

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia lekat dengan suatu proses pemilihan seorang pemimpin. Momen pemilu kerap disebut sebagai pesta demokrasi rakyat. Sebab, lewat pemilu, rakyat diberikan hak penuh untuk memilih calon pemimpin dari tingkat daerah hingga pusat. Menurut Budiarjo (2008), “Demokrasi berkaitan dengan Pemilihan Umum. Pemilihan Umum dijadikan alat dan memiliki tujuan demokrasi ketika segala kebijakan umum ditentukan atas dasar mayoritas oleh wakil-wakil yang dipilih langsung oleh rakyat melalui teknis pemilihan”.

Pandangan Baderan (2014), mengenai Gelombang Ketiga Demokratisasi yang mengatakan bahwa Pemilihan Umum sebagai langkah awal demokrasi merupakan pandangan yang paling banyak dirujuk dalam mengkaji korelasi antara demokrasi dan Pemilihan Umum. Pemilihan Umum merupakan mekanisme yang memungkinkan terjadinya rotasi kekuasaan berbasis pilihan publik yang artinya secara terbuka, pelembagaan, perebutan kekuasaan secara damai, dan akhirnya memungkinkan rakyat melakukan kontrol terhadap kebijakan publik. Lebih jauh bahwa Pemilihan Umum yang dimaksudkan bukan hanya formal prosedural, tetapi sebagai instrumen yang menanamkan prinsip-prinsip kebebasan dalam berkontestasi dan berpartisipasi untuk memilih dan dipilih.

Keterlibatan warga negara dalam Pemilihan Umum merupakan hak bagi seluruh masyarakat. Menurut Subakti (1992); Fatwa (2014) partisipasi politik adalah keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan menyangkut atau mempengaruhi hidupnya, sesuai dengan istilah partisipasi politik berarti keikutsertaan warga negara biasa yang tidak mempunyai kewenangan dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik.

Marketing politik dalam kontestasi politik dalam hal ini pemilihan anggota legislatif adalah suatu keniscayaan dalam proses demokratisasi yang memperbolehkan setiap calon anggota untuk merebut hati pemilih dalam suatu sistem yang demokratis, Firmanzah (2012); Handika dan Amzi (2020). Marketing

politik sangat berperan penting dalam sebuah proses Pemilu legislatif untuk mengantarkan calon yang berkontestasi menduduki kursi.

Dalam sistem demokrasi, partai politik dan elektabilitasnya menjadi hal yang sangat penting. Hal ini dikarenakan partai politik menjadi jembatan bagi para politisi untuk menduduki jabatan publik seperti pemilihan presiden, pemilihan kepala daerah, dan pemilihan legislatif. Karena hampir semua jabatan publik harus melalui partai politik, sehingga partai politik menjadi lembaga yang dikenal paling strategis. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan elektabilitas sebagai tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas sering dikaitkan dengan pimpinan. Tetapi, elektabilitas sebenarnya dapat diterapkan juga pada barang, jasa, bahkan organisasi.

Partai politik yang begitu banyak akan berkompetisi untuk mendapatkan jabatan publik dan memenangkan masing-masing calon yang diusung partai politik tersebut. Persaingan yang sehat merupakan fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam iklim demokrasi. Persaingan politik dapat terjadi dalam banyak tingkatan. Pertama, persaingan politik yang terjadi untuk memperebutkan fungsi dan kedudukan dalam tubuh partai. Persaingan jenis ini terjadi dalam koridor ideologis, struktur dan mekanisme partai politik bersangkutan. Kedua, persaingan untuk mendapatkan simpatisan dan dukungan publik. Persaingan jenis ini seringkali dikonotasikan sebagai persaingan selama periode kampanye Pemilu (Firmanzah, 2012).

Untuk dapat memperoleh kekuasaan, partai politik atau seorang kandidat harus memenangkan pemilu dengan perolehan suara terbanyak di antara kontestan-kontestan lainnya. Tuntutan masyarakat akan kinerja partai politik menjadi semakin tinggi seiring dengan meningkatnya pilihan yang ada. Masing-masing kontestan harus mampu menunjukkan bahwa merekalah yang paling mampu untuk memecahkan permasalahan bangsa dan negara. Semakin tinggi antusias partai politik untuk bermunculan membuat persaingan kandidat juga semakin tinggi.

Dengan banyaknya partai politik baru, pragmatisme dalam dunia politik tidak dapat terhindarkan dan cukup mendominasi pilihan politik masyarakat. Pilihan dan dukungan masyarakat pada partai politik seharusnya dilandasi atas dasar kapasitas, kapabilitas dan akuntabilitas partai politik tersebut, Apakah partai yang didukung

tersebut memiliki kemampuan untuk menyerap aspirasi masyarakat dan menyalurkannya pada pemerintah dalam bentuk regulasi yang berpihak pada kepentingan rakyat (bermaslahat) atau sebaliknya partai tersebut hanya bicara soal kekuasaan semata untuk kepentingan pribadi atau golongan. Sejatinya Partai politik jika ditinjau dari fungsinya sebagai organisasi yang mewadahi wakil-wakil rakyat, seharusnya memiliki manfaat bagi kehidupan sosial politik masyarakat dan dapat menjadi tempat berlindung bagi rakyat terhadap regulasi yang tidak berpihak pada kepentingan rakyat.

Namun faktanya, saat ini banyak partai politik yang sudah menggeser fungsi keberadaannya sebagai jembatan penghubung antara masyarakat dengan pemerintah melalui wakilnya di parlemen. Politik transaksional atau pragmatisme politik sangat kental di masyarakat Indonesia, pemilu presiden, pemilu kadua (pilkada) dan pemilu legislatif semua diwarnai politik “wani piro” ada uang dipilih tidak ada uang jangan harap dapat suara. Kondisi ini menjadikan pemilihan umum (*election*) bukan lagi pesta rakyat yang jujur dan adil (*jurdil*) dalam rangka memilih dan menentukan pemimpin nasional, pemimpin wilayah dan wakil rakyat di parlemen, pemilu (*election*) sudah menjadi ajang bagi-bagi duit (transaksional) dari calon kepada pemilih. Kondisi ini tentu saja sangat memprihatinkan dan merugikan masyarakat khususnya dan negara umumnya. Karena pemilu yang seharusnya bermanfaat bagi kepentingan hidup dan masa depan masyarakat dengan menghasilkan pemimpin yang berkualitas dan mampu membawa bangsa dan negara menjadi lebih sejahtera malah hanya menghasilkan pemimpin oligarki yang hanya mementingkan keluarga, kelompok dan diri sendiri saja.

Pada pemilu tahun 2014, Partai Nasional Demokrat (Partai Nasdem) adalah kali pertama mengikuti pesta demokrasi rakyat. Partai yang lahir pada 25 April 2011 ini, mampu besaing dengan partai-partai lain. Pada PEMILU 2014 KPU RI telah memutuskan ada 12 partai politik yang berhak mengikuti pemilihan umum, sementara pada PEMILU 2019, KPU RI telah memutuskan ada 16 partai politik yang berhak mengikuti pemilihan umum. Hasil ambang batas dan perolehan kursi partai Nasional Demokrat pada periode 2 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Hasil Ambang Batas Partai Nasdem Periode 2014-2019
Sumber: databoks.katadata.co.id

Tabel 1.1. Perolehan Kursi Partai Nasdem Periode 2014-2019

No.	Partai	Jumlah Suara	Persentase Suara	Jumlah Kursi	Persentase Kursi
1.	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	23.681.471	18.95	109	19.5
2.	Partai Golongan Karya	18.432.312	14.75	91	16.2
3.	Partai Gerakan Indonesia Raya	14.760.371	11.81	73	13.0
4.	Partai Demokrat	12.728.913	10.19	61	10.9
5.	Partai Kebangkitan Bangsa	11.298.957	9.04	47	8.4
6.	Partai Amant Nasional	9.481.621	7.59	49	8.7
7.	Partai Keadilan Sejahtera	8.480.204	6.79	40	7.1
8.	Partai Nasdem	8.402.812	6.72	35	6.3
9.	Partai Persatuan Pembangunan	8.157.488	6.53	39	7.0
10.	Partai Hati Nurani Rakyat	6.579.498	5.26	16	2.9
11.	Partai Bulan Bintang	1.825.750	1.46	0	0
12.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	1.143.094	0.91	0	0

Sumber: databoks.katadata.co.id

Bagan di atas menunjukkan hasil pemilu periode 2014-2019 memperoleh suara sebesar 6,72% dengan perolehan suara sah sebesar 8.402.812. Partai Nasional Demokrat diperiode tersebut baru didirikan, mendapat peringkat 8 mengalahkan dan berhasil mendapatkan 35 kursi DPR. Sementara pada periode 2019-2024 partai Nasional Demokrat memperoleh prosentase suara sah sebesar 9,05% dengan perolehan suara sah sebesar 12.661.792. Dari perolehan suara tersebut partai Nasional Demokrat memperoleh 59 kursi DPR. Dari hasil 2 (dua) periode tersebut Partai Nasional Demokrat mengalami peningkatan perolehan suara setelah mengalahkan partai yang telah lama berdiri sebelumnya (HANURA, PPP, PKS, Demokrat dan PKB).

Bisa disimpulkan bahwa Partai Nasional Demokrat sebagai partai muda yang mengalami perkembangan yang sangat baik, yang dimulai dari pemilu 2014 dan berhasil dengan gemilang di pemilu 2019. Peningkatan elektabilitas ini tidak terlepas dari kerja keras dan investasi jangka panjang baik yang dilakukan kader maupun sang ketua umum Surya Paloh.

Menurut pakar Politik Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, Adi Prayitno menilai pemilu 2019 secara tidak langsung dimiliki partai Nasional Demokrat. Ketika partai-partai lain gagal mendongkrak perolehan suara di pemilu 2019, perolehan suara partai Nasional Demokrat justru melonjak. Berbekal pengalaman tersebut, Partai Nasional Demokrat berupaya menjaga konsistensi partainya dengan melakukan ‘aksi’ berdasarkan lima isu dalam ‘misi’ yang tertuang dalam AD/ART Partai, seperti tertera dalam lembar kerja berikut:

Gambar 1.2. Lembar Kerja Partai Nasdem

Misi	Masalah	Aksi		
		DPP	DPW/DPD	DPC/DPRt
Sistem politik yang demokratis dan berkeadilan	<ul style="list-style-type: none"> - Oligarki - Politik Uang - KKN - <i>Distrust</i> Publik terhadap Partai 	Mendesain, mengawasi, mengatur pendanaan, dan mengkampanyekan Gerakan Akar Rumput. Bekerja sama dengan <ul style="list-style-type: none"> - Pengusaha pro demokrasi - Kampus - TV - NGO - Youtuber 	Memfasilitasi Gerakan Akar Rumput <ul style="list-style-type: none"> - Menyelenggarakan Sekolah Kader Calon Legislatif - Membuat mimbar kampanye anti-politik uang - Membuat sikap dan pandangan partai terkait hasil evaluasi kerja eksekutif dan legislatif. 	Gerakan Akar Rumput <ul style="list-style-type: none"> - Mengusung kader potensial dan idealis sebagai DPR. - Menolak politik uang. - Mengontrol kerja eksekutif dan legislatif.

Sumber: nasdem.id

Dengan adanya visi misi tersebut, maka muncul lah tag yang di gaungkan oleh partai Nasional Demokrat ini yaitu “Politik tanpa Mahar”. Jargon tersebut memberikan pengertian bahwa partai nasional demokrat mempunyai kemampuan finansial partai untuk pembangunan struktur. Dalam hal sumber daya manusia pun untuk pemimpin dan pengurus partai mempunyai *attitude* berperilaku terpuji, konsisten terhadap perjuangan rakyat serta loyalitas terhadap bangsa dan negara. Selain mempunyai *attitude* seluruh anggota baik pemimpin maupun pengurus serta

anggota legislatif wajib memiliki kompetensi, kapabilitas, akuntabilitas serta mempunyai inovasi dalam setiap aspek manapun.

James Kerr Pollock (1932) dan Jamaa (2016) menyebutkan bahwa Marketing Politik, “Hubungan antara uang dan politik telah menjadi salah satu masalah besar dalam pemerintahan demokratik. Kehidupan politik yang baik tidak mungkin terwujud sepanjang penggunaan uang tidak dikendalikan.” Uang memberikan akses pada *basic tools* dari demokrasi modern: belanja iklan, mengoperasikan partai politik, memilih para kandidat, memobilisasi pemilih dan *polling*. Atas dasar alasan ini pembiayaan politik mempengaruhi hampir seluruh aspek dari demokrasi, baik pada negara dengan demokrasi yang masih berkembang maupun yang sudah terkonsolidasi.

Dalam situasi dimana uang menjadi darah bagi kehidupan partai politik, Partai Nasional Demokrat, dengan jargon “Politik Tanpa Mahar”. Artinya seseorang yang dicalonkan sebagai kepala daerah atau anggota legislatif tidak perlu mengeluarkan biaya apapun kepada partai dalam proses pencalonannya.

Pemilihan jargon tersebut, tidak lepas dari banyak pertimbangan untuk dapat mendiferensiasi Partai Nasdem dari partai politik lain. Di tengah persepsi masyarakat bahwa partai politik adalah entitas yang tidak dapat dipisahkan dari uang, yang terlihat dari banyaknya kader partai politik yang terlibat masalah korupsi, Partai Nasional Demokrat berusaha mencuri perhatian publik. Jargon yang ditawarkan Partai Nasional Demokrat secara implisit menyampaikan bahwa uang adalah prioritas ke sekian. Kompetensi dan kapasitas kandidat adalah lebih penting. Selain itu Partai Nasional Demokrat berupaya menunjukkan perbedaannya dengan partai-partai lain yang masih belum selesai dengan persoalan keuangan untuk mendanai operasional maupun kampanye partai. Jargon ini mampu menarik perhatian publik. Dengan berpolitik tanpa mahar, maka akan menurunkan biaya berpolitik, sehingga memperkecil kemungkinan korupsi.

Berdasarkan data hasil pemungutan suara tahun 2019, menunjukkan bahwa partai Nasional Demokrat berupaya dengan berbagai macam strategi perpolitikan. Namun strategi yang sering digunakan pada era reformasi yaitu *political marketing*, yang terdiri dari produk, promosi, harga dan penempatan atau yang lebih dikenal dengan 4P.

Menggunakan empat penerapan marketing dalam dunia politik dapat menjadikan marketing politik tidak hanya pada sebatas masalah iklan, tetapi lebih komprehensif. Marketing politik menyangkut sebuah institusi politik atau partai politik ketika memformulasikan produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmentasi untuk memenuhi kebutuhan lapisan masyarakat sampai ke perhitungan harga produk politik, (Firmanzah 2012).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peningkatan elektabilitas partai Nasdem melalui jargon “Politik Tanpa Mahar” menjadi sangat menarik untuk diteliti, mengingat target selanjutnya partai Nasional Demokrat mempunyai target ambang batas dan perolehan suara masuk peringkat 3 besar dari seluruh partai politik di Indonesia. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui peningkatan elektabilitas partai dengan pendekatan strategi *political marketing*, sehingga penulis memilih judul penelitian “**Pengaruh Marketing Politik dan Politik Tanpa Mahar Terhadap Peningkatan Elektabilitas Partai Nasdem di Indonesia**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah marketing politik berpengaruh terhadap elektabilitas Partai Nasdem?
2. Apakah politik tanpa mahar berpengaruh terhadap elektabilitas Partai Nasdem?
3. Apakah marketing politik dan politik tanpa mahar berpengaruh secara simultan terhadap elektabilitas Partai Nasdem?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada riset yang dilaksanakan harus memiliki sasaran yang ingin dicapai. Suatu studi dalam ilmu pengetahuan empiris dimaksudkan menemukan, mengembangkan serta dilakukan uji kebenaran terhadap ilmu pengetahuan itu sendiri. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh marketing politik terhadap elektabilitas Partai Nasdem.
2. Untuk mengetahui pengaruh politik tanpa mahar terhadap elektabilitas Partai Nasdem.
3. Untuk mengetahui pengaruh marketing politik dan politik tanpa mahar terhadap elektabilitas Partai Nasdem.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktisi

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan yang tidak hanya bagi penulis namun juga bagi bangsa dan negara pada umumnya, juga rakyat pada khususnya. Serta bisa mengubah paradigma berpikir masyarakat dalam memilih partai politik, pemimpin daerah, presiden dan wakil rakyat yang berkualitas dengan memilih calon tanpa menggunakan politik uang atau *money* politik, memilih calon berdasarkan Kapasitas, Kapabilitas dan *Accountability*. Dengan demikian rakyat akan memperoleh wakil rakyat yang bermanfaat dan bertanggungjawab terhadap aspirasi yang diamanahkan. Begitu pula rakyat akan memperoleh pemimpin daerah (bupati, walikota dan gubernur) yang mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mensejahterakan rakyat yang memilihnya, bukan hanya pemimpin yang bisa menghabiskan dana APBD saja. Memilih presiden pun harus berdasarkan 3 hal di atas, agar mampu mengemban amanah rakyat tanpa harus memikirkan pengembalian dana kampanye.

2. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi pengembangan serta referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap Marketing “Politik Tanpa Mahar” khususnya pada Jurusan Pasca Sarjana Manajemen Konsentrasi Pemasaran.

3. Manfaat Teknis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan ataupun informasi tambahan bagi Partai Nasdem serta pihak-pihak terkait, serta menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan partai, terkait marketing politik.

4. Manfaat Sosial

Penelitian diharapkan dapat memberikan pandangan umum pada partai politik khususnya dan masyarakat pada umumnya, bahwa marketing politik akan memberi dampak pada elektabilitas partai politik sebagai jembatan bagi para politisi untuk menduduki jabatan publik yang akan menyuarakan kepentingan rakyat.