

**PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (CBT)
MENGUNAKAN KONTRIBUSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DI
PEKANBARU PROVINSI RIAU**

Made Devi Wedayanti⁽¹⁾, Heni Susanti⁽²⁾

*Department of Public Administration, Faculty of Social and Political Sciences⁽¹⁾, Department of Legal Studies⁽²⁾,
Faculty of Law, Riau Islamic University, Jl. Kaharuddin Nasution 113, Pekanbaru 28284, Riau, Indonesia*

Email: madedewiwedayanti@soc.uir.ac.id⁽¹⁾, heni@law.uir.ac.id⁽²⁾

ABSTRAK

Provinsi Riau memiliki 12 Kabupaten Kota dan dari 12 Kabupaten Kota di Provinsi Riau memiliki 58 Potensi dan 45 Arah Pengembangan. Tahun 2017 Provinsi Riau menjadi pemenang juara umum Anugerah Pesona Indonesia (API) sebagai ajang pariwisata bergengsi di tingkat Nasional dengan memenangkan 7 kategori. Hal ini menjadi isu menarik untuk meneliti tentang bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata berbasis Masyarakat di Pekanbaru Provinsi Riau dengan model yang baru. Selanjutnya berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Riau memiliki Perusahaan Industri Besar dan Sedang berjumlah 219 Industri pada Tahun 2014 dan memiliki Perusahaan Industri Mikro dan Kecil berjumlah 17.435 Industri pada tahun 2015 serta mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan informasi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau, fenomena yang peneliti dapatkan dari 219 industri besar dan sedang hanya 2 perusahaan yang menerapkan CSR di bidang pariwisata di Pekanbaru yaitu BRI dan Telkomsel, selain itu fenomena lainnya berdasarkan informasi dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau dari 5 aktor pengembangan pariwisata aktor masyarakat menjadi aktor yang paling lemah dalam pengembangan pariwisata di Provinsi Riau. Hal inilah yang dianggap penulis penelitian ini penting untuk diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan model Pengembangan pariwisata berbasis *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kota Pekanbaru. Metode penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya Pemerintah Kota Pekanbaru di Provinsi Riau dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat (*CBT*) menggunakan kontribusi *Corporate Social Responsibility* (SCR). Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat menggunakan dana *Corporate Social Responsibility* sangat efektif dan efisien di gunakan untuk mendukung kemajuan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Provinsi Riau.

Kata Kunci : Pengembangan, Pariwisata, CBT, CSR.

ABSTRACT

Riau Province has 12 City Regencies and from 12 City Regencies in Riau Province have 58 Potentials and 45 Development Directions. In 2017 Riau Province won the overall prize of the Indonesian Charm Anugerah (API) as a prestigious tourism event at the National level by winning 7 categories. This is an interesting issue to discuss about how the Community-based Tourism Development Strategy in Pekanbaru, Riau Province, with a new model. Furthermore, based on information from the Central Statistics Agency of Riau Province, Riau has a large and medium industrial company which got 219 industries in 2014 and has a micro and small industrial company with 17,435 industries in 2015 and increased from the previous year. Based on information from the Riau Provincial Tourism Office, the phenomenon obtained by researchers from 219 large and medium industries was only 2 companies that implemented CSR in BRI and Telkomsel, and other phenomena related to information from the Riau provincial tourism service from 5 tourism development campaigns. the community is the weakest actor in Riau province. This is what the authors of this research consider. The purpose of this study is to apply the Model of Corporate Social Responsibility Tourism Development (CSR) in Pekanbaru City. This research method is a qualitative descriptive study, a research that aims to describe and analyze the Pekanbaru government in Riau Province in developing community-based tourism (CBT) using the contribution of Corporate Social Responsibility (SCR). Outputs published as publications published in national journals that are not reputed are published in The conclusion in this study is that Community Based Tourism Development uses Corporate Social Responsibility funds very effectively and efficiently in use to support tourism development in Riau Province.

Keyword : Development, Tourism, CBT, CSR.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Data menunjukkan bahwa Industri pariwisata dunia berkembang pesat, ditandai dengan peningkatan angka wisatawan yang berwisata di seluruh dunia. Data World Tourism Organization (UNWTO) menunjukkan bahwa Kedatangan turis internasional tumbuh luar biasa 7% pada tahun 2017 untuk mencapai total 1.322 juta, menurut UNWTO World Tourism Barometer. Momentum yang kuat ini diperkirakan akan berlanjut di 2018 pada tingkat 4% -5%.

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki 17.508 pulau dengan panjang garis pantai 81.000 km, memiliki potensi sumberdaya pesisir dan lautan yang sangat besar. Pariwisata merupakan salah satu urusan pemerintahan konkuren sebagai urusan pilihan pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah. Data menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia tahun 2017 adalah 14.039.799 peningkatan dari tahun sebelumnya sampai 21,88%.

Provinsi Riau memiliki 12 Kabupaten Kota yang memiliki 58 Potensi dan 45 Arah pembangunan. 8 di antaranya adalah arah pembangunan di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa Pekanbaru memiliki potensi Sumber Daya Pariwisata yang bisa di kelola dan dikembangkan sehingga bisa menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan untuk menarik kalangan wisatawan sehingga bisa berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Riau. Selanjutnya informasi pra-survei yang didapatkan penulis dari Bidang Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Riau, pada tahun 2017 Provinsi Riau menjadi pemenang juara umum Anugerah Pesona Indonesia (API) sebagai ajang pariwisata bergengsi di tingkat Nasional dengan memenangkan 7 kategori. Pekanbaru mendapatkan 2 peringkat pertama dengan kategori Minuman Tradisional Terpopuler yaitu Laksamana Mengamuk dan Objek Wisata Belanja Terpopuler yaitu Pasar Bawah. Hal ini menjadi isu menarik untuk meneliti tentang bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata berbasis Masyarakat di Kota Pekanbaru Provinsi Riau dengan model yang baru .

Data Wisatawan Mancanegara, Nusantara dan Lama Tinggal Mengalami Peningkatan bahkan hampir dua kali lipat lebih banyak melebihi target yang sudah di tetapkan oleh pemerintah Provinsi Riau, tahun 2017 Wisatawan Mancanegara yang berkunjung Ke Provinsi Riau berjumlah 102.645 Orang, sedangkan target berjumlah 57.516 Orang, selanjutnya dari tahun 2016 ke tahun 2017 juga

mengalami peningkatan dari berjumlah 66.130 orang di tahun 2016 meningkat menjadi 102.645 orang pada tahun 2017. Dan Datangnya Wisatawan Mancanegara, Nusantara ini masuk dari Kota Pekanbaru. Hal ini menjadi isu bahwa Pekanbaru memiliki peluang untuk memiliki Destinasi Pariwisata Unggulan pariwisata yang bisa lebih di kembangkan lagi. Selanjutnya berdasarkan data lain yang penulis dapatkan dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau mengenai pertumbuhan internasional Passenger Boarded 2016- 2017 Pintu Bandara Pekanbaru Riau merupakan salah satu penyumbang terbanyak pertumbuhan masukkan wisatawan Mancanegara di Indonesia. Provinsi Riau memiliki Perusahaan Industri Besar dan Sedang berjumlah 219 Industri pada Tahun 2014 Penggolongan perusahaan industri pengolahan yang di olah Badan Pusat Statistik Provinsi Riau dan memiliki Perusahaan Industri Mikro dan Kecil berjumlah 17.435 Industri pada tahun 2015 dan mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya.

STUDI KEPUSTAKAAN

Pemberdayaan masyarakat muncul karena adanya suatu kondisi sosial ekonomi masyarakat yang rendah mengakibatkan mereka tidak mampu dan tidak tahu. Menurut HAW Widjaja (2003, h.169) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama, dan budaya. Ada dua tujuan utama dari pemberdayaan masyarakat menurut Sastrayuda (2010, h.4) adalah (1), menciptakan suasana, kondisi atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang dapat berperan aktif dalam pembangunan keberdayaan dan kepariwisataan secara berkelanjutan (2), untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri yang meliputi kemandirian berfikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan.

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, yaitu: Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber

daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang – Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari kedua pasal diatas dapat kita lihat bagaimana pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan oleh perusahaan atau penanam modal. Dilanjutkan dengan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2012 Tentang tanggung jawab sosial perusahaan di provinsi Riau dan *Guidance on Social Responsibility ISO 26000* sebagai petunjuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Standar Internasional untuk mendukung perusahaan tersebut agar tetap eksis.

Salah Satu kota yang menerapkan pengembangan Pariwisata berbasis CSR adalah Kota Surabaya , menurut penelitian Indrianto (2015: 179) Keterlibatan 5 perusahaan secara langsung dalam pembangunan pariwisata Surabaya, yaitu Telkom dan Pertamina dalam merevitalisasi Taman Kota (Taman Bungkul dan Taman Bundaran Dolog), Radio Suara Surabaya (*Free Magazine "Surabaya City Guide"*), Air Minum Dalam Kemasan "*Cheers*" dan Taksi Blue Bird dengan sukarela menempelkan logo "*Sparkling Surabaya*" pada kemasan produk minuman dan kaca belakang armada taksi yang beroperasi di wilayah Surabaya dan sekitarnya, memberikan inspirasi adanya CSR sektor pariwisata yang tidak hanya berwujud bantuan materi, tetapi juga dukungan perusahaan untuk mensosialisasikan dan mempopulerkan pariwisata Surabaya kepada masyarakat luas.

Kota Pekanbaru dalam hal ini juga sudah mulai menerapkan pengembangan pariwisata berbasis CSR yaitu Telkomsel memberikan ruang berekspresi bagi anak-anak muda Riau dan Kota Pekanbaru khususnya sebagai tempat wisata anak muda, dengan membuat loop arena di purna MTQ seperti untuk *free style BMX, skate boarding, doodle art, fun games dan dance, termasuk wall climbing*. Selain itu BRI juga memberikan lebih kurang Rp. 300 juta untuk

pengembangan pariwisata Rumah Singgah Siak tuan Kadi Kota Pekanbaru sebagai tempat pariwisata bersejarah di Pekanbaru.

Elkington (dalam Suharto, 2009: 107) mengemukakan tiga prinsip dasar CSR yang disebut konsep 3P atau *triple bottom line*, yaitu:

1. Profit

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus berkembang.

2. People

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

3. Planet

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekotourism*), dan lain-lain.

Dari konsep di atas maka jelas Pengembangan Pariwisata merupakan prinsip dari Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Namun dalam prakteknya di Kota Pekanbaru, perusahaan hanya mengeluarkan dana CSR di bidang pendidikan, kesehatan dan sarana prasarana. Berangkat dari konsep inilah penulis tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul Pengembangan Pariwisata Berbasis *Corporate Social Responsibility*. di Kota Pekanbaru

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya pemerintah Pekanbaru di Provinsi Riau dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat (*CBT*) menggunakan kontribusi *Corporate Social Responsibility (SCR)*, mengidentifikasi jenis pariwisata yang potensial untuk dikembangkan menjadi pariwisata berbasis masyarakat (*CBT*), mendapatkan informasi hambatan yang menyebabkan pariwisata berbasis masyarakat di Pekanbaru tidak dapat berkembang optimal, dan merumuskan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menggunakan kontribusi *Corporate Social Responsibility (SCR)*, Melalui penelitian deskriptif kualitatif peneliti leluasa untuk memperoleh data dan

fakta hingga mencapai titik jenuh, sehingga data yang diperoleh mampu menjawab pertanyaan permasalahan penelitian ini. Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) yang dikembangkan oleh Borg and Gall.

Proses menganalisis hasil wawancara dan observasi yang sudah dilakukan di 5 destinasi yang telah ditetapkan oleh dinas pariwisata provinsi Riau sebagai arahan pembangunan pariwisata di Kota Pekanbaru. Yang menjadi Informan pada penelitian ini adalah 1) Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2) Ketua Kelompok Taman Bunga Impian Okura 3). General Manager PT PJB PLTU Tenayan dan 4). Humas PT Sinarmas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari dinas pariwisata Provinsi Riau, arahan pembangunan untuk destinasi pariwisata tersebut adalah Pusat perbelanjaan, Masjid, Danau, Recreation park, Istana Bandar Serai. Setelah melakukan penelitian di lapangan maka penulis mendapatkan hasil bahwa ternyata tidak hanya BRI dan Telkomsel saja namun Sinarmas dan PJB PLTU Tenayan juga berkontribusi dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Okura Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. Penulis mengambil tempat Taman Bunga Impian Okura sebagai Objek penelitian karena berdasarkan survey ke 5 destinasi arahan pembangunan yang didapatkan dari Dinas Pariwisata Pekanbaru dan 2 destinasi yang telah adanya kontribusi CSR di dalam pengembangan pariwisata hanya Desa Okura lah yang dalam pengelolaan destinasi menggunakan berbasis masyarakat karena dibuat oleh kelompok pemuda yang suka rela dalam melakukan pengembangan destinasi ini.

Desa ini membentuk destinasi pariwisata berbasis masyarakat yang diberi nama Taman Bunga Impian Okura, Berdasarkan hasil wawancara Muslim salah satu ketua kelompok pemuda di Desa Okura. Pertama kali wisata ini dibuat oleh muslim dan 25 pemuda yang menyulap 2 hektar lahan kosong menjadi taman bunga di pinggir sungai Siak. Gagasan ini dimulai sejak April 2017 lalu, Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat ini tak perlu modal besar, hanya tekad memajukan desa dan kerja sama tim yang menjadi bekal utamanya. Upaya itu pun tak sia-sia, kini taman itu menjadi salah satu destinasi wisata akhir pekan bagi warga Kota Pekanbaru.

Kelompok Pemuda ini membersihkan lahannya secara sama-sama. Bibit bunganya pun diminta

dengan warga di Desa Okura secara gratis. Setelah menanam bunga, memang butuh perhatian ekstra. Bunga dirawat rutin tiap harinya, mulai dari penyiraman yang airnya dari Sungai Siak, serta mengambil pupuk dari peternakan milik warga. Untuk pupuk yang digunakan kelompok pemuda ini terkadang membeli namun ada juga warga yang memberi gratis. Supaya elok dipandang mata, kelompok pemuda di Desa Okura dan rekannya membuat pola beragam. Ada yang berbentuk lambang cinta atau *love*, kupu-kupu, dan bentuk lainnya. Dibentuk lambang itu supaya menarik dijadikan tempat *selfie*. Hingga kini sudah ada 2.500 orang yang datang. Aneka Bunga yang ditanam disana adalah bunga matahari, bunga jengger ayam, bunga kancing baju dan masih banyak lagi. Selain itu muslim juga mengatakan bahwa untuk tiket masuk disana juga tidak terlalu mahal untuk motor hanya Rp. 5000 dan mobil hanya Rp. 10.000 dengan waktu operasional dari jam 07.00 sampai 18.00 Wib. Selain dengan beragamnya Bunga taman ini juga memiliki keunikan karena lokasi yang terletak persis di tepi Sungai Siak yang menjadi Sungai terdalam di Indonesia.

Melihat potensi yang sangat bagus ini maka Perusahaan Sinarmas dan PJB PLTU menggunakan dana CSR nya juga untuk berkontribusi dalam pengembangan destinasi pariwisata berbasis masyarakat ini. Kegiatan ini real hanya sukarela dari pemuda yang memiliki pola pikir maju tanpa harus digaji.

Dan berdasarkan wawancara bersama General Manager PT PJB PLTU Tenayan, Agus Prastyo Utomo mengatakan bahwa mereka sudah memberikan kontribusi pengembangan pariwisata melalui dana CSR pada bulan juli 2019. Pada intinya mereka sangat *mensupport* apa yang kelompok pemuda ini kerjakan karena PLTU memiliki posisi yang pas berseberangan dengan taman Bunga Impian. Dengan bersantai sore hari melihat keindahan bunga bunga di pinggir sungai Siak yang terkenal sebagai sungai terdalam di Indonesia masyarakat juga bisa melihat pemandangan PLTU Tenayan yang megah.

Dulu sebelum adanya bantuan kontribusi dana dari perusahaan Taman Bunga Okura ini memiliki banyak masalah seperti tidak adanya WC, tempat pembuangan sampah, tempat berjualan dan lain-lain. Namun berdasarkan wawancara bersama PT Sinarmas, PT tersebut telah membantu ayunan, tempat sampah, ban besar untuk pot dan bahkan WC pun sekarang sudah ada di destinasi ini.

Muslim selaku ketua kelompok pemuda ini berharap kedepannya makin banyak perusahaan yang dapat berkontribusi memberikan dana CSR nya

kepada destinasi pariwisata Taman Bunga Okura ini. Hal ini di dukung dengan jawaban dari wawancara penulis bersama ibuk Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang menyatakan bahwa pemerintah dalam hal ini sangat mendukung destinasi pariwisata Taman Bungan Impian ini namun sejauh ini kami masih membawa tempat ini untuk menjadi pembahasan di penggunaan anggaran dalam pengembangan pariwisata di Provinsi Riau.

KESIMPULAN

Provinsi Riau memiliki 12 Kabupaten Kota dan dari 12 Kabupaten Kota di Provinsi Riau memiliki 58 Potensi dan 45 Arahana Pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Riau yang memiliki berbagai macam potensi Sumber Daya Pariwisata yang bisa di kelola dan dikembangkan sehingga bisa menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan di Provinsi Riau untuk menarik kalangan wisatawan sehingga bisa berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Riau. Selanjutnya berdasarkan informasi pra survei yang didapatkan penulis dari Bidang Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Riau , pada tahun 2017 Provinsi Riau menjadi pemenang juara umum Anugerah Pesona Indonesia (API) sebagai ajang pariwisata bergengsi di tingkat Nasional dengan memenangkan 7 kategori Yaitu Indragiri Hilir peringkat pertama dengan Bolu Berendang nya di Makanan Kategori Populer, Rokan Hilir mendapat peringkat pertama dengan Bakar Tongkanya pada Kategori Atraksi Budaya Terpopuler, Kuantan Singingi peringkat pertama dengan Festival Pacu Jalur pada Kategori Festival Wisata Terpopuler, Pelalawan mendapatkan Peringkat Pertama dengan Bono nya pada kategori tempat berselancar terpopuler selanjutnya kabupaten Siak mendapat peringkat kedua dengan Istana Siak pada kategori Situs Bersejarah Terpopuler dan Pekanbaru mendapatkan 2 peringkat pertama dengan kategori Minuman Tradisional Terpopuler yaitu Laksamana Mengamuk dan Objek Wisata Belanja Terpopuler yaitu Pasar Bawah.

Selanjutnya berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Riau memiliki Perusahaan Industri Besar dan Sedang berjumlah 219 Industri pada Tahun 2014 dan memiliki Perusahaan Industri Mikro dan Kecil berjumlah 17.435 Industri pada tahun 2015 serta mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya.

Pengelolaan Sumberdaya Pariwisata Masyarakat Kota Pekanbaru menyadari bahwa potensi yang di miliki oleh Kota Pekanbaru merupakan kekayaan utama dalam mengembangkan potensi pariwisata di Kota Pekanbaru. Potensi Pusat perbelanjaan, Masjid, Danau, *Recreation Park*, Istana Bandar Serai harus

dijaga dan di rawat karena sebagian besar dari masyarakat Kota Pekanbaru hidup dari pengelolaan destinasi tersebut. Selain itu masyarakat juga mengerti bahwa aktivitas pariwisata di kota pekanbaru mampu meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya dengan berdatangnya masyarakat dari kabupaten kota untuk berlibur di ibu kota Provinsi Riau tersebut. Untuk itulah dilaksanakan beberapa upaya yang dilaksanakan masyarakat yang peduli untuk menjaga dan melindungi destinasi tersebut. Berdasarkan hasil penelitian upaya tersebut antara lain perbaikan sarana prasarana oleh pemerintah, promosi secara konvensional dan modern dengan menggunakan elektronik dan jaringan internet, serta bantuan kerjasama dari selebgram yang ada di Kota Pekanbaru untuk memperkenalkan destinasi wisata yang ada di Kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru memiliki produk wisata yang sedang di kembangkan seperti, masjid sebagai wisata religi, wisata kuliner yang sudah menjadi juara tingkat nasional yaitu laksamana mengamuk, *city walk park* Labuay, wisata budaya Bandar Serai, Agrowisata dan pengembangan *theme park* di sekitar danau bandar Khayangan. Dan *city market park* Pasar Bawah dijadikan sebagai pasar wisata sebagai pendukung produk wisata yang ada di Kota Pekanbaru. Hal ini di dukung dengan menangnya Pasar bawah sebagai objek wisata belanja terpopuler di tingkat nasional. Hal ini sejalan dengan konsep Pengelolaan pemasaran Pariwisata *Inskeep* (1991) mengemukakan bahwa pendekatan perencanaan pemasaran merefleksikan hubungan antara produk pariwisata dan pasar wisata. Selanjutnya dikemukakan bahwa strategi pemasaran pariwisata meliputi tiga elemen yaitu 1) diversifikasi pasar; 2) peningkatan mutu; dan 3) perpanjangan musim (kedatangan wisatawan). Selain itu peneliti menemukan fakta bahwa di Kota Pekanbaru juga sudah menjalin kerjasama dengan dua perusahaan besar yaitu BRI dan Telkomsel untuk membantu dalam pemberian dana dan pengelolaan pengembangan pariwisata di Kota Pekanbaru. Namun perusahaan besar lainnya selama ini masih memfokuskan pengeluaran dana *CSR* nya di bidang pendidikan, kesehatan, infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat.

Selain itu Penerapan *Community Based Tourism* di Kota Pekanbaru dapat dilihat dari partisipasi pada saat perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan pengelolaan pariwisata merupakan aktivitas yang dilaksanakan masyarakat Kota Pekanbaru untuk melaksanakan pembuatan daftar pekerjaan apa saja yang akan dilaksanakan oleh masing-masing anggota pada saat ada kegiatan pariwisata. Selain itu perencanaan pengelolaan

pariwisata juga dapat dimaknai sebagai aktivitas *sharing* ide atau konsep untuk kemudian mendapat masukan dan mendapatkan dukungan untuk dilaksanakan dalam kegiatan pariwisata. Dan selanjutnya pemerintah akan bekerjasama dengan perusahaan untuk mendapatkan bantuan dana pengembangan pariwisata tersebut dari dana tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Suharto, Edi (2009). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Alfabeta.

UNWTO, WTO (1999) *Global Code of Ethics for Tourism*,
<http://www.unep.org/bpsp/Tourism/WTO%20Code%20of%20Conduct.pdf>

UNWTO, WTO (2004). *ST-EP Programme Sustainable Tourism Eliminating Poverty*, Madrid: UNWTO, OMT and IOHBTO,
http://www.unwto.org/step/pub/en/pdf/step_prog.pdf

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal,

Jurnal

Indrianto Agoes, dkk. 2015. Model CSR Pariwisata di Surabaya. *Jurnal Humaniora* Vol. 12 No 2 ISSN 1693-8925. Surabaya.

Sugi Rahayu, dkk. 2015. Pengembangan CBT sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kabupaten Kulon Progo DIY,