

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan terkait *political marketing* kandidat dalam Pemilihan Kepala Desa Gentan tahun 2013 adalah sebagai berikut :

1. *Political marketing* telah dapat diterapkan oleh kandidat dengan baik karena telah mampu mengarahkan kandidat untuk meningkatkan produk politik yang dimiliki. Namun, *political marketing* yang dilakukan Pak Sudiman lebih progresif, sehingga mampu membawa Pak Sudiman dalam kemenangan. Terdapat perbedaan antara *political marketing* yang diterapkan oleh Pak Saino dan Pak Sudiman yaitu mengenai pendekatan yang diterapkan. Pak Saino menerapkan pendekatan Partai Berorientasi Produk (*Product Oriented Party- POP*). Pak Saino hanya memfokuskan produk yang dimiliki seperti *past record*, keperibadian yang baik dan prestasi selama menjabat sebagai kepala Desa Gentan tahun 2007-2013. Produk tersebut dipromosikan melalui strategi pemasaran *pass dan push political marketing*. *Pass political marketing* dilakukan dengan cara kunjungan langsung dan ikut perkumpulan informal. *Push political marketing* dilakukan melalui tokoh-tokoh masyarakat yang ada di dalam jajaran tim suksesnya.

Political marketing yang dilakukan oleh Pak Sudiman didasarkan pada pendekatan Partai Berorientasi Pasar (*Market Oriented Party –*

MOP). Dalam MOP terdapat riset pasar yang dilakukan oleh Pak Sudiman untuk mengetahui kebutuhan, keinginan dan persepsi pemilih terhadap dirinya. Riset pasar menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki persepsi negatif terhadap Pak Sudiman sehingga produk politik berupa *past record* dan *personal characteristic* yang dimiliki tidak mampu mempengaruhi pemilih. Oleh sebab itu maka Pak Sudiman melakukan perbaikan *image* dengan menggunakan strategi *refocussing* dan melakukan penyesuaian produk dengan menambahkan uang sebagai produk politik. Segmentasi dilakukan berdasarkan demografi dan strategi kampanye yang digunakan *push political marketing* dan *pass political marketing*. *Push political marketing* dilakukan dengan cara kunjungan langsung kepada pemilih dan menggelar acara-acara pertemuan. Sedangkan *pass political marketing* dilakukan melalui perantara tokoh-tokoh masyarakat yang tergabung di dalam jajaran tim sukses, kelompok PKK, kelompok Karang Taruna dan Partai Politik. *Political marketing* telah berhasil dilakukan oleh Pak Sudiman dan menjadikan Pak Sudiman sebagai Kepala Desa Gentan periode tahun 2013-2019.

Selain menerapkan strategi *political marketing* kedua kandidat juga menerapkan strategi lain sebagai usaha untuk memenangkan Pilkades yaitu adanya *pembotoh* atau pemodal, jaringan kekeluargaan dan rasa hutang budi, *black campaign*, dan *money politic*. Pemodal memberikan suntikan dana untuk pembiayaan selama masa kampanye dengan jumlah besar. Jaringan kekeluargaan dan rasa hutang budi menjadi dasar

seseorang memberikan dukungan. *Black campaign* hanya dilakukan oleh Pak Sudiman untuk menjatuhkan nama Pak Saino dengan menyebarkan isu yang tidak terbukti kebenarannya tentang kejelekan Pak Saino. Sedangkan *money politic* dilakukan oleh kedua kandidat namun dalam jumlah dan besaran yang berbeda.

2. Beberapa faktor yang menentukan kemenangan Pak Sudiman dalam Pilkada Desa Gentan tahun 2013 adalah :
 - a) Penerapan pendekatan pemasaran politik *market oriented party* (MOP) mampu mengarahkan Pak Sudiman untuk melihat bagaimana pasar pemilih seperti kebutuhan pemilih, keinginan pemilih dan permasalahan pemilih.
 - b) Dukungan finansial dari *pembotoh* atau pemodal yang sangat besar membuat Pak Sudiman melakukan tindakan *money politic*. *Money politic* sangat mempengaruhi pemilih dalam memberikan dukungan sehingga Pak Sudiman memiliki banyak dukungan.
 - c) Pak Sudiman banyak mendapatkan dukungan dari pemilih yang di dasarkan pada budaya tradisional seperti jaringan kekeluargaan dan rasa hutang budi.
 - d) *Political marketing* dengan melakukan komunikasi kepada pemilih telah dilakukan sejak lama sekitar enam bulan sebelum pemilih sehingga Pak Sudiman dan tim sukses mampu memblokir segala pergerakan dari kubu Pak Saino. Strategi kampanye yang diterapkan mampu menembus segala segmentasi pemilih.

B. Implikasi penelitian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *political marketing* mampu mendorong kandidat untuk menganalisis bagaimana kebutuhan, keinginan dan permasalahan yang ada di masyarakat sehingga kandidat mampu menciptakan produk politik yang sesuai dengan fenomena tersebut. *Political marketing* juga menyediakan berbagai strategi yang dapat digunakan kandidat untuk mendapatkan dukungan pemilih dan menuntut kandidat untuk selalu berkomunikasi secara intensif kepada pemilih. Hal ini mengandung implikasi bahwa dengan menerapkan *political marketing* maka Pilkades dapat berjalan dengan lancar dan meningkatkan daya saing yang sehat antar kandidat. Namun, dengan adanya berbagai praktek negatif seperti adanya pemodal akan berdampak pada seorang kepala desa yang selama menjabat akan berusaha untuk mengembalikan modal. *Political marketing* perlu dilakukan oleh setiap kandidat dalam Pilkades agar terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara kandidat dan pemilih.

C. Saran

1. Bagi Kandidat Pilkades Desa Gentan tahun 2013

- a) Seorang kepala desa yang berkeinginan untuk maju kembali pada periode kedua maka selama periode pertama sebaiknya selalu melakukan *political marketing* dengan melakukan komunikasi yang intensif kepada masyarakat sebagai pemilih.
- b) Setiap kandidat harus melakukan riset pasar untuk mengetahui bagaimana keinginan dan kebutuhan pemilih sebagai landasan dalam

merancang produk politik dan melakukan perubahan-perubahan yang lebih baik pada kekurangan yang dimiliki.

- c) Setiap kandidat harus mau dan mampu bersaing sehat dengan bermodalkan visi dan misi, program kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan mampu menjawab permasalahan yang ada. Persaingan tidak didasarkan pada seberapa banyak uang yang dimiliki untuk membeli suara pemilih.

2. Bagi Pemerintah

- a) Pemerintah harus melakukan pengawasan terhadap seluruh kandidat dan jajaran tim sukses agar praktek *money politic* tidak mendominasi dan menjadi faktor utama kemenangan kandidat. Perlu adanya ketegasan hukum untuk menindak kandidat atau tim sukses yang melakukan praktek *money politic*.
- b) Pemerintah harus memberikan pendidikan politik kepada kandidat, tim sukses dan pemilih.
- c) Pemerintah dapat menggandeng tokoh-tokoh masyarakat dan menonjolkan nilai-nilai tradisional dalam rangka memberikan pemahaman kepada pemilih agar berpikir rasional dalam memberikan dukungan kepada kandidat.
- d) Panitia sebagai penyelenggara Pilkadaes harus memberikan sarana dan prasarana agar pemilih mampu lebih bersikap rasional dalam memilih.

3. Bagi Masyarakat sebagai Pemilih

Masyarakat harus menjadi pemilih yang cerdas dengan melandaskan visi dan misi, program kerja dan kepribadian kandidat yang baik sebagai landasan dalam memberikan dukungan. Dukungan tidak di dasarkan pada siapa yang memberikan uang yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. "Surat Keputusan Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah Jawa Tengah Resor Klaten Nomor B/536m/2013/Sumba perihal penjelasan kedudukan anggota Polri dalam Pilkades di Kabupaten Klaten"
- _____. Surat Keputusan Komando Resor Militer 074/Warastratama Komando Distrik Militer 0723 Nomor B / 129 /II/ 2013 perihal penjelasan tentang kedudukan Anggota TNI dalam Pilkades.
- Antlöv, Hans. 2001. *Kepemimpinan Jawa : Pemerintahan Halus, Pemerintahan Otoriter*. Jakarta: Yayasan Obor
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke arah Varian Kontemporer*. Jakarta : Rajawali Press.
- Christ'l D.L, Philippe D.V dan Dieter, Vertessen. 2008. *Journal of Political Marketing*. "Political Management : How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Trains Can Win Elections". Vol 7 (3/4). Belgium : Haworth Press.
- Darsono Wisadirana. 2005. *Sosiologi Pedesaan*. Universitas Muhamadiyah Malang : UMM Press.
- Erna Setyowati. 2010. *Skripsi*. "Kinerja Badan Permusyawaratan Desa (Bpd) Di Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes (Studi Kasus Di Desa Paguyangan Dan Desa Ragatunjung)". Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Firmanzah. 2010. *Persaingan, Legitimasi, Kekuasaan, dan Marketing Politik : Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- _____. 2012. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Hanif Nurcholis. 2011 *Pertumbuhan dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama

Inco Hary Perdana. 2012. *Tesis.* " Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014. Studi Kasus Strategi Pemenangan Partai Nasdem". Jakarta : Universitas Indonesia.

Kaloh. 2007. *Mencari Bentuk Otonomi daerah*. Jakarta : PT Rinea Cipta

Sutardjo Kartohadikoesoemo, 1984. *Desa*. Jakarta: PN Balai Pustaka

Syahbudin Latief, M. 2000. *Persaingan Calon Kepala Desa Di Jawa*. Yogyakarta: Media Pressindo

Lock, A., dan Harris P. "*Political Marketing –Vive La Difference!*". *European Journal of Marketing*. Vol. 30 No 10/11, pp. 14-24. United Kingdom: MCB University Press.

Marzuki Alie. 2013. *Pemasaran Politik Di Era Multipartai*. Jakarta :Exposé

Moleong, J. Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Sinar Grafik.

Panitia Pemilihan Kepala Desa Gentan. "Tata Tertib Pemilihan Kepala Desa (Desa Gentan Kecamatan Gantiwarno Kabupaten Klaten) Periode 2013-2019".

Pemerintah Kabupaten Klaten. "Peraturan Bupati Klaten No 20 tahun 2013 tentang Pedoman Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 9 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Pemilihan Pencalonan Pengangkatan Pelantikan Dan Pemberhentian Kepala Desa Sebagaimana Telah Diubah Beberapa Kali Terakhir Dengan Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 10 Tahun 2013 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 9 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Pemilihan Pencalonan Pengangkatan Pelantikan Dan Pemberhentian Kepala Desa".

- Ratna Purnamasari Dewi. 2012. *Skripsi*. "Peranan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Terhadap Penyelenggaraan Pemerintahan Desa (Studi Kasus Di Desa Sumberarum Kecamatan Moyudan Kabupaten Klaten)". Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sri Sudaryatmi, dkk. 2000. *Beberapa Aspek Hukum Adat*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Suharsimi Arikonto. 2002. *Prosedur Penelitian ; Suatu Dasar Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Widjaja, HAW. 2008. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Yang Asli, Bulat dan Utuh*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Yayuk Yulianti dan Mangku Purnomo. 2003. *Sosiologi Pedesaan*. Yogyakarta: Laperapustaka Utama.