

**ANALISIS PROGRAM CSR REVITALISASI TAMAN HUTAN KOTA CADIKA
DALAM PERSPEKTIF PEMBERDAYAAN EKONOMI PELAKU UMKM DI
SEKITAR KAWASAN**

Oktavianus Waruwu¹, Dimpos Manalu², Artha Lumbantobing³, Jonson Rajagukguk⁴

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen

Email Korespondensi: oktavianus.waruwu@student.uhn.ac.id

Email: dimpos.manalu@uhn.ac.id; artha.lumbantobing@uhn.ac.id,

jonson.rajagukguk@uhn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) Program for the Revitalization of Cadika City Forest Park carried out by PT Tor Ganda from the perspective of economic empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) around the park area. This study uses a qualitative approach with in-depth interviews with four informants: community leaders around the park, the sub-district, MSMEs, and park maintainers. Data are analyzed narratively to understand community and government perceptions regarding the impact of park revitalization on business capacity, income, and MSME sustainability. The research results show that before the revitalization, Cadika City Forest Park was poorly maintained, with damaged facilities, minimal lighting, and low visitor numbers, which impacted on limited MSME income. After the revitalization, the park became more organized, clean, and safe, with a jogging track, children's play area, park benches, and adequate lighting. The increase in public visits directly increased the business capacity, income, and sustainability prospects of MSMEs. Traders were able to increase capital, expand the variety of merchandise, improve business facilities, and recruit additional staff. From the perspective of the sub-district government, this CSR program aligns with the regional development vision, creating a mutually supportive local economic ecosystem and strengthening social cohesion. This analysis shows that CSR not only serves to beautify public spaces but also serves as a strategic instrument for local economic empowerment, supporting the sustainable growth of small businesses. This study recommends regular park maintenance and mentoring MSMEs through management training, product innovation, and access to capital to ensure long-term sustainability of CSR benefits. These findings contribute to the development of CSR theory in the context of sustainable development and community economic empowerment.

Keywords: CSR, Cadika city forest park, MSME empowerment, Local economy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika yang dilakukan oleh PT Tor Ganda dalam perspektif pemberdayaan ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitar kawasan taman. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap empat pihak informan yakni, tokoh masyarakat di sekitar taman, pihak kecamatan, pelaku UMKM serta pemelihara taman. Data dianalisis secara naratif untuk memahami persepsi masyarakat dan pemerintah mengenai dampak revitalisasi taman terhadap

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

270

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



kapasitas usaha, pendapatan, dan keberlanjutan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum revitalisasi, Taman Hutan Kota Cadika kurang tertata, fasilitas rusak, pencahayaan minim, dan jumlah pengunjung rendah, sehingga berdampak pada terbatasnya pendapatan UMKM. Setelah revitalisasi, taman menjadi lebih tertata, bersih, dan aman, dengan fasilitas jogging track, area bermain anak, bangku taman, dan penerangan yang memadai. Peningkatan kunjungan masyarakat secara langsung meningkatkan kapasitas usaha, pendapatan, dan prospek keberlanjutan UMKM. Pedagang mampu menambah modal, memperluas variasi dagangan, memperbaiki sarana usaha, dan merekrut tenaga tambahan. Dari perspektif pemerintah kecamatan, program CSR ini sejalan dengan visi pembangunan daerah, menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang saling mendukung, serta memperkuat kohesi sosial. Analisis ini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berfungsi mempercantik ruang publik, tetapi juga menjadi instrumen strategis pemberdayaan ekonomi lokal yang mendukung pertumbuhan usaha kecil secara berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan pemeliharaan taman secara rutin dan pendampingan UMKM melalui pelatihan manajemen, inovasi produk, dan akses permodalan agar manfaat CSR dapat bertahan dalam jangka panjang. Temuan ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori CSR dalam konteks pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Kata kunci : CSR, Taman hutan kota Cadika, Pemberdayaan UMKM, Ekonomi lokal.

PENDAHULUAN

Ruang terbuka hijau yang dikelola dengan baik kerap menjadi pengungkit aktivitas ekonomi komunitas di sekitarnya, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada level nasional, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia: pada 2023 jumlah pelaku UMKM diperkirakan sekitar 66 juta unit, menyumbang $\pm 61\%$ PDB dan menyerap ± 117 juta tenaga kerja (KADIN Indonesia, 2023). Klaim ini konsisten dengan publikasi pemerintah yang menekankan peran UMKM sebagai motor pertumbuhan dan salah satu pilar pengurangan kemiskinan serta perluasan kesempatan kerja Kontribusi UMKM pada ekspor nasional (Kemenko Perekonomian, 2024). Temuan nasional ini memberi konteks bahwa setiap intervensi pembangunan termasuk revitalisasi ruang publik melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpotensi menimbulkan dampak berganda (*multiplier effects*) bagi UMKM lokal.

Secara hukum, CSR di Indonesia memiliki landasan kuat. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menegaskan kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi perseroan tertentu, yang kemudian dijabarkan melalui PP No. 47 Tahun 2012. Kerangka regulasi ini menggeser CSR dari aktivitas filantropi insidental menjadi bagian dari tata kelola perusahaan yang terencana. Praktiknya, CSR yang baik tidak hanya “memberi” tetapi juga membangun kapasitas (*capacity building*), akses pasar, dan ekosistem usaha bagi UMKM, sejalan dengan pendekatan *creating shared value* (CSV) dan literatur pembangunan berkelanjutan. Dalam beberapa pedoman teknis terbaru, alokasi CSR untuk pemberdayaan ekonomi komunitas, termasuk UMKM, bahkan dipatok sebagai porsi prioritas program (Pratama, E. R., & Kumalasari, L. D. (2025).

Konteks Kota Medan, dan khususnya Kecamatan Medan Johor, menawarkan studi kasus yang menarik. Taman Hutan Kota Cadika di Jalan Karya Wisata, Kelurahan Pangkalan Masyhur, merupakan salah satu ruang terbuka kota yang pada 2024 direvitalisasi melalui skema CSR PT Tor Ganda bukan melalui APBD (Lokasi & status Taman) (Pemerintah Kota Medan, 2024).

Pemerintah Kota Medan mengkomunikasikan bahwa kontribusi CSR PT Tor Ganda untuk paket revitalisasi taman terealisasi sekitar Rp22,65 miliar (tahun usulan 2023) pada aplikasi resmi CSR Pemko Medan; sedangkan berbagai rilis pejabat daerah beberapa kali menyebut total kontribusi CSR PT Tor

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

271

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



Ganda ke Pemko Medan telah melampaui Rp28 miliar untuk beragam program (Akun resmi pejabat/OPD (2024–2025)). Revitalisasi menghadirkan wajah baru Taman Cadika dengan fasilitas jogging track, area bermain anak, ruang interaksi warga dan elemen amenities lain yang ramah keluarga (Pemko Medan, 2023–2024). Ruang yang lebih nyaman dan aman lazimnya mendorong lonjakan kunjungan, membuka peluang aglomerasi aktivitas ekonomi UMKM (kuliner, jasa rekreasi, penyewaan, cinderamata, fotografi, dll.), serta memperkuat jejaring sosial warga variable penting dalam pemberdayaan berbasis komunitas.

Di sisi lain, ekosistem UMKM Sumatera Utara juga menunjukkan dinamika digital dan perluasan basis pelaku. Publikasi BPS “Profil Industri Mikro dan Kecil Sumatera Utara” terbaru (2023) memberi gambaran perkembangan IMK/UMKM lintas kabupaten/kota, termasuk Medan (BPS Sumut, 2024). Di hulu, adopsi pembayaran digital (QRIS) di Sumatera Utara tumbuh pesat: media resmi daerah menyebut 1,4 juta pelaku UMKM Sumut telah menggunakan QRIS, dengan target 2 juta pada 2025 (DiskopUKM Provinsi Sumut, 2025). Kombinasi perbaikan infrastruktur ruang publik dan adopsi transaksi digital menjadi prasyarat penting agar UMKM sekitar Taman Cadika dapat menaikkan skala usaha (Naik Kelas), memperluas pasar, dan memperkuat ketahanan pendapatan.

Dari perspektif teoritik, pemberdayaan ekonomi dapat dipahami melalui dimensi akses terhadap sumber daya, agensi/kapabilitas bertindak, dan pencapaian (*achievements*) sebagaimana dirumuskan Kabeer (1999) serta Zimmerman (2000). Pendekatan ini memandang bahwa perubahan bermakna bukan hanya pada kenaikan omzet, melainkan juga peningkatan kontrol pelaku UMKM atas keputusan usaha, pengetahuan (literasi bisnis/digital), jejaring, dan keberlanjutan. Sementara itu, model CSR Carroll (1991) menekankan dimensi ekonomi, legal, etis, dan filantropi; dan CSV Porter & Kramer (2011) menggarisbawahi pentingnya fit antara strategi perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Pada ranah tata kelola, *collaborative governance* (Ansell & Gash, 2008) relevan untuk menjelaskan kemitraan lintas aktor pemerintah kota, perusahaan (PT Tor Ganda), komunitas warga, dan UMKM dalam merancang, mengimplementasi, dan memelihara hasil revitalisasi. Adapun simpulan penelitian dan analisis dari temuan terdahulu ini sebagaimana tertera dalam tabel 1.

Tabel 1: Rangkuman data sebagai pijakan awal analisis

Indikator	Nilai/Keterangan	Tahun	Sumber
Perkiraan jumlah UMKM Indonesia	±66 juta unit; kontribusi PDB ±61%; serapan kerja ±117 juta	2023	KADIN Indonesia, 2024
Kontribusi UMKM pada ekspor nasional	±15,7% total ekspor	2024	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024
Landasan hukum CSR (umum)	UU 40/2007 (Pasal Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan)	2007	Undang-undang (UU) No. 40 Tahun 2007
Landasan hukum CSR (teknis)	PP 47/2012 (TJSL Perseroan Terbatas)	2012	Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012
Revitalisasi Taman Cadika melalui	CSR terealisasi <i>paket taman</i> Rp 22,656 miliar	2023–2024	Bappeda Kota Medan,

CSR PT Tor Ganda	(aplikasi resmi CSR Pemko Medan)		2025
Informasi tambahan nilai CSR PT Tor Ganda ke Pemko Medan (agregat berbagai program)	Pernyataan pejabat: >Rp 28 miliar	2024	Kompas, 2025
Status/hasil revitalisasi Taman Cadika	Resmi dibuka; fasilitas jogging track, playground, dll.	2024–2025	Portal Pemko Medan, 2025
Adopsi QRIS oleh UMKM Sumut	±1.402.750 UMKM gunakan QRIS; target 2 juta 2025	2025	Mistar.id, 2020
Profil IMK/UMKM Sumut	Publikasi VIMK BPS (kab/kota termasuk Medan)	2022–2023	BPS Sumut, 2024

Sumber: diolah oleh peneliti, 2025

Beberapa penelitian terdahulu memperkuat argumentasi bahwa CSR dapat menjadi wahana pemberdayaan UMKM bila dirancang sebagai program berkelanjutan: misalnya CSR perbankan untuk kluster tenun di Kediri (pelatihan, pendampingan, studi banding) yang memperkuat kapasitas usaha; CSR korporasi bandara untuk program pelatihan dan kemitraan UMKM; serta studi CSR berbasis komunitas pada energi/logistik yang menyalurkan porsi anggaran signifikan untuk pemberdayaan ekonomi produktif (Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). Di sisi *place-based development*, penguatan ruang publik terbukti berkorelasi dengan meningkatnya aktivitas ekonomi informal/UMKM melalui mekanisme *footfall* dan *placemaking* yang menciptakan pasar spontan dan rute konsumsi warga. Dalam konteks Medan, dokumen/riset lokal menunjukkan lonjakan pendaftaran UMKM beberapa tahun terakhir seiring digitalisasi pendataan dan layanan, walau variasi angka antarpublikasi perlu ditelaah hati-hati (Pardede, P. H. A., & Trimurni, F. (2023), Resiliensi UMKM Kota Medan, 2025).

Namun demikian, terdapat kesenjangan pengetahuan (research gap) pada irisan revitalisasi ruang publik berbasis CSR dan pemberdayaan ekonomi UMKM di lingkup mikro (kawasan taman). Studi yang mengaitkan perubahan kualitas ruang pascarevitalisasi (amenitas, kenyamanan, keamanan), perilaku pengunjung, strategi bertahan dan tumbuh UMKM lokal, serta mekanisme tata kelola kolaboratif pascaproyek, masih terbatas secara kontekstual di Medan/ Sumatera Utara. Penelitian ini mengisi celah tersebut melalui pendekatan kualitatif (studi kasus) di Taman Hutan Kota Cadika, menyoroti narasi pelaku UMKM, strategi adaptasi (mis. jam operasional, produk, kanal digital, pembayaran), dukungan pemangku kepentingan, serta dinamika manfaat/biaya yang dirasakan.

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan berguna untuk: (1) Pemkot Medan merumuskan kebijakan post-project (pengelolaan, event rutin, zonasi PKL/UMKM, inkubasi, akses permodalan/digital) agar taman tidak hanya indah, tetapi juga inklusif-ekonomis; (2) Perusahaan (PT Tor Ganda) memperkuat theory of change CSR sehingga program tidak berhenti pada infrastruktur, melainkan ekosistem usaha yang berkelanjutan; (3) UMKM mendorong strategi go-digital (termasuk pembayaran nontunai) dan bundling produk/layanan yang sesuai pola kunjungan taman; (4) Akademik menambah bukti empiris relasi antara revitalisasi ruang publik dan pemberdayaan ekonomi dalam kerangka CSR dan *collaborative governance*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif dipilih karena fokus penelitian adalah memahami fenomena sosial secara

mendalam, yaitu bagaimana implementasi CSR PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika dipersepsikan dan dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM sekitar. Pendekatan studi kasus relevan karena penelitian ini berfokus pada satu kasus tertentu, yakni program CSR pada lokasi spesifik (Taman Cadika) dan dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi UMKM (Yin, 2018). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena secara umum, tetapi juga mengeksplorasi dinamika, konteks, serta pengalaman partisipan secara detail.

PEMBAHASAN

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Seperti telah dibuka sebelumnya, CSR adalah komitmen jangka panjang dari perusahaan untuk berperilaku etis, memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta memelihara kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (WBCSD, 2002). Selain definisi internasional, CSR di Indonesia memiliki fondasi hukum: UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan yang kegiatan usahanya terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Republik Indonesia, 2007). Sesuai pendekatan *Triple Bottom Line profit, people, planet* CSR tidak terbatas pada profit semata, tapi mencakup dimensi sosial dan lingkungan (Elkington, 1998).

Model Pyramid of CSR (Carroll, 1991) menegaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab bertingkat: ekonomi (harus profitable), hukum (patuh regulasi), etika (bertindak adil), dan filantropi (memberi kembali). Dalam konteks penelitian ini, revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika oleh PT Tor Ganda melalui CSR mencakup dimensi etika dan filantropi, sekaligus memberi ruang intervensi positif pada UMKM di sekitar.

Secara konseptual, CSR juga dipandang sebagai strategi *Creating Shared Value* (CSV) yang dikembangkan Porter & Kramer (2011), yakni menciptakan nilai bisnis sekaligus nilai sosial. Jika PT Tor Ganda mendesain CSR yang tidak hanya memperindah taman tetapi juga mengembangkan kapasitas ekonomi UMKM lokal misalnya dengan pelatihan, pemasaran bersama, atau digitalisasi maka programnya sejalan dengan prinsip CSV.

Teori Korporasi Berkelanjutan

Korporasi berkelanjutan dapat dilihat sebagai paradigma manajemen korporasi baru dan berkembang. Paradigma bahwa korporasi berkelanjutan menjadi sebuah alternatif untuk pertumbuhan tradisional dan model laba maksimalisasi. Sementara itu korporasi berkelanjutan mengakui bahwa pertumbuhan dan profitabilitas korporasi yang penting juga memerlukan korporasi untuk mengejar tujuan sosial, khususnya berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan, perlindungan lingkungan, keadilan sosial dan pembangunan ekonomi (Budi Untung, 2014).

Paradigma korporasi berkelanjutan yang dikemukakan dalam paragraf tersebut memiliki relevansi langsung dengan penelitian mengenai implementasi CSR PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika dan pemberdayaan ekonomi pelaku UMKM. Gagasan bahwa korporasi tidak lagi hanya berorientasi pada pencapaian profit maksimal, tetapi juga harus mengejar tujuan sosial, perlindungan lingkungan, serta pembangunan ekonomi, sejalan dengan konsep triple bottom line yang menempatkan keseimbangan antara profit, people, dan planet sebagai inti keberlanjutan. Dalam konteks penelitian ini, revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika dapat dipandang sebagai bentuk konkret dari penerapan paradigma tersebut. PT Tor Ganda tidak hanya menjalankan tanggung jawab sosial secara simbolik, tetapi juga berupaya menghadirkan manfaat lingkungan dengan memperbaiki kualitas ruang terbuka hijau yang dapat digunakan masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi perusahaan dari sekadar mengejar kepentingan ekonomi menuju pemenuhan kebutuhan sosial dan ekologi.

Lebih jauh, revitalisasi taman ini juga membawa dimensi ekonomi yang signifikan, terutama bagi pelaku UMKM yang beraktivitas di sekitar kawasan taman. Kehadiran ruang publik yang lebih representatif berpotensi meningkatkan arus pengunjung, yang secara langsung dapat mendorong

pertumbuhan usaha kecil dan menengah di bidang kuliner, kerajinan, maupun jasa. Dengan demikian, CSR yang dilakukan PT Tor Ganda tidak hanya bersifat filantropis, tetapi juga mengarah pada pemberdayaan masyarakat agar memiliki kemandirian ekonomi. Di sinilah tampak hubungan erat antara konsep korporasi berkelanjutan dengan penelitian ini, yaitu bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi instrumen nyata dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Melalui program CSR yang terintegrasi, perusahaan mampu menghubungkan tujuan bisnis dengan kepentingan sosial dan lingkungan, serta menghadirkan dampak positif bagi komunitas lokal. Analisis ini menegaskan bahwa penelitian tentang CSR PT Tor Ganda tidak hanya menilai aspek implementasi program, melainkan juga menguji sejauh mana perusahaan benar-benar menginternalisasi paradigma keberlanjutan dalam praktik manajemennya.

Teori Stakeholder

CSR yang baik mengedepankan empat prinsip *good corporate governance*, yakni fairness (kewajaran), transparency (transparansi), accountability (akuntabilitas) dan responsibility (responsibilitas), secara harmonis. Sementara itu, prinsip responsibility lebih mencerminkan stakeholder-driven, karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan (Edi Suharto, 2010).

Prinsip-prinsip *good corporate governance* (GCG) yang melandasi praktik CSR sebagaimana dikemukakan oleh Edi Suharto (2010) sangat relevan untuk dibahas dalam penelitian mengenai implementasi CSR PT Tor Ganda. Empat prinsip utama, yakni fairness, transparency, accountability, dan responsibility, menjadi fondasi yang memastikan bahwa pelaksanaan CSR tidak hanya sebatas kewajiban formal atau pencitraan perusahaan, melainkan benar-benar memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan. Dalam hal ini, prinsip fairness menuntut agar perusahaan memperlakukan seluruh pemangku kepentingan dengan adil, baik karyawan, konsumen, maupun masyarakat sekitar. Transparansi menekankan pentingnya keterbukaan informasi mengenai tujuan, proses, dan hasil program CSR, sehingga publik dapat menilai sejauh mana komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya. Accountability berhubungan dengan pertanggungjawaban perusahaan atas kebijakan dan program yang dijalankan, termasuk pelaporan yang jelas mengenai penggunaan dana CSR serta capaian yang diperoleh. Sementara itu, prinsip responsibility menjadi aspek paling penting dalam konteks penelitian ini, karena prinsip ini menegaskan orientasi CSR yang bersifat stakeholder-driven, yaitu lebih mengutamakan kepentingan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan keberadaan perusahaan.

Jika dikaitkan dengan implementasi CSR PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika, prinsip responsibility tercermin dari perhatian perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat akan ruang publik hijau yang layak dan ramah lingkungan. Upaya tersebut tidak hanya mendukung pelestarian lingkungan, tetapi juga memberi ruang interaksi sosial bagi warga kota. Selain itu, program pemberdayaan UMKM yang berjalan seiring dengan revitalisasi taman menunjukkan penerapan prinsip fairness dan accountability, di mana perusahaan memberikan kesempatan yang lebih merata bagi pelaku usaha kecil untuk memperoleh manfaat ekonomi dari peningkatan aktivitas masyarakat di sekitar taman. Transparansi dapat terlihat dari bagaimana perusahaan mengkomunikasikan program CSR-nya kepada publik, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang memahami dan bahkan terlibat dalam proses pembangunan berkelanjutan tersebut. Dengan demikian, analisis ini menegaskan bahwa penerapan prinsip GCG dalam CSR PT Tor Ganda merupakan bentuk integrasi antara kepentingan korporasi dengan kebutuhan sosial dan lingkungan, yang sekaligus memperkuat legitimasi perusahaan di mata masyarakat.

Teori Legitimasi

Perusahaan merupakan unit bisnis yang keberadaannya tak dapat dilepas dari lingkungan masyarakat sekitar. Untuk itu, eksistensi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat sekitar.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

275



Dan legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Budi Untung, 2014).

Dalam konteks keberlanjutan sebuah perusahaan, legitimasi menjadi landasan yang tidak dapat diabaikan. Sebagaimana dikemukakan oleh Budi Untung (2014), perusahaan merupakan unit bisnis yang keberadaannya senantiasa berhubungan dengan masyarakat sekitar, sehingga eksistensinya harus sejalan dengan harapan publik. Legitimasi bukan sekadar pengakuan formal, melainkan suatu sistem pengelolaan perusahaan yang menempatkan masyarakat, pemerintah, maupun kelompok-kelompok kepentingan sebagai pusat pertimbangan utama dalam setiap aktivitas bisnis. Dengan kata lain, legitimasi menuntut adanya kesesuaian (*congruence*) antara aktivitas perusahaan dengan nilai, norma, serta ekspektasi masyarakat. Tanpa adanya kesesuaian tersebut, perusahaan berisiko kehilangan dukungan sosial yang justru dapat mengganggu keberlanjutan bisnisnya.

Jika dikaitkan dengan praktik CSR PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika, legitimasi tercermin dari bagaimana perusahaan berusaha menampilkan dirinya sebagai aktor pembangunan yang berpihak pada masyarakat. Revitalisasi taman tidak hanya dipandang sebagai proyek fisik semata, tetapi juga sebagai simbol keterlibatan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan ruang terbuka hijau yang nyaman, sehat, dan berfungsi sosial. Melalui proyek tersebut, PT Tor Ganda memperlihatkan bahwa operasinya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai sosial dan lingkungan yang sesuai dengan harapan publik. Dengan demikian, legitimasi perusahaan semakin kuat karena masyarakat merasakan langsung manfaat dari program CSR tersebut.

Selain itu, legitimasi juga berfungsi sebagai jembatan antara perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya, seperti pemerintah daerah dan komunitas lokal. Dalam kasus Taman Hutan Kota Cadika, keberpihakan perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat memperkuat citra positif PT Tor Ganda sekaligus meningkatkan kepercayaan dari pihak pemerintah sebagai mitra pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa legitimasi bukan hanya soal “izin sosial” dari masyarakat, tetapi juga menyangkut kepercayaan yang diperoleh perusahaan melalui konsistensi dalam merespons kepentingan publik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa legitimasi adalah kunci penting bagi keberlanjutan operasi perusahaan, dan implementasi CSR menjadi salah satu instrumen strategis untuk menjaga keselarasan antara kepentingan korporasi dengan harapan masyarakat.

Konsep Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan ekonomi adalah proses dimana individu atau kelompok memperoleh akses terhadap sumber daya, mengambil keputusan atas tindakan ekonomi mereka, dan mencapai capaian yang lebih baik dalam hal kesejahteraan dan keberlanjutan usaha. Kabeer (1999) menyusun kerangka tiga dimensi: akses (*resources*), agensi (*agency*), dan pencapaian (*achievements*). Zimmerman (2000) menambahkan bahwa pemberdayaan memerlukan kemampuan bertindak dalam konteks sosial mereka serta struktur pendukung yang memadai.

Dalam ranah UMKM, pemberdayaan berarti meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam hal akses permodalan, pendidikan bisnis, pemasaran, inovasi produk, dan jaringan. Robson (2016) menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi UMKM melibatkan coaching, mentoring, serta pembukaan peluang pasar baik offline maupun digital.

Tujuan Pemberdayaan Ekonomi

Banyak faktor yang mempengaruhi kemakmuran masyarakat. Keadaan perumahan yang mereka diami, ada tidaknya aliran listrik, fasilitas untuk memperoleh air bersih, keadaan infrastruktur pada umumnya, dan tingkat pendapatan yang diperoleh merupakan beberapa faktor penting yang sangat mempengaruhi tingkat kemakmuran suatu masyarakat (Sadono Sukirno, 2006). Tujuan pemberdayaan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

276

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



ekonomi yakni:

- 1) Memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana
- 2) Memenuhi kebutuhan keluarga
- 3) Memenuhi kebutuhan jangka panjang
- 4) Menyediakan kebutuhan bagi keluarga yang ditinggalkan.

Menurut Sadono Sukirno (2006), kemakmuran masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Faktor-faktor tersebut mencakup kondisi perumahan yang layak huni, ketersediaan aliran listrik, akses terhadap air bersih, kualitas infrastruktur, serta tingkat pendapatan masyarakat. Semua elemen ini menentukan sejauh mana masyarakat dapat hidup dengan nyaman dan sejahtera. Sebagai contoh, meskipun pendapatan seseorang relatif tinggi, tetapi jika tidak tersedia fasilitas dasar seperti listrik atau air bersih, maka tingkat kemakmuran yang dirasakan tetap rendah. Dengan demikian, kemakmuran tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari kualitas lingkungan hidup dan ketersediaan sarana penunjang kesejahteraan.

Dalam konteks ini, pemberdayaan ekonomi menjadi instrumen penting untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Tujuan dari pemberdayaan ekonomi, sebagaimana dirumuskan, setidaknya mencakup empat hal. Pertama, pemenuhan kebutuhan hidup sederhana, yang berarti memastikan masyarakat mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan. Kedua, pemenuhan kebutuhan keluarga, yang tidak hanya meliputi aspek materi, tetapi juga dukungan pendidikan dan kesehatan agar keluarga memiliki daya tahan ekonomi dan sosial yang kuat. Ketiga, pemenuhan kebutuhan jangka panjang, yang menunjukkan pentingnya perencanaan ekonomi masyarakat agar tidak hanya fokus pada kebutuhan sesaat, melainkan juga pada keberlanjutan, misalnya melalui tabungan, investasi kecil, atau kepemilikan aset produktif. Keempat, penyediaan kebutuhan bagi keluarga yang ditinggalkan, yang sering dikaitkan dengan aspek keberlanjutan generasi, misalnya dalam bentuk warisan, pendidikan anak, atau perlindungan sosial.

Bila dikaitkan dengan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika, tujuan pemberdayaan ekonomi dapat tercermin dalam upaya perusahaan menciptakan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat sekitar. Revitalisasi taman tidak hanya memberikan ruang terbuka hijau yang mendukung kualitas lingkungan hidup, tetapi juga membuka peluang ekonomi melalui aktivitas perdagangan, jasa, dan pariwisata lokal. Dengan adanya taman yang lebih tertata, masyarakat dapat memanfaatkannya sebagai tempat usaha kecil, pusat interaksi sosial, maupun destinasi rekreasi yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Hal ini sejalan dengan gagasan Sadono Sukirno bahwa kemakmuran masyarakat dipengaruhi oleh akses terhadap fasilitas dasar dan infrastruktur yang memadai.

Dengan demikian, tujuan pemberdayaan ekonomi melalui CSR tidak sekadar memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, tetapi juga mendorong terciptanya siklus kemakmuran yang lebih berkelanjutan. PT Tor Ganda, melalui keterlibatannya dalam pembangunan fasilitas publik, memperlihatkan peran strategis perusahaan dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat sekaligus memperoleh legitimasi sosial dari lingkungan sekitar.

Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM di Indonesia didefinisikan berdasarkan kriteria aset dan omzet menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap sebagian besar tenaga kerja (KADIN, 2023). Di Medan khususnya, data terkini BPS menunjukkan tren peningkatan jumlah pelaku UMKM, terutama di sektor perdagangan, kuliner, dan jasa kreatif (BPS Sumut, 2024).

UMKM di kawasan wisata perkotaan seperti sekitar Taman Cadika sangat bergantung pada arus pengunjung menjual makanan, minuman, cenderamata, hingga jasa fotografi. Namun tantangan utama UMKM seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan terbatasnya akses jaringan perlu jadi

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

277

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



perhatian dalam pemberdayaan efektif.

Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Tulus Tambunan, 2012).

Revitalisasi Kawasan Taman Kota

Ruang Terbuka Hijau (RTH) termasuk taman kota berfungsi sebagai paru-paru kota, ruang interaksi sosial, dan area rekreasi. Revitalisasi RTH mencakup penataan ulang fasilitas, estetika, keamanan, dan fungsi ruang agar lebih inklusif, aman, dan mendukung kegiatan warga (Tandiora, 2019).

Revitalisasi Ruang Terbuka Hijau (RTH) termasuk taman kota bukan hanya menyangkut aspek fisik semata, melainkan juga berkaitan dengan nilai sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Sebagai paru-paru kota, keberadaan RTH memberikan manfaat ekologis berupa penyediaan udara segar, penyerapan karbon, dan pengendalian iklim mikro yang penting bagi kualitas hidup masyarakat perkotaan. Lebih jauh, RTH berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi, rekreasi, dan aktivitas kebersamaan antarwarga, sehingga memperkuat kohesi sosial dan rasa memiliki terhadap lingkungan sekitar. Revitalisasi RTH, sebagaimana dikemukakan Tandiora (2019), menekankan pentingnya penataan ulang fasilitas, peningkatan estetika, serta jaminan keamanan agar ruang tersebut dapat digunakan secara inklusif oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam konteks penelitian mengenai dampak program CSR revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika, pemahaman ini sangat relevan, karena taman yang tertata baik dan aman akan menjadi magnet aktivitas ekonomi masyarakat, terutama pelaku UMKM. Kehadiran pengunjung yang meningkat akibat fasilitas yang representatif dapat membuka peluang usaha baru, memperluas akses pasar, dan meningkatkan pendapatan bagi UMKM lokal. Dengan demikian, revitalisasi RTH tidak hanya dilihat dari segi ekologis dan sosial, tetapi juga memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar kawasan.

Penelitian oleh Sahid (2021) menunjukkan bahwa revitalisasi taman kota yang dilengkapi fasilitas modern (*playground, jogging track, lighting*) meningkatkan kunjungan dan menggerakkan ekonomi informal: pedagang kaki lima, penyedia minuman, dan jasa foto. Konsep placemaking menyatakan bahwa ruang publik yang di-design secara partisipatif mendorong kepemilikan komunitas, aktivitas ekonomi mikro, dan kohesi sosial (Silberberg et al., 2013).

Temuan Sahid (2021) memperkuat pandangan bahwa revitalisasi taman kota dengan menghadirkan fasilitas modern seperti *playground, jogging track, dan pencahayaan* yang memadai, tidak hanya berdampak pada peningkatan estetika dan kenyamanan ruang, tetapi juga memberikan dorongan signifikan terhadap aktivitas ekonomi informal. Kehadiran sarana yang lebih lengkap menjadikan taman kota sebagai destinasi rekreasi masyarakat, yang secara otomatis meningkatkan jumlah kunjungan. Lonjakan pengunjung tersebut menjadi peluang ekonomi bagi pedagang kaki lima, penyedia minuman, hingga jasa foto yang tumbuh di sekitar area taman, sehingga ruang publik ini bertransformasi menjadi pusat interaksi ekonomi mikro. Hal ini sejalan dengan konsep placemaking yang dikemukakan oleh Silberberg et al. (2013), yang menekankan bahwa ruang publik akan lebih hidup dan berdaya guna apabila didesain secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat. Proses partisipatif tersebut menumbuhkan rasa kepemilikan komunitas, meningkatkan kohesi sosial, serta menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan. Dengan demikian, revitalisasi taman kota tidak hanya berfungsi sebagai ruang rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan sosial-ekonomi masyarakat, terutama

bagi sektor ekonomi informal yang sangat bergantung pada mobilitas dan interaksi publik.

Hubungan CSR, Revitalisasi dan Pemberdayaan UMKM

CSR sebagai intervensi pembangunan akan lebih bermakna jika output fisik (seperti taman) diintegrasikan dengan program pemberdayaan ekonomi. Misalnya CSR yang mendanai revitalisasi Taman Cadika sekaligus menyediakan pelatihan UMKM, akses digital, dan fasilitas berjualan, menciptakan sinergi antara aspek fisik dan kapabilitas usaha mencerminkan prinsip CSV.

Dalam penelitian lapangan, perlu diperiksa bagaimana PT Tor Ganda merancang program: apakah hanya menyediakan fasilitas taman, atau juga mengikutsertakan komunitas UMKM dalam perencanaan, pelaksanaan, dan manfaat pascaproyek? Model governance kolaboratif (Ansell & Gash, 2008) menggarisbawahi pentingnya koordinasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat dalam mengelola ruang bersama agar manfaatnya berkelanjutan.

Implementasi Program CSR Revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika

Wawancara yang dilakukan dengan bapak Fredi bertempat di Taman Hutan Kota Cadikan pada tanggal 1 Agustus 2025 selaku pelaku UMKM. Ia menuturkan:

"Kalau menurut saya sebagai pedagang kecil di Taman Hutan Kota Cadika, setelah ada program CSR dari PT Tor Ganda yang memperbaiki dan merevitalisasi taman ini, memang terasa sekali perubahan. Sebelum taman diperbaiki, pengunjungnya tidak banyak, paling hanya orang-orang sekitar yang sekadar lewat atau berolahraga sebentar. Tapi sekarang, setelah ada jogging track, lampu penerangan, dan area bermain anak, jumlah pengunjung meningkat cukup banyak, terutama di sore hari dan akhir pekan. Kondisi ini tentu memberikan peluang yang besar bagi kami pedagang, karena semakin banyak orang datang, semakin besar juga peluang dagangan kami laku. Saya sendiri menjual Pop Ice, dan rata-rata bisa memperoleh pendapatan sampai 600 ribu rupiah per hari, yang sebelumnya paling hanya 200 ribu 300 ribu."

Pendapat pedagang kecil tersebut menggambarkan bahwa program CSR PT Tor Ganda melalui revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika memberikan dampak nyata terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Sebelum taman direvitalisasi, fungsi ruang publik ini tidak maksimal karena kurangnya fasilitas yang memadai. Hal ini berdampak langsung pada rendahnya jumlah pengunjung, sehingga peluang usaha bagi pedagang kecil sangat terbatas. Revitalisasi taman yang menghadirkan jogging track, pencahayaan memadai, dan area bermain anak telah menciptakan suasana baru yang lebih menarik dan ramah bagi masyarakat. Perubahan ini membuat taman bertransformasi dari sekadar ruang terbuka biasa menjadi destinasi rekreasi dan interaksi sosial yang ramai dikunjungi.

Selain menciptakan ruang publik yang lebih hidup, revitalisasi taman juga terbukti meningkatkan kapasitas usaha pelaku UMKM. Dengan bertambahnya jumlah pengunjung, pedagang kecil seperti penjual Pop Ice memiliki pasar yang lebih luas dan stabil. Pendapatan yang semula hanya sekitar 200-300 ribu rupiah per hari kini meningkat hingga rata-rata 600 ribu rupiah. Kenaikan ini menunjukkan adanya korelasi langsung antara kualitas sarana publik dengan potensi pemberdayaan ekonomi masyarakat. Artinya, CSR tidak hanya dipandang sebagai upaya mempercantik lingkungan, tetapi juga sebagai strategi pembangunan sosial-ekonomi yang berkelanjutan, di mana UMKM mendapat manfaat nyata melalui bertambahnya daya beli masyarakat dan peluang pemasaran produk mereka.

Lebih jauh lagi, pengalaman pedagang tersebut memperlihatkan bagaimana CSR mampu memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal. Dengan adanya peningkatan pendapatan, pelaku UMKM tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan dasar keluarga, tetapi juga memiliki peluang untuk menambah modal usaha, memperluas variasi produk, dan memperbaiki sarana berdagang. Hal ini menjadi indikator bahwa revitalisasi taman sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan berdampak jangka panjang, karena mampu menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih mandiri di tingkat lokal. Keberhasilan ini dapat dijadikan rujukan bagi perusahaan lain dalam merancang program CSR yang tidak hanya

menekankan aspek lingkungan, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar secara nyata dan berkesinambungan. Lebih jauh disampaikannya:

"Saya merasa program CSR ini tidak hanya mempercantik taman, tetapi juga membuka ruang ekonomi bagi warga sekitar. Banyak pedagang kecil yang dulunya tidak berjualan sekarang mulai ikut berjualan, ada yang jualan makanan ringan, minuman, bahkan mainan anak-anak. Jadi program ini bisa dibilang memberdayakan ekonomi masyarakat secara langsung. Kami juga merasa lebih percaya diri berjualan karena tempatnya lebih rapi, aman, dan nyaman. Jadi menurut saya, CSR dari PT Tor Ganda ini bukan hanya soal membangun taman, tapi juga menciptakan ekosistem ekonomi baru yang membantu kami para pedagang kecil untuk berkembang."

Pendapat tersebut memperlihatkan bahwa program CSR revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika memberikan dampak yang lebih luas daripada sekadar perbaikan fisik taman. Revitalisasi yang dilakukan oleh PT Tor Ganda tidak hanya menghadirkan ruang terbuka hijau yang lebih indah, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar. Banyak warga yang sebelumnya tidak memiliki aktivitas usaha kini terdorong untuk mencoba berjualan, baik makanan, minuman, maupun mainan anak-anak. Hal ini menunjukkan bahwa ruang publik yang dikelola dengan baik dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan peluang usaha baru dan memperluas partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi.

Selain menciptakan peluang usaha baru, program CSR ini juga meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Suasana taman yang rapi, aman, dan nyaman membuat pedagang merasa lebih dihargai dan memiliki ruang berdagang yang layak. Faktor psikologis ini sangat penting karena berdampak pada keberanian pedagang untuk berinovasi, menambah modal, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pengunjung. Keberadaan fasilitas yang memadai juga memberi pedagang keyakinan bahwa usaha mereka memiliki prospek yang lebih baik, sehingga menumbuhkan semangat berwirausaha di kalangan masyarakat kecil.

Lebih jauh, pengalaman tersebut menggambarkan bahwa CSR yang dirancang dengan tepat mampu menciptakan ekosistem ekonomi baru yang berkelanjutan. Revitalisasi taman tidak hanya memperbaiki lingkungan, tetapi juga membentuk interaksi sosial-ekonomi baru di dalam masyarakat. Dengan meningkatnya jumlah pedagang dan variasi usaha, terbentuklah rantai ekonomi lokal yang saling mendukung antara penyedia barang/jasa dan konsumen. Dalam jangka panjang, hal ini memperkuat daya tahan ekonomi masyarakat, menciptakan kemandirian, serta memperlihatkan bahwa CSR dapat menjadi instrumen efektif untuk mengintegrasikan kepentingan perusahaan dengan kesejahteraan masyarakat.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan bapak Rizky bertempat di Taman Hutan Kota Cadikan pada tanggal 4 Agustus 2025 selaku pelaku UMKM. Ia menuturkan:

"Saya sudah cukup lama berjualan es teh di sekitar Taman Cadika. Sebelum ada program CSR dari PT Tor Ganda, taman ini kondisinya bisa dibilang sepi, tidak terlalu banyak pengunjung karena fasilitasnya kurang terawat. Pendapatan saya waktu itu paling hanya 100 sampai 200 ribu per hari, itupun kalau ada orang yang datang untuk olahraga. Tapi setelah taman direvitalisasi, suasana berubah total. Sekarang fasilitasnya lebih bagus, ada jogging track, pencahayaan malam, area bermain anak, bahkan tempat duduk yang nyaman. Akibatnya, pengunjung jadi jauh lebih ramai, baik keluarga, anak muda, maupun komunitas. Dampaknya langsung terasa pada dagangan saya, pendapatan meningkat sampai rata-rata 600 ribu per hari. Jadi bisa dibilang tiga kali lipat lebih besar dibanding sebelumnya."

Pendapat pedagang es teh tersebut menegaskan bahwa revitalisasi Taman Cadika melalui program CSR PT Tor Ganda membawa dampak nyata pada kehidupan ekonomi pelaku UMKM. Sebelum adanya revitalisasi, kondisi taman yang kurang terawat menyebabkan jumlah pengunjung sangat terbatas. Hal ini membuat pendapatan pedagang hanya berkisar 100–200 ribu rupiah per hari, dengan ketergantungan besar pada momen tertentu seperti aktivitas olahraga warga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan fasilitas publik dapat menjadi faktor penghambat bagi berkembangnya usaha kecil di sekitar

kawasan taman.

Setelah program CSR dijalankan, taman mengalami perubahan signifikan melalui penyediaan jogging track, pencahayaan malam yang baik, area bermain anak, dan tempat duduk yang nyaman. Perbaikan fasilitas ini menciptakan suasana yang lebih ramah dan inklusif, sehingga menarik lebih banyak pengunjung dari berbagai kalangan, mulai dari keluarga, anak muda, hingga komunitas. Dampak sosial ini sangat penting karena keberadaan ruang publik yang aktif dan ramai secara otomatis membuka pasar baru bagi pedagang kecil. Dengan demikian, revitalisasi taman bukan hanya mempercantik lingkungan, tetapi juga mengubah pola interaksi masyarakat sekaligus memperluas peluang ekonomi di sekitarnya.

Dampak ekonomi langsung terlihat pada peningkatan pendapatan pedagang, dari hanya 100-200 ribu rupiah menjadi rata-rata 600 ribu rupiah per hari. Peningkatan hingga tiga kali lipat ini menegaskan adanya korelasi positif antara kualitas ruang publik dengan kesejahteraan pelaku UMKM. Selain meningkatkan daya beli keluarga pedagang, kondisi ini juga memungkinkan mereka untuk menambah modal, memperluas variasi produk, dan meningkatkan kapasitas usaha.

Dengan kata lain, program CSR dari PT Tor Ganda tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga membuka jalan bagi keberlanjutan ekonomi pedagang kecil, karena pendapatan yang lebih stabil menciptakan fondasi yang kuat bagi pengembangan usaha di masa depan.

"Menurut saya, program CSR ini bukan hanya memperbaiki taman, tetapi juga membuka peluang baru bagi kami pelaku UMKM. Karena dengan semakin banyak orang datang, dagangan kami lebih cepat laku, dan usaha kecil seperti kami bisa bertahan bahkan berkembang. Revitalisasi taman ini membuat UMKM seperti saya memiliki tempat yang lebih layak untuk berjualan, karena suasana lebih aman, bersih, dan menarik minat pembeli. Jadi saya melihat program CSR PT Tor Ganda ini memang sangat membantu pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar, khususnya pedagang kecil yang menggantungkan hidup dari pengunjung taman."

Pendapat tersebut memperlihatkan bahwa program CSR PT Tor Ganda melalui revitalisasi Taman Cadika tidak hanya berfokus pada aspek fisik, tetapi juga pada penciptaan peluang ekonomi baru bagi UMKM. Sebelum adanya perbaikan, pelaku usaha kecil mengalami keterbatasan dalam mengakses pasar karena minimnya jumlah pengunjung. Dengan meningkatnya arus kunjungan setelah taman direvitalisasi, pasar bagi produk-produk UMKM menjadi lebih luas, sehingga dagangan lebih cepat habis dan pelaku usaha memiliki kepastian dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Hal ini menunjukkan bagaimana kualitas ruang publik berpengaruh langsung terhadap dinamika usaha mikro di sekitarnya.

Selain membuka peluang pasar, revitalisasi taman juga menghadirkan lingkungan usaha yang lebih layak dan mendukung keberlanjutan UMKM. Keberadaan fasilitas yang aman, bersih, serta tertata rapi meningkatkan kenyamanan pengunjung dan secara tidak langsung mendorong mereka untuk lebih sering melakukan transaksi dengan pedagang. Bagi pelaku UMKM, suasana ini bukan hanya memberi rasa percaya diri, tetapi juga membangun citra usaha yang lebih profesional di mata konsumen. Dengan demikian, program CSR ini berfungsi ganda: memperbaiki tata ruang kota sekaligus menciptakan ekosistem usaha yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

Lebih jauh, pandangan tersebut menegaskan bahwa CSR memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya bagi pedagang kecil yang sangat bergantung pada aktivitas pengunjung taman. Program CSR PT Tor Ganda tidak hanya membantu UMKM bertahan dalam persaingan, tetapi juga memberikan peluang bagi mereka untuk berkembang melalui peningkatan pendapatan dan akses pasar yang lebih luas. Dengan kondisi tersebut, keberadaan CSR dapat dipahami sebagai strategi pembangunan sosial-ekonomi berkelanjutan, di mana perusahaan, masyarakat, dan lingkungan mendapat manfaat bersama. Hal ini membuktikan bahwa CSR yang dirancang dengan baik dapat menjadi instrumen efektif untuk memperkuat kemandirian ekonomi lokal.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan bapak Adi pengusaha Kudo Coffe bertempat di Taman Hutan Kota Cadikan pada tanggal 5 Agustus 2025 selaku pelaku UMKM. Ia menuturkan:

"Saya mengelola usaha Kudo Coffee dan berjualan minuman seperti es teh, kopi, serta beberapa menu ringan di sekitar Taman Hutan Kota Cadika. Sebelum taman ini direvitalisasi oleh PT Tor Ganda, pengunjung yang datang tidak terlalu ramai, sehingga pendapatan harian kami biasanya hanya berkisar 400 sampai 500 ribu rupiah. Kondisinya memang cukup terbatas, karena banyak fasilitas taman yang rusak, penerangan kurang, dan suasananya kurang nyaman untuk keluarga maupun komunitas."

Pendapat pengelola Kudo Coffee ini menunjukkan bahwa sebelum adanya program CSR dari PT Tor Ganda, kondisi Taman Hutan Kota Cadika tidak mendukung perkembangan usaha kecil di sekitarnya. Fasilitas taman yang rusak, minim penerangan, dan suasana yang kurang nyaman membuat jumlah pengunjung relatif rendah. Dampaknya langsung dirasakan oleh pelaku UMKM, termasuk Kudo Coffee, di mana pendapatan harian hanya berkisar 400–500 ribu rupiah. Situasi tersebut mencerminkan bagaimana keterbatasan sarana publik dapat menghambat potensi ekonomi lokal, terutama bagi pelaku usaha yang mengandalkan keramaian taman sebagai sumber utama konsumen.

Selain menggambarkan keterbatasan ekonomi, pengalaman ini juga menegaskan adanya hubungan erat antara kualitas ruang publik dengan daya tarik pengunjung serta stabilitas usaha mikro. Taman yang tidak terawat membuat masyarakat enggan untuk berlama-lama atau beraktivitas di dalamnya, sehingga menutup peluang ekonomi bagi pedagang. Dalam kasus Kudo Coffee, kondisi tersebut menyebabkan kapasitas usaha sulit berkembang, karena keterbatasan pasar membuat pedagang hanya mampu bertahan dengan pendapatan yang relatif stagnan. Hal ini memperlihatkan bahwa sebelum revitalisasi, CSR belum menyentuh kebutuhan mendasar masyarakat, yakni ruang publik yang representatif untuk beraktivitas sosial dan ekonomi.

Lebih jauh, kondisi pra-revitalisasi yang digambarkan dalam pernyataan tersebut mempertegas pentingnya intervensi CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Dengan membenahi fasilitas, menghadirkan penerangan, dan menciptakan suasana yang nyaman, program CSR dapat mengubah ruang publik menjadi pusat interaksi yang ramai sekaligus membuka peluang ekonomi bagi UMKM. Kesaksian ini menjadi titik pembanding yang penting, karena setelah adanya revitalisasi, diharapkan pendapatan usaha meningkat, kapasitas usaha berkembang, dan keberlanjutan ekonomi masyarakat sekitar semakin kuat. Dengan demikian, pengalaman Kudo Coffee memperlihatkan baseline kondisi yang menjadi landasan untuk menilai efektivitas program CSR dalam memberdayakan UMKM. Lebih jauh diturkannya:

"Namun setelah program CSR dari PT Tor Ganda dijalankan, taman ini berubah total. Dengan adanya jogging track, area bermain anak, pencahayaan yang memadai, serta kebersihan yang lebih terjaga, jumlah pengunjung meningkat drastis. Sekarang usaha saya bisa menghasilkan antara 800 ribu hingga 1 juta rupiah per hari, terutama pada akhir pekan atau hari libur. Artinya, ada peningkatan pendapatan hampir dua kali lipat dibanding sebelumnya."

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa program CSR PT Tor Ganda melalui revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika berhasil menciptakan perubahan signifikan dalam dinamika sosial-ekonomi masyarakat sekitar. Kehadiran fasilitas baru seperti jogging track, area bermain anak, dan penerangan yang memadai, ditambah dengan meningkatnya kebersihan, telah membuat taman jauh lebih menarik bagi masyarakat luas. Lonjakan jumlah pengunjung menjadi indikator bahwa revitalisasi tidak hanya berdampak pada estetika fisik taman, tetapi juga mampu menghidupkan kembali fungsinya sebagai ruang publik yang inklusif. Dalam konteks ini, kehadiran pengunjung yang meningkat memberikan peluang ekonomi baru bagi pedagang kecil, karena pasar konsumen mereka berkembang dengan sendirinya.

Bagi pelaku UMKM seperti pemilik usaha Kudo Coffee, dampak revitalisasi langsung tercermin pada peningkatan pendapatan harian. Jika sebelumnya hanya mampu memperoleh 400–500 ribu rupiah, kini omzet bisa mencapai 800 ribu hingga 1 juta rupiah per hari, khususnya pada akhir pekan atau hari libur. Peningkatan hampir dua kali lipat ini menunjukkan adanya korelasi langsung antara kualitas fasilitas publik dengan peningkatan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha. Hal ini juga membuktikan

bahwa CSR tidak sekadar program tanggung jawab sosial yang bersifat simbolis, tetapi benar-benar memberikan manfaat praktis dan terukur bagi keberlangsungan ekonomi masyarakat kecil.

Pembahasan Hasil Penelitian

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan PT Tor Ganda dalam revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika merupakan salah satu bentuk intervensi strategis yang memadukan pembangunan ruang publik dengan pemberdayaan ekonomi lokal. Program ini tidak hanya menitikberatkan pada perbaikan fasilitas fisik taman, tetapi juga berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat melalui dukungan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitar kawasan.

Taman Hutan Kota Cadika sebelumnya menghadapi berbagai masalah mulai dari fasilitas banyak yang rusak, pencahayaan minim, dan pengunjung yang datang sangat terbatas. Kondisi ini menyebabkan rendahnya aktivitas ekonomi di sekitar taman, sehingga banyak pedagang kecil kesulitan untuk berkembang. Dengan adanya program CSR yang dilakukan PT Tor Ganda, terjadi perubahan signifikan dari sisi fisik, sosial, dan ekonomi. Analisis ini disusun berdasarkan wawancara dengan pejabat kelurahan, kecamatan, serta pelaku UMKM yang aktif berjualan di sekitar taman.

Perspektif Pemerintah Kelurahan di mana program CSR dianggap sejalan dengan upaya pemerintah dalam memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal. Sebelum revitalisasi, Taman Hutan Kota Cadika kurang terkelola dengan baik. Banyak fasilitas rusak, ruang terbuka hijau tidak tertata, serta minim penerangan membuat masyarakat enggan datang. Akibatnya, aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar taman rendah, karena pengunjung yang datang sedikit sehingga pedagang kesulitan mendapatkan pelanggan.

Setelah program CSR diterapkan, perubahan yang terjadi sangat nyata. Fasilitas baru seperti jogging track, taman bermain anak, bangku taman, dan lampu penerangan membuat taman lebih nyaman, aman, dan hidup. Jumlah pengunjung meningkat tajam, baik dari warga sekitar maupun pengunjung luar daerah. Hal ini membuka peluang ekonomi baru bagi pelaku UMKM. Banyak pedagang yang sebelumnya berjualan dengan peralatan seadanya kini dapat menambah perlengkapan, memperbaiki tampilan lapak, bahkan menambah variasi dagangan.

Kelurahan menilai revitalisasi taman ini tidak hanya meningkatkan kualitas lingkungan, tetapi juga memperkuat kohesi sosial antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah. Taman yang tertata dengan baik menjadi pusat interaksi yang positif, meningkatkan rasa kepemilikan warga terhadap ruang publik, serta memberi manfaat langsung pada perekonomian lokal. Dengan demikian, CSR tidak hanya memberi nilai tambah bagi perusahaan, tetapi juga mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal.

Perspektif Pemerintah Kecamatan bahwa program CSR ini membawa dampak yang signifikan terhadap pembangunan lokal dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sebelum revitalisasi, taman relatif sepi dan fasilitas banyak yang rusak, yang menurunkan minat pengunjung untuk datang. Kondisi ini berdampak langsung pada UMKM, karena pasar yang terbatas membuat usaha mereka sulit berkembang.

Setelah revitalisasi, taman menjadi lebih hidup dan terawat, dengan fasilitas yang lengkap dan penerangan yang memadai. Hal ini membuat pengunjung semakin ramai, termasuk warga dari luar daerah. Dampak positifnya terlihat dari peningkatan pendapatan para pedagang. Banyak UMKM mampu menambah modal, memperbaiki peralatan dagang, dan menambah jenis dagangan. Pemerintah kecamatan menilai program ini sejalan dengan visi pembangunan daerah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui optimalisasi ruang publik. Selain itu, keberadaan taman yang ramai dan tertata baik mendorong terciptanya ekosistem ekonomi lokal yang saling mendukung, di mana pedagang saling melengkapi, bukan saling menjatuhkan.

Kecamatan juga menekankan pentingnya pendampingan dan pelatihan UMKM agar pertumbuhan usaha bersifat berkelanjutan. Dengan demikian, program CSR tidak hanya menciptakan dampak jangka

pendek berupa peningkatan pengunjung dan pendapatan, tetapi juga potensi jangka panjang untuk pemberdayaan ekonomi yang stabil.

Selanjutnya berdasarkan wawancara dengan pelaku UMKM, terlihat jelas bahwa sebelum revitalisasi, banyak pedagang mengalami kesulitan. Pendapatan harian pedagang relatif rendah, misalnya: 1) Pedagang bakso hanya memperoleh sekitar 100-200 ribu rupiah per hari. 2) Penjual gulali mendapat 100-200 ribu rupiah per hari. 3) Penjual mochi rata-rata memperoleh 150-250 ribu rupiah per hari. 4) Pedagang es jeruk juga mengalami pendapatan rendah yang hanya cukup untuk kebutuhan harian.

Kondisi ini membuat usaha mereka hanya mampu bertahan tanpa ada peluang berkembang. Pedagang sering kali tidak memiliki modal tambahan, tidak dapat memperbaiki peralatan, dan tidak bisa menambah variasi dagangan. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa sebelum CSR, UMKM di sekitar taman masih sangat rentan terhadap keterbatasan pasar dan kondisi fisik lingkungan yang tidak mendukung.

Setelah revitalisasi, kondisi pedagang berubah drastis. Fasilitas taman yang lengkap, bersih, dan nyaman membuat pengunjung meningkat signifikan. Dampaknya langsung terasa pada penjualan, kapasitas usaha, dan pendapatan; 1) Pedagang bakso mengalami peningkatan pendapatan hingga 600-800 ribu rupiah per hari. 2) Penjual gulali pendapatannya kini mencapai 500-700 ribu rupiah per hari, terutama saat akhir pekan. 3) Penjual mochi memperoleh rata-rata 600-900 ribu rupiah per hari. 4) Penjual es jeruk juga mengalami kenaikan signifikan, memungkinkan mereka menambah modal dan peralatan.

Selain itu, kapasitas usaha juga meningkat. Pedagang mampu menambah stok bahan, memperbaiki peralatan, menambah variasi dagangan, dan bahkan mempekerjakan tenaga tambahan dari keluarga atau warga sekitar. Peningkatan pendapatan memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan sehari-hari, biaya pendidikan anak, menabung, dan memikirkan pengembangan usaha ke arah yang lebih profesional.

Para pedagang juga menilai program CSR ini memberi harapan besar terkait keberlanjutan usaha. Selama taman tetap ramai dan dikelola dengan baik, usaha mereka memiliki prospek jangka panjang. Dukungan tambahan seperti pelatihan manajemen usaha, akses permodalan, dan pendampingan kewirausahaan akan semakin memperkuat kemandirian UMKM. Dengan demikian, CSR bukan hanya mempercantik taman, tetapi juga membuka jalan bagi pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Selanjutnya dari aspek dampak sosial-ekonomi di mana taman yang tertata dengan baik menjadi ruang interaksi masyarakat, meningkatkan kohesi sosial, dan menciptakan lingkungan yang aman serta nyaman bagi semua kalangan. Juga terjadi peningkatan jumlah pengunjung membuat pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas usaha, pendapatan, dan peluang pengembangan usaha. Efek berganda terjadi karena uang yang berputar di sekitar taman meningkatkan kesejahteraan rumah tangga dan membuka peluang kerja tambahan. Revitalisasi ini membuka prospek jangka panjang bagi UMKM. Dengan dukungan yang tepat, seperti pelatihan, akses modal, dan manajemen usaha, usaha kecil dapat bertahan dan berkembang mandiri, menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang stabil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jali, tokoh masyarakat di sekitar Taman Hutan Kota Cadika, dan Bapak Darmansyah Marpaung, KaSi Saprak Kecamatan Medan Johor, dapat disimpulkan bahwa implementasi Program CSR Revitalisasi Taman Hutan Kota Cadika oleh PT Tor Ganda berhasil menciptakan peluang pemberdayaan ekonomi bagi pelaku UMKM di sekitar kawasan taman. Dari perspektif masyarakat, revitalisasi taman meningkatkan kualitas fasilitas, kebersihan, dan keamanan, sehingga jumlah pengunjung meningkat signifikan.

Peningkatan kunjungan ini langsung berdampak pada kapasitas usaha dan pendapatan pelaku UMKM, memungkinkan mereka menambah peralatan dagang, variasi produk, modal usaha, dan tenaga kerja. Sementara dari perspektif pemerintah kecamatan, program CSR ini sejalan dengan visi

pembangunan daerah yang mengedepankan pemanfaatan ruang publik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Revitalisasi taman menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan, mendorong pertumbuhan usaha kecil, memperkuat kohesi sosial, serta membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang secara mandiri dan profesional. Secara keseluruhan, CSR ini bukan hanya mempercantik taman secara fisik, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis pemberdayaan ekonomi lokal yang berdampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar Taman Hutan Kota Cadika.

REFERENSI

- Akun resmi pejabat/OPD (2024–2025). *Pernyataan agregat CSR PT Tor Ganda >Rp28 M; peresmian & kegiatan Taman Cadika*.
- Ansell, C. & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Bimo, F. A. (2024). Implementasi CSR berbasis komunitas: UMKM Pertamina Patra Niaga Rewulu. *Jurnal SNFMI*.
- BPS Provinsi Sumatera Utara. (2024). *Profil Industri Mikro & Kecil Sumut 2022; (2024/2025) Profil IMK 2023*.
- BPS Sumut. (2024). *Profil Industri Mikro & Kecil Provinsi Sumatera Utara 2023*.
- Budi Untung. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 32-33.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design* (3rd ed.). SAGE.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Desi, R. & Maulana, I. (2024). Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Program CSR PT Angkasa Pura II. *Jurnal PPM UNPAD*.
- DiskopUMK Provinsi Sumut. (2025). *Adopsi QRIS oleh UMKM Sumut mencapai 1,4 juta*.
- Edi Suharto. (2010). *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta, 59.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Kabeer, N. (1999). *Resources, Agency, Achievements. Development and Change*, 30(3), 435-464.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia: Data dan Statistik (termasuk kontribusi PDB & tenaga kerja)*.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia: Data dan Statistik*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2024). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas*.
- Kompas Kilas Daerah. (2024). *Diresmikan Bobby Nasution, Taman Cadika Medan Kini Hadir dengan Wajah Baru*.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

285

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Pardede, P. H. A., & Trimurni, F. (2023). Kinerja Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 9(1), 55-71.
- Pemerintah Kota Medan. (2024). *Wajah Baru Taman Cadika Medan*. Portal Pemko Medan.
- Pemko Medan. (2023–2024). *Aplikasi CSR Kota Medan PT Tor Ganda (Paket Taman Rp22,656 M)*.
- Pemko Medan. (2024). *Laporan CSR PT Tor Ganda: Revitalisasi Taman Cadika*.
- Pemko Medan. (2024). *Metadata Statistik Sektoral 2024 (UMKM)*.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Pratama, E. R., & Kumalasari, L. D. (2025). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Mendukung Kemandirian Masyarakat Lokal. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 18(1).
- Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). Strategi Pemberdayaan Umkm Dalam Program Corporate Social Responsibility Pt. Angkasa Pura II. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 5(3), 191-198.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Republik Indonesia. (2007). UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan BPK.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
- Republik Indonesia. (2012). *PP No. 47 Tahun 2012 tentang TJSL Perseroan Terbatas*. Peraturan BPK.
- Sadono Sukirno. (2006). *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar kebijakan*. Jakarta: Kencana, 14-15.
- Sahid, A. (2021). Revitalisasi Taman Kota dan Dampaknya terhadap Aktivitas Ekonomi Lokal. *Jurnal Perkotaan & Kompleksitas*, 3(2), 78–89.
- Silberberg, S., Lorah, K., Disbrow, R. & Muessig, A. (2013). *Places in the Making: How placemaking builds places and communities*. MIT Department of Urban Studies and Planning.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandiora, Z. (2019). *Perencanaan Ruang Terbuka Hijau di Perkotaan: Konsep, Implementasi, dan Tantangan*. Prosiding Seminar Nasional Arsitektur dan Perkotaan.
- Tandiora, Z. (2019). *Perencanaan Ruang Terbuka Hijau di Perkotaan: Konsep, Implementasi, dan Tantangan*. Seminar Nasional Arsitektur dan Perkotaan.
- Tulus Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- WBCSD (2002). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications* (6th ed.). SAGE.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory*. In Handbook of Community Psychology. Springer.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory: Psychological, Organizational, and Community Levels of Analysis*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), Handbook of Community Psychology. Springer.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis*. In Handbook of Community Psychology. Springer.