

Submission	Review Process	Revised	Accepted	Published
05-02-2021	15-02 s/d 15-04-2021	20-04-2021	28-04-2021	28-04-2021

Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization, Vol. 2 No.2, April 2021 (157-167)

Published by: Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang

Strategi dan Marketing Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel

Muhamad Sepriansyah

Politik Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: muhamadsepriansyah89@gmail.com

Yazwardi

Politik Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: yazwardi@gmail.com

Yulion Zalpa

Politik Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: zalpayulion@gmail.com

ABSTRACT

The election of legislative candidates is a legitimate link between the people and the government in a democratic society. Political strategy is a political force that will occupy a power in the future, the strategy used is to use battle to win wars and aims to achieve peace.

The purpose of this study was to determine the strategy carried out by M. Anwar Al Syadat in the 2019 legislative elections in the Palembang II electoral district. This research is field research or "field research" which is carried out in the real world.

The results of field research show that the strategy carried out by M. Anwar Al Syadat in the 2019 legislative election uses a political marketing strategy, namely first, showing a political product which contains the vision and mission and excellent work programs of M. Anwar Al Syadat and the winning team. to be shown to the community in the 9 Districts where the campaign is. Second, this promotion is carried out by means of direct dialogue with the community and through social media such as Facebook and Instagram. Third, determine the price during the campaign, both in the campaign funding process and in building the image price of the legislative candidates. Fourth, the place for the campaign, which at that time was not only focused on 1 sub-district, but all sub-districts in the electoral district of Palembang II.

Keywords: legislative, general election, political marketing

ABSTRAK

Pemilihan calon legislatif merupakan suatu penghubung yang sah antara rakyat dan pemerintah dalam suatu masyarakat demokrasi. Strategi politik adalah sebuah kekuatan politik yang akan menduduki sebuah kekuasaan nantinya, strategi yang dipakai ini menggunakan pertempuran untuk memenangkan peperangan dan bertujuan mencapai perdamaian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh M. Anwar Al Syadat dalam pemilu legislatif 2019 di daerah pemilihan Palembang II. Penelitian ini adalah penelitian lapangan atau "*field research*" yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenar-benarnya.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh M. Anwar Al Syadat dalam pemilu legislatif 2019 ini menggunakan strategi *marketing* politik yaitu *pertama*, menunjukkan produk politik yang didalamnya berisi tentang visi misi serta program-program kerja unggulan dari M. Anwar Al Syadat dan tim pemenang untuk ditunjukkan kepada masyarakat di 9 Kecamatan tempat kampanyenya. *Kedua*, melakukan promosi ini dilakukan dengan cara berdialog secara langsung kepada masyarakat maupun melalui media sosial seperti facebook dan instagram. *Ketiga*, menentukan harga saat kampanye berlangsung, baik dalam proses pendanaan kampanye maupun membangun harga *image* dari calon legislatif. *Keempat*, tempat pelaksanaan kampanye yang pada saat itu tidak hanya terfokus pada 1 Kecamatan saja melainkan keseluruhan kecamatan yang ada di daerah pemilihan Palembang II.

Keywords: *legislatif, pemilu, marketing politik*

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan salah satu ciri dari sistem politik demokrasi. Pemilihan umum dan institusi legislatif yang dihasilkannya merupakan penghubung yang sah antara rakyat dan pemerintah dalam suatu masyarakat demokrasi, sebagai sarana artikulasi dan agregasi kepentingan bagi rakyat.

Pemilu legislatif tahun 2019 yang diadakan serentak di beberapa wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia pada tanggal 17 April 2019, termasuk di provinsi Sumatera Selatan. Yang dibagi menjadi 10 daerah pemilihan dan memperebutkan 75 kursi parlemen.

Penelitian ini akan mengkaji proses pemilihan legislatif Provinsi Sumatera Selatan di daerah pemilihan Dapil Palembang II. Dapil ini diikuti oleh 102 calon legislatif dari setiap partai dan memperebutkan 7 kursi. Secara spesifik penelitian ini akan mengkaji strategi salah satu calon legislatif dari PKS yaitu M. Anwar Al Syadat.

Setelah hitung resmi KPU Provinsi Sumatera Selatan di daerah pemilihan Palembang II dimenangkan oleh : No urut 1 oleh Tamtama Tanjung yang diusung oleh partai politik Demokrat, dengan perolehan suara sebanyak 24.804, No urut 2 diduduki oleh Budiarto Marsul yang diusung partai politik Gerindra, dengan perolehan suara sebanyak 25.737, No urut 3 Zulflkri Kadir yang diusung partai politik PDIP, dengan perolehan suara sebanyak 11.783, No urut 4 M. Yansuri yang diusung oleh partai politik Golkar, dengan perolehan suara sebanyak 14.257, No urut 5 diduduki oleh M. Anwar Al Syadat yang diusung dari partai politik PKS, dengan perolehan suara 9.165, No urut 6 Nopianto yang diusung partai politik Nasdem, dengan perolehan suara sebanyak 14.818, dan yang terakhir kursi ke 7

diduduki oleh Antoni Yuzar yang diusung partai politik PKB, dengan perolehan suara sebanyak 13.644.

Daerah pemilihan dapil Palembang II yang meliputi 9 Kecamatan, yaitu : Kecamatan Sukarame, Alang-alang Lebar, Kemuning, Sako, Sematang Borang, Kalidoni, Iilir Timur Satu, Iilir Timur Dua dan Iilir Timur Tiga mengalami perubahan yang sangat mencolok. Perubahan tersebut setidaknya dapat diamati dari pergeseran perolehan kursi anggota DPRD Kota Palembang. Hal ini menunjukkan adanya persaingan diantara peserta pemilu secara ketat. Penelitian ini menemukan adanya *swinging voters* (berpindahnya suara) dari satu partai ke partai yang lain secara signifikan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi politik pemilihan DPRD Kota Palembang dalam pemilu 2014 dan 2019, yaitu dari kharisma calon legislatif, visi misi, dan cara pendekatan kepada masyarakat.

Secara sosiologis dan politik M. Anwar Al Syadat sebelum dicalonkan sebagai anggota dewan legislatif beliau hanya seorang guru les dan memiliki usaha kecil. Kemudian beliau mengikuti organisasi KAMMI daerah Sumatera Selatan dan KAKAMMI Sumatera Selatan, organisasi tersebut bagian dari sayap-sayap PKS. Pada tahun 2003-2014 beliau menjadi Dewan Pengurus Daerah (DPD) PKS Kota Palembang, sebagai Sekretaris Majelis Permusyawaratan Daerah Kota Palembang. Tahun 2014-2019 beliau dicalonkan oleh PKS menjadi DPRD Kota Palembang dan terpilih. Kemudian tahun 2019-2024 beliau dicalonkan kembali sebagai DPRD Provinsi Sumatera Selatan daerah Palembang II oleh PKS dan kembali terpilih lagi. Dan itu kenaikan luar biasa karir politik dikaca legislatif. Selain itu, pertarungan di daerah pemilihan Palembang II sangat ketat karena calon yang terpilih mayoritas dari partai besar dan tenar dikalangan masyarakat.

Secara umum daerah pemilihan Palembang II ini bukan termasuk basis partai PKS. Hal ini berdasarkan dari hasil pemilu 2019 dimana Dapil II didominasi oleh partai PDIP dengan hasil suara 78.160, partai Gerindra dengan hasil suara 49.288, partai Golkar dengan hasil suara 37.568, partai Demokrat dengan hasil suara 37.815, dan partai NasDem dengan hasil suara 24.873. Hal ini dapat diasumsikan atau dilihat dari penghitungan suara partai di KPU.

Kemudian M. Anwar Al Syadat sebagai pendatang baru mampu maraup suara yang signifikan. Sehingga beliau dapat menduduki satu kursi DPRD Provinsi Sumatera Selatan dan sebagai perwujudan perwakilan suara masyarakat Dapil Palembang II Provinsi Sumatera Selatan yang meliputi Kecamatan Sukarame, Alang-alang Lebar, Kemuning, Sako, Sematang Borang, Kalidoni, Iilir Timur Satu, Iilir Timur Dua dan Iilir Timur Tiga.

Untuk memenangkan suatu pemilihan legislatif tentulah banyak strategi agar dapat mencapai apa yang diinginkan. Karena tanpa adanya startegi mustahil bagi calon kandidat yang akan bersaing mendapatkan kemenangan.

TINJAUAN LITERATUR

Jurnal penelitian karya Yuda Pamungkas yang berjudul “*Pertarungan Menjadi Wakil Rakyat Studi Kasus Marketing Politik Hanafi Rais Pada Pemilu Legislatif 2014 di DIY*”. Universitas Gadjah Mada, 2015. Fokus kajiannya yakni mewakili golongan muda dengan penerapan strategi kampanye yang inovatif dan efektif, pada akhirnya mampu mendobrak eksistensi dari calon anggota legislatif lain yang sudah lebih dahulu tenar dan eksis di parlemen pusat. Terlepas dari sosoknya yang merupakan anak seorang tokoh besar yaitu Amien Rais, background dalam ilmu politik yang dimiliki oleh Hanafi Rais juga dapat menjadi jawaban atas keberhasilan penerapan strategi kampanye pada Pemilu legislatif

2014 di DIY lalu. Sedangkan yang membedakan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dari sudut pandang, tempat dan lokasi serta penelitian ini terfokus pada *Strategi Marketing Politik M. Anwar Al Syadat Dalam Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Selatan Daerah Pemilihan Palembang II Tahun 2019*.

METODE PENELITIAN

Jika dilihat dari jenisnya, penelitian ini adalah penelitian lapangan atau "*field research*". Penelitian lapangan ini dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya, penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada masyarakat. Penelitian lapangan umumnya bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat penelitian deskriptif. Yaitu sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya. Dalam hal ini penulis akan mengungkapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan Strategi Politik Pemenangan M. Anwar Al Syadat Dalam Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Selatan Daerah Pemilihan Palembang II Tahun 2019.

Setelah semua data terkumpul sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan, maka tahap selanjutnya adalah menghimpun dan mengelola data yang sudah terkumpul tersebut dengan cara mengklarifikasikan semua jawaban untuk dianalisa. Data yang diperoleh di lapangan dianalisa dengan menggunakan teknik analisa kualitatif. Teknik analisa kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau sebuah kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk diambil suatu kesimpulan.

Disini penulis juga menggunakan metode berfikir induktif untuk menarik kesimpulan akhir. Berfikir induktif adalah berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit kemudian fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan kegiatan politik diperlukan strategi politik untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam setiap Pemilu, tidak ada satu pun partai atau kandidat yang ingin kalah dari partai atau kandidat lain. Semua partai atau kandidat berharap dapat meraih kemenangan. Untuk bisa menang dalam pemilu, partai atau kandidat mutlak membutuhkan strategi-strategi kemenangan yang tepat. Sebab tanpa strategi, kemenangan sangat tidak mungkin untuk didapatkan.

Pemilu 2019 ini merupakan pesta lima tahunan dalam sistem demokrasi Indonesia yang sudah diselenggarakan pada tanggal 17 April 2019, sedari dini, kesibukan-kesibukan mulai diperlihatkan oleh parpol-parpol peserta pemilu maupun calon-calon yang terlibat di dalam pemilihan anggota legislatif. Mereka berlomba-lomba untuk menampilkan yang terbaik dengan berbagai macam cara untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dan mendapat kedudukan serta kekuasaan dalam pemerintahan.

Sistem pemilihan umum untuk memilih anggota legislatif 2019 ini dilakukan secara serentak, berarti semua memakai pemilihan proposional terbuka. Artinya sistem pemilu dimana, penghitungan suara itu berdasarkan jumlah suara terbanyak tanpa memperdulikan nomor urut, seperti yang sudah dilakukan pada tahun 2014.

Sistem proposional terbuka memang dipilih dan dianggap sebagai legitimasi untuk menampung euphoria demokrasi, akan tetapi sistem ini pula yang menjadi hambatan untuk partai politik untuk berperan secara penuh terhadap para calon legislatif yang diusungnya, karena pada sistem proposional terbuka masyarakat berdaulat penuh dalam menentukan calon wakil rakyat yang akan menduduki kursi Pemerintahan maupun kursi Parlemen bukan bagi hasil dari seleksi partai secara sepenuhnya seperti yang dilakukan pada sistem proposional tertutup.

Penerapan sistem proposional terbuka ini menjadi salah satu rekrutmen calon legislatif di partai PKS sebagai partai pengusung M. Anwar Al Syadat selaku calon legislatif yang dipilih untuk maju kembali di kursi DPRD Provinsi Sumatera Selatan.

Selain menggunakan sistem proposional terbuka dalam pemilihan legislatif ini juga menggunakan teknis perhitungan suara yang menggunakan metode *Sainte Lague* murni. Dasar hukum metode ini sudah diakomodirkan dalam undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

Sainte Lague adalah metode nilai rata-rata tertinggi yang digunakan untuk menentukan jumlah kursi yang telah dimenangkan dalam suatu pemilihan umum. *Sainte Lague* yang dimaksud disini adalah Metode hitung dengan bilangan pembagi (1; 3; 5; 7..dst). Tahap pertama, dilakukan proses perhitungan jumlah seluruh sah setiap parpol (suara parpol + suara calon). Tahap kedua melakukan pembagian dengan bilangan ganjil (1, 3, 5, 7,...dst). kemudian tahap ketiga, hasil pembagian diurutkan dari mulai suara terbanyak. Kemudian dikonversi ke kursi sampai habis jumlah kursi di daerah pemilihan. Caleg yang mendapat kursi adalah pemilik suara terbanyak di partai yang mendapat kursi berdasarkan surat suara di dapil.

Kemenangan M. Anwar Al Syadat ini mutlak dari keberhasilannya sendiri dan beliau memiliki pesona atau karismatik sebagai tokoh pada partai. Partai hanyalah sebuah kendaraan mulai dari proses kampanye hingga selesai. M. Anwar Al Syadat sebagai caleg *incumbent* tentu bukan hal yang mudah bagi dirinya, memang lebih menguntungkan dari pada caleg-caleg pemula tetapi tidak bisa dipungkiri bahwa dirinya masih menjabat sebagai wakil rakyat. Hal ini tentu menjadi sebuah tantangan tersendiri terhadap dirinya tapi dengan adanya bukti-bukti nyata dari program-program yang dibawa M. Anwar Al Syadat waktu menjabat sebagai DPRD Kota Palembang inilah yang semakin membuat masyarakat percaya bahwa M. Anwar Al Syadat berhak mendapatkan suara yang lebih banyak dari pada caleg-caleg yang lain sebab sudah terbukti janji serta visi misi yang beliau ucapkan 5 tahun yang lalu. Dengan begitu beliau layak menjadi pemimpin rakyat 5 tahun kedepan. Maka dari itu M. Anwar Al Syadat ini patut dicontoh bagi caleg-caleg pemula yang ingin menang dalam sebuah pesta demokrasi nantinya. Dilihat dari M. Anwar Al Syadat yang memiliki strategi *marketing* politik yang baik karena sudah terjaga dari tahun 2014-2019, memiliki jaringan yang luas, kepopularitasnya sebagai caleg *incumbent* serta memiliki finansial yang baik dalam menopang kampanyenya sehingga tim pemenangnya memiliki keleluasaan untuk berkreativitas.

M. Anwar Al Syadat sendiri adalah salah satu calon legislatif yang diusung oleh partai PKS yang dapat memenangkan pertarungan menjadi anggota legislatif DPRD Provinsi Sumatera Selatan dengan perolehan suara 9.165. Maka dari itu bab ini akan menjelaskan bagaimana strategi M. Anwar Al Syadat, sehingga beliau bisa memenangkan pemilu legislatif tersebut.

A. Marketing Politik

Menurut Firmanzah, *marketing* politik merupakan sebuah alat atau metode bagi partai politik untuk melakukan pendekatan kepada publik. Melalui *marketing* politik informasi mengenai partai politik lebih mudah didistribusikan kepada publik sehingga terjadi *feed back* atau hubungan timbal balik antara partai politik dan masyarakat. Adanya interaksi antara partai politik dan masyarakat memberikan pembelajaran politik kepada masyarakat sehingga proses demokrasi akan terjadi.

Sesungguhnya pemasaran politik tidak dimaksudkan untuk “menjual” kandidat atau partai politik kepada rakyat. Bahkan pemasaran politik menjadikan calon pemilih sebagai subjek dan mengajarkan agar kandidat atau partai politik mampu merumuskan secara jelas tentang “produk politik” melalui pengembangan simbol, citra, platform, visi, misi, dan program yang ditawarkan dengan mengacu kepada ideologi politik masing-masing partai politik. Dengan proses pemasaran politik, produk yang bisa dipasarkan adalah partai politik itu sendiri, tanda gambar, ideologi, visi, misi dan program itu tercakup dalam platform partai (*party platform*), yang merupakan produk politik yang utama, disamping “rekam jejak” partai politik pada masa lalu dan karakter pribadi aktor politik dan kandidat. Semuanya itu memberikan citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik (*political product*).

B. Marketing Politik M. Anwar Al Syadat Dalam Pemilu Legislatif Provinsi Sumatera Selatan Daerah Pemilihan Palembang II Tahun 2019

Peta persaingan politik yang semakin ketat ini mendorong M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya bekerja lebih keras untuk menarik hati para pemilihnya. Pendekatan *marketing* politik menjadi pilihan M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya dalam menghadapi persaingan di pemilihan legislatif.

Marketing politik tidak bisa dilakukan melalui proses instan. Banyak proses yang harus dilalui, sebagai tim pemenang mereka sangat memperjuangkan penuh untuk kemenangan calon yang didukungnya. Tim pemenang M. Anwar Al Syadat di Daerah Pemilihan Palembang II ini berusaha menarik suara masyarakat di 9 Kecamatan dan Kelurahan yang ada dengan cara mempromosikan serta menunjukkan visi misi dan program-program kerja unggulan dari M. Anwar Al-Syadat. Bagi masyarakat yang sudah mengetahui visi misi serta program kerja tersebut maka akan secara otomatis memilih M. Anwar Al Syadat ini jika visi misi yang ditunjukkan atau diperlihatkan cocok dengan apa yang mereka butuhkan.

Apa yang dilakukan oleh tim pemenang M. Anwar Al Syadat di Daerah Pemilihan Palembang II ini sesuai dengan teori Niffenneger yaitu istilah 4P (*product, promotion, price* dan *place*) dengan begitu tim pemenang berusaha mencari suara pemilih terbanyak.

Berikut ini adalah proses *marketing* politik yang dilakukan M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya di Daerah Pemilihan Palembang II.

Produk Politik

Produk utama dari partai politik tentunya adalah *platform* atau paradigma partai yang mengandung konsep, identitas ideologis dan program kerja dari partai politik itu sendiri. Dalam hal ini perlu dilihat bagaimana *platform* partai pendukung, *track record* pasangan calon dan karakteristiknya.

Hal yang dibangun oleh M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya dalam memasarkan produk politik adalah dengan meyakinkan masyarakat tentang *platform* partai. Dengan slogan kampanye “Sumatera Selatan, Ayo Lebih Baik” serta program yang ditawarkan yakni “Secara nasional PKS pada pemilu 2019 ini akan memperjuangkan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Pajak Sepeda Motor dan Pemberlakuan SIM Seumur Hidup”. Selain itu juga tim pemenang melakukan komunikasi politik kepada masyarakat dengan cara bersilaturahmi (berkunjung langsung ke setiap rumah warga atau masyarakat) dan juga berdialog untuk menyampaikan visi, misi dan juga program-program PKS. Menginformasikan pada warga masyarakat seluk beluk tentang PKS. Menyerap aspirasi warga atau masyarakat. Berharap agar kiranya warga atau masyarakat dapat memenangkan PKS pada Pemilu 2019 dengan memilih kader-kader terbaik PKS untuk mewakili suara warga masyarakat di Legislatif.

Dalam upaya penanaman produk politik dan *image* politik, maka M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya membuat beberapa hal, yakni: Tim pemenang menggunakan saluran tatap muka dan saluran media (sosial media) untuk menanamkan *image* kedekatan terhadap publik. Kegiatan tatap muka seperti bersilaturahmi, berdialog, sembako murah, layanan kesehatan, bagi masker dan kaos. Selain itu juga M. Anwar Al Syadat ini berusaha untuk masuk ke hati masyarakat melalui pendekatan personal. Lalu M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya memanfaatkan sosial media untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Melalui *accoun facebook* Muhammad Anwar dan *instagram* m.anwaralsyadat, ia bisa berbagi informasi, motivasi dan berkomunikasi dengan biaya yang murah, cepat serta menembus ruang dan waktu. M. Anwar Al Syadat masuk ke berbagai lapisan masyarakat, tempat dan kondisi sehingga pendekatan-pendekatan itu masyarakat akan menyimpan *image*. M. Anwar Al Syadat ini sebagai pemimpin yang merakyat, sedia mendengarkan aspirasi rakyat, dan mau memperjuangkan nasib rakyat.

Image tersebut yang dibangun selama ini tidak dilewati melalui waktu yang sebentar melainkan melalui waktu yang cukup lama selamas masa kepemimpinannya sebelumnya. Citra positif dan keberhasilannya itulah yang dijual dalam pencalonan, kampanye dan janji-janji politiknya. Dalam prakteknya, pada pemilu legislatif langsungorang dituntun memilih berdasarkan *image* yang sudah berhasil diciptakan. Secara garis besar produk yang dibawa M. Anwar Al Syadat dalam mengikuti persaingan di pemilihan legislatif 2014 di Kota Palembang ini sudah sangat membantu beliau dalam memperoleh suara yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pemilih yang mendukung beliau.

Penyesuaian program kerja dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat ini sangat mampu membuat masyarakat menjadi ingin memilih M. Anwar Al Syadat yang dianggapnya memiliki program kerja yang pas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini akan membuat masyarakat lebih tertarik pada kandidat yang memang memiliki program kerja serta visi misi yang memang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang.

Hal berikutnya adalah *past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau). Sejumlah prestasi, advokasi dan upaya-upaya yang telah M. Anwar Al Syadat dan tim pemenang lakukan ditonjolkan untuk membuktikan kinerjanya. Seperti media massa dan media sosial digunakan tim pemenang M. Anwar Al Syadat untuk mempublish informasi tentang kinerja yang telah M. Anwar Al Syadat lakukan. Dan itu semua dilakukan untuk upaya kampanye politik.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya merupakan rangkaian upaya menciptakan produk politik yang unggul dibandingkan para

pesaingnya. Dari upaya-upaya tersebut terbentuklah citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik.

Promosi

Promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Begitu pula dengan promosi dalam politik M. Anwar Al Syadat dimana tim pemenangannya akan turun langsung ke lapangan untuk mempromosikan calon legislatifnya dengan menggunakan beberapa program-program yang sudah disiapkan untuk masyarakat serta menyakinkan bahwa calon yang dibawanya itu berbeda dengan calon-calon yang lain. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan ini tentunya akan menghasilkan suara pemilih terbanyak.

Salah satu bukti kekuatan M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangan saat kampanye politik yang dimiliki oleh M. Anwar Al Syadat bagaimana tim pemenangan bersama M. Anwar Al Syadat dapat melakukan kampanye politik diseluruh daerah Pemilihan Dapil Palembang II yang berjumlah 9 Kecamatan dan 53 Kelurahan yang ada, hal ini dapat menjadi nilai lebih dari pada calon yang lain, dimana M. Anwar Al Syadat dapat menyampaikan program kerjanya langsung kemasyarakat dan memiliki kedekatan dengan masyarakat. Kedekatan inilah yang menjadi keyakinan bagi M. Anwar Al Syadat sehingga melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat sebagai calon pemilih karena pemilu legislatif ini merupakan satu bentuk kompetisi politik. Kompetisi yang mengharuskan M. Anwar Al Syadat sebagai salah satu kompetitor untuk menggalang dukungan suara, baik golongan pemilih yang sudah ada maupun membentuk golongan pemilih baru.

Harga

Harga dalam *marketing* politik mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya “rapat akbar” sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis, mengacu pada harga persepsi psikologis dari pemilih terhadap tokoh. Hal ini berupa kenyamanan atau ketidaknyamanan untuk memilih orang dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan atau lainnya. Harga *image* kedaerahan, berupa *image* yang selama ini diberikan oleh pemilih terhadap kandidat.

Penggunaan dana pada saat kampanye itu sepenuhnya diperuntukan untuk mendanai setiap proses kampanye yang dilakukan baik itu dalam kampanye sosialisasi ke masyarakat, pemasangan iklan (media cetak atau elektronik), dan pencetakan spanduk sekalipun. Semua dana yang dikeluarkan pada saat kampanye ini bertujuan agar calon legislatif yang diusung menang. Besaran jumlah dana pada saat kampanye itu tergantung pada seberapa besar jumlah nominal yang digunakan oleh tim pemenang untuk berkampanye. Jumlah nominal yang digunakan oleh tim pemenang pun berbeda-beda.

Tempat

Tempat ini berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Kampanye politik memang harus bisa menyentuh segenap lapisan masyarakat. Berarti, sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu secara geografis, demografis maupun berdasarkan keberpihakan pemilih.

1. Geografis. Pemilihan tempat dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk disuatu wilayah, penyebarannya dan kondisi fisik geografisnya.
2. Demografis. Pemilihan tempat dilakukan secara demografis, dimana para pemilih dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, kelas, sosial, pemahaman terhadap dunia politik, kepercayaan, agama dan etnis.
3. Keberpihakan pemilih, contohnya saja beberapa pendukung tradisional, beberapa pendukung partai atau kandidat lain, beberapa jumlah massa mengambang (*floating mass*) dan mungkin juga beberapa persentase Golput.

Dalam pemilihan tempat atau *place* harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market sehingga dapat efektif dan efisien. Maka dari itu saat kampanye yang sudah Bapak M. Anwar Al Syadat katakan sebelumnya, beliau hanya terfokus pada 4 Kecamatan, 3 Kecamatan yang pada tahun 2014 dia datangi dan banyak masyarakat yang memberikan suaranya kepada beliau sehingga beliau mencoba kembali mempromosikan dirinya di 3 Kecamatan tersebut untuk naik ke calon legislatif DPRD Sumatera Selatan pada tahun 2019. Dan 1 Kecamatan lagi itu terfokus ditempat tinggal beliau, berharap masyarakat setempat yang mengenal beliau mampu untuk memangkan suara beliau lagi. Lalu untuk sisanya yang 5 Kecamatan lain itu beliau berusaha untuk mempromosikan diri dengan membawa visi misi serta program-program yang sudah beliau siapkan untuk masyarakat supaya itu bisa mengambil hati masyarakat di 5 Kecamatan tersebut untuk memilih dan memenangkan beliau dalam pemilihan calon legislatif tahun 2019.

M. Anwar Al Syadat beserta tim pemenang juga berusaha untuk mendatangi tempat tokoh politik, tokoh adat dan tokoh agama dengan melibatkan mereka dalam kampanyenya maka diharapkan dapat meraih suara banyak dalam pemilu legislatif ini. Tokoh-tokoh tersebut mempunyai peranan penting untuk memobilisasi massa yang diinginkan oleh M. Anwar Al Syadat beserta tim pemenangnya. Karena mereka mempunyai kekuasaan yang secara potensial untuk menggalang dukungan masyarakat, kehadirannya dalam suatu pertemuan politik atau pada saat kampanye pemilu dan apalagi jika disertai himbauan kiai kepada masyarakat untuk memilih atau mendukung calon legislatif atau partai PKS ini.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Marketing Politik M. Anwar Al Syadat

Adapun faktor-faktor pendukung kemenangan M. Anwar Al Syadat pada pemilu legislatif 2019 adalah:

1. Keberhasilan M. Anwar Al Syadat dan tim pemenangnya dalam menerapkan marketing politik yang sudah dibangunnya semenjak beliau menjabat sebagai anggota legislatif DPRD Kota Palembang periode 2004-2019.

2. M. Anwar Al Syadat ini memiliki jaringan yang cukup luas. Hal ini adalah salah satu buah dari marketing politik yang beliau lakukan. Dengan semakin banyaknya jaringan yang beliau miliki maka banyak pula dukungan-dukungan yang beliau peroleh.
3. Dukungan oleh partai pendukung, tim pemenangan, tim relawan dan masyarakat di setiap kecamatan Dapil Palembang II yang begitu besar. Masyarakat perkecamatan memiliki perilaku politik yang rasional dan kritis, dengan tipe perilaku politik tersebut masyarakat akan memilih pemimpin berdasarkan citra seorang kandidat politik dan tercapainya visi-misi yang disampaikan pasangan tersebut.
4. Faktor lainnya yakni M. Anwar Al Syadat memiliki finansial yang baik untuk menopang kampanyenya. Tentunya dalam hal ini sangat disyukuri oleh tim pemenang karena dengan begitu tim pemenang memiliki keleluasaan untuk berkreativitas.

Adapun faktor yang menghambat M. Anwar Al Syadat pada pemilu legislatif 2019 adalah: Pada saat kampanye ada beberapa orang yang itu menghambat bergerakan tim pemenang masuk ke setiap kecamatan untuk berkampanye, itu pernah melarang tim pemenang tidak boleh mendatangi daerah tersebut. Padahal tim sebelumnya sudah meminta izin dan ketua RT ataupun tokoh masyarakat setempat tidak terlalu melarang mereka justru menerima siapa saja yang itu baik untuk kemajuan masyarakatnya. Jadi salah satu hambatannya ada orang-orang lain untuk menghambat dan tidak menerima kami kampanye.

KESIMPULAN

Terpilihnya M. Anwar Al Syadat dari fraksi PKS ini akan menjadi anggota legislatif di Dapil Palembang II selama 5 tahun kedepan. M. Anwar berhasil keluar dan menang serta menduduki kursi no 5 saat itu. Hal ini tidak lepas dari strategi-strategi yang dibangun oleh M. Anwar Al Syadat beserta tim pemenangnya pada kampanye 2019. Dari hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti dilapangan terdapat beberapa poin penting dari proses *marketing* yang dilakukan oleh M. Anwar Al Syadat beserta tim pemenang.

Kegiatan *marketing* politik yang dilakukan oleh M. Anwar Al Syadat beserta tim pemenang yakni menggunakan beberapa proses dari *marketing* politik yaitu melalui teori 4P (Produk, Promosi, Harga dan Tempat).

DAFTAR PUSTAKA

- Atika, Dara. 2019, *Strategi Pemasaran Partai Politik Baru Dalam Pemilihan Dprd Kota Bandar Lampung 2019 (Studi Pada Partai Perindo, PSI, Berkarya dan Garuda)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung:
- Damayanti, Sulastri. 2014, *Marketing Politik Calon Anggota DPR RI Ledia Hanifa Amaliah dalam Pemilihan Anggota DPR RI Periode 20014-2019*, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta
- Emut Ratnasara, Sri. 2019. *Pengaruh Penerapan Sistem Proposional Terbuka Pada Kualifikasi Calon Legislatif*, Skripsi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta
- Fahmi Arrahman, Kemal. 2018. *Analisis Pengaruh Political Marketing Mix Terhadap Keputusan Memilih Pasangan Calon Gubernur DKI Jakarta 2017*, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta
- Firmanzah. 2012, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Gafur, Abdul. 2014. *Stategi Partai Keadilan Sejahtera pada Pemilu Legislatif 2014 di Hasanuddin Makasar*, Makasar
- Kartini, Kartono. 1996, *Penghantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju,
- Kencana Syafiie, Inu. 1991, *Pengantar Ilmu Pemerintahan*, Bandung: Eresco.
Kota Makassar, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
- Nursal, Adam. 2004. *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Putra, D., Yazwardi, Y., & Fikri, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Hasil Pemilihan Presiden 2019. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/ampera.v2i1.7427>