahan setempat sebelum mengambil keputusan/ kebijakan terhadap kegiatan yang berdampak kepada masyarakat
		10. Proporsionalitas program sesuai dampaknya terhadap masyarakat	18. Perusahaan memberikan program sesuai dengan tingkat dampak yang ditimbulkan dari aktifitas perusahaan pada masing-masaing wilayah operasi perusahaan

Sumber: Robert Boutilier 2011, Diolah

Adapun pengukuran menggunakan nilai rata-rata skor yang menggunakan 5 skala yang di kelompokkan dalam enam kelas dengan tingkat penerimaan masyarakat sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3. Skala Pengukuran SLO

Kelas	Nilai Interval			Tingkat Penerimaan Masyarakat
6	>4.30	s.d	5.00	Kepercayaan Penuh (<i>Full Trust</i>)
5	>3.93	s.d	4.30	Persetujuan tinggi (<i>High Approval</i>)
4	>3.56	s.d	3.93	Persetujuan rendah (<i>Low Approval</i>)
3	>3.08	s.d	3.56	Penerimaan / Toleransi tinggi (<i>High Acceptance/Tolerance</i>)
2	>2.40	s.d	3.08	Penerimaan / Toleransi rendah (<i>Low Acceptance/Tolerance</i>)
1	>1.00	s.d	2.40	Penolakan (<i>Withheld/Withdraw</i>)

Sumber: Robert Boutilier 2011, Diolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Tani Baru berdampingan dengan wilayah operasi produksi perusahaan, berada di pesisir Delta Mahakam Kecamatan Anggana, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia. Berdasarkan SK Bupati Kutai Kartanegara Nomor 714/SK-Bup/HK/2012, Desa Tani Baru memiliki luas wilayah sekitar ± 30.117 Ha dan panjang garis batas Desa Tani Baru sekitar $\pm 83,4$ KM. Untuk menuju Desa Tani Baru dari Kota Samarinda memiliki jarak tempuh 41,6 KM dan dapat ditempuh dengan kurun waktu ± 1 Jam 30 Menit.

Desa Tani Baru terbagi menjadi tiga dusun, dan Terdapat 20 RT yang berada di Desa Tani Baru Dusun 1 memiliki 5 RT, Dusun 2 memiliki 6 RT dan Dusun 3 memiliki 8 RT. Jumlah Penduduk Desa Tani Baru pada tahun 2020 adalah 3.798 Orang (878 KK), jumlah laki-laki sebanyak 2.004 dan perempuan sejumlah 1.794 orang.

Desa ini tidak memiliki akses transportasi daratan sama sekali dan hanya bisa ditempuh melalui transportasi air (Dompeng, Ketinting, Speed Boat, dll). Pemukiman, tambak, sekolah dan fasilitas umum lainnya berdiri diatas kayu ulin yang terbentang Panjang di Desa Tani Baru ini. Salah satu penghasilan utama masyarakat disini adalah Tambak udang, ikan dan nelayan.

Daerah ini mendapatkan pasokan air bersih dari air hujan. Penerangan menggunakan Mesin Genset yang hanya menyala dari pukul 18.00-06.00 WITA, dan untuk aktifitas siang hari menggunakan panel surya.

Analisis SLO di Desa Tani baru

Diskripsi

Dari hasil kuesioner didapati 4 kali responden atau 1 % yang memberikan jawaban Tidak Baik yaitu terdapat pada indikator:

- Kehadiran perusahaan menguntungkan masyarakat sekitar secara ekonomi, sebanyak 1 kali responden.
- Perusahaan ikut berkontribusi dalam melestarikan adat istiadat dan budaya masyarakat, sebanyak 1 kali responden.
- Perusahaan memberikan program sesuai dengan tingkat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan pada masing masing wilayah operasi/ring perusahaan, sebanyak 2 kali responden.

Selebihnya besaran yang menjawab Cukup Baik sebesar 50 %, yang menjawab baik sebesar 46 %, dan yang menjawab Sangat baik sebesar 3 %.

Nilai Analisis SLO

Tabel 4. Score Tingkat Penerimaan Masyarakat

A	LEGITIMASI EKONOMI	Rerata Indikator	Rerata Sub Unsur	Rerata Unsur
I	<i>Jalinan hubungan yang menguntungkan masyarakat</i>			3,43
1.1	Kehadiran perusahaan menguntungkan masyarakat sekitar secara ekonomi	3,43	3,43	
B	LEGITIMASI SOSIAL POLITIK	Rerata Indikator	Rerata Sub Unsur	Rerata Unsur
II	<i>Kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat</i>			3,57
2.1	Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas kesehatan masyarakat	3,30	3,38	
2.2.	Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas pendidikan masyarakat	3,43		
2.3	Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan sosial, lingkungan, seni-budaya (culture) dan agama	3,40		

III	<i>Perlakuan yang adil terhadap masyarakat</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	
3.1	Perusahaan selama ini bersikap adil /tidak memihak terhadap kelompok tertentu dalam berbagai aktivitasnya	3,73	3,73	
VI	<i>Menghormati adat istiadat dan budaya masyarakat</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	
4.1	Perusahaan ikut berkontribusi dalam melestarikan adat istiadat dan budaya masyarakat	3,33	3,42	
4.1.1.	Apakah terdapat keberadaan situs budaya di tempat anda?			
4.2	Aktivitas Perusahaan selalu memperhatikan dan menjaga keberadaan situs-situs budaya masyarakat	3,50		
V	<i>Kesamaan pandangan dengan masyarakat tentang masa depan</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	
5.1	Perusahaan dan Masyarakat memiliki Kesamaan pandangan tentang masa depan pembangunan dan kemajuan wilayah setempat	3,73	3,73	
5.2.	Pembangunan dan program perusahaan di wilayah kerjanya mendapat respon positif seluruh warga masyarakat	3,73		
C	KEPERCAYAAN INTERAKSIONAL	Rerata Indikator	Rerata Sub Unsur	Rerata Unsur
VI	<i>Perhatian perusahaan terhadap aspirasi masyarakat</i>			3,53
6.1	Perusahaan merespon usulan masyarakat terkait dengan program-program kepentingan masyarakat	3,43	3,48	
6.2	Perusahaan menindak lanjuti keluhan yang disampaikan atas aktivitas perusahaan yang merugikan masyarakat	3,53		
VII	<i>Kepuasan hubungan dengan perusahaan</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	
7.1	Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan para stakeholder (Pemdes/Kelurahan, Tokoh Masyarakat, Tokoh Agama, Kelompok Masyarakat Lainnya)	3,57	3,57	
D	KEPERCAYAAN INSTITUSIONAL.	Rerata Indikator	Rerata Sub Unsur	Rerata Unsur
VIII	Keterbukaan informasi aktivitas perusahaan yang berpengaruh pada masyarakat			3,52
8.1	Perusahaan melakukan sosialisasi setiap aktivitas perusahaan	3,53	3,50	
8.2.	Perusahaan sangat terbuka dengan informasi terkait dampak aktifitas perusahaan termasuk dampak negatif	3,47		
IX.	<i>Keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	

9.1	Perusahaan melibatkan masyarakat sebelum mengambil keputusan/kebijakan terhadap kegiatan yang berdampak kepada masyarakat	3,6	3,6	
9.2	Perusahaan melibatkan pemerintah setempat (lurah/desa/RT/RW) dan tokoh masyarakat sebelum mengambil keputusan/kebijakan terhadap kegiatan yang berdampak kepada masyarakat	3,6		
X.	<i>Proposionalitas program sesuai dampaknya terhadap masyarakat</i>	<i>Rerata Indikator</i>	<i>Rerata Sub Unsur</i>	
10.1	Perusahaan memberikan program sesuai dengan tingkat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan pada masing masing wilayah operasi/ring perusahaan	3,47	3,47	
RERATA SLO		3,52	3,52	3,52
Tingkat Legitimasi Masyarakat		penerimaan /toleransi tinggi	penerimaan /toleransi tinggi	penerimaan /toleransi tinggi

Hasil tabulasi data diatas dapat kita lihat indikator yang mempunyai nilai terendah sebesar 3,30 pada indikator Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas kesehatan masyarakat dan nilai tertinggi sebesar 3,73 pada 3 indikator yaitu : Perusahaan selama ini bersikap adil /tidak memihak terhadap kelompok tertentu dalam berbagai aktivitasnya, Perusahaan dan Masyarakat memiliki Kesamaan pandangan tentang masa depan pembangunan dan kemajuan wilayah setempat dan Pembangunan dan program perusahaan di wilayah kerjanya mendapat respon positif seluruh warga masyarakat.

Diskusi dan Pembahasan

Setelah dilakukan pengolahan data pada Desa Tani Baru. Berdasarkan hasil Tabel diatas yang dibagi menjadi 4 Unsur kemudian di turunkan dengan 10 Unsur mempunyai penjelasan masing-masing sebagai berikut:

1. Legitimasi Ekonomi didapatkan Nilai Unsur 3,43 masuk dalam kategori Penerimaan /Toleransi tinggi. Dengan 1 unsur yang didalamnya terdapat 1 indikator.
2. Legitimasi sosial politik didapatkan Nilai Unsur 3,57 masuk dalam kategori Persetujuan rendah. Dengan 4 unsur yang didalamnya terdapat 8 indikator.
3. Legitimasi Kepercayaan Interaksional didapatkan Nilai Unsur 3,53 masuk dalam kategori Penerimaan /Toleransi tinggi dengan 2 unsur yang didalamnya terdapat 3 indikator.
4. Legitimasi Kepercayaan Institusional didapatkan Nilai Unsur 3,52 masuk dalam kategori Penerimaan /Toleransi tinggi dengan 3 unsur yang didalamnya terdapat 5 indikator.

Dari data 4 Unsur diatas didapatkan nilai rerata legitimasi penerimaan masyarakat sebesar **3,51** masuk didalam kategori **Penerimaan/Toleransi Tinggi (Acceptance/high tolerance)**.

Tabel 5. Rekapitulasi Social License Operate (SLO) DesaTani baru

Desa/Kelurahan	Nilai SLO	Kriteria
Tani Baru	3,51	Penerimaan / Toleransi tinggi Acceptance/high tolerance

Makna dari *Acceptance/high tolerance* (Penerimaan /Toleransi Tinggi) adalah bahwa perusahaan telah melewati ambang batas legitimasi untuk beroperasi. Penerimaan /toleransi tinggi adalah kesediaan sementara untuk menoleransi operasi perusahaan berjalan, dengan demikian lingkungan operasi perusahaan belum stabil dengan potensi gejolak yang bisa mengganggu. Hal ini ditunjukkan oleh terdapatnya nilai indikator yang rendah kurang dari nilai median 3.56 yaitu:

Unsur Legitimasi Ekonomi

- Indikator Kehadiran perusahaan menguntungkan masyarakat sekitar secara ekonomi. (3,43)

Unsur Legitimasi Sosial Politik

- Indikator Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas kesehatan masyarakat (3,30)
- Indikator Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan kualitas pendidikan masyarakat (3,43)
- Indikator Keberadaan Perusahaan memberikan dampak peningkatan sosial, lingkungan, seni-budaya (culture) dan agama. (3,40)
- Indikator Perusahaan ikut berkontribusi dalam melestarikan adat istiadat dan budaya masyarakat (3,33).

Unsur Legitimasi Kepercayaan Interaksional

- Indikator Perusahaan merespon usulan masyarakat terkait dengan program-program kepentingan masyarakat (3,43)
- Indikator Perusahaan menindak lanjuti keluhan yang disampaikan atas aktivitas perusahaan yang merugikan masyarakat. (3,50)

Unsur Legitimasi Kepercayaan Institusional

- Indikator Perusahaan melakukan sosialisasi setiap aktivitas perusahaan. (3,53)
- Indikator Perusahaan sangat terbuka dengan informasi terkait dampak aktifitas perusahaan termasuk dampak negatif. (3,47)
- Indikator Perusahaan memberikan program sesuai dengan tingkat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan pada masing masing wilayah operasi/ring perusahaan. (3,47)

Untuk mengkonfirmasi indikator yang memiliki nilai rendah/ dibawah nilai median, dilanjutkan dengan indepth interview dengan *Key stakeholder* sebagai berikut:

Kepala Desa Tani Baru menyatakan bahwa:

- Perusahaan kurang mengakomodir tenaga kerja lokal dalam kegiatan operasi perusahaan walaupun sudah dilakukan pelatihan non skill seperti Satuan Pengamanan.
- Perusahaan belum secara rutin berkontribusi dalam kegiatan seni, budaya dan keagamaan dalam melestarikan adat istiadat dalam masyarakat.
- Perusahaan Kurang merespon usulan masyarakat terkait dengan program-program kepentingan masyarakat.
- Perusahaan kurang melakukan sosialisasi dalam aktivitasnya terutama terkait dengan lokasi proyek yang baru.
- Perusahaan kurang cepat merespon terkait dengan dampak aktifitas perusahaan termasuk dampak negatif (seperti penanganan tumpahan minyak yang pernah terjadi didekat lokasi pemukiman).

Kepala Sekolah SDN 014 Anggana menyatakan bahwa:

- Perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap program guru bantu untuk pemenuhan tenaga pengajar.
- Perusahaan perlu meningkatkan kualitas program kepada masyarakat berkaitan dengan kesadaran pentingnya pendidikan.
- Dalam pelaksanaan beasiswa pendidikan terutama di Perguruan Tinggi, masyarakat terlalu berat untuk memulai pembiayaan karena model pemberian beasiswa diberikan kepada masyarakat yang telah masuk dan sudah menempuh studi beberapa semester di Perguruan tinggi

Bidan menyatakan bahwa:

- Perusahaan perlu meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan sarana dan prasarana kesehatan secara khusus terkait dengan Pusban yang berukuran kecil yang digunakan juga sebagai tempat tinggal Bidan, sehingga apabila ada pasien beserta keluarga yang menunggu proses kelahiran yang masih berhari hari tinggal dalam ruang yang sama sehingga tidak Hergonomis. Diharapkan ada tempat ruang privasi untuk melahirkan dan ruang tunggu keluarga pasien.

- Meningkatkan program untuk mengatasi Stunting dan Gizi buruk bagi balita serta program kesehatan untuk lansia.

Kelompok Nelayan menyatakan bahwa:

- Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pemetaan kebutuhan nelayan untuk mendukung peningkatan hasil tangkap meliputi: Penguatan kapasitas Organisasi kelompok nelayan, dan kesesuaian program bantuan alat tangkap.

Lembaga Kemasyarakatan (RT, LPM) menyatakan bahwa:

- Perusahaan perlu meningkatkan keterlibatan dalam proses kegiatan musyawarah perencanaan pembangunan Desa (MusrenbangDes) dalam upaya sinergitas pembangunan Desa.

Kelompok UKM menyatakan bahwa:

- Perlunya peningkatan jangkauan program *Solar Home System* (SHS) untuk meningkatkan perekonomian dan pendidikan masyarakat.

Dengan demikian daya dukung masyarakat terhadap perusahaan yang tercermin dari pengukuran secara kuantitatif maupun kualitatif masih belum stabil dan memiliki potensi gangguan jika tidak dapat dikelola dengan baik. Hasil *indepth interview* dengan stakeholder menunjukkan bahwa upaya untuk menciptakan SLO adalah melalui pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) yang partisipatif dan kolaboratif dan berkelanjutan, hal ini bersesuaian dengan hasil kajian Budi Wahyu Soesilo (2022).

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian dari data 4 Unsur *Social License To Operate* (SLO) secara keseluruhan didapatkan nilai legitimasi penerimaan masyarakat sebesar **3,51** yang masuk didalam kategori dengan **Penerimaan/Toleransi Tinggi (Acceptance/high tolerance)**.
2. Didapatkan beberapa nilai Unsur yang dibawah nilai medium SLO (3,56) sebagai berikut :
 - Unsur Legitimasi Ekonomi (3,43)
 - Unsur Legitimasi Kepercayaan Interaksional (3,53)
 - Unsur Legitimasi Kepercayaan Institusional (3,52)
3. SLO dapat ditingkatkan melalui Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan/ Lingkungan (CSR) secara kolaboratif, partisipatif dan berkelanjutan.

REKOMENDASI

Untuk meningkatkan SLO di Desa Tani Baru dari **Penerimaan/Toleransi Tinggi (Acceptance/high tolerance)** menuju **Persetujuan (Approval)** atau bahkan mendapatkan **Kepercayaan Penuh (Full Trust)**, Program TJSP perusahaan perlu ditingkatkan peranannya untuk lebih berkontribusi, yang pada Unsur:

1. **Legitimasi Ekonomi** dalam bentuk perekrutan tenaga kerja lokal dalam kegiatan operasi perusahaan walaupun sudah dilakukan pelatihan non skill seperti Satuan Pengamanan serta perlu meningkatkan kualitas pemetaan kebutuhan nelayan untuk mendukung peningkatan hasil tangkap dan Peningkatan jangkauan program *Solar Home System* (SHS) untuk meningkatkan perekonomian dan pendidikan masyarakat.
2. **Legitimasi Sosial Politik** kontribusi dalam bentuk: Peningkatan kualitas kesehatan masyarakat, serta berkontribusi dalam kegiatan seni, budaya dan keagamaan dalam melestarikan adat istiadat dalam masyarakat setempat. Serta penguatan didalam program pendidikan baik guru bantu maupun beasiswa pendidikan.
3. **Legitimasi Kepercayaan Interaksional** dalam bentuk Peningkatan kecepatan dalam merespon usulan masyarakat terkait dengan program-program kepentingan masyarakat, meningkatkan keterlibatan dalam proses kegiatan musyawarah perencanaan pembangunan Desa (MusrenbangDes) dalam upaya sinergitas pembangunan Desa
4. **Legitimasi Kepercayaan Institusional**, dimana Perusahaan perlu meningkatkan keterbukaan informasi terkait dampak aktifitas perusahaan baik dalam bentuk kegiatan produksi baru termasuk dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2022). Social licence to Operate Paper. *Sustainable Business Council*, 1–25. <https://www.sbc.org.nz/wp-content/uploads/2022/07/Social-Licence-to-Operate-Paper.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara. 2019. *Kecamatan Anggana Dalam Angka Tahun 2019*. <https://kukarkab.bps.go.id/publication/2019/09/26/63a8474e6d72bbacef6507c3/kecamatan-anggana-dalam-angka-2019.html>.
- Costanza, J. N. (2016). Mining Conflict and the Politics of Obtaining a Social License: Insight from Guatemala. *World Development*, 79, 97–113. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.10.021>
- Fitzgerald, N., & Cormack, M. (2006). The Role of Business in Society: An Agenda Action. *Harvard University, International Business Leader Forum*, 1–3.
- Gunningham, N., Grabosky, P., & Sinclair, D. (2004). *Smart Regulation: Designing Environmental Policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Gunningham, N., Kagan, R. A., & Thornton, D. (2004). Social License and Environmental Protection: Why Businesses Go beyond Compliance. *Law & Social Inquiry*, 29(2), 307–341. <http://www.jstor.org/stable/4092687>
- McIntyre, M. ., Murphy, S. A., & Tetrault Sirsly, C.-A. (2015). *Do firms seek social license to operate when stakeholders are poor? Evidence from Africa, Corporate Governance*. 15(3), 306–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/CG-01-2014-0011>.
- Smith, D. C., & Richards, J. M. (2015). Social License to Operate: Hydraulic Fracturing-Related Challenges Facing the Oil & Gas Industry. *SSRN Electronic Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2591988>
- Soesilo, B. W., & Rudito, B. (2022). Social License as a Corporate Sustainability Strategy PT Pupuk Kalimantan Timur (Case Study of The Tanjung Limau Floating Craft CSR Program). *Indonesian Journal of Social Responsibility Review (IJSRR)*, 1(1), 13–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.55381/ijssr.v1i1.22>
- Swara, V. Y., & Simatupang, E. (2020). Keluar Dari Lingkaran CCSR: Corporate Social Entrepreneurship Dalam Menjawab Tantangan Sosial License To Operate. *Jurnal Sinergitas PKM & CSR*, 4(2), 195. <https://ojs.uph.edu/index.php/JSPC/article/download/1800/pdf>
- Thomson, I., & Boutilier, R. G. (2011). *Social License to Operate, Dalam Darling, Peter (eds) SME Mining Engineering Handbook Third Edition*. Amerika Serikat, Society for Mining, Metallurgy, and Exploration, Inc.
- Yuwana, N., Nugroho, H., & Abdullah, I. (2012). Kontestasi Elit dan Marginalisasi Penduduk Lokal di Lokasi Pertambangan Batubara Kutai Kartanegara. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jps.v1i2.23436>