

Studi Minat Perusahaan Melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Pengembangan Ruang Publik Kreatif (RPK)

Hirfan Tri Qardhawi *, Ernady Syaodih

Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*hirfann.htq@gmail.com, ernadysyaodih@yahoo.com

Abstract. The development of City Parks as Creative Public Spaces (RPK) in Pangkalan Kerinci District as part of the fulfillment of Green Open Space (RTH) by The Government of Pelalawan Regency as mandated by Law No. 26 of 2007. In the provision of RPK, the Pelalawan Regency Government has experienced problems in development budget, so collaborating with the private sector through the Corporate Social Responsibility (CSR) program is needed as the form of government innovation at development financing. The purpose of this research is to find out related studies of interest in doing CSR in the development of RPK in Pelalawan Regency. analytical metode used in this research is descriptive statistical analysis metode. The results of the analysis show that there are 4 companies that have made concrete contributions to CSR in the development of RPK for Pelalawan Regency.

Keywords: RPK, CSR, interest studies, descriptive statistic.

Abstrak. Pengembangan Taman Kota sebagai Ruang Publik Kreatif (RPK) di Kecamatan Pangkalan Kerinci sebagai bagian dari pemenuhan Ruang Terbuka Hijau (RTH) adalah tanggung jawab Pemerintah Kabupaten Pelalawan sebagai amanat dari UU No. 26 Tahun 2007. Dalam penyediaan RPK Pemerintah Kabupaten Pelalawan mengalami kendala dalam prioritas anggaran, sehingga diperlukan adanya inovasi dalam pembiayaan pembangunan dengan melakukan kerjasama dengan pihak swasta melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait studi minat melakukan CSR dalam pengembangan RPK di Kabupaten Pelalawan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 4 perusahaan yang berkontribusi konkrit melakukan CSR dalam pengembangan RPK Kabupaten Pelalawan.

Kata Kunci: RPK, CSR, Studi minat, Statistik deskriptif.

1. Pendahuluan

Pada sistem perkotaan RTH merupakan infrastruktur hijau yang wajib disiapkan oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan ruang rekreasi, ruang berkumpul, ruang berkeaktifitas dan ruang untuk kehidupan yang lebih baik (Joga & Ismaun, 2011). Penyediaan RTH menjadi tanggung jawab pemerintah karena sudah diamanatkan dalam UU No. 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang. Setiap

kabupaten/kota wajib menyediakan RTH sebesar 30% dari luas kawasan dengan proporsi 20% RTH publik dan 10% RTH privat. Dengan demikian, penyediaan RTH Publik menjadi tanggung jawab pemerintah yang dituangkan dalam rencana tata ruang wilayah masing-masing. Sampai saat ini penyediaan RTH publik sebesar 20% dari luas wilayah oleh pemerintah masih menjadi kendala dan sangat sulit untuk dipenuhi karena beberapa alasan, diantaranya adalah terbatasnya kemampuan anggaran daerah untuk pengadaan lahan, gap yang terlalu besar antara kewajiban pemenuhan ruang terbuka hijau dengan kondisi eksisting, terbatasnya ketersediaan lahan di pusat kota, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dan organisasi pemerintah, RTH yang ada belum memiliki fungsi yang sesuai dengan kaidah-kaidah pengembangan ruang terbuka hijau, dan RTH belum menjadi prioritas dalam pembangunan kota (Nugroho, 2015).

CSR merupakan kegiatan perusahaan dalam mengelola perusahaan agar bisa berhasil secara ekonomi dan berdampak positif terhadap masyarakat setempat dan lingkungannya (Haris & Purnomo, 2017). CSR dapat menjadi salah satu alternatif pembiayaan pembangunan dengan fokus pengembangan pada bidang fisik dan lingkungan untuk mendukung pemerintah dalam penyediaan dan pengembangan RTH public di daerah.

Salah satu penyebab belum terpenuhi proporsi 20% adalah karena Pemerintah Kabupaten Pelalawan memiliki kendala keterbatasan dana APBD untuk mengembangkan RTH publik. Berdasarkan tren pendapatan Kabupaten Pelalawan dari tahun 2015-2019, menunjukkan bahwa pendapatan Kabupaten Pelalawan tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Maka dari itu, Pemerintah Kabupaten Pelalawan menjalin kerjasama dengan sejumlah perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan tersebut penelitian ini dilakukan dengan maksud sebagai studi minat corporate social responsibility dalam pengembangan ruang publik kreatif (RPK) di kabupaten Pelalawan.

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi berapa banyak perusahaan yang telah berkontribusi konkrit dalam pembangunan RPK di Kecamatan Pangkalan Kerinci
2. Untuk mengetahui bentuk apa saja perusahaan tersebut berkontribusi dalam pembangunan RPK di Kecamatan Pangkalan Kerinci
3. Mengidentifikasi rencana dan motivasi perusahaan dalam pembangunan RPK di Kecamatan Pangkalan Kerinci
4. Mengidentifikasi kendala perusahaan dalam CSR pembangunan RPK di Kecamatan Pangkalan Kerinci
5. Mengidentifikasi upaya/rencana Pemkab khususnya Bappeda untuk mendorong CSR dalam pembangunan/pengelolaan RPK di Kecamatan Pangkalan Kerinci

2. Landasan Teori

Ruang Publik Kreatif (RPK)

Ruang publik merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan kota yang memiliki peran sebagai pusat interaksi, komunikasi dan aktivitas berbagai lapisan masyarakat, baik secara formal maupun informal, individu ataupun kelompok. Secara umum, ruang publik dapat didefinisikan sebagai suatu ruang yang memiliki fungsi interaksi sosial bagi masyarakat, kegiatan ekonomi rakyat dan tempat apresiasi budaya

(Darmawan, 2007). Dalam nomenklatur sistem penataan ruang di Indonesia, istilah ruang publik kreatif (RPK) memang tidak ditemukan secara eksplisit, sehingga definisi yang baku tentang ruang publik kreatif juga belum ada. Namun demikian, pendefinisian ruang publik kreatif dapat dikembangkan dari pengertian ruang publik di

atas, yakni dengan menambahkan unsur kreativitas, inovasi dan bisnis pada makna ruang publik secara umum.

Menurut Zimmerer (1996:51, dikutip <http://ririe-ritonga.blogspot.com/2010/10/kreativitas-dan-inovasi-dalam-berwira.html>), kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide (gagasan atau konsep) baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif yang bernilai tambah terhadap masalah dan peluang guna meningkatkan atau memperkaya kehidupan masyarakat setempat. Sementara itu, bisnis dapat diartikan sesuai dengan makna aslinya, yaitu sibuk untuk melakukan pekerjaan dan kegiatan yang bisa mendatangkan keuntungan, dalam lingkup komunitas, masyarakat atau individu.

Dengan demikian, apabila dipadukan dengan definisi ruang publik secara umum, maka ruang publik kreatif dapat dimaknai sebagai ruang terbuka (open space) dan/atau ruang terbangun yang dimanfaatkan untuk memfasilitasi aktivitas-aktivitas kreatif, inovatif dan bisnis, menambah penghijauan daerah perkotaan, menambah fasilitas olahraga dan kegiatan rekreasi, mempermudah interaksi sosial serta membawa kebanggaan dan kenangan pada suatu komunitas. Dalam konteks PSI (penguatan sistem inovasi), ruang publik kreatif dapat didefinisikan sebagai ruang terbuka dan/atau ruang terbangun yang dimanfaatkan untuk memfasilitasi pengembangan talenta, pemanfaatan teknologi, pengembangan transaksi dan penguatan toleransi berbasis sumber daya local (Alkadri et al., 2014).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Widjaja & Pratama, 2008) CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (stake-holders) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (sustainability) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Yani & Widjaja, 1999). Menurut UUPT 2007 pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggung-jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan Commission of the European Communities (2001) dalam (Fahrizqi & Darsono, 2010), CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (stakeholder) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. CSR juga dapat diartikan sebagai operasi bisnis berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan secara finansial, melainkan untuk penyediaan sosial dan ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan. Berdasarkan berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli diatas, CSR merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan yang diberikan secara sukarela kepada masyarakat sekitarnya guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan dengan memperhatikan nilai, norma dan budaya yang berlaku pada masyarakat setempat. Dimana perusahaan tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan, melainkan untuk penyediaan sosioekonomi yang berkelanjutan.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *mix method*, dengan analisis yang digunakan yaitu analisis statistic deskriptif.

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Komponen RPK	Indikator	Kode	Variabel	Sumber
1	Faktor Pendorong Perusahaan Melakukan CSR	Kewajiban Moral	X1	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan/menata taman atau penghijauan	Buku Strategi Kerjasama CSR dalam Bidang Cipta Karya, 2012; (Alkadri et al., 2014); dan (Suharto, 2008)
			X2	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan plaza	
			X3	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan fasilitas untuk pengembangan talenta, peningkatan skill atau kualitas SDM lainnya	
			X4	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan fasilitas yang berkaitan dengan akses teknologi	
			X5	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan fasilitas perdagangan	
			X6	Tanggung jawab moral perusahaan untuk berkontribusi pada pengembangan ruang publik kreatif (RPK) dengan menyediakan fasilitas untuk kegiatan bersama seperti tempat berolah raga, keagaam, adat, budaya dll untuk meningkatkan penguatan toleransi masyarakat	
		<i>Sustainability</i>	X7	Kontribusi perusahaan terhadap masalah lingkungan/keberlanjutan lingkungan hidup dan sosial dengan menyediakan hutan kota, taman bervegetasi pohon-pohon besar dll yang berdampak terhadap penyerapan air, penyaring udara, peneduh dll untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan	
		<i>License to Operate</i>	X8	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK agar perusahaan bisa lebih diterima masyarakat setempat	

No	Komponen RPK	Indikator	Kode	Variabel	Sumber
		<i>Reputasi</i>	X9	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK agar citra dan reputasi perusahaan meningkat	
2	Pertimbangan Perusahaan Melakukan CSR	Proximity	X10	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK karena lokasinya dekat dengan lokasi perusahaan saat ini	
		<i>Relevacne</i>	X11	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK karena sejalan dengan bidang usaha perusahaan	
		<i>Magnitude</i>	X12	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK karena dapat meningkatkan nilai jual perusahaan	
3	Manfaat Perusahaan Melakukan CSR	<i>Human Resources</i>	X13	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK karena dapat dapat memberikan reputasi yang baik dan berdampak terhadap kemudahan mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas dan meningkatkan loyalitas pegawai	
		<i>Risk Management</i>	X14	Berkontribusi melakukan penataan dan pengembangan RPK untuk mengurangi resiko usaha yang mungkin terjadi	

Tabel 2 Hasil Kuesioner Studi Minat Perusahaan Melakukan CSR dalam Pengembangan RPK

No	Jumlah					Total
	SS	S	RR	TS	STS	
X1	9	17	4	22	1	53
X2	5	17	1	28	2	53
X3	17	5	10	21	0	53
X4	5	13	4	28	3	53
X5	9	13	2	29	0	53
X6	9	13	5	26	0	53
X7	7	41	4	1	0	53
X8	15	17	18	3	0	53
X9	19	26	6	2	0	53
X10	14	9	13	13	4	53
X11	1	31	21	0	0	53
X12	17	26	3	7	0	53
X13	14	26	11	2	0	53
X14	8	23	17	5	0	53
TOTAL	149 / 20%	277 / 37%	119 / 16%	187 / 25%	10 / 2%	742 / 100%

Dari hasil tabulasi kuesioner didapat 14 indikator pernyataan. Dimana indicator

yang paling banyak disetujui oleh perusahaan yaitu x7 dengan total 48 perusahaan yang setuju. Kemudian terdapat indikator yang mendapatkan pilihan dengan tidak setuju, yaitu pada indikator x4 dengan total 31 perusahaan tidak setuju. dan sebanyak 57% perusahaan menyatakan setuju terkait pengembangan ruang publik kreatif di Kabupaten Pelalawan.

Perusahaan yang telah berkontribusi konkrit dalam pembangunan RPK di Kec Pangkalan Kerinci

Pola kemitraan yang dilakukan oleh Pemda Kabupaten Pelalawan dengan pihak swasta dalam pembangunan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dilakukan pada tahun 2016. Pola kemitraan ini adalah salah satu bentuk inovasi daerah yang dilakukan pemda sesuai dengan visi dan misi bupati terpilih yaitu “*Terwujudnya Kabupaten Pelalawan yang Sejahtera, Mandiri, Inovatif, dan Berdaya Saing Global secara Berkelanjutan, dalam Masyarakat Inklusif yang Beradat, Beriman, Bertakwa dengan Mengembangkan Nilai Budaya Melayu Tahun 2025* “. Pada tahun yang sama juga dibangun Ruang Publik Kreatif di Pangkalan Kerinci oleh Pemda Kabupaten Pelalawan untuk memberikan ruang yang lebih luas kepada masyarakat untuk berkreasi dan berkreatifitas baik untuk kegiatan ekonomi, sosial dan keagamaan.

Adapun perusahaan yang telah berkontribusi dalam pembangunan RPK di Kec. Pangkalan Kerinci antara lain :

- a) PT. Bumi Siak Pusako
- b) PT. Bank Riau-Kepri
- c) PT. Bank BRI
- d) PT. Telkom

Kontribusi Perusahaan Dalam Pembangunan RPK Di Kec Pangkalan Kerinci

Adapun Kontribusi perusahaan dalam pembangunan RPK di Kec. Pangkalan Kerinci ini yaitu :

1. PT. Bumi Siak Pusako

Terdapat beberapa kontribusi CSR yang dilakukan oleh PT. Bumi Siak Pusako dalam pengembangan RPK Pangkalan Kerinci. Salah satunya yaitu pembangunan penerangan seperti lampu-lampu yang ada di RPK pada malam hari.

2. PT. Bank Riau-Kepri

Bank Riau-Kepri juga berdampak besar terhadap pembangunan RPK di Pangkalan Kerinci. Ada beberapa kontribusi yang dilakukan oleh perusahaan seperti penyediaan fasilitas pendopo/gazebo untuk tempat istirahat atau bersantai orang-orang yang berkunjung. Kemudian terdapat pembangunan yang paling mencolok sekaligus menjadi landmark RPK di Pangkalan Kerinci yaitu Gapura/Pintu masuk yang dibangun pada tahun 2020.

3. PT. Bank BRI

Bank BRI juga berkontribusi banyak terhadap pembangunan RPK di Pangkalan Kerinci. Ada beberapa kontribusi yang dilakukan oleh Bank BRI seperti penyediaan fasilitas kamar mandi didalam RPK Pangkalan Kerinci.

4. PT. Telkom

PT. Telkom juga ikut berkontribusi dalam pembangunan RPK di Pangkalan Kerinci dan kemudian menjadi perusahaan pertama yang melakukan CSR dalam pengembangan RPK pada tahun 2016. Ada beberapa kontribusi yang dilakukan oleh PT. Telkom seperti penyediaan tempat berkumpul dan menyediakan layanan wifi gratis

Rencana dan motivasi perusahaan dalam pembangunan RPK di Kec Pangkalan Kerinci

Pada saat melakukan wawancara mendalam kepada pihak Bappeda sekaligus pencetus CSR di Kabupaten Pelalawan, beliau menjelaskan bahwa pemerintah hanya menyediakan fasilitas tempat atau wadah/lokasi. Sedangkan dari pihak swasta, bebas memilih pilihan apa yang akan dibangun pada lokasi tersebut. Dalam wawancara terhadap pihak swasta, mereka menerangkan bahwa perusahaan hanya memilih desain apa yang ditawarkan oleh pemda terkait CSR yang dilakukan. Perusahaan akan berkontribusi dengan cara menyediakan apa yg dibutuhkan pemerintah berupa material atau berupa bangunan.

Mengidentifikasi kendala perusahaan dalam CSR pembangunan RPK di Kec Pangkalan Kerinci

Dalam mengikuti corporate social responsibility (CSR) tentunya perusahaan mengalami kendala-kendala yang terjadi. Kendala yang masih banyak ditemukan di lapangan dalam pelaksanaan CSR adalah masalah biaya, SDM yang kompeten, distribusi kegiatan serta penentuan target dan bentuk kegiatan

Dalam kasus pelaksanaan CSR ini, perusahaan hanya melayani apa yang diminta oleh pemerintah kemudian perusahaan mengisi program-program dari pemerintah daerah, sehingga bukan berdasarkan inisiatif dari perusahaan yang mengikuti CSR tersebut.

Upaya/rencana Pemkab khususnya Bappeda untuk mendorong CSR dalam pembangunan/pengelolaan RPK di Kec Pangkalan Kerinci

Pemda Kabupaten Pelalawan mengembangkan Portal CSR sebagai salah satu upaya menarik minat perusahaan untuk berkontribusi membangun daerah Kabupaten Pelalawan. Inovasi ini cukup berhasil mengingat banyaknya perusahaan yang kemudian terlibat aktif dalam melakukan program CSR yang terkoordinir sesuai dengan slot program yang sudah disediakan oleh pemda melalui portal CSR Kabupaten Pelalawan (<https://csr.pelalawankab.go.id/>).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

Adapun perusahaan yang telah berkontribusi dalam pembangunan RPK di Kec. Pangkalan Kerinci diantaranya adalah PT. Bumi Siak Pusako, PT. Bank Riau-Kepri, PT. Bank BRI, PT. Telkom.

Adapun kontribusi perusahaan yang telah dilakukan yaitu adanya pembangunan gapura/gerbang oleh Bank Riau-Kepri, adanya WC umum oleh Bank BRI, adanya penerangan RPK oleh PT. Bumi Siak Pusako, dan adanya wifi gratis oleh PT. Telkom

Dalam wawancara terhadap pihak swasta, mereka menerangkan bahwa perusahaan hanya memilih desain apa yang ditawarkan oleh pemda terkait CSR yang dilakukan. Perusahaan akan berkontribusi dengan cara menyediakan apa yg dibutuhkan pemerintah berupa material atau berupa bangunan.

Dalam mengikuti corporate social responsibility (CSR) tentunya perusahaan mengalami kendala-kendala yang terjadi. Kendala yang masih banyak ditemukan di lapangan dalam pelaksanaan CSR adalah masalah biaya, SDM yang kompeten, distribusi kegiatan serta penentuan target dan bentuk kegiatan

Upaya yang dilakukan oleh Pemda Kab Pelalawan yaitu disediakan suatu portal CSR secara online untuk memudahkan perusahaan melakukan akses CSR di Kabupaten Pelalawan

Daftar Pustaka

- [1] Alkadri, Hendrojogi, W., Widiati, A., & Suhendra, A. (2014). *Perancangan Ruang Publik Kreatif Pekalongan* (Alkadri (Ed.)). Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.
- [2] Darmawan, E. (2007). Peranan Ruang Publik dalam Perancangan Kota (Urban Design). Pidato Pengukuhan Guru Besar Pada Upacara Penerimaan Jabatan Guru Besar Dalam Ilmu Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro Semarang.
- [3] Haris, A. L. M., & Purnomo, E. P. (2017). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan. *Journal of Governance and Public Policy*, 3(2), 203–225.
- [4] Joga, N., & Ismaun, I. (2011). *RTH 30%! Resolusi (Kota) Hijau*. Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Nugroho, M. L. E. (2015). Problems in Green Open Space Provision in Semarang City. *CoUSD Proceedings*, 139 – 151.
- [6] Widjaja, G., & Pratama, Y. (2008). Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR Gunawan Widjaja, Yeremia Ardi Pratama (Cetakan 1). Jakarta Forum Sahabat 2008.
- [7] Yani, A., & Widjaja, G. (1999). Seri Hukum Bisnis Perseroan Terbatas. In P. R. Persada (Ed.), *PT Rajagrafindo Persada*