

BAB II

KAJIAN KONSEPTUAL

2.1 Kajian Tentang *Social License to Operate*

2.1.1 Definisi *Social License to Operate*

Memperoleh izin sosial untuk beroperasi telah lama diakui sebagai tantangan sosial bagi pelaku industri ekstraktif. Izin sosial untuk beroperasi merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk mencapai *Social License to Operate* (SLO). Gunningham et al, (2004) memandang izin sosial sebagai tuntutan dan harapan terhadap perusahaan yang muncul dari lingkungan sekitar, kelompok-kelompok lingkungan, anggota masyarakat, dan elemen-elemen lain dari masyarakat sekitarnya. Pandangan ini sejalan dengan Pike (2012), yang menyatakan bahwa izin sosial merupakan hasil dari proses akuisisi dan pemeliharaan secara berkelanjutan oleh pelaku bisnis, dan diperoleh melalui persetujuan para pemangku kepentingan di tingkat lokal.

Thomson dan Boutilier (2011) dalam penelitiannya pada sejumlah perusahaan pertambangan memandang bahwa lisensi sosial (*Social License to Operate/SLO*) dalam operasional perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap penerimaan perusahaan beserta kegiatan operasionalnya di tingkat lokal. Konsep lisensi sosial ini memiliki relevansi langsung dalam dunia bisnis karena dipandang sebagai elemen kunci dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan operasional perusahaan. Tingkat lisensi sosial yang tinggi mencerminkan rendahnya risiko sosial dan politik yang dihadapi oleh perusahaan (Boutilier, 2014). Sejumlah ahli juga menegaskan bahwa SLO tidak memiliki definisi baku yang

dapat dijadikan acuan tunggal. Bice dan Moffat (2014) menyatakan bahwa *Social License to Operate* bersifat tidak terwujud secara fisik dalam aktivitas sosial terhadap para pemangku kepentingan, melainkan disesuaikan dengan tujuan dan sasaran spesifik dari masing-masing perusahaan.

Para ahli dalam berbagai kajiannya sering mengaitkan konsep lisensi sosial dengan *United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples* (UNDRIP) tahun 2007, yang mewajibkan industri yang beroperasi di wilayah adat untuk memperoleh Persetujuan Atas Dasar Informasi di Awal Tanpa Paksaan (PADIATAPA) atau *Free, Prior, and Informed Consent* (FPIC) (Wilburn & Wilburn, 2011). Hal ini menjadi relevan mengingat sektor ekstraktif umumnya beroperasi di kawasan yang dihuni oleh masyarakat, sehingga proses perolehan persetujuan dari komunitas lokal dan masyarakat adat seringkali berlangsung secara bersamaan. Penekanan pada prinsip FPIC mencerminkan terjadinya pergeseran paradigma dalam memahami lisensi sosial, dari yang semula dipandang sebagai sesuatu yang harus dipertahankan, menjadi lisensi yang secara aktif harus diperoleh. Lisensi sosial dalam hal ini dipahami dari sudut pandang eksternal perusahaan, bukan semata-mata sebagai instrumen strategis dalam pengelolaan bisnis. Pendekatan terhadap lisensi sosial sebagai bagian semata dari strategi bisnis justru dapat menimbulkan persoalan, karena perusahaan tidak memiliki kendali penuh atas keberadaan atau keberlanjutan lisensi sosial tersebut. Perusahaan dituntut untuk bersikap responsif serta menghormati preferensi dan tuntutan masyarakat, meskipun hal tersebut kerap kali tidak sejalan dengan kepentingan bisnis yang dimilikinya.

Secara umum, SLO dapat dipahami sebagai konsep yang mencerminkan penerimaan dan persetujuan yang berkelanjutan terhadap suatu aktivitas sosial yang dilakukan oleh pemangku kepentingan. Salah satu tujuan utama dari konsep ini adalah untuk mendukung peningkatan profitabilitas perusahaan (Moffat & Zhang, 2014). Konsep *Social License to Operate* (SLO) telah mengalami perkembangan sejalan dengan berbagai kajian dalam literatur mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), keberlanjutan sosial, reputasi perusahaan, serta legitimasi atas perilaku perusahaan terhadap masyarakat luas (Owen & Kemp, 2013). SLO tidak hanya sekedar memperoleh izin hukum untuk beroperasi, tetapi juga mencerminkan penerimaan sosial yang diperoleh perusahaan melalui interaksi yang transparan dan hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* (Lacey, Parsons, & Moffat, 2012).

Proses operasional dan pengembangan proyek yang berpotensi memberikan dampak sosial dan lingkungan, penerapan SLO dianggap sangat relevan karena konsep ini merepresentasikan kualitas, tanggung jawab, serta kekuatan hubungan antara industri dengan masyarakat dan lingkungan yang terdampak oleh aktivitas operasional perusahaan. SLO berfungsi sebagai indikator kualitas hubungan antara industri dengan masyarakat dan lingkungan yang terdampak oleh aktivitas operasional perusahaan. Adanya konsep SLO, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam mematuhi regulasi yang berjalan, tetapi juga dituntut untuk membangun kepercayaan, membangun komunikasi yang efektif, serta menunjukkan komitmen terhadap kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

Lacey, Parsons, dan Moffat (2012) menjelaskan bahwa strategi bisnis yang mempertimbangkan secara holistik aspek sosial dan lingkungan menjadi kunci bagi perusahaan dalam memastikan operasionalnya dapat diterima dan didukung oleh masyarakat lokal. Penerapan *Social License to Operate* (SLO) dapat membantu perusahaan dalam meminimalisasi risiko terjadinya konflik dengan masyarakat, sekaligus meningkatkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Kemampuan beradaptasi terhadap dinamika ekspektasi sosial yang terus berkembang di lingkungan operasional menjadi tuntutan penting bagi perusahaan dalam mempertahankan *Social License to Operate* (SLO).

Tingkat terendah dari *Social License to Operate* (SLO) menunjukkan bahwa lisensi sosial yang diberikan kepada perusahaan berada dalam kondisi terancam, yang mengindikasikan bahwa proyek atau kegiatan operasional perusahaan berisiko menghadapi pembatasan akses terhadap sumber daya maupun aksi-aksi sosial dari komunitas lokal yang dapat mengganggu kelangsungan operasional perusahaan. Kehilangan lisensi sosial ini mencerminkan risiko sosial-politik yang sangat tinggi. Tingkat tertinggi dari *Social License to Operate* mencerminkan bentuk penerimaan penuh masyarakat terhadap proyek atau kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan. Pada lapisan tertinggi ini, lisensi sosial mencakup spektrum yang lebih luas, menggambarkan tingkat penerimaan yang umum di kalangan masyarakat terhadap keberadaan dan aktivitas perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan komitmen untuk membangun kredibilitas berpotensi mendorong peningkatan lisensi sosial hingga mencapai tingkat tertinggi, yaitu tingkat persetujuan. Seiring waktu, jika kepercayaan masyarakat berhasil terbangun secara konsisten, lisensi

sosial tersebut dapat mencapai tingkat identifikasi psikologis, di mana risiko sosial-politik terhadap perusahaan menjadi sangat rendah (Boutilier & Thomson, 2011:1779).

2.1.2 Faktor-Faktor pada *Social License to Operate*

Leeora Black (2013) mengidentifikasi sejumlah faktor utama yang memengaruhi *Social License to Operate* (SLO), di antaranya kinerja lingkungan, keterlibatan dan partisipasi masyarakat, serta manfaat ekonomi bagi komunitas lokal. Kinerja lingkungan menjadi aspek krusial, karena perusahaan dituntut untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas operasionalnya tidak menimbulkan degradasi lingkungan yang berlebihan. Standar seperti Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) dan ISO 14001 kerap dijadikan acuan untuk menilai sejauh mana perusahaan memenuhi prinsip-prinsip keberlanjutan lingkungan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan berperan penting dalam meningkatkan tingkat penerimaan sosial. Perusahaan yang proaktif melibatkan masyarakat melalui dialog dan konsultasi cenderung lebih mudah memperoleh *Social License to Operate*. Faktor lain yang tidak kalah signifikan adalah manfaat ekonomi yang dirasakan oleh komunitas lokal. Masyarakat yang memperoleh manfaat langsung dari keberadaan perusahaan, seperti kesempatan kerja, pengembangan keterampilan, dan program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), umumnya akan menunjukkan dukungan yang lebih besar terhadap kelangsungan operasional perusahaan.

Prno dan Slocombe (2012) mengemukakan pandangan yang berbeda dengan Black, dengan menyoroti bahwa dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas

operasional perusahaan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perolehan *Social License to Operate* (SLO). Persepsi masyarakat terhadap keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan meminimalisasi dampak negatif terhadap lingkungan maupun kehidupan sosial di sekitarnya. Sejarah interaksi antara perusahaan dan masyarakat lokal juga menjadi faktor yang menentukan. Rekam jejak konflik atau ketegangan di masa lalu dapat memperbesar tantangan dalam memperoleh kembali *Social License to Operate* (SLO). Hubungan yang harmonis dan berkelanjutan dengan masyarakat lokal dipandang sebagai strategi esensial untuk mempertahankan SLO dalam jangka panjang.

Pendekatan lain dikemukakan oleh Parsons, Lacey, dan Moffat (2014) yang menekankan pentingnya persepsi masyarakat terhadap risiko sosial dan ekonomi dalam proses pembentukan *Social License to Operate* (SLO). Parsons et al. berpendapat bahwa komunitas lokal cenderung menilai kehadiran perusahaan berdasarkan perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan potensi risiko atau dampak negatif yang ditimbulkan. Penolakan terhadap keberadaan perusahaan sangat mungkin terjadi ketika masyarakat menilai bahwa kerugian atau dampak negatif lebih besar dibandingkan manfaat yang mereka terima. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan merupakan faktor kunci yang menentukan sejauh mana penerimaan sosial dapat terbentuk. Perusahaan yang memiliki rekam jejak positif dalam membangun hubungan yang konstruktif dengan komunitas lokal umumnya lebih mudah mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat setempat.

Moffat dan Zhang (2014) menekankan bahwa transparansi dalam komunikasi perusahaan merupakan faktor krusial dalam upaya membangun *Social License to Operate* (SLO). Perusahaan yang secara terbuka menginformasikan kebijakan operasional, potensi dampak lingkungan, serta strategi mitigasi risiko dinilai lebih mampu memperoleh kepercayaan dari masyarakat setempat. Selain itu, dukungan dari berbagai pemangku kepentingan (termasuk pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan kalangan akademisi) dapat memperkuat legitimasi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya.

Tabel 2.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi SLO

Level & Label	Deskripsi	Peran dalam Membentuk Tingkat SLO seperti yang dijelaskan oleh Thomson & Boutilier Model Piramida
(1)	(2)	(3)
1. Legitimasi Ekonomi	Persepsi bahwa perusahaan memberikan manfaat bagi masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika dinilai buruk, <i>stakeholder</i> akan memberikan penilaian <i>withheld/withdrawn</i>. 2. Jika dinilai baik perusahaan akan memperoleh penilaian <i>acceptance</i>.
2. a.) Legitimasi Sosial-Politik	Persepsi bahwa perusahaan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, menghormati cara hidup masyarakat setempat, memenuhi harapan terkait peran perusahaan dalam masyarakat, dan bertindak sesuai pandangan <i>stakeholder</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika dinilai buruk, kemungkinan kecil menerima level <i>approval</i> pada SLO. 2. Jika level 2a dan 2b dinilai buruk, level <i>approval</i> akan sedikit diberikan <i>stakeholder</i>.
2. b.) Kepercayaan Interaksional	Persepsi bahwa perusahaan dan manajemennya mendengarkan, merespon,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika dinilai buruk, kemungkinan kecil menerima level <i>approval</i> pada SLO.

Level & Label	Deskripsi	Peran dalam Membentuk Tingkat SLO seperti yang dijelaskan oleh Thomson & Boutilier Model Piramida
(1)	(2)	(3)
	menepati janji, terlibat dalam dialog bersama masyarakat, dan menunjukkan interaksi dengan masyarakat.	2. Jika level 2a dan 2b dinilai buruk, level <i>approval</i> akan sedikit diberikan <i>stakeholder</i> .
3. Kepercayaan Institusional	Persepsi bahwa hubungan antara institusi seperti organisasi, komunitas, dan perusahaan didasarkan pada tanggung jawab untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing.	1. Jika dinilai buruk, level <i>psychological identification</i> tidak mungkin tercapai. 2. Jika dinilai buruk, tetapi poin 2a dan 2b dinilai baik, maka sebagian <i>stakeholder</i> akan memberikan level <i>approval</i> pada SLO.

Sumber: Thomson & Boutilier (2011)

2.1.3 Aspek-Aspek dalam *Social License to Operate*

“The concept of a social license to operate, a metaphorical construct, explains why firms sometimes go beyond compliance with environmental regulations: they fear the withdrawal of public support and seek to maintain legitimacy in the eyes of their stakeholders.” (Gunningham, Kagan, & Thornton, 2004, p. 307). Gunningham, Kagan, dan Thornton (2004) menekankan bahwa hubungan antara perusahaan dan masyarakat, khususnya dalam konteks regulasi lingkungan, merupakan aspek utama dalam pembentukan *Social License to Operate* (SLO). Dua elemen penting dalam membangun hubungan jangka panjang tersebut adalah kepercayaan dan kredibilitas perusahaan. Tingkat kepercayaan yang tinggi memungkinkan perusahaan memperoleh dukungan sosial secara lebih stabil dan berkelanjutan. Kredibilitas perusahaan sendiri dapat diperkuat melalui praktik

komunikasi yang transparan dan terbuka. Kepatuhan terhadap regulasi lingkungan berperan sebagai faktor strategis dalam memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik. Pemenuhan standar lingkungan memungkinkan perusahaan meminimalkan resistensi sosial akibat dampak negatif operasionalnya.

Thomson dan Boutilier (2011) mengemukakan bahwa terdapat empat aspek utama dalam *Social License to Operate* (SLO), yaitu legitimasi, kredibilitas, kepercayaan, dan akseptabilitas sosial. Keempat aspek tersebut kemudian dikembangkan menjadi indikator operasional dalam bentuk: legitimasi sosial-politik, legitimasi ekonomi, kepercayaan interaksional, dan kepercayaan institusional. Legitimasi merujuk pada kesesuaian aktivitas perusahaan dengan norma hukum, nilai sosial, dan budaya masyarakat setempat. Kepatuhan terhadap peraturan serta sensitivitas terhadap nilai-nilai lokal menjadi faktor penting dalam membangun legitimasi ini. Kredibilitas mencerminkan konsistensi antara komitmen perusahaan dan tindakan yang dijalankan.. Perusahaan yang mampu menjaga kredibilitas cenderung memperoleh kepercayaan masyarakat karena menunjukkan keterbukaan dan tanggung jawab dalam operasionalnya.

Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan komunitas lokal. Kepercayaan ini tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui akumulasi rekam jejak positif perusahaan dalam memenuhi komitmen sosial, lingkungan, dan ekonomi yang telah disepakati. Sementara itu, akseptabilitas sosial merujuk pada tingkat kesediaan masyarakat untuk menerima keberadaan perusahaan dalam lingkungan mereka. Tingkat akseptabilitas ini meningkat apabila perusahaan mampu menunjukkan keterbukaan,

responsif terhadap aspirasi masyarakat, serta membangun komunikasi yang partisipatif. Ketika elemen-elemen tersebut terpenuhi, perusahaan lebih berpeluang memperoleh dukungan sosial yang kuat dari komunitas, yang pada akhirnya memperkuat legitimasi operasionalnya.

2.1.4 Kerangka *Social License to Operate*

We identify three perspectives on social license—pyramid, three-strand, and triangle and show how these perspectives relate to different models of legitimacy and stakeholder engagement. (Gehman, Lefsrud, & Fast, 2017, hal. 29)

Gehman dkk. (Gehman, Lefsrud, dan Fast, 2017) mengidentifikasi tiga jenis lisensi sosial, yang masing-masing mereka sebut sebagai model piramida, model tiga untai, dan model segitiga.

2.1.4.1 The Piramidal Model



Gambar 2.1 Model SLO Piramida
Source: Boutilier & Thomson (2011)

Model piramida merupakan salah satu pendekatan *Social License to Operate* (SLO) yang paling banyak diadopsi, sebagaimana dikembangkan oleh Boutilier dan Thomson (Boutilier & Thomson, 2011). Dalam model ini, Boutilier dan Thomson

mengidentifikasi berbagai tingkat SLO yang bersifat kualitatif, beserta kriteria yang menentukan perpindahan dari satu tingkat ke tingkat berikutnya. Tingkatan tersebut dimulai dari lisensi sosial yang ditahan (*withheld/withdrawn*), kemudian tingkat minimum, hingga mencapai tingkat yang lebih tinggi seiring meningkatnya penerimaan dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

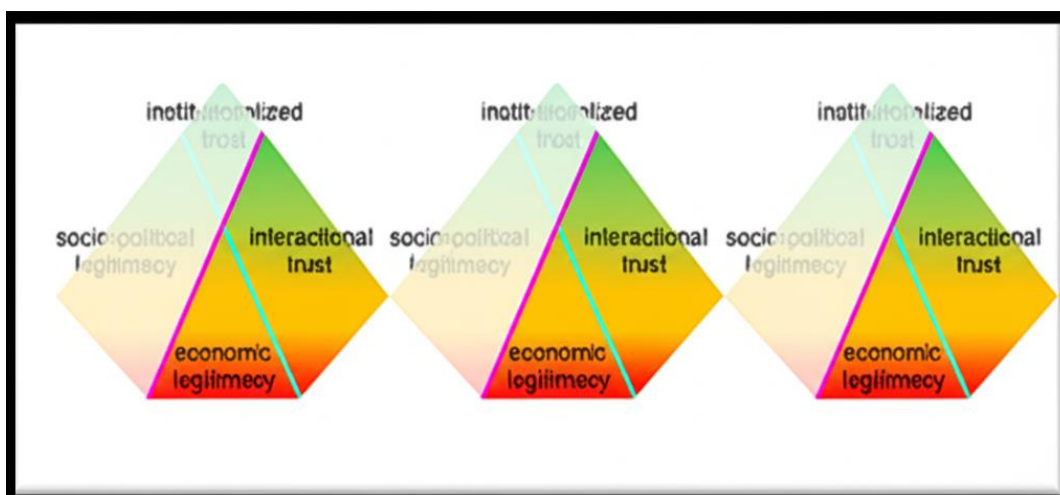
Berbagai tingkat lisensi sosial ini didasarkan pada tiga komponen normatif, yaitu legitimasi, kredibilitas, dan kepercayaan, yang pertama kali diperkenalkan oleh (Thomson & Joyce, 2008). Menurut mereka, legitimasi berarti kesesuaian dengan norma yang telah ditetapkan, baik dalam aspek hukum, sosial, budaya, maupun norma formal dan informal lainnya. Kredibilitas diartikan sebagai kualitas untuk dipercaya, dan kapasitas atau kekuatan untuk memperoleh kepercayaan, kemudian kepercayaan merujuk pada kesediaan untuk menjadi rentan terhadap risiko atau kerugian akibat tindakan orang lain atau komunitas (Thomson & Joyce, 2008).

Boutilier dan Thomson (2011) menjelaskan bahwa tingkat SLO suatu perusahaan dapat dikategorikan ke dalam empat tahap utama. Tahap pertama adalah *withheld/with drawn*, di mana masyarakat secara aktif menolak keberadaan perusahaan karena faktor ketidakpercayaan atau dampak negatif yang dirasakan. Tahap ini biasanya terjadi jika perusahaan gagal membangun hubungan yang baik dengan masyarakat setempat atau jika ada sejarah konflik yang belum terselesaikan.

Tahap kedua adalah *acceptance*, di mana masyarakat mulai menerima keberadaan perusahaan meskipun masih dengan batasan tertentu. Pada tahap ini, masyarakat tidak lagi menentang keberadaan perusahaan, tetapi juga belum

memberikan dukungan penuh. Tahap ketiga disebut *approval*, di mana perusahaan mulai mendapatkan dukungan aktif dari masyarakat. Dukungan ini sering kali diberikan karena masyarakat merasakan manfaat sosial-ekonomi yang signifikan dari operasional perusahaan, seperti peningkatan. Faktor-Faktor yang memengaruhi SLO kesempatan kerja dan pembangunan infrastruktur lokal.

Tahap keempat adalah *psychological trust*, yang merupakan tingkat tertinggi dari SLO. Pada tahap ini, masyarakat merasa memiliki perusahaan dan secara aktif terlibat dalam menjaga keberlanjutan operasionalnya. Perusahaan yang berhasil mencapai tahap ini biasanya dianggap sebagai bagian integral dari komunitas setempat.



Gambar 2.2 Tahapan SLO terbaru *Arrow Head*
Sumber: Thomse & Boutilier (2011)

Menyempurnakan model piramida Boutilier dan Thomson (2011) merancang model *arrow head* pada model piramida lisensi sosial. Empat faktor yang menentukan tingkat lisensi sosial dalam model ini Boutilier mengemas dalam bentuk tingkat penerimaan yang terdiri dari legitimasi ekonomi sebagai tingkat pertama, legitimasi sosial-politik pada tingkat penerimaan, dan kepercayaan

interaksional pada tingkat persetujuan formal, dan kepercayaan institusional (kelembagaan) pada tingkat kepemilikan bersama.

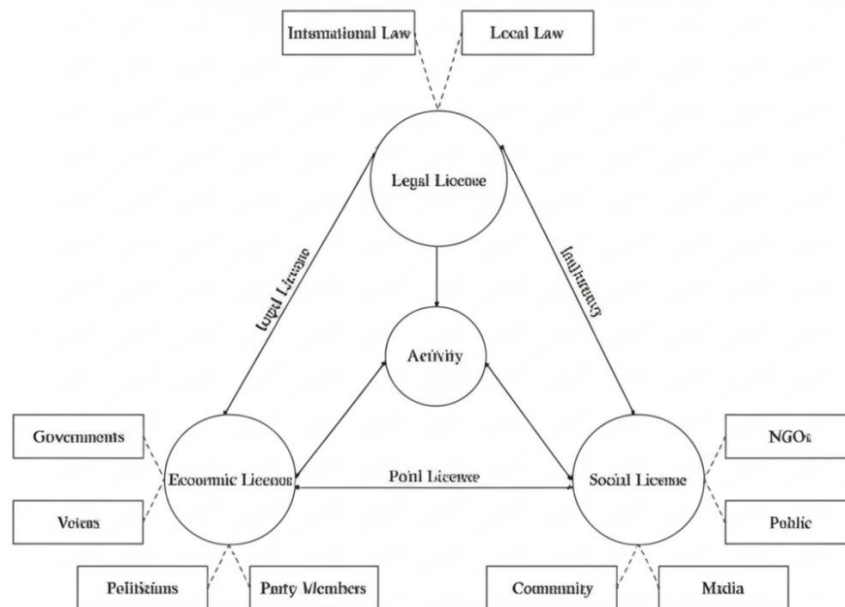
Perusahaan atau proyek yang dianggap memiliki legitimasi ekonomi apabila mampu memberikan manfaat yang nyata bagi pemangku kepentingan atau masyarakat secara umum. Perusahaan yang mampu memenuhi legitimasi ekonomi, maka sebagian besar pemangku kepentingan cenderung akan memberikan lisensi sosial pada tingkat penerimaan.

Tingkat persetujuan, merujuk pada legitimasi sosial-politik, mencakup persepsi bahwa perusahaan atau proyek berkontribusi terhadap kesejahteraan wilayah, menghormati tradisi lokal, memenuhi ekspektasi terkait peran sosialnya, kemudian bertindak sesuai dengan prinsip keadilan dan budaya. Kepercayaan Interaksional, di sisi lain, mencerminkan persepsi bahwa perusahaan bersikap responsif, menepati janji, membangun dialog yang komunikatif dan saling menguntungkan, serta menjaga hubungan yang berlandaskan prinsip timbal balik dalam setiap interaksi dengan masyarakat. Semisal salah satu dari kedua faktor ini Kepercayaan interaksional dan/atau legitimasi sosial-politik terpenuhi, maka kemungkinan lisensi sosial akan mencapai pada tingkat persetujuan.

Pada tingkat kepemilikan bersama, kepercayaan institusional terbentuk ketika hubungan antara dan pemangku kepentingannya didasarkan pada komitmen jangka panjang yang saling menguntungkan serta mempertimbangkan kepentingan satu sama lain secara berkelanjutan, dan semisal keempat faktor ini terpenuhi, maka perusahaan dapat memperoleh lisensi sosial tingkat kepemilikan bersama.

2.1.4.2 The Three-Standr Model

Model *The Three Standr Model* ini dikembangkan oleh Gunningham et al., (2003). Penelitian dimulai dengan pertanyaan mengenai alasan mengapa beberapa perusahaan melampaui kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, sedangkan yang lain gagal mematuhi. Lisensi sosial diposisikan oleh para penulis sebagai bagian dari kerangka penjelasan yang lebih luas (Gehman et al., 2017). Pandangan dalam model ini berbeda dengan *The Piramidal Model*, Jika model piramida memandang lisensi sosial terutama dari perspektif bisnis dan menganggapnya sebagai sesuatu variabel dependen, atau variabel yang bergantung pada kriteria tertentu untuk mendapatkannya, maka pada model ini, lisensi sosial sebagai variabel independen dan sebagai bagian dari keseluruhan yang lebih besar.



Gambar 2.3 Model SLO *The Three-Standr*
Sumber: Gehman et al, (2017)

Hasil penelitian yang dilakukan pada pabrik pulp di AS, Kanada, Australia, dan Selandia Baru bergantung pada tiga jenis lisensi untuk beroperasi, yaitu lisensi hukum, lisensi sosial, dan lisensi ekonomi:

1. Lisensi hukum mencakup izin regulasi dan kewajiban hukum, yaitu izin regulasi dan kewajiban hukum - tuntutan dari regulator, legislator, dan hakim.
2. Lisensi sosial mencakup tuntutan komunitas lokal hingga masyarakat umum termasuk aktivis lokal, nasional, dan internasional.
3. Lisensi ekonomi berkaitan dengan tuntutan profitabilitas yang diajukan oleh manajer, investor, dan pemberi pinjaman.

Ketiga jenis lisensi ini saling berhubungan dan tidak berdiri sendiri. Misalnya, aktivis lingkungan dapat menegakkan lisensi sosial secara langsung melalui tekanan publik (kampanye, aksi massa, mencoreng reputasi perusahaan, boikot, dll.) atau secara tidak langsung melalui boikot ekonomi dan tuntutan hukum.

The Three-Strand Model diadopsi oleh Morrison, (2014) dalam bukunya yang berjudul "*How to Keep Your Organization Legitimate*". Model ini memandang konsep SLO sebagai komponen krusial bagi legitimasi operasional organisasi. Morrison menekankan bahwa SLO terdiri dari tiga elemen utama: legitimasi, kepercayaan, dan persetujuan. Ia mengilustrasikan bahwa SLO berfungsi sebagai salah satu dari tiga pilar utama yang menopang legitimasi suatu aktivitas, bersama dengan lisensi hukum dan lisensi politik. Ketiga lisensi ini saling bergantung dan bersama-sama menentukan sejauh mana suatu organisasi diterima dan diizinkan beroperasi oleh masyarakat.

Morrison (2014) berpendapat bahwa lisensi sosial tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan erat dengan dua bentuk lisensi lain yang lebih konvensional dan saling berhubungan. Ia menggantikan konsep lisensi politik yang merujuk pada otoritas yang diberikan pemerintah kepada suatu organisasi untuk menjalankan aktivitas tertentu dengan lisensi ekonomi.

Ketiga jenis lisensi ini memiliki keterkaitan yang erat. Lisensi politik diberikan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah, pemilih, elit partai, serta politisi. Sementara itu, lisensi sosial diperoleh melalui dukungan dari lembaga swadaya masyarakat (LSM), kelompok kepentingan khusus, masyarakat umum, serta media. Lisensi hukum berkaitan dengan kepatuhan perusahaan terhadap hukum yang berlaku, baik di tingkat nasional maupun internasional, termasuk standar hak asasi manusia.

2.1.4.3 The Triangel Model

Model piramida berangkat dari pertanyaan mengenai bagaimana suatu perusahaan atau proyek dapat kehilangan lisensi sosialnya serta apa yang sebenarnya hilang ketika itu terjadi. Berbanding terbalik dengan, model segitiga berusaha menjelaskan fokus yang berbeda, yakni berusaha menjelaskan mengapa beberapa perusahaan mampu melampaui kepatuhan terhadap peraturan, sedangkan yang lain tidak. Model segitiga dikembangkan dengan menelaah bagaimana proses penerimaan terhadap kebijakan dan teknologi ramah lingkungan berlangsung (Gehman et al., 2017).

Model ini didasarkan pada konsep penerimaan sosial yang mulai muncul pada tahun 1970-an dan 1980-an, seiring dengan upaya awal untuk mendorong kebijakan

energi terbarukan. Penerimaan sosial dipahami sebagai upaya untuk membangun kepercayaan, rasa familiar, serta keyakinan terhadap teknologi ramah lingkungan yang masih dalam tahap pengembangan.



Gambar 2.4 *The Triangle SLO Model*
Sumber: Wüstenhagen et al., (2007)

Karyanya Wüstenhagen et al., (2007) mendefinisikan tiga aspek utama dalam penerimaan sosial sebagai salah satu hambatan utama dalam pencapaian target energi terbarukan. Wüstenhagen mengidentifikasi tiga aspek utama dalam penerimaan sosial, yaitu penerimaan sosial-politik, penerimaan masyarakat, dan penerimaan pasar. Penerimaan sosial-politik mencerminkan dukungan secara luas terhadap kebijakan dalam teknologi energi terbarukan dari masyarakat umum, pemangku kepentingan, dan pembuat kebijakan. Penerimaan sosial-politik, penerimaan masyarakat berfokus pada penerimaan proyek di lokasi tertentu oleh pemangku kepentingan, LSM, dan organisasi masyarakat. Konsep ini sering dikaitkan dengan fenomena yang sering terjadi di luar *not in my back yard*

(NIMBY), di mana masyarakat secara umum mendukung energi terbarukan tetapi menolak implementasinya di lingkungan mereka sendiri. Faktor-faktor seperti keadilan prosedural, keadilan distributif, dan tingkat kepercayaan memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana proyek dapat diterima oleh komunitas lokal. Terakhir, penerimaan pasar merujuk pada bagaimana inovasi energi terbarukan diterima oleh pasar secara lebih luas, yang melibatkan berbagai aktor seperti konsumen, investor, dan produsen.

Konsep penerimaan sosial tidak dapat disamakan dengan lisensi sosial, karena lisensi sosial memiliki cakupan yang lebih luas dan keterkaitan politik yang lebih mendalam. Meskipun demikian, keduanya saling berhubungan karena penerimaan merupakan elemen mendasar dalam berbagai definisi lisensi sosial. Salah satu wawasan penting dari model segitiga penerimaan sosial adalah bahwa suatu proyek yang telah memperoleh penerimaan di tingkat sosial-politik belum tentu diterima oleh masyarakat lokal, begitu pula sebaliknya. Sebagai ilustrasi, masyarakat secara keseluruhan mungkin mendukung pengembangan energi angin di negara mereka, tetapi tetap menolak keberadaan proyek tersebut di sekitar tempat tinggal mereka.

2.1.5 Strategi Perusahaan untuk Membangun dan Mempertahankan SLO

Leeora Black (2013) menyarankan bahwa salah satu strategi utama dalam membangun SLO adalah meningkatkan transparansi komunikasi. Perusahaan harus secara terbuka *menyampaikan* informasi mengenai kebijakan operasional, dampak lingkungan, dan langkah-langkah mitigasi risiko kepada masyarakat. Selain itu,

manajemen risiko sosial harus diperkuat untuk mengantisipasi potensi konflik sebelum berkembang menjadi krisis yang lebih besar.

Prno dan Slocombe (2012) menekankan pentingnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdampak nyata bagi masyarakat. Program-program CSR yang efektif, seperti investasi dalam pendidikan, layanan kesehatan, dan pengembangan ekonomi lokal, dapat meningkatkan penerimaan sosial terhadap perusahaan. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi lingkungan juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan SLO.

Dare, Schirmer, dan Vanclay (2014) berpendapat bahwa keterlibatan *multi-stakeholder* merupakan strategi yang efektif dalam membangun SLO. Perusahaan perlu melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi masyarakat, akademisi, dan komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan operasional. Pelibatan lebih banyak pemangku kepentingan, perusahaan dapat meningkatkan legitimasi dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Pembangunan hubungan jangka panjang juga menjadi elemen penting dalam mempertahankan SLO. Perusahaan harus melihat interaksi dengan masyarakat sebagai proses berkelanjutan yang membutuhkan komitmen jangka panjang, bukan hanya sekadar strategi jangka pendek untuk mendapatkan izin sosial.

2.1.6 Karakteristik SLO

Para ahli mengidentifikasi beberapa karakteristik utama dari SLO yang penting untuk dipahami. Penjelasan dari para ahli tersebut dijabarkan di bawah ini dengan poin-poin sebagai berikut:

1. Legitimasi Ekonomi dan Sosial Politik

Thomson dan Boutilier (2019) pada bukunya menjelaskan bahwa legitimasi ekonomi mengacu pada sejauh mana perusahaan memberikan manfaat ekonomi nyata bagi komunitas lokal, seperti penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap pembangunan infrastruktur, sementara itu, legitimasi sosial-politik berkaitan dengan kesesuaian operasi perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan norma politik yang berlaku dalam masyarakat setempat. (Boutilier, 2011).

2. Kepercayaan Interaksional dan Institusional

Boutilier dan Thomson juga menekankan pentingnya kepercayaan dalam dua bentuk: interaksional dan institusional. Kepercayaan interaksional terbentuk melalui interaksi langsung antara perusahaan dan masyarakat, yang mencerminkan transparansi dan konsistensi dalam komunikasi. Kepercayaan institusional, di sisi lain, berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap integritas dan etika perusahaan sebagai sebuah institusi (Boutilier & Thomson, 2019).

3. Penerimaan dan Dukungan Masyarakat

Leeora Black, pada bukunya menyoroti bahwa SLO tidak hanya tentang penerimaan pasif dari masyarakat, tetapi juga melibatkan dukungan aktif. Hal ini berarti perusahaan harus terus-menerus berupaya membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan melalui keterlibatan yang bermakna dan responsif terhadap kebutuhan serta kekhawatiran mereka (Black, 2013).

4. Dinamika Perubahan SLO pada Masyarakat

Karyanya Wood et al., (2022) mengatakan bahwa SLO bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Tingkat penerimaan masyarakat dapat dipengaruhi

oleh berbagai faktor, termasuk perubahan dalam operasi perusahaan, insiden lingkungan, atau perubahan persepsi publik. Oleh karena itu, perusahaan harus proaktif dalam memantau dan menyesuaikan strategi mereka untuk mempertahankan SLO.

5. Pentingnya Keterlibatan Multi *Stakeholder* Formal dan Informal

Ditto Santoso pada bukunya, menekankan bahwa memperoleh dan mempertahankan SLO memerlukan pendekatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Berarti perusahaan harus bekerja sama tidak hanya dengan komunitas lokal, tetapi juga dengan pemerintah, LSM, dan pihak lain yang terlibat, untuk memastikan bahwa operasi mereka diterima dan didukung oleh semua pihak yang berkepentingan.

2.2 Tinjauan terkait Lisensi Sosial dan *Corporate Social Responsibility*

Social License to Operate (SLO) muncul sebagai sebuah metafora untuk menggambarkan bagaimana masyarakat dapat memberikan persetujuan ataupun penolakan terhadap proyek-proyek tertentu atau keberadaan suatu perusahaan. Namun demikian, dalam perkembangannya, konsep SLO telah mengalami perluasan makna menjadi suatu kerangka yang mencakup tanggung jawab perusahaan yang lebih luas terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Metafora lisensi sosial kini tidak hanya diterapkan dalam konteks industri ekstraktif, tetapi juga semakin erat kaitannya dengan konsep Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, sub-bab berikut bertujuan untuk menjelaskan pengertian CSR serta hubungan antara konsep CSR dengan lisensi sosial.

2.2.1 Definisi CSR

CSR yang diungkapkan John Elkington dalam *The Triple Bottom Line in 21st Century Business* dalam Suharto, (2013) pembangunan berkelanjutan mencakup 3 hal kebijakan yaitu pembangunan sosial/kesejahteraan masyarakat (*people*), keuntungan ekonomi (*profit*), dan perlindungan lingkungan (*planet*). Dalam melengkapinya perlu ditambahkan dimensi penerapan prosedur yang sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku (*procedure*). Sehingga CSR merupakan Kepedulian perusahaan yang meniyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*prosedure*) yang ditetapkan.

The World Business Council for Sustainable Development, Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen bisnis dalam berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. CSR mencakup upaya perusahaan untuk bekerja sama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, serta masyarakat secara luas guna meningkatkan kualitas hidup (McGuire et al., 1988). Artinya, CSR merupakan kewajiban perusahaan dalam merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Lebih lanjut, menurut Lantos (2002) CSR merupakan komitmen usaha dalam bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi dalam peningkatan ekonmi masyarakat melalui peningkatan kualutas hidup karyawan, keluarga, dan masyarakat lokal atau masyarakat secara lebih luas.

Pandangan lebih terperinci dikemukakan oleh Carrol melalui teori paradigma tanggung jawab sosial perusahaan pada (1999). Bagi Carrol tanggung jawab

perusahaan dapat dilihat melalui empat jenis jenjang yang terdiri dari ekonomi, hukum, etis, dan filantropis. Dengan kata lain CSR merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai suatu aktivitas kegiatan yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan bahkan melampaui harapan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut.

Melihat CSR di Indonesia memiliki karakteristik yang bersifat mandatory yang diwajibkan hadir oleh perusahaan. Program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tidak bersifat sukarela, melainkan sebagai suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan (Diamastuti & Prastiwi, 2016). Perusahaan perlu memiliki komitmen yang kuat dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, sehingga pelaksanaan CSR dapat terlaksana secara optimal sesuai dengan regulasi yang berlaku di Indonesia.

Seringkali perusahaan gagal dalam memahami profil sosial dan *rules of the game* di lingkungan masyarakat, sehingga perusahaan tidak mampu mengalokasikan kegiatan CSR secara baik dalam membangun hubungan yang berkelanjutan. Kegiatan CSR memainkan peran penting dalam manajemen pemangku kepentingan yang akan mempengaruhi hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dan para pemangku kepentingan (Hayat et al., 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR) memberikan berbagai manfaat pada perusahaan yaitu dengan perusahaan melaksanakan CSR-nya dengan baik, perusahaan akan mendapat dukungan dari masyarakat, kedua, CSR akan membantu perusahaan dalam meminimalisir terjadinya risiko terhadap kejadian yang mungkin terjadi, menurut Tsoutsoura (2004) (Hayat et al., 2023).

CSR di Indonesia telah di atur Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada Pasal 74 tentang kewajiban CSR bagi Perseroan Terbatas. Pada undang-undang tersebut ciri-ciri CSR di Indonesia adalah 1) CSR harus menciptakan dampak jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat; 2) Kegiatan CSR merupakan kegiatan yang melebihi kepatuhan hukum kepada hukum dan peraturan yang berlaku; 3) CSR dilaksanakan harus mempertimbangkan dan memperhatikan kepentingan pemangku-kepentingan di dalam dan di luar perusahaan; 4) CSR harus mengandung sistem *governance* yang baik, transparansi, dan akuntabilitas, 5) ISO 26000 dijadikan panduan dalam pelaksanaan CSR di Indonesia.

2.2.2 Lisensi Sosial dan CSR

CSR dan lisensi sosial memiliki keterkaitan yang erat. Buku teks dan karya tulis ilmiah biasanya menempatkan lisensi sosial sebagai salah satu elemen dalam kerangka CSR yang lebih luas. Blowfield & Murray, (2014) menganggap lisensi sosial sebagai hasil dari tanggung jawab perusahaan. Praktik CSR dalam menciptakan lisensi sosial. Upaya-upaya dalam CSR dapat menghasilkan lisensi sosial dan *stakeholder management* menjadi salah satu pendekatan yang efektif. Claasen dan Claasen & Roloff, (2012) berpendapat bahwa keterlibatan CSR membantu menjaga lisensi sosial. Bice (2014) dalam karyanya juga menyatakan bahwa lisensi sosial paling baik dikonseptualisasikan sebagai salah satu cara untuk mengoperasionalkan dan mewujudkan komitmen dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSL). Pendekatan-pendekatan ini menunjukkan perspektif bisnis terhadap CSR dan lisensi sosial, dengan CSR sebagai alat strategis, dan lisensi

sosial sebagai tujuan strategis. Wilburn dan Wilburn (2011) mencatat bahwa perusahaan mengadopsi lisensi sosial sebagai bagian dari strategi CSR mereka untuk meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan perusahaan, dan memperoleh izin sosial.

CSR dan lisensi sosial memiliki keterkaitan konseptual yang erat karena keduanya berkembang secara bersamaan dan berbagi latar belakang sejarah yang serupa. Bice (2014) menyoroti interaksi substansial antara kedua konsep ini dan mencatat bahwa lisensi sosial mulai muncul dalam industri pertambangan seiring dengan meningkatnya pengakuan terhadap CSR di tingkat internasional. Parsons & Moffat (2014) melihat adanya kesamaan konseptual antara lisensi sosial dengan CSR, pemangku kepentingan, dan kontrak sosial yang telah lebih dulu berkembang. Demuijnck & FASTERLING, (2016) berpendapat bahwa konsep lisensi sosial sampai batas tertentu berlebihan, karena berbagai aspek yang dibahas didalam teori legitimasi, manajemen pemangku kepentingan, dan kontrak sosial membahas banyak aspek yang ingin dijelaskan oleh lisensi sosial. CSR berkembang dari pemikiran bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang melampaui kepatuhan hukum. Lisensi sosial, di sisi lain, muncul dari pertanyaan mengenai alasan perusahaan bertindak lebih dari sekadar memenuhi kewajiban hukum. Boutilier mendefinisikan CSR sebagai gerakan yang menekankan tanggung jawab perusahaan di luar ketentuan hukum, sementara lisensi sosial dipahami sebagai bentuk kepatuhan yang melampaui sekadar persyaratan hukum yang berlaku (Boutilier, 2011).

Konsep CSR berfokus pada tanggung jawab, terutama dalam aspek etis, yang berada di atas keberlanjutan dan melampaui kepatuhan hukum, sebagaimana dijelaskan dalam piramida Carroll (1991). Lisensi sosial lebih menekankan legitimasi, yang sejak pemikiran Max Weber (1978) dikaitkan dengan kepatuhan terhadap hukum formal dan norma sosial. Berbeda dengan lisensi legal, lisensi sosial lebih mementingkan legitimasi sebagai kesesuaian dengan norma-norma sosial. Dowling dan Pfeffer (1975) membedakan tiga jenis aktivitas bisnis, yaitu ekonomi, hukum, dan sah, dengan aktivitas sah merujuk pada keselarasan dengan norma sosial. Berbeda dengan Carroll menekankan bahwa tanggung jawab etis diwujudkan dalam norma-norma sosial yang mencerminkan persepsi keadilan dari para pemangku kepentingan, seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat, dan tanggung jawab etis mencakup tindakan yang diharapkan atau dilarang oleh masyarakat. Keselarasan melalui legitimasi sebagai kesesuaian dengan norma-norma sosial dan tanggung jawab etis yang terkandung dalam norma-norma sosial, lisensi sosial dan CSR terikat bersama. Hubungan antara legitimasi dan tanggung jawab menciptakan keterkaitan erat antara kedua konsep tersebut.

Morrison (2014) memberikan perspektif berbeda mengenai hubungan antara CSR dan lisensi sosial. Alih-alih melihat lisensi sosial sebagai bagian dari CSR, Morrison menganggapnya sebagai konsep yang bersaing. Perbandingan antara kedua konsep ini sebenarnya bukan hal baru. Hasnas (1998) mengidentifikasi tiga teori normatif utama dalam etika bisnis, yaitu teori pemegang saham, teori pemangku kepentingan, dan teori kontrak sosial. CSR yang berfokus pada

manajemen pemegang saham dan pemangku kepentingan, lisensi sosial menjadi konsep yang berlawanan. Hasnas (1998) dalam tesis Jóhannsdóttir, (2018) menekankan bahwa teori kontrak sosial, yang menjadi dasar bagi Morrison dalam memahami lisensi sosial, berbeda dari pendekatan pemegang saham dan pemangku kepentingan yang lebih banyak menggunakan metafora daripada perjanjian nyata. Pemahaman yang berasal dari pendekatan kontrak sosial ini pun dinilai memiliki tantangan tersendiri (Hasnas, 1998; Jóhannsdóttir, 2018).

Namun, Morrison (2014) melihat lisensi sosial sebagai konsep yang lebih fungsional. CSR dianggap kurang memiliki definisi yang jelas, tujuan yang konkret, serta sasaran yang spesifik. Bagi Morrison, kompleksitas yang muncul akibat berbagai gagasan berbeda dan terkadang bertentangan dalam CSR justru membuat konsep ini semakin kabur. CSR mencakup berbagai aspek, mulai dari strategi hubungan masyarakat yang berorientasi pada kepentingan perusahaan hingga kegiatan filantropi, serta dari kepatuhan terhadap rantai pasok hingga proyek dengan nilai sosial tertentu. Beragamnya pemahaman ini menyebabkan organisasi mendefinisikan CSR dengan cara yang berbeda-beda.

Morrison dalam mengutip dua definisi CSR yang banyak digunakan, yakni dari “*United Nations Industrial Development Organization (UNIDO, 2020:3) Corporate Social Responsibility is a management concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and interactions with their stakeholders.*” Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah sebuah konsep manajemen di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial

dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan para pemangku kepentingan.

Komisi Eropa juga menyatakan: “*CSR is the responsibility of enterprises for their impacts on society. To fully meet their social responsibility, enterprises should have in place a process to integrate social, environmental, ethical, human rights and consumer concerns into their business operations and core strategy in close collaboration with their stakeholders.*” (European Commission, 2011: hal 9). CSR adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak yang ditimbulkannya terhadap masyarakat. Untuk memenuhi tanggung jawab sosial mereka, perusahaan harus memiliki proses untuk mengintegrasikan sosial.

Kedua definisi tersebut memiliki kesamaan dalam isi, tetapi berbeda dalam sudut pandang. PBB melihat CSR sebagai alat manajemen dari perspektif bisnis, sementara Komisi Eropa memandangnya dari perspektif masyarakat sipil dengan menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap tuntutan sosial. Karena pendekatan bisnis yang mendominasi dalam CSR, banyak kelompok masyarakat sipil menganggap CSR sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan legitimasi di tengah meningkatnya kekuasaan korporasi. Akibatnya, CSR menjadi lebih bersifat simbolis dan terlepas dari aktivitas inti bisnis.

Morrison (2014) memandang bahwa perbedaan mendasar antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Social License to Operate* (SLO) terletak pada sifat konseptualnya. Keunggulan utama dari SLO adalah bahwa ia tidak dapat diberikan secara sepihak oleh perusahaan. Perusahaan memang dapat mengklaim dirinya bertanggung jawab secara sosial, tetapi lisensi sosial bersifat komunikatif dan

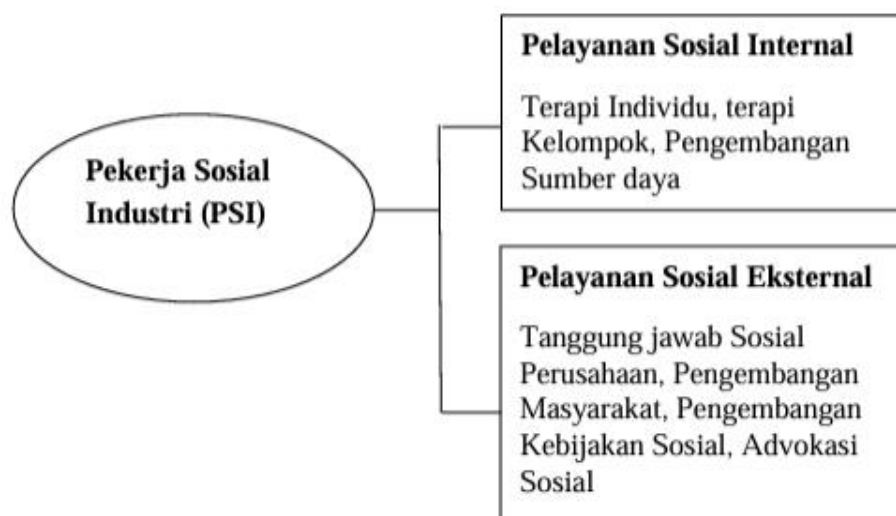
sangat bergantung pada interaksi dengan masyarakat. Morrison juga menyoroti keunggulan lain dari konsep lisensi sosial. Pertama, konsep ini menekankan pentingnya hubungan dan interaksi antara bisnis dan masyarakat. Kedua, fokus SLO diarahkan pada aktivitas bisnis spesifik, bukan hanya citra perusahaan secara umum sehingga klaim generik seperti "perusahaan X memiliki CSR yang baik" dapat dihindari. Ketiga, lisensi sosial tidak mendasarkan diri pada generalisasi tanggung jawab, baik yang bersifat sukarela maupun wajib, melainkan menilai hasil nyata dari aktivitas perusahaan dan mempertimbangkan perlunya regulasi hukum untuk mencapainya.

Keunggulan utama lisensi sosial juga memiliki konsekuensi yang cukup besar. CSR menempatkan tanggung jawab langsung pada perusahaan, di mana mereka harus mempertanggungjawabkan tindakan mereka, misalnya melalui pelaporan CSR, yang pada akhirnya memungkinkan mereka untuk menyatakan legitimasi mereka sendiri. Sebaliknya, karena lisensi sosial tidak bisa diperoleh secara sepihak, maka tanggung jawab untuk menilai aktivitas perusahaan dan legitimasi mereka lebih banyak berada di tangan pemerintah.

2.3 Tinjauan terkait Pekerja Sosial Industri

Setting pekerja sosial dalam dunia bisnis dan industri merupakan sektor yang masih awam di Indonesia. Suharto (2014), menyampaikan pekerjaan sosial industri merujuk pada penerapan intervensi sosial dalam lingkungan kerja untuk memenuhi berbagai kebutuhan kemanusiaan dan sosial. Maksud dari konteks tersebut, pekerja sosial tidak hanya berfokus pada aspek internal perusahaan, tetapi juga berperan dalam menangani isu-isu eksternal, termasuk keterlibatan dengan masyarakat dan

pemangku kepentingan yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Layanan yang diberikan oleh pekerja sosial kepada masyarakat dalam dunia kerja dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (Suharto, 2014). Dalam dunia industri dan korporasi, peran pekerja sosial tidak hanya terbatas pada kesejahteraan karyawan dan dinamika internal perusahaan, tetapi juga mencakup aspek eksternal, seperti keterlibatan dengan masyarakat sekitar serta pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang memiliki keterkaitan dengan operasional perusahaan.



Gambar 2.4 Cakupan Pelayanan Pekerja Sosial Industri
Sumber: Suharto (2014)

Pekerjaan Sosial Industri (PSI) merupakan bidang praktik pekerjaan sosial yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan sosial dan kemanusiaan di lingkungan kerja. Berbagai bentuk intervensi (pemberdayaan, *locality development*, *community organization & development CO/CD*, *community work*) dalam penerapan metode bantuan, PSI bertujuan untuk memastikan terciptanya keseimbangan dan adaptasi yang optimal antara individu dan lingkungan sekitarnya, khususnya dalam konteks

dunia kerja (Taufiqurokhman et al., 2022). Hal tersebut sejalan dengan fungsi dan peran pekerja sosial yang memiliki relevansi dalam meningkatkan kemampuan dan keberfungsian baik individu, keluarga, kelompok, dan komunitas. Pekerja sosial industri erat kaitannya dengan pemberdayaan, dan *community work* dengan menggunakan pengetahuan, keterampilan, serta nilai-nilai pekerjaan sosial komunitas. Suharto (2007) menjelaskan inti PSI meliputi: "Kebijakan perencanaan, dan pelayanan sosial pada persinggungan antara pekerja sosial dan dunia kerja"

Pekerjaan Sosial Industri (PSI) memiliki berbagai tugas dan fungsi yang berperan dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan serta mendukung keberlanjutan organisasi. Beberapa tugas utama PSI meliputi program bantuan bagi pegawai, yang bertujuan untuk memberikan dukungan psikososial dan kesejahteraan bagi karyawan dalam menghadapi tantangan di tempat kerja. Selain itu, promosi kesehatan pegawai menjadi aspek penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif, melalui edukasi kesehatan, program kesejahteraan mental, serta inisiatif pencegahan penyakit di lingkungan kerja. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi aspek penting dalam PSI, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan internal, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui CSR, perusahaan dapat menjalankan program pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, serta berbagai inisiatif sosial yang mendukung keberlanjutan bisnis dan menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan komunitas sekitar (Suharto, 2014).

PSI turut berkontribusi dalam pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, di mana perusahaan diharapkan tidak hanya memperhatikan keuntungan bisnis, tetapi juga dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Lebih jauh, PSI juga memiliki peran dalam membangun *Social License to Operate (SLO)* bagi perusahaan, yaitu legitimasi sosial yang diberikan oleh masyarakat terhadap operasional bisnis suatu perusahaan. Dengan adanya pekerja sosial industri, perusahaan dapat lebih efektif dalam menjalin komunikasi dengan komunitas sekitar, membangun kepercayaan, serta merancang program pemberdayaan yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara dunia industri dan masyarakat.

2.3.1 Peran-Peran Pekerja Sosial

1. *Enabler* (Pemungkin)

Pekerja sosial industri berperan membantu masyarakat dalam memahami kebutuhan masyarakat, mengidentifikasi permasalahan dalam masyarakat, dan mengembangkan kapasitas masyarakat dalam memberdayakan potensi dan sumber yang dimiliki masyarakat. Dalam konteks SLO, peran *enabler* menjadi peranan penting karena penerimaan sosial terhadap perusahaan tidak hanya ditentukan oleh operasional perusahaan, namun juga sejauh mana perusahaan mendukung pemberdayaan komunitas. Pekerja sosial industri membantu dalam mendapatkan legitimasi sosial dari masyarakat dengan perancangna program-program berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan komunitas, sehingga masyarakat memiliki peran aktif dalam proses pembangunan sosial dan ekonomi.

2. *Educator* (Pendidik)

Sebagai pendidik, pekerja sosial industri menggunakan ketrampilan sebagai pembicara dan pendidik, dengan menyampaikan informasi dan transparansi kepada masyarakat. Pekerja sosial harus mampu berbicara didepan publik untuk menyampaikan informasi sesuai dengan bidang yang dihadapi. Keterampilan komunikasi yang mumpuni diperlukan agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh masyarakat dan *stakeholder*. Dalam konteks SLO pendekatan transparansi dan komunikasi terbuka diperlukan antara perusahaan dengan masyarakat setempat menjadi faktor kunci dalam membangun SLO. Owen dan Kemp (2013) menegaskan bahwa perusahaan harus secara aktif melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, konsultasi, dan sosialisasi akan lebih mudah mendapatkan dukungan sosial dalam operasional perusahaan.

3. *Broker* (Penghubung)

Sebagai broker, pekerja sosial industri bertindak sebagai penghubung antara individu, kelompok masyarakat, dan perusahaan. Dalam upaya memperoleh SLO, perusahaan membutuhkan hubungan yang kuat dengan masyarakat setempat agar dapat membangun kepercayaan dan memperoleh legitimasi sosial yang lebih luas.

4. Fasilitator

Sebagai fasilitator, pekerja sosial industri bertanggung jawab dalam membantu masyarakat menangani tekanan sosial, transisi perubahan, serta memfasilitasi keterlibatan komunitas dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks SLO, peran ini menjadi penting dalam memastikan bahwa perusahaan tidak hanya memberikan bantuan secara

pasif, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif perusahaan dengan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan terkait operasional tambang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Gunningham et al. (2004) menjelaskan bahwa SLO bukan hanya tentang mendapatkan persetujuan masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan dan partisipasi jangka panjang. PSI membantu perusahaan dalam merancang forum konsultasi yang lebih inklusif, mendampingi masyarakat dalam memahami hak-hak mereka, serta memastikan bahwa suara komunitas benar-benar didengar dalam setiap keputusan strategis perusahaan.

5. Advokat

Sebagai advokat, pekerja sosial industri berperan dalam mewakili individu atau kelompok masyarakat yang membutuhkan perlindungan atau akses terhadap layanan hukum dan keadilan sosial. Dalam penelitian ini, SLO sering kali terancam ketika masyarakat merasa hak-hak mereka tidak dihormati oleh perusahaan. Konflik sosial antara perusahaan dan masyarakat sering kali muncul akibat ketimpangan dalam distribusi manfaat ekonomi, ketidakjelasan regulasi, atau kurangnya transparansi dalam pengelolaan dampak lingkungan. PSI dapat membantu masyarakat dalam memahami hak-hak mereka, memastikan perusahaan bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan, serta memediasi konflik agar dapat diselesaikan melalui mekanisme yang adil dan transparan.

6. Pemberdaya

Sebagai pemberdaya, pekerja sosial industri berperan dalam mendorong komunitas untuk mengenali, mengelola, dan memanfaatkan potensi serta sumber

daya yang dimiliki guna mencapai kemandirian. Prinsip utama dalam proses pemberdayaan komunitas adalah membangun kekuatan dari dalam, sehingga masyarakat dapat secara aktif berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan memperoleh manfaat berkelanjutan dari kehadiran perusahaan di wilayah mereka. Pada konteks SLO, perusahaan tidak hanya harus memenuhi tanggung jawab sosialnya melalui program CSR, tetapi juga memastikan bahwa masyarakat memiliki kapasitas untuk mengelola potensi ekonomi dan sosial yang ada, agar masyarakat merasakan keterlibatan aktif perusahaan pada masyarakat.

7. Negosiator

Pekerja sosial akan menjadi pihak dalam membantu mencapai kesepakatan bersama diantara kedua belah pihak. Pertama kali proses negosiasi biasanya antara perusahaan dengan masyarakat sasaran untuk memantapkan dan menentukan guideline program yang akan dijalankan. Negosiasi juga akan dilaksanakan pekerja sosial dalam membantu masyarakat ketika menghubungkan dengan sistem sumber untuk mencapai kesepakatan yang diharapkan.

8. Aktivis

Sebagai aktivis, pekerja sosial industri berperan dalam mendorong perubahan institusional yang lebih mendasar, terutama dalam hal redistribusi sumber daya dan kekuasaan bagi kelompok yang kurang beruntung. PSI, juga dapat membantu memperkuat partisipasi masyarakat dalam kebijakan CSR perusahaan, agar program yang dijalankan tidak hanya berdasarkan perspektif perusahaan tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan riil masyarakat. Dengan cara tersebut, diharapkan perusahaan dapat memperoleh SLO yang lebih kuat dan berkelanjutan.