

**PARTISIPASI POLITIK PENGUSAHA PADA PEMILIHAN UMUM
LEGISLATIF DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
TAHUN 2014.**

MEKI HERIANTO

Email : mex_he@gmail.com

Pembimbing : Adlin, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Riau
Kampus bina widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Occupy the position of the Trend businessman strategic positions in political party not only at the national level, but it has already been spreads to the regions. One of the areas are Kuantan Singingi. According to Bpk Dedi Rukmana members of the General Election Commission Kuansing said nearly 100% members of the House of Representatives Regional House Kuansing chosen are) politicians who had his background as a businessman. Problem political participation Legislative Election entrepreneurs in the Regency of Kuantan Singingi in 2014?

Research method that is applied in this study is descriptive qualitative analysis method that is trying to present based on the phenomena that are and to all the facts related to problems that discussed the political participation Legislative Election Entrepreneurs In the Regency of Kuantan Singingi in 2014.

Participation of the entrepreneur results of the study showed legislative election in the Regency of Kuantan Singingi in 2014 to form sponsor the campaign, to form a team success, to legislative candidate, participate in kapanye, discussion politics, to vote and have a high motivation that varies in each businessman.

Key words : Participation, Politics, an entrepreneur.

PENDAHULUAN

Hubungan antara dunia usaha dengan dunia politik bukanlah hal yang baru dan pertama kali terjadi di Indonesia. Sejarah mencatat, kerjasama antara pengusaha dengan penguasa di negeri ini telah menghasilkan kebijakan yang di antaranya adalah dorongan atas pertumbuhan dunia usaha pribumi

yang tercermin dalam kebijakan Ali Baba atau Baba Ali pada tahun 1950-an.¹ Yahya Muhaimin menyebutnya sebagai *Client Businessmen*, dimana pengusaha-pengusaha bekerja dengan dukungan dan proteksi dari jaringan kekuasaan pemerintahan. (Yahya Muhaimin, 1992:152)

Peran pengusaha semakin besar dalam politik, dengan jabatan wakil Presiden bagi Jusuf Kalla,

salah satu buktinya nyata. Bahkan Jusuf Kalla sendiri berani menyatakan bahwa pengusaha memang dibutuhkan dalam jabatan kepemimpinan negara karena pemerintah membutuhkan intelektual dan biaya. Sampai-sampai pengamat J Kristiadi menyebutnya sebagai fenomena Dwifungsi penguasa dan pengusaha. (Firmanzah, 2007 : 39)

Sistim multi partai ini juga mengharuskan setiap partai untuk menghidupi diri sendiri. Kekuatan finansial partai menjadi salah satu penentu kekuatan partai bersaing memperebutkan kekuasaan di parlemen yang selanjutnya berdampak pada "bargaining" bagi penempatan orang-orang partai di legislatif. Salah satu akses bagi kekuatan finansial itu didapatkan dari para pengusaha. Sistim multipartai ini telah membuka peluang yang sangat luas bagi para pengusaha untuk terjun dan berkiperah di dunia politik. Budaya *patron* dan *client* yang telah terbentuk membuat pengusaha dan politikus mencari jalan untuk saling mendukung pada pengusahaan atas politik dan dunia usaha.

Hal ini dapat dilihat partai politik yang berjalan di masyarakat banyak di dukung dengan sejumlah pengusaha. Relasi ini menghasilkan suatu sistem yang saling menguntungkan, partai tumbuh dari dukungan kelas pengusaha, Hal ini menimbulkan keinginan parpol berbisnis. Bagi pengusaha parpol dipandang sebagai sarana bisnis untuk kepentingannya dan bagi pengurus, partai politik berbisnis dipandang dapat mendorong kemandirian partai. Parpol menjadi tidak perlu melirik anggaran publik atau menyalahgunakan kekuasaan yang dimilikinya di parlemen atau

birokrasi untuk mengeruk keuntungan demi kas parpol.

Realitasnya, pada perekrutan kandidat, itu umumnya berlangsung dalam mekanisme demokrasi yang semu (*pseudo democracy*) dan tidak transparan. Hal ini disebabkan mekanisme itu terdistorsi oleh kepentingan-kepentingan pragmatik elit parpol, sehingga kualifikasi kandidat yang berkaitan dengan kompetensi, kredibilitas, dan akuntabilitas calon tenggelam oleh kepentingan-kepentingan jangka pendek elit parpol. Di sinilah terjadi negosiasi menyangkut kontribusi calon terhadap partai. Akibatnya calon yang dimunculkan adalah yang berhasil memenangkan negosiasi itu, dengan tolok ukur utamanya berupa materi.

Trend pengusaha menduduki jabatan-jabatan strategis dalam partai politik tidak hanya pada tingkat nasional saja, tetapi sudah merambah ke daerah-daerah. Salah satu daerah tersebut adalah Kabupaten Kuantan Singingi. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan anggota KPU Kuansing mengatakan hampir 100% anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kuansing yang terpilih adalah politikus yang mempunyai latar belakang sebagai pengusaha.

35 anggota DPRD Kuansing yang terpilih periode 2014-2019 rata-rata mempunyai riwayat pekerjaan wiraswasta, sedangkan selebihnya bekerja sebagai karyawan, Pegawai Negeri Sipil dan mantan Kepala Desa serta kader partai. Maka dapat disimpulkan sebagai besar anggota DPRD Kuansing yang terpilih kebanyakan mempunyai riwayat pekerjaan sebagai pengusaha. Keikutsertaan pengusaha dalam pemilihan umum (pemilu) legislatif

tahun 2014 di Kabupaten Kuantan Singingi, salah satunya mengumpulkan para donatur atau relawan untuk membantu mereka dalam kegiatan pemilu agar program yang mereka tawarkan sampai kepada masyarakat.

Fenomena ini dapat menjadi ilustrasi bagaimana karakteristik bisnis yang murni pencari laba bertemu dengan kepentingan kekuasaan. Besarnya komposisi sumbangan pengusaha dapat dipandang sebagai besarnya kepentingan bisnis dalam mempengaruhi kebijakan parpol. Transaksi ini terjadi biasa pada saat proses untuk mencapai kekuasaan lewat pemilu dan berlanjut ketika kekuasaan didapat dan diimplementasikan. Hal ini berdampak pada otoritas penguasa parpol dalam mengimplementasikan kebijakan dapat mudah dipengaruhi kepentingan pengusaha sebagai pamrih dukungan saat pemilu. Disinilah kemudian terjadi distorsi yang seharusnya posisi bisnis sebenarnya berada di luar lingkup kekuasaan namun ternyata dapat membalikan kenyataan. Akibatnya, peran kekuasaan berubah yang seharusnya berwatak pelayanan menjadi berorientasi keuntungan.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana partisipasi politik pengusaha pada Pemilihan Umum Legislatif Di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2014 ?

Kerangka Teori

1. Partisipasi Politik

1.1. Pengertian

Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif

dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan Negara dan, secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah (public policy). Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, mengadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, mengadakan hubungan (*contatcting*) dengan pejabat pemerintah atau anggota perlemen, dan sebagainya (Budiarjo, 2008 : 1-2).

1.2. Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Dalam buku *The Comparative Study of politics*, Roth dan Wilson (1976) membuat tripologi partisipasi politik atas dasar piramida partisipasi. Pandangan Roth dan Wilson tentang piramida politik menunjukan bahwa semakin tinggi intensitas dan drajat aktivitas politik seseorang, maka semakin kecil kuantitas orang yang terlibat di dalamnya. (Damsar, 2010 : 183)

Partisipasi politik dapat terwujud dalam berbagai bentuk. Studi-studi tentang partisipasi dapat menggunakan skema-skema klasifikasi yang agak berbeda-beda, namun kebanyakan riset belakangan ini membedakan jenis-jenis perilaku sebagai berikut (Huntington, 2002 :16-18):

- 1) Kegiatan pemilihan mencakup suara, akan tetapi juga sumbangan-sumbangan untuk kampanye, bekerja dalam suatu pemilihan, mencari dukungan dibagi seorang calon, atau setiap tindakan yang bertujuan mempengaruhi hasil proses pemilihan. Ikut dalam proses pemungutan suara adalah

jauh lebih meluas dibandingkan dengan bentuk-bentuk partisipasi politik lain, termasuk kegiatan membedakannya dari jenis-jenis partisipasi lain, termasuk kegiatan kampanye lainnya. Namun demikian, ada suatu kumpulan kegiatan-kegiatan yang berkaitan satu sama lain yang difokuskan sekitar siklus pemilihan dan pemungutan suara dan dengan jelas dapat dibedakan dari bentuk-bentuk utama lainnya dari tindakan politik.

- 2) *Lobbying* mencakup upaya-upaya perorangan atau kelompok untuk menghubungi pejabat-pejabat pemerintah dan pemimpin-pemimpin politik dengan maksud mempengaruhi keputusan-keputusan mereka mengenai persoalan-persoalan yang menyangkut sejumlah besar orang.
- 3) Kegiatan organisasi menyangkut partisipasi sebagai anggota atau pejabat dalam suatu organisasi yang tujuannya utama dan eksplisit adalah mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah.
- 4) Mencari koneksi (*contacting*) merupakan tindakan perorangan yang ditujukan terhadap pejabat-pejabat pemerintah dan biasanya dengan maksud memperoleh manfaat bagi hanya satu orang atau segelintir orang.
- 5) Tindak kekerasan (*violence*) juga dapat merupakan satu bentuk partisipasi politik, dan untuk keperluan analisa ada manfaatnya untuk

mendefinisikannya sebagai satu kategori tersendiri, artinya sebagai upaya untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah dengan jalan menimbulkan kerugian fisik terhadap orang-orang atau harta benda.

1.3. Fungsi Partisipasi Politik

Sebagai suatu tindakan atau aktivitas, baik secara individual maupun kelompok, partisipasi politik memiliki beberapa fungsi. Robert Lane (Rush dan Althoff, 2011 : 45) dalam studinya tentang keterlibatan politik, menemukan empat fungsi partisipasi politik bagi individu-individu ;

- 1) Sebagai sarana untuk mengejar kebutuhan ekonomi.
- 2) Sebagai sarana untuk memuaskan suatu kebutuhan bagi penyesuaian sosial
- 3) Sebagai sarana mengejar nilai-nilai khusus
- 4) Sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan alam bawah sadar dan kebutuhan psikologis tertentu.

2. Pengusaha

Kata wirausaha atau "pengusaha" diambil dari bahasa Perancis "*entrepreneur*" yang pada mulanya berarti pemimpin musik atau pertunjukan (Jhingan, 2001: 425).

Keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan. Sedikit keberuntungan diperlukan, tetapi dapat diargumentasikan bahwa tidak ada keberuntungan mengubah visi

menjadi realita lebih berupa kerja keras, di samping imajinasi dan kemampuan yang mampu merubah karir individu menjadi sukses. (Rachbini, 2001 :100).

3. Pemilu

Pemilihan Umum adalah memilih seorang penguasa, pejabat atau lainnya dengan jalan menuliskan nama yang dipilih dalam secarik kertas atau dengan memberikan suaranya dalam pemilihan. (Al Iman, 2004 : 29)

Sedangkan, menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, pemilihan Umum adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Menurut Firmanzah (2007:204) dalam 'marketing politik', kegiatan yang dilakukan kandidat pemilu meliputi :

- 1) Produk meliputi ; platform partai, masa lalu dan karakteristik personal.
- 2) Promosi meliputi ; advertising, publikasi, even dan debat.
- 3) Harga meliputi ; biaya ekonomi, biaya psikologis dan efek image nasional.
- 4) Place meliputi ; program marketing personal, program volunteer.

4. Lembaga Legislatif

Beberapa ahli mencoba mendefinisikan lembaga legislatif.

Salah satunya adalah Menurut Budiarjo (2008:173) badan legislatif adalah lembaga yang "legislate" atau membuat undang-undang. Anggota-anggotanya di anggap mewakili rakyat, maka dari itu badan ini sering dinamakan dewan perwakilan rakyat. Sedangkan menurut Syafii (2002:45) Lembaga legislatif adalah lembaga yang ditetapkan membuat peraturan perundang-undangan, tetapi sudah barang tentu berbeda bentuknya pada masing-masing Negara.

Selanjutnya menurut Pitkin dalam Pito (2006: 102- 103) perwakilan politik dimaksudkan sebagai "Proses mewakili dimana wakil bertindak dalam rangka beraksi kepada kepentingan terwakil. Walau wakil bertindak secara bebas tapi harus bijaksana dan penuh pertimbangan serta tidak sekedar melayani. Wakil bertindak sedemikian rupa sehingga diantara dia dengan terwakil tidak terjadi konflik dan jika terjadi penjelasan harus mampu menjelaskannya.

Menurut Grazia (dalam Pito, 2006:102) perwakilan diartikan sebagai hubungan diantara dua pihak, yaitu wakil dengan terwakili dimana wakil memegang kewenangan untuk melakukan berbagai tindakan yang berkenaan dengan kesepakatan yang dibuatnya dengan terwakili. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan calon anggota legislatif adalah seseorang yang nantinya akan bertindak untuk mewakili partainya dalam lembaga legislatif yang dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum. Pada dasarnya lembaga legislatif mempunyai tugas merumuskan kebijakan publik yang mengikat seluruh rakyat dalam bentuk undang-undang, dan pada

umumnya mewakili rakyat melalui partai politik dan dipilih melalui pemilihan umum.

Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode kualitatif dimana menjelaskan suatu masalah dengan batasan terperinci, pengambilan data yang benar dan akurat serta menyertakan berbagai sumber informasi yang terpercaya. Penulis menguraikan penulisan ini dengan cara deskriptif yaitu sebagai prosedur pemecahan masalah yang dikelilingi dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan atau subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang benar dan terpercaya. (Iskandar, 2009: 251).

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kuantan Singingi khususnya pada DPRD Kuansing. Alasan pengambilan penelitian di lokasi ini adalah karena banyak para kaum intelektual, tokoh masyarakat serta para pengusaha yang menjadi anggota DPRD Kuansing periode 2014-2019.

Informan dalam penelitian ini adalah orang yang penulis anggap banyak mengetahui tentang masalah yang peneliti ajukan. Adapun penentuan informan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menentukan informan dengan memilih unsur-unsur tertentu saja dengan alasan bahwa orang-orang tersebut banyak mengetahui tentang masalah yang diajukan dalam penelitian ini.

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data tentang, adalah sebagai berikut : Wawancara, Studi kepustakaan dan dokumentasi.

Dalam pelaksanaan penelitian, penulis menggunakan pendekatan Kualitatif dan pengolahan data dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengamatan. Sesuai dengan metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dari lapangan, teknik analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif. Melalui teknik ini, akan digambarkan seluruh data atau fakta yang diperoleh dengan mengembangkan kategori-kategori yang relevan dengan tujuan penelitian dan penafsiran terhadap hasil analisis deskriptif dengan berpedoman pada teori-teori yang sesuai.

PARTISIPASI POLITIK PENGUSAHA PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI TAHUN 2014

Berdasarkan data yang telah penulis uraikan pada Bab I, 35 anggota DPRD Kuansing yang terpilih periode 2014-2019 rata-rata mempunyai riwayat pekerjaan wiraswasta, sedangkan selebihnya bekerja sebagai karyawan, Pegawai Negeri Sipil dan mantan Kepala Desa serta kader partai. Maka dapat disimpulkan sebagai besar anggota DPRD Kuansing yang terpilih kebanyakan mempunyai riwayat pekerjaan sebagai pengusaha, untuk mengetahui partisipasi politik pengusaha pada Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2014, penulis menggunakan pendapat Huntington (2002 :16-18), yaitu meliputi :

1. Donatur Kampanye

Pemilu 2014 terancam mahal, politik biaya tinggi tak terhindarkan. Kooptasi pemilik modalpun akan menghiasi pertarungan politik dengan menyingkirkan kedaulatan rakyat. Kondisi itu yang terlihat dari desain pengaturan dana kampanye dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012. Undang - Undang Pemilu yang disahkan dalam Paripurna DPR RI, 12 April lalu tidak didesain untuk mengkondisikan pemilu yang murah dan terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan setiap bantuan yang diberikan para pengusaha kepada caleg, harus ada imbalan yang harus ditepati jika caleg tersebut terpilih. Sungguh ironi, hal-hal yang harus diperjuangkan selaku wakil rakyat menjadi lahan bisnis bagi para pengusaha.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 sebagai pengganti atas Undang - Undang No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD diharapkan memberikan perbaikan. Harapan besar dibebankan terhadap Undang - Undang Pemilu, agar mampu memberikan perubahan yang signifikan bagi pelaksanaan Pemilu. Namun faktanya justru sebaliknya, tidak banyak perubahan kecuali perubahan besaran ambang batas atau parliamentary threshold. Pasal-pasal bermasalah justru tidak tersentuh sama sekali dan secara keseluruhan Undang-Undang Pemilu yang baru ini tidak mengalami perubahan yang signifikan dari Undang - Undang No. 10 tahun 2008.

Sebagai contoh pengaturan tentang dana kampanye. Dana kampanye mestinya diatur dengan

jelas dan tegas. Seperti sumber dana kampanye, pembatasan jumlah sumbangan untuk dana kampanye, pencatatan dan pelaporan dana kampanye (termasuk identitas sumber, pemasukan dan pengeluaran biaya kampanye), pembatasan pengeluaran (belanja) kampanye, laporan audit, serta pengumuman laporan dana kampanye untuk dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, sudah mengatur tentang dana kampanye yaitu tertera pada pada 129-140.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan beberapa catatan seperti kewajiban pencatatan dan pelaporan dana kampanye, pembatasan pengeluaran kampanye, dan pengumuman laporan dana kampanye kepada publik. Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 mestinya mampu menjawab permasalahan dalam Pemilu 2014, tercatat sejumlah masalah dan kasus yang berkaitan dengan dana kampanye yang memerlukan perbaikan. Misalnya masalah rentang waktu untuk audit laporan dana kampanye yang sangat sempit, pencatatan sumbangan dana kampanye yang tidak jelas identitasnya, pengeluaran belanja kampanye yang sangat besar dan tidak sesuai dengan jumlah yang tercatat dan dilaporkan dalam laporan dana kampanye, dan bahkan sulitnya mengakses laporan hasil audit dana kampanye yang seharusnya diumumkan kepada masyarakat luas.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa para caleg harus memberikan laporan dana

kampanye yang mereka miliki dan kemudian laporan tersebut di audit oleh Akuntan Publik yang ditunjuk oleh KPU, hasil audit tersebut dapat diperoleh setelah 15 hari pemungutan suara.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, ini hanya menjanjikan perubahan namun pada kenyataannya tidak mampu memberikan perubahan yang signifikan, hanya sebagai investasi jangka panjang untuk melanggengkan kekuasaan dan mempertahankan kursinya. Pemilu 2014 akan tetap menjadi pertarungan politik berbiaya tinggi dan menjadi pengaruh bagi pemilik modal.

2. Tim Sukses

Caleg hebat dengan tim sukses yang lemah, kegagalan yang didapat caleg lemah dengan tim sukses kuat, keberhasilan diraih dalam setiap tindakan untuk merealisasikan rencana menjadi hasil yang diharapkan, para caleg harus fokus untuk mempekerjakan orang-orang yang kreatif, proaktif, strategis, disiplin, dan optimistis di dalam sebuah tim sukses. Kecerdasan para caleg dalam membangun tim sukses yang efektif akan sangat membantu para caleg untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan strategis yang membutuhkan konsentrasi dan fokus yang lebih intensif. Kemampuan para caleg untuk menempatkan pribadi-pribadi yang loyal, antusias, selalu berjuang dalam motivasi yang tinggi, dan yang mau bekerja keras untuk menyelesaikan semua tugas dan tanggung jawab, adalah sebuah

syarat terpenting di dalam pembentukan tim sukses yang efektif.

Membangun tim sukses yang efektif dan yang dapat memberikan keberhasilan buat para caleg. Caleg wajib menetapkan tujuan utama tim, kemudian memotivasi tim untuk membangun *mind set* bahwa tujuan utama dari tim adalah membuat sukses setiap program. Tujuan utama adalah meraih kemenangan dengan jalan mendekati, mempengaruhi dan mengawal pemilih agar menjatuhkan pilihannya kepada caleg, untuk itu, caleg harus mampu memotivasi tim dan meyakinkan tim bahwa apa yang mereka lakukan akan membawa perubahan pada diri mereka.

Tim sukses harus bekerja melalui sebuah proses kerja yang selalu fokus dalam menjaga keutuhan dan kekompakkan tim sukses. Setiap melakukan tindakan, tim harus melakukan pertemuan di antara anggota dan Caleg, baru kemudian membuat keputusan yang tepat sasaran, dan mendefinisikan semua perkembangan baru dalam sebuah rencana kerja yang disetujui oleh semua anggota dalam tim. Apapun perbedaan di antara anggota tim. Setiap orang wajib saling menghormati, saling mendengar, dan saling peduli. Setiap konflik harus dikelola dengan besar hati dan penuh empati, kemudian diselesaikan dengan menghormati semua pihak secara profesional.

Para caleg harus menggunakan kekuatan intuisi untuk melihat hal-hal yang tak terlihat oleh panca indera. Lalu, membuat tindakan-tindakan yang memotivasi anggota tim untuk bekerja dengan emosi baik dan pikiran terang. Tim sukses dan para caleg harus membangun hubungan dan

komunikasi positif dengan dalam sebuah suasana yang saling menguntungkan. Tim sukses harus membuat tabel rencana kerja dengan memasukan semua tips di atas sebagai faktor-faktor kerja tim yang harus diperhatikan secara terus-menerus.

Keberadaan tim sukses disamping para caleg atau calon para caleg bangsa, membuat kegiatan kampanye menjadi lebih teratur, lebih tertib, terencana, dan efektif.

Namun nampaknya, banyak caleg yang akan mengikuti kegiatan pemilu, masih lebih memilih untuk berjuang tanpa dukungan suatu tim sukses yang dapat bekerja secara profesional membantu mereka mendapatkan satu tempat di parlemen. Pada masa kampanye, sebagian besar caleg yang akan mengikuti kegiatan pemilu 2014 cenderung lebih memilih untuk menggunakan konsepsi berkampanye dengan cara-cara konvensional, yaitu dengan memasang bendera partai yang disisipi nama caleg serta spanduk/baliho berukuran besar diberbagai lokasi, dan menempelkan stiker-stiker di dinding pagar rumah warga, di pintu angkutan umum, atau di tiang listrik.

Nilai lebih yang terdapat didalam diri seorang caleg, dapat lebih ditampilkan kepada seluruh kelompok masyarakat, yang memiliki dimensi pemikiran berbeda-beda atau tidak seragam, sehingga mobilitas kekuatan massa pendukung, dapat dilakukan tanpa harus mendatangkan massa dalam jumlah besar, atau menghambur-hamburkan dana kampanye untuk bendera, baliho, atau stiker dalam jumlah besar. Para caleg seharusnya tidak lagi bersikap pasif dalam memperkenalkan diri serta agenda

kerja mereka, karena sikap pasif tidak akan mendorong adanya peningkatan jumlah simpatisan yang serius ingin mendukung dan memiliki kedekatan emosional atau pemikiran dengan seorang caleg.

Salah satu terobosan membangun komunikasi dengan calon pemilih adalah dengan mengirimkan surat kepada pemilih. Isi surat selain pengenalan diri, visi dan misi juga harus berisi solusi apa problem yang dihadapi masyarakat di daerah itu. Dalam surat itu juga cantumkan nomor telepon anggota tim yang bertugas sebagai humas, bila ada pertanyaan dari masyarakat calon pemilih, untuk itu, humas harus diisi oleh orang yang memahami benar siapa caleg dan visi misi caleg.

3. Sebagai Calon Legislatif

Caleg atau Calon legislatif adalah orang yang mencalonkan diri menjadi anggota legislatif, atau calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Siapapun berhak menjadi caleg asalkan memenuhi kriteria persyaratan menjadi caleg calon legislatif yang telah diatur dalam Undang-Undang yang ditetapkan oleh pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 51.

Sebenarnya tidak ada yang salah dalam fenomena pengusaha menjadi caleg. Pengusaha sebagai warga negara biasa wajar mempunyai hak-hak politik termasuk terjun dan aktif di partai politik. Juga merupakan hal yang wajar dan malah seharusnya mereka yang sudah

sukses berbisnis juga memikirkan persoalan-persoalan yang lebih besar dalam konteks kehidupan berbangsa dan bernegara.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan, sebagai calon legislatif adalah orang ikut dalam suatu partai politik peserta pemilu dan dicalonkan oleh partai politik tersebut, serta memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

4. Ikut Dalam Kampanye

Kampanye adalah alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audien. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti / ilmuwan, media massa, dan pembuat kebijakan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan, keikutsertaan para caleg dalam kampanye adalah kegiatan untuk memperoleh dukungan baru, sehingga pada akhir pemilu memperoleh suara terbanyak. Namun, pada saat pemilu usai banyak para caleg yang berguguran, padahal sebelumnya mereka telah memiliki simpatisan tetap dan simpatisan tambahan pada saat kampanye.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan keikutsertaan para caleg dalam kampanye adalah usaha untuk mendapatkan suara tambahan dengan

berusaha semaksimal mungkin untuk mempengaruhi masyarakat agar menerima program-program yang disampaikan para caleg dengan jalan yang benar sesuai dengan aturan yang telah ditentukan oleh pemerintah yaitu berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

5. Diskusi Politik

Diskusi merupakan salah satu bentuk kegiatan wicara, dengan berdiskusi kita dapat memperluas pengetahuan serta memperoleh banyak pengalaman-pengalaman. Diskusi adalah suatu pertukaran pikiran, gagasan, pendapat antara dua orang atau lebih secara lisan dengan tujuan mencari kesepakatan atau kesepahaman gagasan atau pendapat. Diskusi yang melibatkan beberapa orang disebut diskusi kelompok. Dalam diskusi kelompok dibutuhkan seorang pemimpin yang disebut ketua diskusi. Tugas ketua diskusi adalah membuka dan menutup diskusi, membangkitkan minat anggota untuk menyampaikan gagasan, menengahi anggota yang berdebat, serta mengemukakan kesimpulan hasil diskusi.

Sedang politik adalah hal-hal yang berhubungan dengan persoalan negara ataupun masyarakat, sehingga dapat disimpulkan diskusi politik adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang membahas persoalan-persoalan mengenai kegiatan politik.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan diskusi politik yang dilakukan para caleg salah usaha untuk membicarakan persoalan-persoalan yang berhubungan dengan kegiatan pemilu

untuk memperoleh suara terbanyak, dan biasanya dilakukan dengan kalangan elit Partai maupun tokoh masyarakat, hanya saja hal ini menjadi kampanye terselubung jika dilakukan oleh para caleg dengan beberapa tokoh atau kelompok masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut hanya para caleg yang sering melakukan diskusi politik dengan beberapa tokoh atau kelompok masyarakat karena tidak termasuk kampanye terselubung, jika didalam diskusi tersebut tidak terdapat hal-hal dengan berhubungan dengan kampanye seperti membawa atribut partai.

6. Memberikan Suara

Inti dari kegiatan pemilu adalah pemberian suara, yaitu setiap warga negara yang memilih menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun. Termasuk para caleg juga ikut dalam memberikan suara dalam kegiatan pemilu tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan, bahwa setiap caleg memberikan suara, hal yang mereka lakukan adalah memberi suara pada diri mereka sendiri. Hal ini dilakukan mereka lakukan adalah bentuk keyakinan yang tinggi terhadap usaha yang akan mereka capai yaitu menjadi anggota DPRD terpilih periode 2014.

7. Motivasi Politik

Motivasi politik caleg dari pengusaha adalah tujuan keinginan yang terdapat pada diri seseorang yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakan dalam politik.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan, siapa saja dapat menjadi caleg baik itu

pengusaha ataupun tidak, yang penting program visi dan misinya sesuai dengan hati nurani rakyat, sehingga mereka akan menjatuhkan pilihannya sesuai dengan amanat yang diemban para caleg.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan baik pengusaha maupun tidak, jika telah menjadi anggota Dewan harus menjalankan amanat rakyat, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan yang mereka peroleh kepada rakyat untuk mencapai hidup sejahtera dan makmur.

Namun ada hal yang menarik dari pernyataan yang disampaikan dalam buku 'Mahalnya Demokrasi Memudarnya Komunikasi' karya Pramono Anung, menyatakan banyak pengusaha rela menghabiskan miliaran rupiah untuk duduk di kursi DPR. Para pengusaha ternyata sedang membangun benteng politik. Semua orang tahu, bahwa *bussinesman* yang sudah mulai mapan bisnisnya harus membangun pagar politik untuk menyelamatkan bisnisnya," kata SS, salah seorang pengusaha yang memberikan testimoni dalam buku tersebut.

Banyak hal yang membuat orang berebut untuk menjadi caleg DPRD kota/kabupaten, caleg DPRD provinsi, ataupun caleg DPRRI. Salah satu yang paling dikejar mereka adalah mendapatkan uang yang banyak. Sebab, dengan duduk di kursi parlemen, mereka berharap bisa mendapatkan pendapatan yang pasti. Dimana pada artikel berikut menurut Amril **Wartawan di Pekanbaru, Riau, sekaligus peneliti di Forum Dialog Lembaga Studi Informasi Strategis Kuansing** menyatakan nama-nama yang bakal duduk di kursi legislatif, baik kabupaten/kota, provinsi, DPR

RI dan anggota DPD RI juga sudah diketahui bahkan ada caleg yang 'terduduk', karena tidak bisa meraup suara banyak.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tentang Partisipasi Politik Pengusaha Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2014, yang penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu : Bentuk partisipasi politik pengusaha pada Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2014 adalah mencari donator kampanye dari kalangan pengusaha yang tidak menjadi caleg, membentuk tim sukses pemenangan pemilu yang terdiri dari anggota-anggota masyarakat yang berpengaruh dan kalangan pengusaha sebagai donator, menjadi calon legislatif dengan melengkapi syarat-syarat yang ditentukan KPU, ikut dalam kampanye terbuka dan melakukan diskusi politik dengan kalangan elit Partai maupun tokoh masyarakat serta memberikan suara, mempunyai motivasi sebagai caleg dengan program-program yang mereka tawarkan kepada masyarakat apabila mereka terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Kuantan Singingi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Sistem pemilihan langsung yang mulai diterapkan pada Pemilu 2004, membuat kehadiran pengusaha semakin dibutuhkan oleh partai politik. Hendaknya setiap

partai (Partai Politik) harus selektif mencalonkan para kadernya dari golongan pengusaha menjadi caleg agar benar-benar memperjuangkan aspirasi dan suara rakyat.

2. Hendaknya KPU selalu mengawasi segala aktivitas para caleg yang telah terpilih menjadi anggota DPRD, karena esarnya biaya dan modal politik itu berpengaruh pada sikap dan perilaku politik pengusaha. Mereka cenderung berfikir bagaimana caranya mengembalikan modal politik yang sebelumnya telah terpakai dalam pemilu. Atas alasan itu maka tidak ada cara lain kecuali mencari celah untuk mendapatkan proyek-proyek pemerintah daerah. Selain itu, setelah mereka terpilih, hubungan mereka dengan rakyat pun terputus.
3. Persentuhan pengusaha dengan dunia politik sudah terjadi sejak zaman Orde Lama hingga berlanjut sampai sekarang, hendaknya pemerintah membuat beberapa kebijakan yang diterapkan untuk para caleg dari pengusaha untuk tujuan mampu memajukan perekonomian di daerahnya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Iman Abu Nashr Muhammad, 2004. *Membongkar Dosa-dosa Pemilu*, Jakarta : Prisma Media.
- Amril Jambak, 2014. *Artikel : Mewaspada Anggota Dewan Terpilih*. Wartawan di

- Pekanbaru, Riau, sekaligus peneliti di Forum Dialog Lembaga Studi Informasi Strategis Indonesia.
- Armstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*,. Jakarta : Penerbit PT. Indeks Gramedia.
- Arifin Rahman, 2002. *Sistem Politik Indonesia Dalam Perspektif Struktural Fungsional*, Surabaya : SIC.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar – Dasar Ilmu Politik*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Damsar, 2010. *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Dri. 2014. *Polres Bidik Dugaan Korupsi Bansos 2013 Anggota DPRD Kuansing*. Riau Terkini. Com, Selasa, 20 Mei 2014.
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Buku Obor.
- Huntington, Samuel P, 2000, *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Iskandar, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial : Kuantitatif dan Kualitatif*, Jambi : Penerbit GP Pres.
- Jhingan, 2001. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, Jakarta : Rajawali Press.
- Pito Adrianus Toni, dkk. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik Dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung : Penerbit Nuansa.
- Rachbini, D.J. 2001. *Pengembangan Ekonomi & Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Penerbit Grasindo.
- Rush, Michael dan Althoff, Phillip. 2011. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rozali Abdullah, 2009. *Mewujudkan Pemilu yang Lebih Berkualitas (Pemilu Legislatif)*, Jakarta ; PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudijono Sastroatmojo, 2000. *Perilaku Politik*, Semarang : IKIP Semarang Press.
- Syafii, inu kencana dan Azhari. 2002. *Sistem Politik Indonesia*. Cetakan Kelima. Bandung : PT Refika Aditama.
- Utr. 2015. *Tak Juga Serahkan Mobil dengan Kesadaran Sendiri, Sekwan Mulai Surati Anggota DPRD 2009-2014*. Riau Aktual. Com, 12 Februari 2015.
- Yahya Muhaimin, 1992. *Bisnis dan Politik* Jakarta : LP3S.
- Dokumen :**
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun
2011 tentang
Penyelenggaraan Pemilu

Undang-Undang Nomor 2 tahun
2008 tentang *Partai Politik*

Peraturan KPU No 7 Tahun 2013
tentang Pencalonan Anggota
Dewan Perwakilan Rakyat
Daerah Kabupaten / Kota