

## STRATEGI PEMENANGAN PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONESIA (PKPI) DAN PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) DALAM PEMILU LEGISLATIF KOTA SALATIGA TAHUN 2009

Insan Mahmud, Universitas Sains Alqur'an (UNSIQ)  
Email: [imahmud452@gmail.com](mailto:imahmud452@gmail.com)

### Abstract

*This research represent the research qualitative which aim to describe and compare the winning strategies of Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) and Partai Keadilan Sejahtera (PKS) at Salatiga city in 2009's general election. PKPI And PKS represent the political party that was following the general election 2004 having chair which significant in Salatiga city. The research findings stresses that both parties have unique strategies when deal with the game rules, particularly with DPP (Board of Province Directors) and DPK (Board of Town Directors). Furthermore, both were also attempting to recruit candidates and trying to campaign their programs competitively in the city.*

Keywords: *general election, winning strategy, PKS dan PKPI*

### PENDAHULUAN

Perbandingan hasil Pemilu tahun 1999 dan Pemilu tahun 2004 di Kota Salatiga menunjukkan lonjakan prestasi yang luar biasa yang diperoleh PKPI dan PKS. yaitu bahwa perolehan suara PKPI meningkat 784,8 % dari perolehan suara PKPI pada pemilu tahun 1999 dan perolehan suara PKS mengalami peningkatan 555,5 % dibandingkan dengan perolehan suara Partai Keadilan pada pemilu tahun 1999. Dengan peningkatan suara tersebut membuat perolehan kursi PKPI dan PKS di DPRD Kota Salatiga mengalami peningkatan yang signifikan dari 1 kursi hasil pemilu 1999 menjadi 4 kursi hasil pemilu 2004.

Keberhasilan PKPI meningkatkan jumlah kursi dari satu kursi menjadi 4 kursi benar-benar di luar dugaan dan membuat kaget partai-partai besar di Kota Salatiga seperti PDIP yang turun 4 kursi dan PKB serta PAN yang perolehan kursinya tetap yaitu hanya memperoleh masing-masing dua kursi. Hal tersebut dikarenakan PKPI merupakan partai gurem yang tidak populer di level nasional maupun lokal. Bahkan di Kota Salatiga struktur kepengurusannya juga tidak utuh dan tidak semua kelurahan ada perwakilan kepengurusannya. Perolehan 4 kursi tersebut ternyata di peroleh dari masing-masing daerah pemilihan 1 kursi. Keberhasilan PKPI memperoleh 4 kursi tersebut akhirnya juga mengantarkan salah satu kadernya duduk di kursi wakil ketua DPRD Kota Salatiga.

Senada dengan PKPI keberhasilan PKS juga sangat fenomenal dari perolehan 1 kursi hasil pemilu tahun 1999 menjadi 4 kursi hasil pemilu tahun 2004. Perolehan tersebut juga merupakan keberhasilan strategi PKS dalam perekrutan calegnya. Padahal jika dibandingkan dengan PKB yang jumlah suaranya lebih besar dari PKS tetapi hanya memperoleh 2 kursi karena menumpuknya suara di dua daerah pemilihan saja.

Penerapan strategi pemenangan kedua partai tersebut (PKS dan PKPI) menarik untuk diteliti, untuk menghindari pembatasan yang terlalu luas dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan terhadap masalah yang akan diteliti atau biasa disebut sebagai *scope of investigation*, yaitu pemfokusan kegiatan penelitian, dengan rumusan masalah: Bagaimana strategi pemenangan PKPI dan PKS di Kota Salatiga dalam Pemilu 2009 ?

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

## KONSEP STRATEGI

Strategi dapat didefinisikan dalam dua perspektif yang berbeda. Perspektif pertama mengenai apa yang akan dilakukan oleh suatu organisasi. Dalam perspektif ini strategi adalah program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi serta melaksanakan misinya (James Stoner, 1996, hlm. 140). Kata program dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, rasional dan dimainkan oleh pemimpin dalam merumuskan strategi organisasi.

Sedangkan perspektif kedua, strategi adalah pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Dalam strategi ini, setiap organisasi mempunyai strategi, walaupun tidak harus selalu efektif, sekalipun strategi itu tidak dirumuskan secara eksplisit. Sasaran organisasi (*organization goals*) merupakan komponen vital yang perlu diteliti dalam penyusunan strategi sebuah organisasi. (James Stoner, 1996, hlm. 140)

Strategi memiliki berbagai ciri-ciri yang mendasari dijalankannya sebuah strategi oleh sebuah organisasi. Menurut Hayes (dalam James Stoner, 1996, hlm. 140) menyebutkan ciri-ciri strategi dirumuskan sebagai berikut :

- a. Wawasan waktu, strategi pada umumnya dipergunakan untuk menggambarkan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu yang jauh ke depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan jangka waktu yang diperlukan untuk mengamati dampaknya.
- b. Dampak, hasil akhir dari suatu strategi tidak langsung terlihat untuk jangka waktu yang lama, namun dampak akhirnya akan sangat berarti.
- c. Pemusatan upaya, strategi yang efektif biasanya mengharuskan pemusatan kegiatan, upaya atau perhatian terhadap rentang sasaran yang sempit.
- d. Pola keputusan, strategi mensyaratkan bahwa berbagai keputusan harus diambil sepanjang waktu dan keputusan itu harus saling menunjang artinya mengikuti pola yang konsisten.
- e. Peresapan, sebuah strategi mencakup suatu spectrum kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumberdaya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, adanya konsistensi sepanjang waktu dalam kegiatan-kegiatan ini mengharuskan semua tingkatan dalam organisasi bertindak.

Strategi politik dengan melakukan pendekatan dan komunikasi politik perlu dilakukan oleh para kontestan untuk dapat memenangkan pemilu. Para kontestan perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran (*size*) pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan lainnya. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pencoblosan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Strategi ini perlu dipikirkan oleh setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik .

Disamping itu partai politik juga perlu melakukan strategi pemetaan karakteristik pemilih, karena di masyarakat terdapat kelompok masyarakat yang lebih menggunakan logika dan rasionalitas dalam menentukan pilihan terhadap kontestan. Kemampuan partai politik dalam memecahkan persoalan masyarakat menjadi titik perhatian kelompok masyarakat ini. Namun banyak juga kelompok masyarakat yang memilih karena memiliki kedekatan ideologis. Mereka memperdulikan program apa yang ditawarkan oleh oleh partai politik. Asalkan ideologi partai sama dengan ideologi pemilih maka cukup alasan untuk mencoblosnya. (Firmanzah, 2007, p. 123)

Partai politik dalam melakukan komunikasi politik dengan konstituen dan warga masyarakat juga menggunakan strategi kampanye yang biasa disebut dengan *direct selling* atau kampanye *door to door*. *Direct selling* merupakan teknik jitu pendekatan interpersonal agar

orang lain mendukung partai dan capres pilihan dalam pemilu (Satria Hadi Lubis dan Kingkin Anida, 2008)

Tahapan-tahapan dalam *direct selling* menurut Agassa Salama (2009) adalah sebagai berikut :

a. *Opening*

Adalah pembukaan, tahapan ini dimulai dengan salam, kemudian sedikit basa-basi dan sebuah pertanyaan berkisar apa saja tentang politik dan partai politik itu sendiri.

b. *General benefit statement*

Lontaran pertanyaan yang lebih menjurus pada masalah inti dan spesifik tentang partai/kandidat tertentu. Pertanyaan tersebut bertujuan menggiring target/sasaran memasuki arena benefit statement yang kita ciptakan, dan jawabannya akan mengarah pada tahapan selanjutnya yaitu probing dan supporting.

c. *Probing/penyelidikan*

Tahapan dimana pertanyaan lebih merupakan penajaman dari jawaban-jawaban yang diperoleh pada tahap general statmen.

d. *Supporting*

Tahapan yang merupakan statement dukungan terhadap jawaban-jawaban yang diperoleh pada tahapan probing/penyelidikan.

e. *Handling objection*

Tahapan ini merupakan lontaran statement atau lebih merupakan point-point kampanye yang halus

f. *Closing*

Merupakan statement penutupan yang berangkat dari jawaban-jawaban pada tahap probing dan supporting yang menunjukkan indikator berhasilkah kita menarik simpati target/sasaran.

*Direct selling* dalam komunikasi politik merupakan sarana kampanye yang murah, mudah dan langsung pada sasaran. *Direct selling* dapat dilakukan melalui metode tatap muka, media telpon dan juga media virtual. Sasaran atau target dalam direct selling adalah :

a. Simpatisan

b. Orang yang belum tahu

c. Apatis terhadap pemilu

d. Kader partai lain (Agassa Salama, 2009)

Partai politik didirikan dengan tujuan untuk : 1) mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. 2) Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia. 3) Mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia . (Sebastian Salang, 2007:8)

Secara umum fungsi utama partai politik dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu :

a. Agregasi dan artikulasi kepentingan

Adalah kegiatan partai politik untuk mengumpulkan atau menghimpun kepentingan-kepentingan yang berkembang maupun yang tersembunyi didalam masyarakat. Selanjutnya kepentingan tersebut diperjuangkan oleh parpol melalui lembaga legislatif. Sebagai upaya mengartikulasikan kepentingan (interest articulation) atau political interest yang terdapat atau terkadang tersembunyi dalam masyarakat, berbagai kepentingan tersebut diserap sebaik-baiknya oleh parpol menjadi ide, visi, dan kebijakan parpol. Setelah itu ide dan kebijakan atau aspirasi kebijakan diadvokasikan sehingga diharapkan dapat mempengaruhi atau bahkan menjadi materi kebijakan kenegaraan yang resmi. Semakin tepat penafsiran terhadap kepentingan masyarakat semakin besar parpol tersebut mendapat dukungan dalam

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

pemilu. Sebaliknya jika gagal atau salah dalam menafsirkan kepentingan masyarakat maka yang muncul adalah antipati terhadap parpol yang bersangkutan.

## b. Pendidikan politik

Yaitu bahwa partai politik harus memberikan pemahaman kepada para anggota dan masyarakat luas tentang cara-cara berdemokrasi dan menjadi pemimpin yang baik dengan memberikan contoh kepemimpinan yang baik kepada kader-kader dan masyarakat luas. Pendidikan politik juga menanamkan nasionalisme kepada bangsa dan negara, kesetiaan terhadap parpol adalah bagian dari penguatan kesetiaan terhadap bangsa dan negara. Terkait dengan komunikasi politik, parpol berperan penting dalam melakukan sosialisasi politik (political socialization) sekaligus pendidikan politik. Karena partai berfungsi sebagai struktur antara yang harus memainkan peran dalam membumikan cita-cita kenegaraan dalam kesadaran kolektif masyarakat warga negara.

## c. Kaderisasi

Kaderisasi adalah fungsi yang terabaikan semenjak awal kehidupan parpol sampai sekarang. Pada masa lalu kaderisasi dilakukan oleh bukan parpol, tetapi oleh ormas-ormas yang menjadi underbouw partai dan pimpinan parpol tinggal menerima kader-kader yang dihasil ormas. Pada masa demokrasi sekarang ini pimpinan parpol seharusnya melakukan pendidikan kader secara berjenjang dan berkesinambungan untuk menghasilkan kader-kader parpol yang akan menjadi pimpinan nasional dimasa depan. Kelangkaan kaderisasi akan merugikan parpol sendiri karena parpol tersebut tidak memiliki kader yang memahami platform partai, sejarah perjuangan partai, dan strategi politik yang digunakan oleh partai. Sehingga mudah goyah dalam memperjuangkan partai karena lemahnya kesetiaan dan sense of belonging terhadap parpol.

## d. Rekrutmen

Merupakan fungsi yang penting, parpol diharapkan melakukan fungsi rekrutmen yang baik, yakni menempatkan kader-kader pada jabatan-jabatan didalam partai dan jabatan-jabatan politik diluar partai (lembaga eksekutif dan legislatif) berdasarkan kemampuan, kinerja, dan pengalaman kader yang bersangkutan. Rekrutmen yang buruk adalah rekrutmen yang didasarkan pada KKN (Kolusi, Korupsi dan Nepotisme). Akibatnya citra parpol juga akan terpuruk dimata masyarakat karena kinerja dan prestasi yang buruk akibat kesalahan rekrutmen (Sebastian Salang, 2007, hlm. 11)

Menurut Miriam Budiarjo (2002, hlm. 164) partai politik juga berfungsi sebagai sarana pengatur konflik (conflict management). Dalam suasana demokrasi, persaingan dan perbedaan pendapat dalam masyarakat merupakan soal yang wajar. Jika sampai terjadi konflik, partai politik berusaha untuk mengatasinya.

Menurut Firmanzah (2007, hlm. 88) dalam Marketing politik disebutkan beberapa fungsi partai politik sebagai berikut :

- a. Partai Politik sebagai agen sosial
- b. Partai politik sebagai pelayan publik
- c. Partai politik sebagai agen pembaharuan
- d. Partai politik sebagai harapan sosial

Dalam praktek berdemokrasi seperti saat ini, maka partai politik sudah seharusnya merupakan institusi yang menerapkan demokrasi di internal partainya (IPCOS, 2001). Partai politik dapat memperoleh sebutan demokratis bila memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu. Persyaratan tersebut harus dipenuhi oleh partai politik sehingga dapat diketahui secara manajerial dan terukur. Persyaratan tersebut antara lain (IPCOS, 2001):

- a. Memberi ruang kebebasan bagi anggota partai untuk menyatakan pendapat.
- b. Mendorong partisipasi seluruh anggotanya dalam proses pengambilan keputusan
- c. Menghargai kemajemukan dan menyuburkan toleransi

- d. Menaati aturan-aturan yang telah merupakan keputusan bersama
- e. Pemimpinnya bertanggungjawab kepada anggota dan para pendukungnya
- f. Mendorong partisipasi aktif perempuan

Pemilu adalah sebuah mekanisme politik untuk mengartikulasi aspirasi dan kepentingan warga Negara (LP2KS DPW PKB Jawa Tengah, 2003, hlm. 48). Pemilu umumnya memiliki tujuan memilih kepala pemerintahan atau kepala eksekutif dan untuk menggoalkan kebijakan umum yang akan dilaksanakan oleh pemerintah terpilih. Selain itu juga bertujuan memilih anggota lembaga perwakilan (legislatie atau parlemen), yang akan menetapkan perundang-undangan dan ketentuan perpajakan serta mengawasi kegiatan pemerintah demi kepentingan rakyat. Maka pemilu menunjukkan bahwa kekuasaan politik berasal dari rakyat dan dipercayakan demi kepentingan rakyat dan bahwa kepada rakyatlah para politisi harus mempertanggungjawabkan tindakan dan kebijakan mereka .

Menurut Ramlan Surbakti (1992, hlm. 181) ada tiga tujuan pemilu yaitu :

- a. Pemilu sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum sesuai dengan prinsip demokrasi yang memandang rakyat yang berdaulat, tetapi pelaksanaannya dilakukan oleh wakil-wakilnya.
- b. Pemilu juga dapat dikatakan sebagai mekanisme memindahkan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan-badan perwakilan rakyat yang terpilih atau melalui partai-partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.
- c. Pemilu merupakan sarana memobilisasikan dan menggalang dukungan rakyat terhadap negara dan pemerintahan dengan ikut serta dalam proses politik.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan strategi pemenangan dalam menghadapi pemilu 2009 adalah rencana strategis (renstra) yang disertai dengan tujuan dan target pemenangan yang telah dibuat oleh partai politik baik ditingkat kota/kabupaten yang digunakan sebagai pedoman/guide dalam menghadapi pemilihan umum tahun 2009 serta diikuti dengan langkah-langkah yang ditempuh oleh partai politik di tingkat kota/kabupaten dalam mengimplementasikan program pemenangan tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode pengambilan sampel berdasarkan tujuan (purposive sampling). Purposive sampling dilakukan dengan wawancara secara mendalam kepada para pengurus PKPI dan PKS di tingkat kota dan calon legislatif (caleg) DPK PKPI (Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia) dan DPD PKS (Partai Keadilan Sejahtera) di Kota Salatiga. Dari data yang telah diperoleh kemudian dilakukan analisa data dengan menggunakan metode deskriptif analitis, yakni data dan informasi yang diperoleh baik lisan maupun tulisan diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh, dengan cara menelaah sumber data, reduksi data, pemrosesan satuan-satuan dan pengumpulan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan sejak semula diambil ketika memperoleh data, sehingga menghasilkan kesimpulan yang kuat. Jadi kesimpulan senantiasa diverifikasi selama penelitian berlangsung.

## **HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan sebelum pelaksanaan Pemilu Legislatif 2009. Menjelang Pemilu 2009 dinamika politik yang berjalan di Kota Salatiga sangat baik dan kondusif. Seperti pada pemilu tahun 1999 dan 2004 di saat di daerah yang lain terjadi benturan antar elite politik dan massa arus bawah menjelang pemilu, Salatiga relatif kondusif. Begitu juga pada pemilu legislatif 2009 ketika di beberapa daerah terjadi gejolak, di Salatiga sebelum dan setelah pemilu tidak terjadi gejolak. Banyaknya partai politik peserta pemilu 2009 dan perpecahan partai politik tidak banyak mempengaruhi kehidupan politik warga Salatiga.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

Jumlah pemilih dalam pemilu 2009 mencapai 122.481 orang atau 81,27% dari jumlah penduduk Kota Salatiga. Jumlah kursi yang diperebutkan dalam pemilu 2009 jumlahnya sama dengan pada pemilu 1999 dan 2004 yaitu 25 kursi. Untuk lebih detailnya tentang hasil perolehan suara partai politik yang memperoleh kursi di DPRD dan komposisi keanggotaan DPRD hasil pemilu 1999, 2004 dan 2009 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1**  
**Perolehan Suara Parpol dan Komposisi Keanggotaan di DPRD Kota Salatiga**  
**Hasil Pemilu Tahun 1999, 2004 dan 2009**

Wakil dari	Perolehan Suara Pemilu Tahun			Perolehan Kursi Pemilu Tahun		
	1999	2004	2009	1999	2004	2009
Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)	33.286	16.319	15.747	9	4	4
Partai Golkar (PG)	16.599	21.252	8.913	5	6	4
Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)	<b>1.439</b>	<b>11.609</b>	<b>7.595</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
Partai Keadilan Sejahtera (PKS)	<b>1.281</b>	<b>7.362</b>	<b>10.709</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	8.369	7.442	-	2	2	-
Partai Persatuan Pembangunan (PPP)	6.832	-	3.257	2	-	1
Partai Amanat Nasional (PAN)	7.603	5.866	7.250	2	2	2
Partai Demokrat (PD)	-	6.577	10.842	-	2	4
TNI/Polri	-	-	-	3	-	-
Partai Damai Sejahtera (PDS)	-	5.198	-	-	1	-
Partai Peduli Rakyat Nasional (PPRN)	-	-	2.872	-	-	1
Partai Indonesia Sejahtera (PIS)	-	-	5.637	-	-	2
Jumlah				25	25	25

Sumber : Komisi Pemilihan Umum Kota Salatiga Tahun 2009

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa pada pemilu 2009 hanya satu partai politik yang mengalami kenaikan jumlah kursi di DPRD Kota Salatiga yaitu Partai Demokrat (2 kursi), sedangkan partai yang mengalami penurunan jumlah kursi adalah Partai Golkar (2 kursi), PKPI (1 kursi). Sedangkan PAN, PDIP dan PKS mempertahankan perolehan kursinya. Ada juga partai lama yang memperoleh satu kursi yaitu PPP dan partai baru yang memperoleh kursi yaitu PIS (2 kursi), PPRN (1 kursi). Ada empat partai politik yang memperoleh kursi yang sama (16% atau 4 kursi) yakni Partai Demokrat, PDIP, PKS dan Partai Golkar. Berikutnya disusul PKPI (12% atau 3 kursi), PAN dan Partai Indonesia Sejahtera (PIS) masing-masing memperoleh 8% atau 2 kursi, selanjutnya PPP (4% atau 1 kursi) dan PPRN (4% atau 1 kursi). Komposisi anggota legislatif tersebut jelas akan merubah peta politik Kota Salatiga untuk lima tahun kedepan. Pertama, karena tidak ada partai yang memperoleh kursi mayoritas di legislatif. Kedua, mayoritas anggota legislatif hasil pemilu 2009 adalah orang baru.

**Tabel 2**  
**Perbandingan hasil perolehan suara PKPI dan PKS serta kursi legislatif DPRD Kota Salatiga dalam pemilu legislatif 2009**

No	INDIKATOR	PKPI	PKS
1	Hasil perolehan suara pemilu legislatif Kota Salatiga	7.595 suara	10.709 suara
2	Hasil perolehan kursi legislatif di DPRD Kota Salatiga	3 (tiga) kursi DPRD Kota Salatiga	4 (empat) kursi DPRD Kota Salatiga

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pemilu 2009 PKPI hanya mendapatkan 3 kursi dan mengalami penurunan perolehan suara dibandingkan pemilu 2004, sedangkan PKS memperoleh 4 kursi dan perolehan suaranya mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan pemilu 2004. Perbandingan Strategi pemenangan, Implementasi dan hasil pemilu PKPI dan PKS di Kota Salatiga dapat dilihat pada beberapa matrix berikut.

**Matrik 1**  
**Perbandingan strategi pemenangan umum Pemilu Tahun 2009 DPN PKPI dan DPP PKS**

No	INDIKATOR	PKPI	PKS
1	Renstra kemenangan di tingkat nasional	Dalam bentuk program dan langkah-langkah riil tidak ada	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menciptakan soliditas struktur dan kader</li> <li>▪ Melakukan pelatihan untuk penajaman visi misi partai pada kader</li> <li>▪ Perluasan jaringan dilakukan sebelum pelaksanaan pemilu</li> <li>▪ Membuat kurikulum sistem kaderisasi yang terprogram 3/6 bulan dengan penjenjangan kader sesuai prestasi</li> <li>▪ Penempatan kader dalam posisi strategis dalam masyarakat (ketua RT, RW, majelis ta'lim, ta'mir masjid)</li> <li>▪ Mendorong kader untuk memperluas pergaulan dan aktif dalam setiap kegiatan masyarakat</li> <li>▪ Membentuk TPPN , TPPW, TPPD.</li> </ul>
2	Target perolehan suara nasional	2.5 %	20 %
3	Peran Lembaga Pemenangan Pemilu Nasional	Mengarahkan dan mengkonsolidasikan seluruh elemen partai	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mensinergikan program pemenangan pemilu antara DPP, DPW, DPD, DPC dan DPRt.</li> <li>▪ Mendorong caleg di pusat dan wilayah untuk turba tiap hari.</li> <li>▪ Menciptakan soliditas pengurus dan kader dari DPP sampai DPRD.</li> <li>▪ Bersama DPW membuat konsep pemenangan pemilu.</li> </ul>

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

Dewan Pimpinan Nasional (DPN) PKPI tidak mempunyai strategi pemenangan yang detail dan aplikatif. Strategi pemenangan pemilu PKPI secara nasional diarahkan untuk meraih target 2.5% suara nasional agar PKPI bisa lolos *Parliamantery Tresshold*. Upaya tersebut dilakukan dengan cara : *pertama*, mendorong DPW dan DPK dan Tim Pemenangan Pemilu Daerah yang dikoordinir secara langsung oleh Tim Pemenangan Pemilu Nasional agar secara maksimal bekerja untuk meraih suara sebanyak-banyaknya di seluruh daerah pemilihan dari tingkat provinsi sampai dengan tingkat kota dan kabupaten. *Kedua*, sebelum ada keputusan MK tentang suara terbanyak dalam penentuan calon legislatif terpilih, PKPI secara nasional sudah memutuskan menggunakan sistem suara terbanyak untuk menentukan calon legislatif terpilih.

Sedangkan DPP PKS mempunyai strategi pemenangan yang detail dan aplikatif. Strategi pemenangan pemilu PKS secara nasional diarahkan untuk meraih target perolehan suara 20% dan perolehan kursi 20% di setiap tingkatan kepengurusan dari DPP sampai dengan DPD. Upaya tersebut dilakukan dengan cara : *pertama*, membuat renstra pemenangan dan menjalankan strategi pemenangan tersebut lima tahun sebelum pemilu legislatif 2009. *Kedua*, membentuk Tim pemenangan pemilu ditingkat nasional (TPPN), provinsi (TPPW), Kabupaten/Kota (TPPD) serta kecamatan (TPPC) yang secara intens melakukan koordinasi dan konsolidasi dimasing-masing tingkatan kepengurusan.

## Matrix 2

### Perbandingan strategi khusus pemenangan Pemilu Tahun 2009 DPK PKPI dan DPD PKS Kota Salatiga

No	INDIKATOR	PKPI	PKS
1	Renstra pemenangan di Kota Salatiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menempatkan caleg sebagai caleg mandiri tanpa intervensi DPK</li> <li>• Penyaluran dana aspirasi pada kelompok masyarakat menjelang pemilu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsolidasi dan pemerataan kader struktur dan non struktur di setiap kecamatan</li> <li>▪ Meningkatkan simpati masyarakat umum dengan membangun image “ngopeni” atau memperhatikan dan memperjuangkan aspirasi warga dan konstituen.</li> <li>▪ Mengenalkan visi misi platform dan program melalui <i>direct selling door to door</i> dan beberapa kegiatan di masyarakat setiap hari</li> <li>▪ Pendekatan secara intensif kepada kelompok masyarakat seperti kelompok pemuda, klub motor untuk mencitrakan PKS sebagai partai kader berbasis massa atau partai yang terbuka.</li> </ul>
2	Target perolehan suara dan kursi di Kota Salatiga	15% suara dan 4 kursi DPRD Kota Salatiga	20 % suara dan 6 kursi DPRD Kota Salatiga
3	Peran Lembaga Pemenangan Pemilu Kota/Daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memaksimalkan peran kader diberbagai tingkatan dari Dewan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sebagai koordinator dari TPPC (Tim Pemenangan Pemilu Cabang)</li> <li>▪ Membuat program untuk kampanye terbuka dan mengkomunikasikan dengan TPPW</li> </ul>

		Pimpinan Kota sampai dengan Dewan Pimpinan Kelurahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mencari sumber-sumber dana untuk pemenangan</li> <li>▪ Mengadakan pelatihan komunikasi massa</li> <li>▪ Mengadakan pelatihan dan pembekalan saksi</li> <li>▪ Melakukan advokasi terhadap caleg dan kader dalam proses pemilu 2009</li> </ul>
4	Peran Tim Pemenangan Pemilu Kecamatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada /tidak dibentuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membuat program pemenangan bersama TPPD</li> <li>▪ Asistensi caleg per dapil</li> <li>▪ Mengelola logistik kampanye di tiap dapil</li> </ul>
5	Personil yang duduk didalam Lembaga Pemenangan pemilu Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengurus DPK</li> <li>• Caleg</li> <li>• Ketua DPC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengurus DPD</li> </ul>
6	Mekanisme dan strategi rekrutmen caleg tingkat Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caleg di rekrut oleh pengurus DPK</li> <li>• Penentuan nomor urut melalui musyawarah DPK</li> <li>• Penentuan caleg terpilih menggunakan sistem suara terbanyak (sebelum ada keputusan MK)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Caleg direkrut melalui pemilu internal</li> <li>▪ Untuk memenuhi kuota 120% DPD dan caleg no.urut 1 dan 2 merekrut caleg</li> <li>▪ Penentuan caleg terpilih menggunakan sistem suara terbanyak (setelah ada keputusan MK)</li> </ul>

Strategi pemenangan pemilu DPK PKPI Kota Salatiga dilakukan dengan cara *pertama*, DPK PKPI memposisikan caleg sebagai caleg *mandiri*, DPK PKPI hanya berperan pada saat penentuan daftar caleg dan nomor urut melalui rapat pleno DPK hingga ditetapkan KPU sebagai DPT. Kemudian memanfaatkan *dana aspirasi* yang disalurkan kepada kelompok-kelompok masyarakat menjelang pemilu untuk meraih dukungan dan simpati. *Kedua*, membuat target perolehan suara yang realistis 15% suara atau 4 kursi DPRD dengan target minimal satu dapil satu kursi. *Ketiga*, Tim Pemenangan Pemilu (TPP) hanya dibentuk seefisien mungkin yakni di tingkat Kota yang terdiri pengurus DPK dan caleg. Karena satu dapil adalah satu kecamatan maka TPP memberikan keleluasaan kepada masing-masing caleg disetiap dapil untuk mendulang suara sebanyak-banyaknya sesuai dengan strategi dan sumberdananya. *Keempat*, Penentuan caleg terpilih sejak awal menggunakan sistem suara terbanyak sebelum ada keputusan MK. *Strategi model ini sepertinya cocok diterapkan sejalan dengan putusan MK No 22-23/PUU-VI/2008 mengenai suara terbanyak/sistem proporsional terbuka*, kader PKPI lebih siap sejak awal karena punya karakter yang sama yaitu berkompetisi untuk meraih suara terbanyak.

Strategi pemenangan pemilu DPD PKS Kota Salatiga dimulai dengan melakukan : *pertama*, menyelenggarakan pemilu internal guna menjaring caleg yang berkualitas dan amanah serta bersedia menandatangani kontrak politik. Masing-masing caleg dan kadernya diinstruksikan untuk melakukan *direct selling door to door* setiap hari. Pemanfaatan dana

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

aspirasi diatur oleh DPD sesuai proposal yang masuk untuk menguatkan kelompok masyarakat yang sudah menjadi simpatisan PKS. *Kedua*, menetapkan target perolehan suara yang realistis yakni 20% atau 6 kursi DPRD. *Ketiga*, membentuk Tim Pemenangan Pemilu Daerah (TPPD) yang bertugas membuat strategi, konsep dan program pemenangan, menggali dana, pembekalan saksi serta membentuk TPPC yang berfungsi untuk mengkoordinir dan melakukan asistensi kepada masing-masing caleg di tiap daerah pemilihan. *Keempat*, di setiap daerah pemilihan DPD PKS Kota Salatiga membuat strategi penyusunan daftar calon legislatif dengan memenuhi kuota 120% dan keterwakilan unsur perempuan. Hal tersebut sebagai strategi semakin banyak caleg maka jumlah suaranya juga akan meningkat. Penentuan caleg terpilih dilakukan dengan suara terbanyak setelah ada keputusan MK.

**Matrix 3**  
**Perbandingan strategi pemenangan caleg Pemilu Tahun 2009**  
**DPK PKPI dan DPD PKS Kota Salatiga**

No	INDIKATOR	PKPI	PKS
1	Strategi pendulangan suara yang dilakukan oleh caleg	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membentuk tim sukses dengan memanfaatkan jaringan "preman"</li><li>• Membuat program pemenangan sendiri</li><li>• Memaksimalkan dana aspirasi yang bersumber dari APBD</li><li>• <i>Buying voters</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pendekatan individual</li><li>▪ Pendekatan kelompok</li><li>▪ Pemanfaatan alat peraga</li><li>▪ Memaksimalkan peran kader partai sebagai tim sukses dengan memberikan gaji selama 3 bulan sebelum hari H pencontrengan</li></ul>

Strategi pemenangan masing-masing caleg di PKPI dan PKS Kota Salatiga pada dasarnya hampir sama yaitu dengan membentuk tim sukses dan menyiapkan logistik yang memadai guna membiayai kerja tim. Perbedaannya hanya terletak pada kesolidan dan kekompakan antar caleg serta dana kampanye yang dikeluarkan. *Pertama*, di PKPI caleg memanfaatkan atau "ngopeni" jaringan preman dengan efektif karena preman biasanya mempunyai jaringan yang solid dan luas serta mempunyai kemampuan untuk melakukan *buying voters* secara efektif. *Kedua*, antar caleg dalam satu dapil saling berkompetisi tidak sehat yaitu caleg yang mempunyai sumberdana yang kuat maka dia bisa melakukan *buying voters* terhadap konstituen caleg lainnya. Masing-masing caleg membuat program pemenangannya sendiri tanpa ada koordinasi antar caleg dalam satu dapil juga minim. Hal tersebut terjadi karena tidak berfungsinya struktur DPK dan Badan Pemenangan Pemilu Kota dalam proses kampanye. Biaya kampanye yang dikeluarkan masing-masing caleg juga cukup besar, yaitu berkisar antara 250 - 500 juta rupiah.

Sedangkan di PKS, *pertama*, kesolidan antar caleg menjadi satu hal yang penting guna memaksimalkan pendulangan suara. Kondisi tersebut dapat berlangsung dengan baik karena berfungsinya TPPD dan TPPC dalam mengkoordinir dan memfasilitasi caleg ketika masa kampanye berlangsung dan juga dalam konsolidasi pada saat proses penggalangan suara. Semakin dekat hari H pemilu maka konsolidasi antar caleg semakin intens untuk melakukan evaluasi dan update target perolehan suara dimasing-masing dapil. *Kedua*, strategi pemasangan berbagai poster dan baliho caleg dalam ukuran besar yang memuat semua caleg dalam satu daerah pemilihan, ditujukan sebagai pesan moral kepada masyarakat bahwa caleg-caleg di PKS kompak, solid dan amanah. *Ketiga*, biaya kampanye per daerah pemilihan yang dikelola oleh TPPC hanya berkisar 100 juta rupiah. Masing caleg juga melakukan strategi dengan cara

memaksimalkan peran kader partai sebagai tim sukses dengan memberikan gaji selama 3 bulan sebelum hari H pencontrengan, hal ini menjadi sangat efektif karena sebagai kader partai dia sudah mempunyai loyalitas dan kemampuan komunikasi politik yang terlatih.

**Matrik 4**  
**Perbandingan implementasi strategi pemenangan Pemilu Tahun 2009**  
**DPK PKPI dan DPD PKS Kota Salatiga**

No	INDIKATOR	PKPI	PKS
1	Strategi pendulangan suara yang dilakukan partai di Kota Salatiga	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memanfaatkan jadwal kampanye terbuka dan tertutup dengan semaksimal mungkin.</li><li>• Sosialisasi caleg kepada kelompok masyarakat seperti pemuda, karang taruna, kelompok tani dan jama'ah pengajian.</li><li>• Pertemuan antar caleg di tiap dapil, agenda : pembagian area kampanye dan program kampanye serta perekrutan dan pembekalan saksi.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mapping area dukungan</li><li>▪ Pembagian area kampanye antar caleg</li><li>▪ Pembuatan data base dukungan <i>by name</i></li><li>▪ Forum klarifikasi /evaluasi antar caleg di tiap daerah pemilihan</li><li>▪ Pembuatan isu kampanye</li><li>▪ Pemanfaatan militansi kader</li><li>▪ Distribusi logistik kampanye</li></ul>
2	Evaluasi pelaksanaan strategi dan program pemenangan	Tidak terjadwal	Dilakukan tiap 2 minggu (tiga bulan sebelum hari H), dan 1 minggu sekali ( satu bulan sebelum hari H)

Implementasi dari strategi pemenangan yang diterapkan oleh DPK PKPI Kota Salatiga dengan cara melonggarkan intervensi DPK dan mendorong caleg untuk mandiri ternyata mampu diaplikasikan oleh masing-masing caleg untuk berkompetisi secara penuh dengan mengerahkan semua kekuatan dan kemampuannya guna meraih suara terbanyak agar bisa tampil sebagai pemenang. Hasilnya PKPI Kota Salatiga bisa memperoleh tiga kursi di DPRD Kota Salatiga atau menempati urutan kelima dalam perolehan suara.

Implementasi dari strategi pemenangan yang diterapkan oleh DPD PKS Kota Salatiga dengan memberdayakan jaringan struktur kepengurusan partai dan kader serta penerapan sistem penyerahan data base pemilih *by name* oleh masing-masing caleg dan diimbangi dengan peran TPPD dan TPPC dalam mengkoordinir dan mengkonsolidasikan antar caleg di setiap daerah pemilihan. Proses tersebut akhirnya mampu membawa PKS Kota Salatiga mempertahankan empat kursi di DPRD Kota Salatiga dan menempati urutan ketiga dalam perolehan suara dibawah suara Partai Demokrat dan PDIP, sehingga mendapatkan jatah satu kursi wakil ketua DPRD.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi pemenangan DPK PKPI dan DPD PKS Kota Salatiga, maka dapat diambil beberapa kesimpulan : strategi pemenangan yang dibuat oleh PKS lebih baik dibandingkan dengan strategi pemenangan PKPI, hal itu dapat dilihat dengan adanya sinergi antara strategi pemenangan PKS dipusat dengan strategi pemenangan PKS di daerah, jaringan struktur dan sistem kaderisasi yang rapi dan solid.

# POLITIKA

JURNAL ILMU POLITIK, Volume 9 Nomor 1, April 2018

DPK PKPI Kota Salatiga mampu membuat strategi pemenangan yang sederhana namun mampu menghasilkan suara dan kursi yang signifikan, bahkan PKPI bisa eksis di Salatiga dan bertahan selama tiga kali pemilu walaupun di tingkat pusat dan provinsi tidak mempunyai wakil rakyat. Ini menunjukkan bahwa PKPI di Kota Salatiga merupakan fenomena partai politik yang hanya hidup ketika menjelang pemilu dan hanya berfungsi sebagai "kendaraan politik" bagi siapa saja yang ingin menjadi anggota legislatif dan bersedia mengeluarkan modal yang cukup.

Untuk itu, strategi pemenangan pemilu partai politik sebaiknya dibuat dan direncanakan secara detail dan mendalam jauh hari sebelum pelaksanaan pemilu, minimal dua tahun sebelum pelaksanaan pemilu. Hal tersebut dimaksudkan agar analisis politik tentang potensi, target dan sasaran serta program dan peta politik yang dibuat dapat tertata dan terkoordinir secara matang dan dapat diterapkan dengan tepat. Disamping itu proses konsolidasi politik struktural dan non struktural dapat dilakukan lebih awal. Strategi pemenangan pemilu yang dibuat oleh pengurus ditingkat nasional seyogyanya merupakan program dan langkah-langkah yang mudah diaplikasikan oleh jajaran struktur ditingkat bawahnya, sehingga ada sinergi dan harmoni dengan situasi dan kondisi sosial dan politik dimasing-masing daerah.

Proses rekrutmen caleg merupakan faktor yang sangat penting guna memenangkan kompetisi dalam pemilu. Partai politik sebaiknya melakukan rekrutmen caleg secara transparan dan terbuka serta membuat aturan main yang jelas agar tidak terjadi konflik pada saat pelaksanaan kampanye dan penetapan calon terpilih. Rekrutmen caleg sebaiknya dilakukan dengan mempertimbangkan kapasitas dan kemampuan politik seseorang agar siapapun yang terpilih mampu mengawal agenda politik partai secara maksimal.

Partai politik seharusnya melakukan pendidikan politik kepada konstituen dan masyarakat secara kontinyu selama partai politik itu hidup agar kesadaran dan pemahaman politik masyarakat meningkat. Dengan pendidikan politik tersebut maka pragmatisme politik, jual beli suara akan semakin berkurang sehingga kualitas hasil pemilu terutama anggota legislatif yang terpilih juga pasti berkualitas, tidak seperti pemilu 2009, sebagian besar anggota legislatif yang terpilih karena mempunyai kemampuan finansial yang kuat untuk membeli suara.

Dalam mengimplementasikan strategi pemenangan pemilu perlu adanya kreatifitas dan penyesuaian dengan kondisi struktur sosial dan budaya masyarakat dimasing-masing daerah pemilihan. Karena setiap daerah pasti memiliki kultur dan adat istiadat yang berbeda-beda. Sehingga penerapan strategi pemenangan yang tidak tepat dan komunikasi politik yang salah pasti tidak akan menghasilkan hasil yang maksimal, bahkan hanya akan menimbulkan kerugian politik.

## DAFTAR REFERENSI

- Budiardjo, Miriam 2002, *Dasar-dasar Ilmu politik*, Cetakan ke-22, PT. Gramedia, Jakarta.
- Firmanzah 2007, *Marketing Politik antara pemahaman dan realitas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- IPCOS 2001, *Partai dan Kita, Petunjuk Praktis Memahami Partai Politik*, Seri 1, IPCOS-FES, Jakarta, .
- LP2KS DPW PKB Jawa Tengah 2003, *Partai untuk Rakyat*, Aneka Ilmu, Semarang.
- Salang, Sebastian 2007, *Potret Partai Politik di Indonesia, Asesmen Terhadap Kelembagaan, Kiprah dan Sistem Kepartaian*, Mitra Alembana Grafika-Forum Politisi-FNS, Jakarta.
- Stoner, James 1996, *Manajemen*, Erlangga, Jakarta.
- Surbakti, Ramlan 1992, *Memahami Ilmu Politik*, Gramedia Widia Sarana, Jakarta.