

**KEWIRAUSAHAAN POLITIK DALAM KAMPANYE PEMILU
LEGISLATIF**

**(STUDI KASUS GAGASAN KAMPANYE OK-OJ CALON ANGGOTA
LEGISLATIF PKS ERNANTO DJOKO PURNOMO DALAM PEMILIHAN
UMUM LEGISLATIF TAHUN 2019 DI KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Peminatan Kebijakan dan Tata
Kelola Pemerintahan



Disusun Oleh :

Muhammad Reynanda Putra Sugiharto

155120507111018

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2019

ABSTRAK

Muhammad Reynanda Putra Sugiharto, Program Sarjana, Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang, 2019. Kewirausahaan Politik dalam Kampanye Pemilu Legislatif (Studi Kasus Gagasan Kampanye OK-OJ Caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2019 di Kota Malang). Tim Pembimbing : Wawan Sobari, S.IP, MA, Ph.D dan Taufik Akbar, S.IP, M.IP.

Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus ini menganalisis tentang praktik kewirausahaan politik dalam kampanye pemilu legislatif 2019 di kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktik kewirausahaan politik dalam kampanye pemilu legislatif. Menurut Matthew McCaffery dan Joseph T. Salerno dalam “*A Theory of Political Entrepreneurship*” bahwa dalam kewirausahaan politik terdapat tiga pendekatan yaitu *public choice*, *alertness & discovery*, dan *new institutionalism*. Penelitian ini membahas tentang gagasan program kampanye One Kelurahan One Jejaring (OK-OJ) yang dibuat oleh Ernanto Djoko Purnomo sebagai caleg PKS dalam pemilu legislatif tahun 2019 dengan menggunakan pendekatan *alertness & discovery*. Program kampanye ini merupakan hasil Ernanto Djoko Purnomo dalam berdiskusi dengan masyarakat tentang permasalahan yang ada di kota Malang yang kemudian dituangkan dalam poin-poin program OK-OJ. Program ini menjadi program unggulan untuk meraih suara maksimal pada pileg 2019 di kota Malang. Jenis kampanye ini merupakan salah satu bentuk kampanye *creative politics* dengan harapan kampanye ini berdampak positif bagi caleg dan masyarakat. Studi ini juga menemukan fakta baru yaitu meskipun mendapatkan respon positif dari masyarakat, namun pada kenyataannya gagasan kampanye OK-OJ belum dapat memenangkan caleg Ernanto Djoko Purnomo dalam pemilu legislatif 2019 di kota Malang.

Kata kunci : Kewirausahaan Politik, Kampanye, Pemilu, Kota Malang

ABSTRACT

Muhammad Reynanda Putra Sugiharto, Bachelor Program, Political Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Brawijaya University, Malang, 2019. Political Entrepreneurship in the Legislative Election Campaign (Case Study of the Idea of OK-OJ Campaign for PKS Candidate Ernanto Djoko Purnomo in the 2019 Legislative Election in Malang City). Adviser: Wawan Sobari, S.IP, MA, Ph.D and Taufik Akbar, S.IP, M.IP..

This research, which uses a qualitative approach with a case study method, analyzes the practice of political entrepreneurship in the 2019 legislative election campaign in Malang. This study aims to explore the practice of political entrepreneurship in legislative election campaigns. According to Matthew McCaffery and Joseph T. Salerno in "A Theory of Political Entrepreneurship" that in political entrepreneurship there are three approaches, namely public choice, alertness & discovery, and new institutionalism. This research discusses the idea of the One Kelurahan One Jejaring (OK-OJ) campaign program made by Ernanto Djoko Purnomo as a PKS candidate in the 2019 legislative elections using the alertness & discovery approach. This campaign program is the result of Ernanto Djoko Purnomo in discussing with the public about problems in Malang that are then outlined in the OK-OJ program points. This program is the flagship program to achieve maximum votes in the 2019 legislative election in Malang. This type of campaign is one form of creative politics campaign in the hope that this campaign will have a positive impact on candidates and the public. This study also found a new fact that despite getting a positive response from the community, in reality the idea of the OK-OJ campaign has not been able to win the candidate Ernanto Djoko Purnomo in the 2019 legislative elections in Malang.

Keywords: Political Entrepreneurship, Campaigns, Elections, Malang City

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2019 ini Indonesia akan menyelenggarakan pilkada serentak yang terdiri dari dua jenis pemilu, yang pertama adalah pemilu Presiden dan Wakil Presiden, dan yang kedua adalah pemilu legislatif. Pemilu Presiden dan Wakil Presiden diikuti oleh dua pasang calon sedangkan pemilu legislatif diikuti oleh 14 partai politik mulai dari tingkat daerah (DPRD), DPD, hingga tingkat pusat (DPR). Pemilu legislatif menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat karena setiap calon anggota legislatif memiliki visi misi dan program-program unggulan agar dapat dipilih oleh masyarakat. Untuk dapat menyampaikan visi misi serta program, para caleg diberi kesempatan untuk melakukan kampanye kepada masyarakat sesuai dengan daerah pemilihan (dapil) masing-masing.

Menurut laman resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU), masa kampanye pilkada serentak dimulai dari tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019¹. Dalam hal ini, selama kurang lebih 8 bulan ke depan, banyak terdapat alat peraga kampanye-kampanye yang dilakukan oleh para calon anggota legislatif (caleg) mulai dari media cetak, media online, hingga spanduk-spanduk ataupun baliho yang bertebaran di pinggir jalan ataupun tempat-tempat yang telah diperbolehkan dan disediakan untuk berkampanye.

¹ Komisi Pemilihan Umum, Tahapan Pemilu 2019, diakses melalui <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019> pada tanggal 20 Februari 2019

Ada beberapa poin penting terkait dengan perbedaan pemilu legislatif tahun 2014 dan pemilu legislatif tahun 2019, diantaranya ²:

1.) Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden Digelar Serentak

Perbedaan mendasar dari penyelenggaraan Pemilu tahun 2019 yakni keserentakan. Pada tahun 2014, Pileg dan Pilpres diselenggarakan secara terpisah. Saat itu, Pileg digelar lebih dahulu pada 9 April 2014, sedangkan Pilpres diselenggarakan 3 bulan setelahnya atau pada 9 Juli 2014. Pada Pemilu tahun 2019, Pileg dan Pilpres akan digelar secara serentak dalam satu hari pada Rabu, 17 April 2019. Pemilu secara serentak ini dampak dari putusan Mahkamah Konstitusi (MK) dalam gugatan nomor 14/PUU-XI/2013 yang diputus pada 23 Januari 2014.

MK membatalkan Pasal 3 ayat (5), Pasal 12 ayat (1) dan (2), Pasal 14 ayat (2), dan Pasal 112 UU Nomor 42/2008 tentang Pilpres yang mengatur pelaksanaan Pilpres tiga bulan setelah pelaksanaan Pileg alias tidak serentak. Dengan penyelenggaraan Pemilu serentak 2019, nantinya para pemilih harus membawa 5 surat suara sekaligus ke bilik suara untuk dicoblos. Lima surat suara itu untuk memilih anggota DPRD tingkat kabupaten/kota, anggota DPRD tingkat provinsi, anggota DPR, anggota DPD, serta calon presiden dan wakil presiden.

2.) Jumlah Partai Politik Bertambah

Jumlah partai politik (parpol) yang berlaga di Pemilu 2019 dibandingkan Pemilu 2014 juga berbeda. Pada Pemilu 2014 lalu, pemilu diikuti oleh 12 parpol

² <https://www.kumparan.com/@kumparannews/7-perbedaan-pemilu-2014-dan-2019-1542626775313123571>

nasional dan 3 parpol lokal Aceh. Sebanyak 12 parpol nasional itu yakni Partai NasDem, PKB, PKS, PDIP, Partai Golkar, Partai Gerindra, Partai Demokrat, PAN, PPP, Partai Hanura, PBB, PKPI. Adapun, 3 parpol lokal Aceh yakni Partai Damai Aceh, Partai Nasional Aceh, dan Partai Aceh.

Sedangkan pada Pemilu 2019 diikuti oleh 16 partai politik nasional ditambah 4 partai politik lokal di Aceh. Tambahan 4 parpol di tingkat nasional itu merupakan parpol baru yakni Partai Garuda, Partai Berkarya, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dan Partai Perindo. Sementara itu parpol lokal Aceh yang bertahan ikut Pemilu 2019 hanya Partai Aceh, sedangkan tiga lainnya baru yakni Partai SIRA, Partai Daerah Aceh, dan Partai Nangroe Aceh.

3.) *Presidential Threshold* memakai Hasil dari Pemilu Legislatif 2014

Presidential Threshold ambang atau batas syarat parpol bisa mengukung capres-cawapres pada Pemilu 2019 juga menjadi sesuatu yang baru. Pada Pemilu 2014, *Presidential Threshold* menggunakan hasil Pileg tiga bulan sebelumnya. Ketentuannya parpol atau koalisi parpol bisa mengukung capres-cawapres apabila memiliki 20 persen kursi di DPR atau 25 persen suara sah nasional. Sedangkan pada Pemilu 2019, karena penyelenggaraannya serentak, disepakati *Presidential Threshold* yang digunakan berasal dari hasil Pileg 2014. Besaran *Presidential Threshold* tidak berubah dari Pemilu 2014.

Isu *Presidential Threshold* ini sempat menimbulkan pro kontra hingga membuat 4 fraksi di DPR yakni PAN, Gerindra, Demokrat, dan PKS walk out saat rapat paripurna pengesahan UU Pemilu. Keempat parpol itu beralasan penerapan

Presidential Threshold pada Pemilu 2019 tidak tepat, sebab bagaimana mungkin bisa menentukan presidential threshold 20 persen sedangkan belum ada hasil pemilu legislatif. Di 2019, pemilu legislatif dan pemilu presiden digelar di hari yang sama. Sementara PT baru bisa diketahui setelah pemilu legislatif. Penolakan terhadap *Presidential Threshold* itu juga membuat beberapa pihak menggugat ketentuan yang termaktub di UU Pemilu tersebut ke MK. Meskipun pada akhirnya MK menolak gugatan itu dan menyatakan ambang batas presiden itu konstitusional.

4.) *Parliamentary Threshhold* Naik Jadi 4 Persen

Pada Pemilu 2019, persaingan parpol untuk lolos ke DPR akan semakin sengit. Ambang batas parlemen atau *parliamentary threshold* yang harus dicapai parpol untuk menempatkan kadernya di DPR naik menjadi 4 persen pada Pemilu 2019. Angka itu naik 0,5 persen apabila dibandingkan pada Pileg 2014 sebesar 3,5 persen. Angka ambang batas parlemen itu selalu naik di setiap pemilu. Pada Pileg 2004 belum ada ketentuan ambang batas parlemen, ketentuan itu baru digunakan pada Pileg 2009 sebesar 2,5 persen dan selanjutnya 3,5 persen pada Pileg 2014. Salah satu tujuan digunakannya ambang batas parlemen yakni untuk menciptakan sistem multipartai yang sederhana. Adanya ambang batas itu membuat PBB dan PKPI tak lolos pada Pemilu 2014 karena perolehan suaranya tak mencapai 3,5 persen. PBB hanya memperoleh 1,46 persen sedangkan PKPI hanya 0,91 persen.

5.) Metode Penghitungan Jumlah Kursi

Metode penghitungan jumlah kursi pada Pemilu 2019 juga berbeda dengan Pemilu 2014. Jika Pemilu 2014 memakai metode BPP (Bilangan Pembagi Pemilih)

atau Quote Harre dalam menentukan jumlah kursi, maka pemilu kali ini akan menggunakan teknik Sainte Lague untuk menghitung suara. Metode tersebut diperkenalkan oleh seorang matematikawan asal Perancis bernama Andre Sainte Lague pada tahun 1910. Caranya, parpol yang memenuhi ambang batas parlemen empat persen suaranya akan dibagi dengan bilangan pembagi 1 yang diikuti secara berurutan dengan bilangan ganjil 3,5, 7 dan seterusnya. Hal itu diatur dalam Pasal 415 ayat (2) UU Pemilu yang berbunyi "Dalam hal penghitungan perolehan kursi DPR, suara sah setiap partai politik yang memenuhi ambang batas perolehan suara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 414 ayat (1) dibagi dengan bilangan pembagi 1 dan diikuti secara berurutan oleh bilangan ganjil 3, 5, 7, dan seterusnya.

6.) Besaran Dana Kampanye

Dalam penyelenggaraan Pemilu 2019, juga ada perubahan yakni bertambahnya jumlah maksimal sumbangan dana kampanye. Pada pemilu 2014, sumbangan dari perseorangan maksimal Rp 1 miliar, sedangkan pada Pemilu 2019 dinaikkan menjadi Rp 2,5 miliar. Sementara, sumbangan dari badan hukum atau korporasi pada Pemilu 2014 paling banyak Rp 7,5 miliar, tetapi pada Pemilu 2019 dinaikkan menjadi Rp 25 miliar. Aturan itu termaktub dalam Pasal 327 UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu.

7.) Penambahan Dapil dan Kursi

Daerah pemilihan (dapil) yang akan menjadi area bagi para caleg untuk berebut kursi DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD kabupaten/kota pada Pemilu 2019 juga berubah. Jumlah dapil pada Pemilu 2019 meningkat dibandingkan jumlah

dapil pada Pemilu 2014. Dalam Pemilu 2019, KPU menetapkan 80 dapil di seluruh Indonesia untuk anggota DPR. Jumlah itu meningkat dari Pemilu 2014 lalu yang hanya 77 dapil di seluruh Indonesia. Penambahan dapil itu terjadi di tiga wilayah yakni Kalimantan Barat, Kalimantan Utara, dan Nusa Tenggara Barat.

Adanya penambahan dapil itu otomatis juga menambah jumlah kursi DPR yang akan diperebutkan oleh para caleg. Pada Pemilu 2019 mendatang, ada 575 kursi yang diperebutkan. Sementara pada Pemilu 2014, kursi di DPR yang diperebutkan yakni 560. Perubahan dapil dan kursi itu tidak hanya di tingkat DPR. Jumlah dapil untuk perebutan kursi DPRD Provinsi juga berubah. Pada Pemilu 2019, jumlah dapil yang ditetapkan KPU yakni 272 dapil, naik dari Pemilu 2014 yang hanya 259 dapil.

Peningkatan jumlah dapil DPRD Provinsi itu juga membuat jumlah kursi yang akan diperebutkan di 34 provinsi di seluruh Indonesia bertambah menjadi 2.207 kursi. Pada Pemilu 2014, total kursi DPRD yang diperebutkan sebanyak 2.112. Sementara itu untuk jumlah dapil anggota DPRD Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia, KPU menetapkan sebanyak 2.206 dapil pada Pemilu 2019. Jumlah itu meningkat dibandingkan Pemilu 2014 lalu yang hanya 2.102 dapil. Jumlah kursi DPRD Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia yang diperebutkan juga meningkat, dari 16.895 kursi pada Pemilu 2014 menjadi 17.610 kursi pada Pemilu 2019.

Salah satu yang menjadi perhatian penulis adalah kampanye calon anggota legislatif DPRD Kota Malang atas nama Ernanto Joko Purnomo, beliau adalah caleg DPRD Kota Malang dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Beliau maju dan

mencalonkan diri dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dari daerah pemilihan Kecamatan Sukun, Kota Malang. Alasan mengapa penulis memilih penelitian ini sebagai penelitian skripsi dikarenakan peneliti tertarik dengan Partai PKS yang mana pada pemilu 2019 ini memiliki strategi politik dengan membuat inisiatif gagasan program kampanye demi memenangkan pemilu legislatif. Berbeda dengan partai-partai peserta pemilu yang tidak mempunyai fokus gagasan program, PKS bersama dengan PSI mempunyai gagasan unggulan demi meraih suara maksimal dalam pemilu. Pada pemilu 2019 ini, PKS memiliki 3 program prioritas yaitu, pemberlakuan SIM seumur hidup, STNK gratis, dan penghapusan pajak penghasilan (PPh) bagi masyarakat berpenghasilan di bawah Rp8 juta serta memperjuangkan UU Perlindungan Ulama. Sedangkan PSI memiliki program prioritas yaitu memperjuangkan UU Anti Poligami dan Kekerasan Seksual. Penulis lebih memilih untuk meneliti PKS karena rekam jejak partai yang sudah cukup lama hadir di Indonesia.

Selain itu, penulis memilih PKS kota Malang dikarenakan perkembangan partai ini di kota Malang sangat pesat. Pada tahun 2014 saja, suara PKS dalam pemilu legislatif di kota Malang mencapai PKS dengan 26.082 atau 6.72% suara. PKS sendiri dikenal dengan kader-kader sertai simpatisannya yang militan dalam setiap momen pemilu. Jika dikaitkan dengan pencalonan bapak Ernanto Djoko Purnomo, kader PKS sekaligus Ketua DPD PKS kota Malang maka bukan tidak mungkin PKS akan meraih suara yang besar dalam momen pemilu legislatif 2019 di kota Malang.

Melalui baliho dan spanduk kampanyenya, bapak Ernanto Djoko Purnomo memaparkan program OK-OJ (*One Kelurahan One Jejaring*). Terdapat 8 poin OK-OJ yang menjadi nilai jual beliau dalam kontestasi pemilu legislatif 2019 di kota Malang ini, diantaranya :

1. Membuka 81 UMKM Anti *Ribet* Di Setiap Kelurahan. (Untuk Menjemput Revolusi Industri 4.0)
2. Membuka 811 Lowongan Kerja Anti *Galau* Di Setiap Kelurahan.
3. Sekolah Ibu Berdaya Anti *Baper* Setiap Kelurahan.
4. Membangun Koperasi Anti *Rente*.
5. Klinik Keluarga Sakinah Anti Perceraian Setiap Kelurahan
6. Pendampingan Pra Nikah, Anti *Jomblo Ngenes (Jones)*
7. Inklusi *Care Center*, Anti Diskriminasi
8. Memperjuangkan 1 Lapangan Olahraga Terpadu Anti *Nglamun Gabut (Free Wifi Dan Cafe)* Di Setiap Kelurahan.

Gambar 1. Poster Caleg Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilu Legislatif di kota Malang



Poster Kampanye Ernanto Djoko Purnomo Caleg DPRD Kota Malang dari PKS³

Jika melihat poster kampanye caleg tersebut, beliau tampaknya mengadopsi bentuk serta program dari Sandiaga Uno (mantan Wakil Gubernur DKI Jakarta) yang mana saat itu Sandiaga Uno mengkampanyekan program OK-OCE yang erat kaitannya dengan kewirausahaan politik. Dengan OK-OCE itulah Anies Baswedan bersama Sandiaga Uno berhasil memenangkan kontestasi Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Hal inilah yang tampaknya ingin diterapkan Ernanto Djoko Purnomo selaku Caleg DPRD Kota Malang dari PKS.

³ Poster Kampanye Caleg Ernanto Djoko Purnomo Caleg DPRD Kota Malang dari PKS untuk Pemilu Legislatif 2019. Sumber poster : Laman Facebook Resmi Ernanto Djoko Purnomo diakses melalui <https://www.facebook.com/ernantojoko70> pada tanggal 20 Februari 2019.

Hal lain yang menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti kasus ini adalah program-program yang ditawarkan oleh caleg PKS ini sangat erat dengan kajian kewirausahaan politik. Yang mana studi tentang kewirausahaan politik ini masih sangat jarang ada di Indonesia. Dalam konsep kewirausahaan politik mengedepankan unsur *alertness* dan *discovery*, yang mana kedua konsep ini wajib dimiliki oleh seorang aktor kewirausahaan politik dalam mencapai tujuannya. *Alertness* atau sensitivitas menjelaskan bahwa seorang aktor kewirausahaan politik harus memiliki kepekaan terhadap permasalahan-permasalahan yang ada di sekitarnya. Sedangkan *discovery* atau inovasi menjelaskan bahwa berangkat dari kepekaan terhadap permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat, maka seorang aktor kewirausahaan politik harus memiliki inovasi seperti program-program yang dapat membawa kebermanfaatannya bagi masyarakat (publik).

Jika dikaitkan dengan penelitian penulis yang berjudul “Kewirausahaan Politik dalam Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus Program OK-OJ Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Malang)”, maka penulis ingin meneliti apakah program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Caleg PKS ini merupakan sebuah inovasi program yang berasal dari permasalahan-permasalahan yang ada atau sedang dialami masyarakat di kota Malang. Tentunya dalam perumusan OK-OJ ini, bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku Caleg DPRD Kota Malang dari PKS memiliki dinamika yang cukup panjang karena keinginan setiap caleg untuk maju ke dalam kontestasi pemilihan umum harus sesuai dengan visi dan misi partai pengusung. Dalam kasus program OK-OJ ini, bapak Ernanto Djoko Purnomo tampaknya ingin menyasar

suara di kalangan masyarakat menengah kebawah serta generasi muda. Hal ini dilihat dari 8 poin yang terdapat dalam program OK-OJ yang berkaitan dengan ekonomi kerakyatan dan kepemudaan.

Disisi lain, adanya kasus korupsi berjamaah yang dilakukan 41 dari 45 anggota DPRD Kota Malang menimbulkan tanda tanya bagi masyarakat apakah mereka masih akan memberikan suara mereka kepada para calon anggota legislatif yang akan maju dalam Pemilu Legislatif 2019 di Kota Malang. Oleh karena itu, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para caleg khususnya bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg DPRD Kota Malang dari PKS apakah program OK-OJ yang sedang dikampanyekan ini dapat diterima oleh masyarakat dan meraih suara untuk dapat menduduki kursi legislatif di DPRD Kota Malang nantinya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat empat pokok permasalahan, diantaranya :

- 1.) Apa yang melatarbelakangi gagasan program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif Kota Malang tahun 2019?
- 2.) Apa argumen bahwa gagasan OK-OJ dapat dilaksanakan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo bila terpilih dalam Pemilihan Umum Legislatif Kota Malang tahun 2019?
- 3.) Bagaimana analisis 3 pendekatan kewirausahaan politik terhadap gagasan program OK-OJ dari Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo?

- 4.) Bagaimana tanggapan pemilih terhadap program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif Kota Malang tahun 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

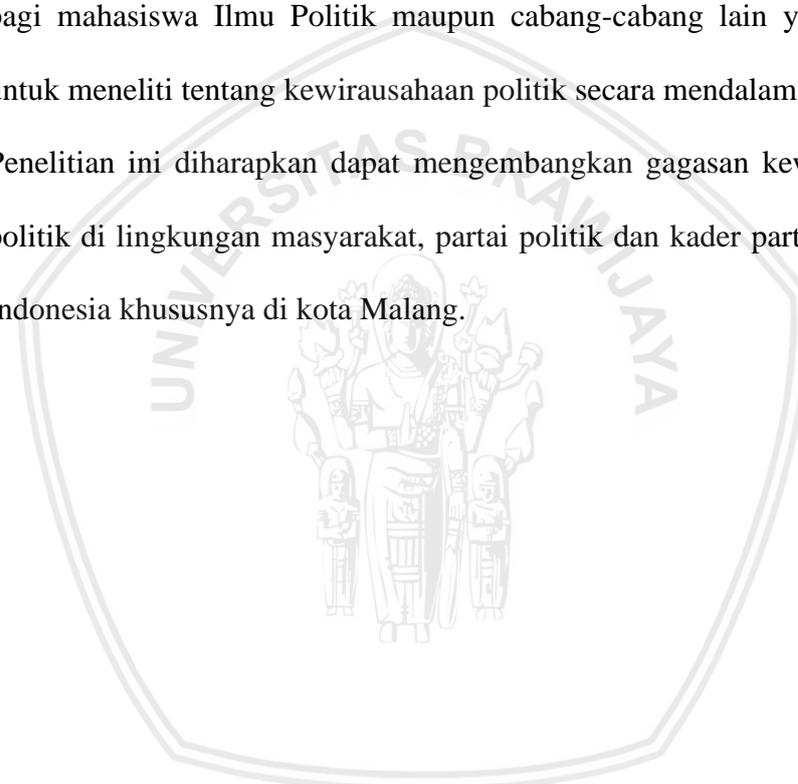
Mengacu pada rumusan masalah yang ada diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan diantaranya sebagai berikut :

- 1.) Untuk memahami, serta menjelaskan hal-hal apa saja yang melatarbelakangi program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif kota Malang tahun 2019
- 2.) Untuk memahami, serta menjelaskan argumen bahwa gagasan OK-OJ dapat dilaksanakan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo bila terpilih dalam Pemilihan Umum Legislatif Kota Malang tahun 2019
- 3.) Untuk memahami, serta menjelaskan tiga pendekatan kewirausahaan politik terhadap program OK-OJ dari Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo
- 4.) Untuk memahami, serta menjelaskan tanggapan masyarakat terkait dengan program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif Kota Malang tahun 2019

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis setelah melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- 1.) Penelitian ini diharapkan menambah wawasan atau pengetahuan keilmuan dalam kajian kewirausahaan politik dan juga sebagai informasi khususnya bagi mahasiswa Ilmu Politik maupun cabang-cabang lain yang tertarik untuk meneliti tentang kewirausahaan politik secara mendalam
- 2.) Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan gagasan kewirausahaan politik di lingkungan masyarakat, partai politik dan kader partai politik di Indonesia khususnya di kota Malang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

Kewirausahaan politik bukan merupakan suatu hal yang baru dalam lingkup ilmu politik. Para aktor-aktor pemerintahan di negara-negara eropa serta Amerika sudah banyak menggunakan teori kewirausahaan politik dalam mengelola pemerintahannya. Di Indonesia sendiri meskipun jarang sekali ditemui penelitian-penelitian tentang kewirausahaan politik, namun pada praktiknya sudah mulai digunakan terutama dalam kontestasi pemilihan umum, baik dari segi eksekutif maupun legislatif.

Dalam teori kewirausahaan politik terdapat tiga cabang pembahasan yaitu *public choice*, *alertness and discovery*, serta *new institutionalism*.⁴ Cabang yang pertama yaitu *public choice*, yang mana elemen ini menitikberatkan aktivitas politik yang ada di dalam masyarakat. Menurut Staniland, *public choice* (pilihan publik) adalah salah satu cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana pemerintah membuat keputusan yang terkait dengan kepentingan publik (masyarakat). Lebih jelas, Staniland mendefenisikan *public choice* sebagai berikut:

*“public choice theory asks ‘how, ‘what’, and ‘for whom’ of the public sectors just as supply and demand theory examines choices for the private sectors”*⁵

⁴ Matthew McCaffrey and Joseph T. Salerno, *A theory of Political Entrepreneurship*, Volume 2 (Alabama: Modern Economy, 2011), hlm. 553.

⁵ Staniland, Martin. 1985. *What is Political Economy?* New Heaver: Yale University Press

Public choice bisa menjadi petunjuk bagi pengambil keputusan untuk menentukan pilihan kebijakan yang paling efektif. *Public choice* sangat erat kaitannya dengan pemilih, partai politik, politisi, birokrat, kelompok kepentingan, dan aturan pemilihan umum. Terdapat tiga cara untuk menghasilkan sebuah *public choice*, diantaranya ada *lobbying*, broker undang-undang, serta pembentukan koalisi.

a. *Lobbying*

Menurut kamus Webster, lobi berarti melakukan aktivitas yang bertujuan mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan. Sedangkan menurut Advance English & Dash, Indonesia Dictionary, *Lobby* atau *lobbying* berarti orang atau kelompok yang mencari muka untuk mempengaruhi anggota parlemen. Sedangkan lobbyist berarti orang yang mencoba mempengaruhi pembuat undang-undang. Kemudian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, melobi ialah melakukan pendekatan secara tidak resmi, sedangkan pelobian adalah bentuk partisipasi politik yang mencakup usaha individu atau kelompok untuk menghubungi para pejabat pemerintah atau pimpinan politik dengan tujuan mempengaruhi keputusan atau masalah yang dapat menguntungkan sejumlah orang.

Menurut A.B Susanto, salah seorang konsultan manajemen, menjelaskan bahwa melobi pada dasarnya merupakan usaha yang dilaksanakan untuk mempengaruhi pihak-pihak yang menjadi sasaran agar terbentuk sudut pandang positif terhadap topik pelobi, dengan demikian diharapkan memberikan dampak

positif bagi pencapaian tujuan.⁶ Pada esensinya *lobbying* dan negosiasi mempunyai tujuan yang sama yaitu menggunakan teknik komunikasi untuk mencapai target tertentu. Dibandingkan dengan negosiasi yang merupakan suatu proses resmi atau formal, *lobbying* merupakan suatu pendekatan informal. Dalam dunia politik istilah “pelobian” adalah merupakan usaha individu atau kelompok dalam kerangka berpartisipasi politik, untuk menghubungi para pemimpin politik atau pejabat pemerintah dengan tujuan mempengaruhi keputusan pada suatu masalah yang dapat menguntungkan sekelompok orang.

b. Broker

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, broker adalah seseorang yang berada di pihak (pedagang) perantara yang menghubungkan pihak satu dengan yang lain dalam hal jual beli atau hubungan antara penjual dan pembeli (baik barang, saham, dan hal lainnya).⁷ Secara umum, broker sering dikaitkan dengan kegiatan-kegiatan di bidang ekonomi. Namun di bidang politik, broker sering dikaitkan dengan aktivitas politik terutama dalam masa kampanye. Seorang broker menjadi perantara antara calon eksekutif ataupun calon legislatif kepada masyarakat tertentu. Tujuan utamanya adalah membantu para calon eksekutif atau legislatif untuk mengkampanyekan visi misi dan program. Namun seringkali para broker sering dikaitkan dengan konotasi negatif, seperti politik uang dan sebagainya.

⁶ Redi Panuju, 2010, *Jago Lobi dan Negosiasi*, Jakarta : Interprebook, halaman 18

⁷ KBBI, Definisi Broker, diakses melalui <https://kbbi.web.id/broker> pada tanggal 13 Maret 2019

c. Koalisi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, koalisi adalah kerja sama antara beberapa partai untuk memperoleh kelebihan suara dalam parlemen. Sedangkan, berkoalisi adalah bekerja sama antara beberapa partai dan sebagainya.⁸ Sebuah koalisi partai dimungkinkan oleh banyak faktor, di antaranya karena adanya kesamaan *platform* di antara partai yang akan berkoalisi tersebut. *Platform* yang dimaksud termasuk dalam masalah agama, ekonomi dan kebangsaan. Tetapi, koalisi juga bisa dibangun atas dasar kepentingan politik murni, yakni untuk mendapatkan jabatan publik strategis dan kemudian membagi-baginya diantara sesama peserta koalisi.⁹

Cabang yang kedua adalah *Alertness and Discovery* yang dikemukakan oleh Israel Kizner. Menurut Kizner, *alertness* merupakan kepekaan seorang aktor kewirausahaan politik terhadap permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Permasalahan tersebut dapat berupa permasalahan ekonomi dan sosial. Sedangkan *discovery* merupakan penemuan-penemuan yang dibuat oleh aktor kewirausahaan politik dengan dasar permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Penemuan-penemuan tersebut dapat diartikan sebagai sebuah rencana program yang sesuai dengan kondisi yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat.

Cabang yang ketiga adalah *new institutionalism* yang merupakan sebuah paradigma baru dalam memandang sebuah institusi atau kelembagaan. *New*

⁸ KBBI, Definisi Koalisi, diakses melalui <https://kbbi.web.id/koalisi> pada tanggal 13 Maret 2019

⁹ Yusa Djuyandi, Koalisi Partai Politik Untuk Demokrasi: Membangun Demokrasi Kebangsaan Dalam Nuansa Pluralisme, HUMANIORA Vol.2 No.2 Oktober 2011, halaman 1046

Institutionalism menekankan kepada aktor-aktor yang ada dalam pemerintahan. Cabang *new institutionalism* juga menekankan aspek *shaping, changing and consolidating* dalam institusi atau lembaga politik. Dalam kewirausahaan politik, *new institutionalism* merupakan gabungan antara *public choice* serta *alertness and discovery*. Dengan adanya penggabungan antara *public choice* serta *alertness and discovery* ini tentunya membuat lembaga atau institusi politik dan juga pemerintah berbenah menuju ke arah yang lebih baik lagi.

Dalam penelitian kali ini penulis lebih menekankan kepada pendekatan *alertness and discovery* dikarenakan penulis ingin mengetahui serta menganalisis apakah poin-poin dalam program OK-OJ merupakan bentuk sebuah kepekaan dan inovasi yang dibuat serta dikembangkan oleh bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku Caleg DPRD Kota Malang dari PKS.

2.2 Tinjauan Konseptual

2.2.1 Pemilihan Umum Legislatif

Sebagai negara yang menganut sistem demokrasi, Indonesia melakukan pemilihan umum setiap lima tahun sekali untuk menentukan pemerintahannya baik eksekutif maupun legislatif. Pada praktiknya dalam pemilihan umum di Indonesia dibagi tiga, yaitu pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, pemilihan umum untuk memilih kepala daerah provinsi maupun kabupaten/ kota, serta pemilihan umum untuk memilih anggota legislatif (DPRD Kota/ DPRD Provinsi/ DPR/ DPD).

Pemilihan legislatif adalah pemilihan umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yang nantinya akan bertugas menjadi anggota lembaga legislatif. Pemilihan legislatif diadakan setiap 5 tahun sekali. Pemilihan legislatif sendiri di Indonesia telah dilakukan sebanyak 4 kali yaitu pada tahun 1999, 2004, 2009, 2014 dan kembali pada tahun 2019 pemilihan ini akan memutuskan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah untuk 33 provinsi dan 497 kota.

2.2.2 Kampanye Politik

Menurut Rice dan Paisley, kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.

Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah purpose to something. Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan ntuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan

perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi.¹⁰

Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui surat keputusan no. 35 Tahun 2004 mengatur semua bentuk atau jenis kampanye. Menurut aturan tersebut, setidaknya ada 9 jenis/bentuk kampanye yaitu: 1. Debat publik / debat terbuka antar calon, 2. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan, 3. Pemasangan alat peraga di tempat umum, 4. Penyebaran bahan kampanye kepada umum, 5. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik, 6. Penyiaran melalui radio dan atau televisi, 7. Pertemuan Terbatas, 8. Rapat umum, dan 9. Tatap muka dan dialog.

Kesuksesan setiap kampanye selalu hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif (Roger dan Synder, 2002). Para perancang tersebut mempunyai kepekaan untuk mengidentifikasi khalayaknya dan memiliki kreativitas dan mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama. Pesan atau isu sangat penting dalam meningkatkan “nilai jual” kandidat. Kandidat atau calon akan berupaya untuk memaksimalkan dan meyakinkan masyarakat dengan pesan yang ia sampaikan. Singkatnya, pesan-pesan itu disampaikan semenarik mungkin agar calon pemilih dapat tertarik untuk memilihnya.¹¹

¹⁰ Hafied Cangara, 2011, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, halaman 223

¹¹ Roger dan Synder (2002) dalam Siti Fatimah, 2016, Kampanye sebagai Komunikasi Politik : Esensi dan Strategi dalam Pemilu, Jurnal Resolusi Volume 1 Nomor 1 Juni 2016, halaman 9-105

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pijakan ataupun referensi penulis dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu juga dapat dijadikan pedoman serta pembanding bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Jenis
1	Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial	Nur Firdaus	2014	Jurnal
2	Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Bantul Dapil V pada Pileg 2014	Fitriyani Subekti	2014	Skripsi
3	Strategi Komunikasi dan Kampanye Politik Kader Muda Partai Gerindra	Yasser Dharma Al-Husainni, M.E Fuady	2016	Skripsi
4	Governance and Political Entrepreneurship in India : Case Studies of Gujarat and Bihar	Snigdha Dewal	2016	Thesis

5	Efektivitas Implementasi Program Inovasi Kelurahan di Kota Pontianak	Sri Maryuni	2017	Jurnal
6	Praktik Kewirausahaan Politik Kepala Desa (Studi Kasus Program “Lima Divisi Menuju Lingkungan Berkualitas” di Desa Karanganyar Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek)	Juliansyah Zulham Adimasurya	2018	Skripsi
7	The Practice of Political Entrepreneurship in a Rural Javanese Village	Wawan Sobari	2019	Jurnal
8	Implementasi Program OK OCE Bagi Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus OK OCE Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)	Ike Retno Septyastuti	2019	Skripsi

Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial”. Jurnal ini ditulis oleh Nur Firdaus dengan tujuan untuk mengetahui cara ataupun program yang dilakukan oleh dua

wirausaha sosial yaitu Bina Swadaya dan Mitra Bali dalam mengetaskan kemiskinan yang ada di daerah Bali melalui pendekatan kewirausahaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif milik Newman dan Cresswell. Pengumpulan data dilakukan dengan cara eksplorasi literatur yang ada. Yang membedakan penelitian penuls dengan penelitian Nur Firdaus adalah penelitian penulis membahas tentang gagasan program kampanye caleg, sedangkan penelitian Nur Firdaus membahas tentang program pengentasan kemiskinan oleh wirausaha.

Penelitian terdahulu kedua berjudul “Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Bantul Dapil V pada Pileg 2014” yang ditulis oleh Fitriyani Surbekti. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui serta memahami strategi kampanye anggota legislatif di Bantul pada pemilu legislatif 2014. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori marketing politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan oleh Fitriyani ini adalah dengan melakukan observasi langsung, wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka.

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “Strategi Komunikasi dan Kampanye Politik Kader Muda Partai Gerindra” yang ditulis oleh Yasser Dharma Al-Hussaini dan M.E Fuady. Jurnal ini ditulis untuk mengetahui dan memahami strategi komunikasi dan kampanye politik para kader muda partai Gerindra dalam kontestasi pemilu 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan teori *Impression Management Theory*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaan antara

penelitian penulis dengan penelitian mereka terletak pada fokus penelitian yang mana penulis berfokus pada gagasan program kampanye sedangkan penelitian mereka berfokus pada strategi kampanye.

Penelitian terdahulu keempat adalah disertasi yang berjudul “Governance and Political Entrepreneurship in India : Case Studies of Gujarat and Bihar” yang dilakukan oleh Snigdha Dewal pada tahun 2016. Dalam penelitian tersebut, Dewal ingin mengetahui tentang bagaimana strategi Narendra Modi dan Nitish Kumar untuk memenangkan pemilihan yang ada di Gujarat dan Bihar. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa mereka menggunakan strategi good governance, kewirausahaan politik, dan pembentukan aliansi untuk dapat memenangkan serta mempertahankan kekuasaan mereka. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Dewal terletak pada persamaan pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif. Kemudian, persamaan kedua terletak pada penggunaan teori kewirausahaan politik dalam penelitian. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Dewal terletak pada fokus penelitian. Penelitian penulis berfokus pada bagaimana calon anggota legislatif Ernanto Djoko Purnomo memenangkan pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang dengan menggunakan gagasan atau program kampanye OK-OJ, sedangkan penelitian Dewal berfokus pada bagaimana cara Narendra Modi dan Nitish Kumar untuk memenangkan serta mempertahankan kekuasaan yang ada di Gujarat dan Bihar.

Kelima, penelitian terdahulu berjudul “Efektivitas Implementasi Program Inovasi Kelurahan di Kota Pontianak” yang ditulis oleh Sri Maryuni pada tahun 2017. Dalam penelitian ini dijelaskan terkait dengan seberapa besar efektivitas

implementasi program kelurahan di Kota Pontianak yang berperan untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dan instansi kelurahan dalam memperbaiki lingkungannya. Jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Keenam, penelitian terdahulu berjudul “Praktik Kewirausahaan Politik Kepala Desa (Studi Kasus Program “Lima Divisi Menuju Lingkungan Berkualitas” di Desa Karanganyar Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek)” yang dilakukan oleh Juliansyah Zulham Adimasurya pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui praktik-praktik kewirausahaan politik kepala desa di desa Karanganyar, kecamatan Gandusari, kabupaten Trenggalek melalui program “Lima Divisi Menuju Lingkungan Berkualitas”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kewirausahaan politik dengan menggunakan konsep desa dan kepala desa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan oleh Juliansyah adalah dengan melakukan observasi langsung, wawancara secara mendalam, dokumentasi, serta studi pustaka. Yang membedakan penelitian Juliansyah dengan penelitian penulis adalah penelitian Juliansyah lebih berfokus kepada kepala desa, sedangkan penulis lebih berfokus kepada calon anggota legislatif.

Ketujuh, penelitian terdahulu berjudul “The Practice of Political Entrepreneurship in a Rural Javanese Village” yang ditulis oleh Wawan Sobari. Penelitian yang berbentuk jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktik kewirausahaan politik yang ada di pedesaan Jawa. Penelitian ini menilai pentingnya

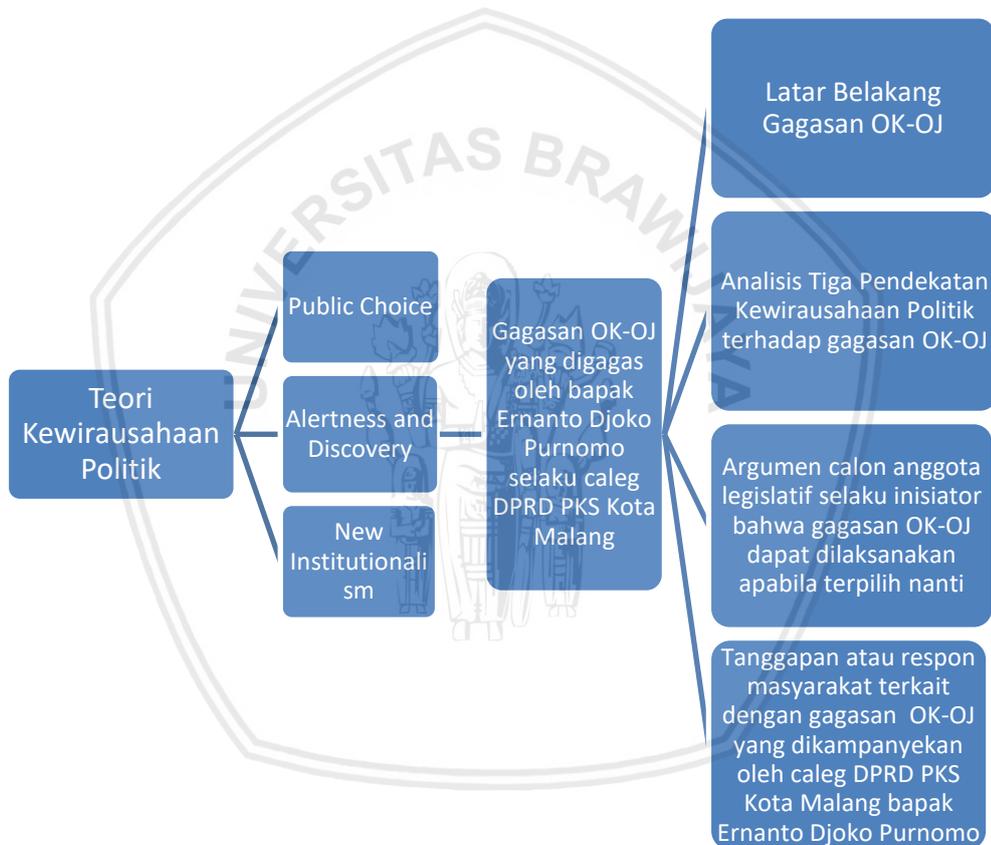
penjelasan budaya kewirausahaan politik yang menyediakan ruang dalam diskusi akademik. Studi ini mengungkap peran nilai-nilai Jawa (dan Islam) dalam mendorong kewirausahaan politik seorang kepala desa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, yang mana penelitian penulis terfokus pada gagasan kewirausahaan politik caleg, sedangkan penelitian yang ditulis oleh Wawan Sobari ini terfokus pada praktik kewirausahaan politik kepala desa.

Terakhir, penelitian terdahulu berjudul “Implementasi Program Ok-Oce Bagi Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus OK OCE Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat) yang dilakukan oleh Ike Retno Septyasusti pada tahun 2019. Ike ingin mengetahui bagaimana implementasi program OK-OCE yang diterapkan di kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Ike menggunakan konsep kewirausahaan, program OK-OCE, dan kesejahteraan keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan Ike adalah dengan melakukan observasi langsung, wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka. Perbedaan penelitian Ike dengan penelitian penulis adalah penelitian Ike berfokus pada implementasi program OK-OCE terhadap kesejahteraan sosial, sedangkan penulis berfokus pada gagasan program OK-OJ dalam pemilihan umum legislatif di kota Malang tahun 2019.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan untuk memudahkan penulis dalam penelitian sekaligus sebagai pijakan utama. Oleh karena itu, penulis telah membuat kerangka pemikiran yaitu :

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber : Diolah oleh Penulis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis melihat bahwa dalam teori kewirausahaan politik terbagi menjadi tiga cabang pembahasan, diantaranya *public choice*, *alertness and discovery*, dan *new institutionalism*. Penulis menggunakan pendekatan *alertness and discovery* untuk memahami dinamika yang terjadi dalam pencetusan gagasan kampanye OK-OJ yang dikemukakan oleh calon anggota

legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam kontestasi pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang. Dari gagasan OK-OJ ini muncul empat pertanyaan atau rumusan masalah. Pertama, terkait dengan bagaimana latar belakang pembentukan gagasan OK-OJ terutama dalam alur pembentukan dan dinamika yang terjadi. Kedua, bagaimana analisis tiga pendekatan kewirausahaan politik dalam gagasan OK-OJ. Dalam hal ini penulis akan mencoba menjelaskan keterkaitan tiga pendekatan kewirausahaan politik dengan gagasan kampanye OK-OJ. Ketiga, bagaimana realisasi gagasan OK-OJ apabila bapak Ernanto Djoko Purnomo terpilih menjadi anggota legislatif di kota Malang. Keempat, bagaimana tanggapan masyarakat terkait dengan kampanye gagasan OK-OJ dalam pemilu legislatif 2019 di kota Malang. Tanggapan masyarakat ini berpengaruh terhadap keberhasilan dan keefektifan kampanye gagasan OK-OJ di kota Malang terutama di kecamatan Sukun. Keberhasilan kampanye gagasan OK-OJ ini nantinya juga berpengaruh terhadap hasil atau suara yang diraih oleh Bapak Ernanto Djoko Purnomo dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian penulis yang berjudul “Kewirausahaan Politik dalam Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus Program OK-OJ Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Malang)” menggunakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif ini digunakan oleh peneliti dengan beberapa cara seperti melakukan observasi lapangan secara intensif, wawancara mendalam dengan informan-informan kunci, utama, maupun informan pendukung. Alasan mengapa penulis menggunakan penelitian kualitatif dikarenakan penulis sedang meneliti kasus yang sedang berlangsung. Penulis juga ingin mendapatkan informasi yang rinci, jelas, intensif, dan mendalam dari informan-informan yang telah dipilih sesuai dengan kebutuhan data bagi penulis terkait dengan judul penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* (bagaimana) dan *why* (mengapa), bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena-

fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.¹² Sebagai suatu upaya penelitian, studi kasus dapat memberi tambah pada pengetahuan kita secara unik tentang fenomena individual, organisasi, sosial, dan politik. Pada semua situasi, kebutuhan akan studi kasus melampaui keinginan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks. Singkatnya, studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata, seperti siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri-industri.¹³

Jika dikaitkan dengan penelitian penulis yang berjudul berjudul “Kewirausahaan Politik dalam Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus Program OK-OJ Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Malang)” maka penggunaan metode penelitian studi kasus tepat karena penulis ingin meneliti fenomena kontemporer (saat ini) yaitu fenomena kewirausahaan politik dalam pemilihan umum legislatif tahun 2019.

3.3 Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan digunakan peneliti untuk melakukan observasi lapangan dan wawancara bersama dengan informan terkait. Lokasi penelitian akan ditentukan oleh penulis sesuai dengan keterkaitan dengan judul penelitian serta data yang akan diperoleh. Oleh karena itu, terdapat lokasi

¹² Robert. K. Yin, 2018. Studi Kasus : Desain dan Metode, Depok : PT Raja Grafindo Persada, halaman 1

¹³ Ibid., halaman 4

yang akan menjadi tujuan penulis untuk penelitian ini, yaitu daerah pemilihan kecamatan Sukun.

Kecamatan Sukun menjadi lokasi yang akan menjadi tujuan penulis dikarenakan kecamatan Sukun menjadi daerah pemilihan (dapil) dari Bapak Ernanto Joko Purnomo selaku calon anggota DPRD Kota Malang dari PKS. Disini penulis akan melakukan observasi lapangan sesuai dengan lokasi kampanye bapak Ernanto Djoko Purnomo terkait dengan program OK-OJ. Observasi lapangan dilakukan selama masa kampanye berlangsung hingga masa kampanye berakhir di tanggal 13 April 2019. Selain itu penulis akan melakukan wawancara dengan masyarakat yang tinggal di Kecamatan Sukun terkait dengan program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo.

Oleh karena itu, dalam penentuan obyek penelitian, penulis menggunakan teknik *purposive*. Penulis berhak menentukan narasumber atau informan mulai dari informan kunci, utama, hingga informan pendukung yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Obyek penelitian penulis kali ini adalah bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku inisator OK-OJ dan calon anggota legislatif DPRD Kota Malang, Ketua Tim Kampanye program OK-OJ, Ketua DPC PKS Ranting Sukun, serta masyarakat yang tinggal di daerah pemilihan kecamatan Sukun.

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjadi aspek yang sangat penting dalam penelitian karena akan membatasi masalah yang akan diteliti oleh penulis. Fokus penelitian harus sesuai dan memiliki keterkaitan dengan rumusan masalah yang akan diteliti.

Oleh karena itu, fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi program OK-OJ yang dikampanyekan oleh caleg DPRD Kota Malang dari PKS bapak Ernanto Djoko Purnomo, mengetahui analisis 3 komponen kewirausahaan politik terhadap program OK-OJ, mengetahui argumen bahwa gagasan OK-OJ dapat dilaksanakan oleh bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg DPRD Kota Malang dari PKS apabila terpilih dalam pemilihan umum legislatif kota Malang tahun 2019, serta mengetahui tanggapan masyarakat terkait dengan program OK-OJ yang dikampanyekan oleh Caleg DPRD Kota Malang bapak Ernanto Djoko Purnomo.

Tabel 3.1 Fokus Penelitian, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data

Sub-Tema Penelitian/ Fokus/ Jenis Data yang dibutuhkan	Teori Analisis	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data
Gambaran Umum Gagasan Program Kampanye OK-OJ	Perspektif Konsep	Caleg Ernanto Djoko Purnomo, Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun, Ketua Tim Kampanye OK-OJ	Wawancara, Dokumentasi, Observasi



<p>Konteks dinamika pembentukan gagasan kampanye OK-OJ</p>	<p>Pendekatan <i>Alertness & Discovery</i> dalam Teori Kewirausahaan Politik</p>	<p>Caleg Ernanto Djoko Purnomo, Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun, Ketua Tim Kampanye OK-OJ</p>	<p>Wawancara, Dokumentasi/ Data Arsip</p>
<p>Prospek dan realisasi gagasan OK-OJ apabila terpilih</p>	<p>Teori Kewirausahaan Politik</p>	<p>Caleg Ernanto Djoko Purnomo, Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun, Ketua Tim Kampanye OK-OJ</p>	<p>Wawancara dan Data Arsip</p>
<p>Analisis tiga pendekatan kewirausahaan politik dalam program OK-OJ</p>	<p>Teori Kewirausahaan Politik</p>	<p>Caleg Ernanto Djoko Purnomo, Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun, Ketua Tim Kampanye OK-OJ</p>	<p>Wawancara</p>
<p>Tanggapan Masyarakat dan</p>		<p>Caleg Ernanto Djoko Purnomo,</p>	<p>Wawancara, Observasi,</p>



kaitannya dengan Perolehan Suara OK-OJ dalam Pemilu Legislatif 2019 di kota Malang		Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun, Ketua Tim Kampanye OK-OJ, Masyarakat (Pemilih) daerah pemilihan Sukun	Dokumentasi / Data Arsip
--	--	--	--------------------------

Sumber : Diolah oleh penulis

3.5 Penentuan Informan

Penentuan informan berfungsi agar penulis dapat menemukan serta menganalisis data-data yang relevan dengan rumusan masalah penelitian. Karena penulis menggunakan teknik *purposive* untuk menentukan obyek penelitian, yang mana teknik *purposive* menekankan agar informan-informan terpilih nantinya harus memiliki pengetahuan yang mendalam dan juga berpartisipasi aktif dalam situasi yang sedang diteliti. Teknik *Purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan sehingga memudahkan peneliti menjelajahi pengambilan sumber data.¹⁴ Oleh karena itu, penulis harus berhati-hati dan cermat dalam memilih informan penelitian.

¹⁴ Sugiyono. 2012, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, halaman 59

Terdapat beberapa macam informan, diantaranya adalah informan kunci, informan utama, serta informan pendukung. Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. Kemudian, informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari. Informan pendukung adalah orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan terkadang memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci.¹⁵

Dalam penelitian ini terdapat klasifikasi informan sesuai dengan peran mereka masing-masing, diantaranya sebagai berikut :

- a.) Informan Kunci : Bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku calon anggota DPRD Kota Malang sekaligus inisiator program OK-OJ. Bapak Ernanto Djoko Purnomo dapat dikatakan sebagai informan kunci dikarenakan beliau memiliki pengetahuan dan alasan yang kuat mengapa beliau membuat program OK-OJ yang memiliki keterkaitan dengan kewirausahaan politik dalam pemilihan umum legislatif kota Malang.
- b.) Informan Utama : Ketua Tim Sukses/ Kampanye program OK-OJ. Beliau dapat dikatakan sebagai informan utama dikarenakan beliau memiliki keterlibatan dengan informan kunci ketika melakukan kampanye di kota

¹⁵ Ade Heryana, Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif, Jurnal, halaman 5-6

Malang terutama di kecamatan Sukun. Informan utama lainnya adalah masyarakat yang tinggal di daerah pemilihan kecamatan Sukun. Alasannya adalah karena penulis ingin mengetahui seberapa besar respon atau tanggapan masyarakat terhadap program OK-OJ yang dikampanyekan oleh caleg DPRD Kota Malang bapak Ernanto Djoko Purnomo.

- c.) Informan Pendukung : Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun. Beliau dapat dikatakan sebagai informan pendukung dikarenakan beliau ikut berperan dalam kampanye program OK-OJ di daerah yang menjadi fokus kemenangan bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg DPRD dan inisiator program OK-OJ, yaitu daerah kecamatan Sukun.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode studi kasus terdapat 6 sumber bukti yang dapat dijadikan fokus bagi pengumpulan studi kasus, adalah : dokumen, arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pemeran serta, dan perangkat fisik¹⁶. Oleh karena itu terdapat beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian itu, diantaranya :

- a.) Dokumentasi

Informasi dokumenter tentunya relevan untuk setiap topik studi kasus. Tipe informasi ini bisa menggunakan berbagai bentuk dan hendaknya menjadi obyek rencana-rencana pengumpulan data yang eksplisit. Untuk studi kasus, penggunaan penelitian dokumen yang paling penting adalah mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Pertama, dokumen membantu verifikasi ejaan dan judul

¹⁶Robert. K. Yin, 2018, Op.cit., halaman 103

atau nama yang benar dari organisasi-organisasi yang telah disinggung dalam wawancara.

Kedua, dokumentasi dapat menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain jika bukti dokumentasi dirasa belum cukup kuat dan akurat. Ketiga, inferensi (tindakan) dapat dibuat dari hasil dokumen-dokumen. Dokumen memiliki peran yang sangat penting dalam pengumpulan data studi kasus. Penelusuran yang sistematis terhadap dokumen yang relevan karenanya penting sekali bagi rencana pengumpulan data.¹⁷

Dalam penelitian kali ini, penulis akan melakukan pengambilan dokumentasi dengan cara mengikuti setiap kegiatan yang diagendakan oleh tim kampanye OK-OJ Ernanto Djoko Purnomo. Baik agenda rapat, agenda kampanye, maupun agenda lain seperti wawancara dengan informan terkait yang membantu penulis untuk mendapatkan informasi ataupun data tambahan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b.) Wawancara Mendalam

Dalam setiap penelitian, terutama penelitian dengan metode studi kasus, wawancara menjadi elemen yang sangat penting dalam mendapatkan sebuah informasi baru. Wawancara dapat mengambil beberapa bentuk. Yang paling umum, wawancara studi kasus bertipe *open-ended*, yang mana peneliti dapat bertanya

¹⁷ Ibid., halaman 104-105

kepada responden atau informan kunci tentang fakta-fakta suatu peristiwa di samping opini mereka mengenai peristiwa yang ada.¹⁸

Tipe wawancara yang kedua ialah wawancara yang terfokus, dimana responden diwawancarai dalam waktu yang pendek. Dalam wawancara seperti ini, wawancara tersebut dapat tetap *open-ended* dan mengasumsikan cara percakapan namun pewawancara tidak perlu mengikuti serangkaian pertanyaan tertentu yang diturunkan dari protokol studi kasusnya. Tipe wawancara yang ketiga memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang lebih terstruktur, yang sejalan dengan survei. Survei-survei ini dapat didesain sebagai bagian dari studi kasus.¹⁹

Dalam penelitian ini, penulis akan mewawancarai beberapa narasumber atau informan terkait yaitu bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program kampanye OK-OJ dan calon anggota legislatif DPRD Kota Malang, Ketua Tim Kampanye Program OK-OJ, Ketua DPC PKS Ranting Sukun, serta masyarakat yang tinggal di daerah pemilihan 4 kecamatan Sukun. Penulis akan melakukan wawancara sesuai dengan pertanyaan yang ditujukan kepada informan-informan terkait.

c.) Observasi Langsung

Observasi langsung sangat berguna untuk mengetahui realita-realita yang ada di lapangan. Dengan melihat realita yang ada di lapangan, penulis dapat berasumsi bahwa fenomena yang diminati tidak asli historis, beberapa pelaku, dan

¹⁸ Ibid., halaman 108

¹⁹ Ibid., halaman 109

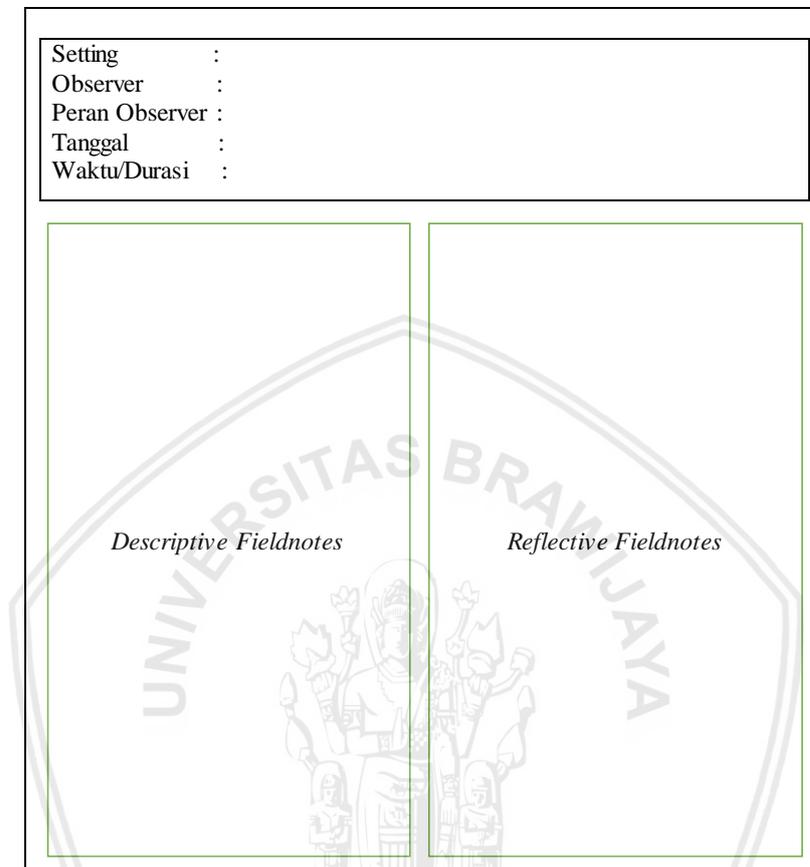
kondisi yang ada di lapangan. Observasi ini berperan sebagai sumber bukti lain bagi suatu studi kasus.²⁰

Proses observasi harus mampu memprediksi dan menganalisis apa yang ada di balik perilaku yang muncul. Perilaku atau fenomena tersebut dicatat dengan menggunakan *fieldnotes*. *Fieldnotes* adalah hasil rekaman berupa kata atau kalimat yang dicatat dalam sebuah format tertentu berdasarkan temuan konkret di lapangan. *Fieldnotes* terdiri dari *Descriptive Fieldnotes* dan *Reflective Fieldnotes*. *Descriptive fieldnotes* adalah catatan dari unit perilaku yang dilakukan oleh subjek terkait dengan perilaku yang akan diobservasi. Sedangkan, *reflective fieldnotes* adalah proses prediksi dan penerjemahan perilaku yang dimunculkan oleh subjek penelitian berdasarkan sudut pandang dan analisis peneliti.²¹ Untuk itu, penulis akan menggunakan *fieldnotes* sebagai berikut :

²⁰ Ibid., halaman 112

²¹ Haris Herdiansyah, 2013, Wawancara, Observasi, dan Focus Group, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, halaman 148

Gambar 3.1 Contoh Fieldnotes dalam Penelitian



Sumber : Haris Herdiansyah dalam buku Wawancara, Observasi, dan Focus Group

3.7 Sumber dan Jenis Data

Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1.) Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari informan, yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, hasil observasi terhadap suatu objek benda, kejadian atau kegiatan, dan data mengenai segala hal berkaitan dengan judul penelitian. Oleh karena itu, data primer dalam

penelitian ini adalah wawancara dengan informan yaitu bapak Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg dan inisiator program OK-OJ, ketua tim kampanye program OK-OJ, ketua DPC PKS ranting Sukun, dan masyarakat daerah pemilihan 4 kecamatan Sukun. Selain itu, observasi akan dilakukan selama masa kampanye berlangsung untuk melihat realita atau kondisi yang ada di lapangan.

2.) Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari informasi-informasi tambahan seperti buku, jurnal, arsip, serta hasil dokumentasi yang didapatkan dari kegiatan selama penelitian berlangsung.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Robert K. Yin ada tiga bentuk analisis data dalam penelitian studi kasus, diantaranya ada penjadohan pola, eksplanasi, dan analisis deret waktu.²² Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data penjadohan pola. Setelah penulis mendapatkan data-data yang berasal dari hasil wawancara dengan informan, observasi lapangan, serta dokumentasi-dokumentasi yang ada untuk segera di kumpulkan, dimodifikasi, serta dikategorikan agar ditemukan pola yang kemudian dikaitkan dengan teori yang menjadi landasan dalam penelitian.

3.9 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini bergantung kepada hasil dari teknik analisis data. Dalam teknik analisis data, penulis

²² Robet.K. Yin, Op.cit, halaman 140

menggunakan teknik penjodohan pola. Dalam teknik penjodohan pola, apabila pola-pola yang dibandingkan sesuai dengan kondisi empiris maka akan meningkatkan nilai valid atau keabsahan dari studi kasus yang diteliti. Oleh karena itu, untuk menguji keabsahan data dari penelitian, maka penulis akan mencocokkan fakta yang sesuai apakah program OK-OJ yang dikampanyekan oleh bapak Ernanto Djoko Purnomo ini sesuai dengan realita yang ada di masyarakat kota Malang jika dikaitkan teori kewirausahaan politik. Jika terdapat kesamaan-kesamaan pola, maka tingkat keabsahan data akan semakin valid.



BAB IV

PROFIL ERNANTO DJOKO PURNOMO, PROGRAM OK-OJ, dan DAERAH PEMILIHAN SUKUN

4.1 Profil Ernanto Djoko Purnomo

Ernanto Djoko Purnomo, biasa dikenal dengan Joko, merupakan calon anggota DPRD kota Malang pada pemilihan umum tahun 2019. Beliau lahir di Pacitan, 29 April 1970. Beliau memiliki seorang istri dan tiga orang anak. Ustaz Joko, begitu sapaan akrabnya juga menjabat sebagai Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) PKS kota Malang. Selain menjabat sebagai Ketua DPD PKS kota Malang, beliau juga memiliki profesi lain yaitu sebagai tenaga pendidik, pendakwah, desainer, serta ahli terapi.

Sebelum memiliki jabatan sebagai Ketua DPD PKS kota Malang, ustaz Joko hanya menjadi relawan PKS biasa. Namun berkat kegigihan dan usahanya terhadap PKS kota Malang, maka beliau diangkat menjadi kader tetap sebelum akhirnya menjadi Ketua DPD PKS kota Malang. Pemilu 2014 merupakan langkah awal ustaz Joko terjun ke dunia politik praktis. Setelah melakukan rapat internal dengan para petinggi serta kader PKS kota Malang, beliau dicalonkan untuk maju menjadi calon anggota legislatif DPRD kota Malang periode 2014-2019. Namun, beliau tidak terpilih menjadi anggota DPRD dikarenakan hanya meraih 613 suara.²³

²³ Data internal Partai Keadilan Sejahtera terkait Hasil Pemilu Legislatif kota Malang tahun 2019. Sumber : Internal Partai

Meskipun pada pemilihan umum tahun 2014 beliau tidak terpilih menjadi anggota legislatif, namun beliau memiliki keinginan untuk tetap berkontribusi bagi masyarakat kota Malang. Berbekal latar belakang pendidikan dan kecakapannya, bersama PKS, beliau berinisiatif mengajak masyarakat di daerah tempat tinggalnya dengan cara memberikan pengetahuan wirausaha. Tidak hanya itu, beliau juga mencari tambahan dana bagi program wirausaha masyarakat di daerahnya. Menurut klaimnya, sudah ada produk wirausaha yang berasal dari tempat tinggalnya diakui oleh Dinas UMKM Kota Malang.

Pada pemilihan umum tahun 2019 ini, dengan modal dan tekad yang lebih besar dan kuat dari sebelumnya, Ernanto Djoko kembali maju menjadi calon anggota legislatif DPRD kota Malang dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Beliau bersama 10 calon anggota legislatif lainnya dari PKS maju mencalonkan diri dari daerah pemilihan kecamatan Sukun yang terbagi menjadi 11 kelurahan didalamnya. Sesuai dengan nomor urut, berikut 10 calon anggota legislatif yang dicalonkan PKS dari daerah pemilihan Sukun :

1. Ernanto Djoko Purnomo
2. H. Rokhmad, S.Sos
3. Nurul Arba'ati, S.Pt, M.AP
4. Timen Amir
5. Lilik Hidayat
6. H. Agus Cahyono, SH
7. Hartatik Purwaningtyas
8. Ir. H. Achmad Zainuddin

9. Deni Wahyono

10. Sulisty, SH

4.2 Profil Gagasan Kampanye OK-OJ

Demi mensukseskan langkah ke jenjang legislatif, Ernanto Djoko membuat suatu terobosan program yang kemudian ia jadikan sebagai program kampanye pada pemilihan umum legislatif tahun 2019 di kota Malang. Program One Kelurahan One Jejaring atau biasa disingkat OK-OJ merupakan program kampanye yang digagas oleh calon anggota legislatif DPRD Kota Malang, Ernanto Djoko Purnomo pada pemilihan umum legislatif 2019. Ernanto Djoko Purnomo sendiri maju mencalonkan diri menjadi calon anggota legislatif melalui Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Program OK-OJ ini terdiri dari delapan poin, diantaranya sebagai berikut :

1. Membuka 81 UMKM Anti *Ribet* di setiap kelurahan (demi menjemput revolusi industri 4.0)
2. Membuka 811 Lowongan Kerja Anti *Galau* di setiap kelurahan
3. Sekolah Ibu Berdaya Anti *Baper* di setiap kelurahan
4. Membangun Koperasi Anti *Rente* di setiap kelurahan
5. Klinik Keluarga Sakinah Anti Perceraian di setiap kelurahan
6. Pendampingan Pra-Nikah, Anti *Jomblo Ngenes* di setiap kelurahan
7. Inklusi Care Center, Anti Diskriminasi di setiap kelurahan
8. Memperjuangkan 1 Lapangan Olahraga Terpadu Anti *Nglamun Gabut* dan *free wifi* dan *cafe* setiap kelurahan.

Dari poin-poin yang tersebut, terlihat angka 1 dan 8 sering disebutkan di setiap poinnya. Hal ini dikarenakan Ernanto Djoko Purnomo maju mencalonkan diri menjadi calon anggota legislatif DPRD Kota Malang melalui Partai Keadilan Sejahtera yang notabene merupakan partai dengan nomor urut 8 sesuai dengan apa yang disahkan oleh KPU dalam Pemilu Legislatif 2019. Sedangkan nomor 1 menunjukkan bahwa Ernanto Djoko merupakan caleg PKS nomor urut 1 daerah pemilihan kecamatan Sukun pada pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak Joko selaku caleg bahwa program OK-OJ ini mengadaptasi program OK-OCE milik Sandiaga Uno ketika berkompetisi pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Gagasan OK-OJ serta program OK-OCE pada dasarnya memiliki kesamaan konsep dan tujuan. Konsep dari OK-OJ itu sendiri adalah sebagai gagasan kampanye yang berisikan poin-poin rancangan program untuk kesejahteraan masyarakat. Sama halnya dengan program OK-OCE yang mana sebelum Anies Baswedan dan Sandiaga Uno memenangkan pemilihan Gubernur DKI Jakarta, program OK-OCE masih hanya berbentuk gagasan kampanye. Tujuan dari OK-OJ pun sama halnya dengan tujuan dari program OK-OCE yaitu untuk memenangkan pemilu dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perbedaannya disini adalah program OK-OCE berfokus pada program-program peningkatan ekonomi seperti mengentaskan kemiskinan dan pengangguran yang ada di Jakarta. OK-OCE yang memiliki kepanjangan One Kecamatan One Center Entrepreneurship bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja yang baru dan berkualitas. Program OK-OCE ini difokuskan untuk

masyarakat golongan menengah ke bawah. Sandiaga selaku inisiator mengatakan bahwa di Jakarta angka pengangguran masih sangat tinggi. Oleh karena itu, ia berharap bahwa dengan dijalankannya program OK-OCE ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sehingga kesenjangan ekonomi masyarakat di Jakarta menurun dan berdampak positif bagi perekonomian di Indonesia.²⁴

Sedangkan gagasan OK-OJ didesain sebagai gagasan kampanye dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang. Menurut pak Ernanto Djoko selaku inisiator bahwa gagasan OK-OJ ini tidak hanya terfokus menjawab permasalahan ekonomi, namun juga menjadi jawaban atas permasalahan sosial, kesehatan, dan pendidikan khususnya di kota Malang. Pak Joko menambahkan, gagasan OK-OJ ini dibentuk dengan berlandaskan keislaman demi tercapainya masyarakat kota Malang yang madani. Masyarakat madani (*civil society*) sebagai sebuah tatanan masyarakat yang mandiri dan menunjukkan kemajuan dalam hal peradaban. Beliau mengatakan terlaksana atau tidaknya gagasan OK-OJ menjadi sebuah program bergantung dari hasil pemilu legislatif 2019 di kota Malang nantinya. Namun pak Joko mengatakan akan berusaha keras untuk merealisasikan gagasan tersebut menjadi sebuah program kerja sesuai dengan alur yang ada.

Gagasan OK-OJ ini mulai dikampanyekan oleh Ernanto Djoko Purnomo sejak tanggal 23 September 2019 bersamaan dengan tanggal dimulainya kampanye serentak di seluruh wilayah di Indonesia. Kampanye program OK-OJ menjadi

²⁴ <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/03/06/17591161/sandiaga-apa-sih-itu-ok-oce-apakah-hanya-gimmick>

modal utama Ernanto Djoko Purnomo agar terpilih menjadi calon anggota legislatif pada pemilihan umum legislatif 2019. Kampanye tersebut dilakukan di daerah pemilihan yang menjadi tujuan Ernanto Djoko Purnomo untuk mendapatkan suara maksimal, yaitu di daerah pemilihan kecamatan Sukun.

4.3 Profil Daerah Pemilihan Kecamatan Sukun

Kecamatan Sukun merupakan kecamatan yang terletak di bagian barat daya kota Malang. Kecamatan Sukun memiliki luas wilayah seluas 2.655 hektare. Kecamatan Sukun ini terdiri dari gabungan kelurahan-kelurahan yang ada di wilayah kecamatan Sukun, diantaranya ada kelurahan Bandulan, Karangbesuki, Pisangcandi, Mulyorejo, Sukun, Tanjungrejo, Bakalankrajan, Bandungrejosari, Ciptomulyo, Gadang, dan Kebonsari. Total ada 11 kelurahan yang berada di wilayah daerah pemilihan kecamatan Sukun.

Secara administratif, kecamatan Sukun berbatasan dengan tiga wilayah kecamatan di kota Malang lainnya dan tiga kecamatan di kabupaten Malang. Di sebelah utara, kecamatan ini berbatasan langsung dengan kecamatan Lowokwaru dan kecamatan Klojen. Sedangkan di sebelah timur, kecamatan Sukun berbatasan dengan kecamatan Kedungkandang. Di sebelah selatan, kecamatan Sukun berbatasan dengan kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang. Sementara itu, di sebelah barat, kecamatan ini berbatasan langsung dengan kecamatan Wagir dan kecamatan Dau, kabupaten Malang.²⁵

²⁵ Profil Kecamatan Sukun kota Malang, diakses melalui <https://ngalam.co/2015/12/30/profil-kecamatan-sukun-malang/> pada tanggal 20 Juni 2019

Tabel 4.1 Jumlah Masyarakat di Kecamatan Sukun Kota Malang²⁶

Jumlah Masyarakat Kecamatan Sukun	
Tahun	Jumlah
2014	188.545
2015	190.053
2016	191.513
2017	192.951
2018	194.321
2019	195.659

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang

Dari data BPS kota Malang tersebut, kita dapat melihat bahwa mulai tahun 2014 hingga tahun 2019 jumlah masyarakat kota Malang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini tentu berimbas dengan kenaikan jumlah pemilih pada pemilihan umum tahun 2019 ini. Pada tahun 2014 lalu, data pemilih pada pemilihan umum legislatif di kota Malang sebanyak 142.973 orang dan masyarakat yang menggunakan hak pilihnya sebanyak 98.444 orang.²⁷

Tabel 4.2 Jumlah Pemilih Daerah Pemilihan Sukun

No.	Data Pemilih	DPT	DPTb	DPK	Jumlah
1.	Jumlah Pemilih	145.331	3.689	4.394	153.414

²⁶ Jumlah Masyarakat di Kecamatan Sukun Kota Malang tahun 2014-2019, diakses melalui <https://malangkota.bps.go.id/dynamictable/2019/05/17/22/jumlah-penduduk-kecamatan-sukun-menurut-kelurahan-dan-jenis-kelamin-2011-2020.html> pada tanggal 20 Juni 2019

²⁷ Data Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Setiap Kecamatan dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014 di kota Malang, diakses melalui <http://kpud-malangkota.go.id/content/5-dokumen/15-pileg2014/db-1-dprd-2-3573-kota-malang-2.pdf> pada tanggal 20 Juni 2019

2.	Jumlah Pengguna Hak Pilih	114.673	877	4.279	119.829
----	---------------------------	---------	-----	-------	---------

Sumber : KPU Kota Malang (Diolah oleh Peneliti)

Menurut data yang dirilis oleh KPU Kota Malang bahwa pada pemilu tahun 2019 ini, jumlah pemilih yang ada di kecamatan Sukun kota Malang adalah sebanyak 153.414 jiwa dengan rincian jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 145.331 jiwa, jumlah Daftar Pemilih Tambahan (DPTb) sebanyak 3.689 jiwa, dan Daftar Pemilih Khusus (DPK) sebanyak 4.394 jiwa. Sedangkan jumlah masyarakat yang menggunakan hak pilihnya sebanyak 119.829 jiwa dengan rincian jumlah DPT yang memilih sebanyak 114.673 jiwa, DPTb sebanyak 3.689 jiwa, serta DPK sebanyak 4.279 jiwa.

Dari 11 kelurahan yang ada di kecamatan Sukun tersebut kampanye program OK-OJ dan juga kampanye caleg Ernanto Djoko Purnomo dilakukan secara langsung seperti *door to door* dan membuat kegiatan bersama warga setempat. Kegiatan tersebut berupa bakti sosial, *flashmob*, Minggu Sehat, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Selain itu kampanye caleg Ernanto Djoko Purnomo dan program OK-OJ disebarluaskan melalui brosur, pamflet, spanduk, serta media sosial untuk mempermudah dan memaksimalkan kampanye di daerah pemilihan kecamatan Sukun.



BAB V

PROGRAM OK-OJ SEBAGAI PRODUK KEWIRAUSAHAAN POLITIK DALAM KAMPANYE PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF 2019 DI KOTA MALANG

Dalam bab ini akan dijelaskan terkait dengan bagaimana awal terbentuknya program OK-OJ sebagai program kampanye Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Malang. Bagaimana dinamika-dinamika yang terjadi saat perumusan program OK-OJ di lingkungan internal calon. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan tentang bagaimana realisasi program OK-OJ apabila caleg Ernanto Djoko Purnomo terpilih menjadi anggota legislatif dan bagaimana kelanjutan program OK-OJ apabila tidak terpilih nantinya.

Sub bab selanjutnya menjelaskan tentang keterkaitan antara program OK-OJ dengan kajian kewirausahaan politik, bagaimana kajian kewirausahaan politik melihat OK-OJ sebagai produk kewirausahaan politik yang baik dan sesuai bagi masyarakat kota Malang. Sub bab terakhir menjelaskan tentang tanggapan masyarakat kota Malang terkait dengan program OK-OJ serta kampanye Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg dari PKS. Data yang disajikan dalam bab ini merupakan data yang ditemukan oleh penulis ketika melakukan penelitian di lapangan, baik data dalam bentuk wawancara maupun data dalam bentuk lain. Keempat sub bab ini nantinya akan menjadi landasan ataupun pijakan penulis untuk melangkah ke bab selanjutnya, yaitu analisis data.

5.1 Pembentukan OK-OJ sebagai Program Kampanye

Program One Kelurahan One Jejaring (OK-OJ) merupakan program yang dibentuk sedemikian rupa sebagai terobosan baru bagi pemerintah ataupun masyarakat dalam menghadapi permasalahan-permasalahan ekonomi maupun sosial-masyarakat yang ada di kota Malang.²⁸ Dalam proses pembentukannya program OK-OJ tidak secara langsung dibuat, akan tetapi Ernanto Djoko Purnomo bersama para tim dari PKS melihat terlebih dahulu kondisi realita yang ada di kota Malang dan diimbangi dengan melihat serta memantau berita yang tersedia di media cetak, elektronik, maupun online. Untuk itu, sub bab ini akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah faktor utama pembentukan program OK-OJ dan kedua adalah faktor pendukung pembentukan program OK-OJ.

Dalam merumuskan dan membentuk program OK-OJ sebagai program kampanye, Ernanto Djoko Purnomo sebagai inisiator program membuat suatu tim pemenangan yang terdiri dari kader-kader Partai Keadilan Sejahtera (PKS) serta para relawan. Tim tersebut memiliki tugas untuk mengumpulkan suara masyarakat daerah pemilihan kecamatan Sukun selama kampanye pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang. Selain itu, tim pemenangan ini bertanggung jawab terhadap hal-hal apa saja yang dilakukan sewaktu kampanye calon dan kampanye program OK-OJ.

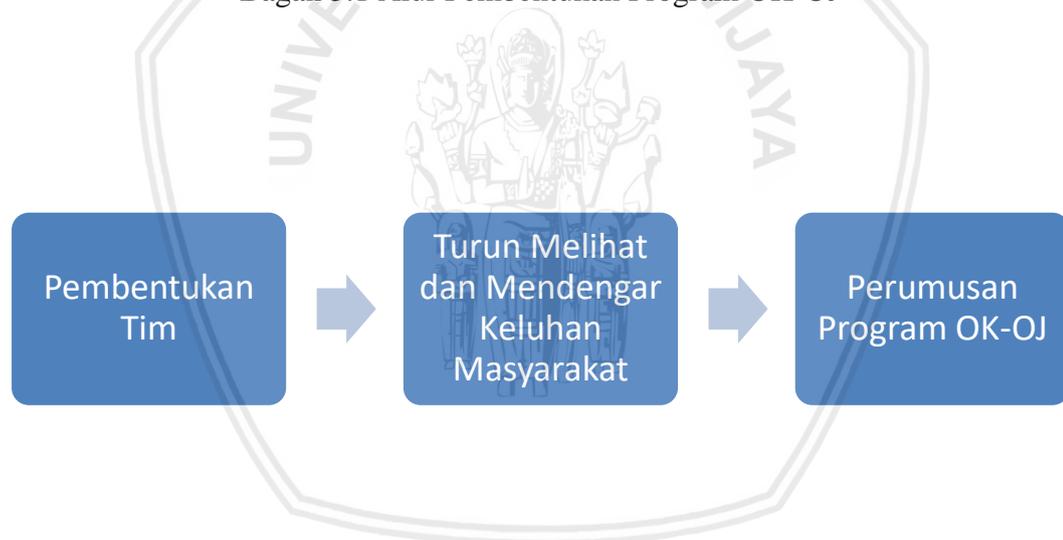
Tim ini terdiri dari Ketua Tim Pemenangan (Koordinator Lapangan), sekretaris, bendahara, dan anggota. Ahmad Taufik, ketua tim pemenangan OK-OJ

²⁸ Wawancara dengan caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program OK-OJ pada tanggal 07 Mei 2019.

repository.ub.ac.id

mengkonfirmasi bahwa tim pemenangan ini bekerja secara fleksibel dan saling bahu membahu. Artinya, tim ini tidak terpacu dengan tupoksi yang diberikan oleh Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg. Namun, tim pemenangan harus memiliki inisiatif dan daya juang yang tinggi ketika melakukan sosialisasi ke masyarakat yang ada di kecamatan Sukun.²⁹ Ernanto Djoko Purnomo bersama dengan tim pemenangan, serta ketua dan pengurus DPC PKS kecamatan Sukun kemudian melakukan rapat internal membahas program apa yang akan dibawa ke masyarakat nantinya selain program yang berasal dari PKS itu sendiri.

Bagan 5.1 Alur Pembentukan Program OK-OJ



Sumber : Diolah oleh Peneliti

Seperti yang telah diketahui, bahwa dalam Pemilu Legislatif 2019 PKS mengusung gagasan “PKS menang, hapus pajak motor dan SIM seumur hidup”. Untuk menyeimbangkan antara program kampanye partai dan program kampanyenya, Ernanto Djoko bersama tim sepakat untuk membuat program OK-

²⁹ Wawancara dengan Ahmad Taufik selaku Ketua Tim Pemenangan OK-OJ pada tanggal 15 Mei 2019

OJ yang terdiri dari 8 poin, yang mana angka 8 menunjukkan identitas partai sebagai peserta pemilu legislatif 2019. Poin-poin tersebut menurut Ernanto Djoko merupakan gabungan solusi dari permasalahan-permasalahan yang ada di kota Malang. Ernanto menjelaskan bahwa permasalahan ekonomi dan permasalahan sosial menjadi perhatian utama dan landasan utama dalam membuat program. Salah satu permasalahan ekonomi yang saat ini masih menjadi masalah di kota Malang adalah masalah pengangguran dan UMKM³⁰.

Gubernur Jawa Timur saat itu, Soekarwo menilai bahwa masalah pengangguran masih menjadi permasalahan serius di Jawa Timur terutama di kota Malang. Menurut beliau, angka pengangguran di Malang tertinggi di Jawa Timur yaitu sebesar 7,22 persen. Permasalahan ini muncul bukan karena keterbatasan lapangan kerja. Hal tersebut dapat berasal dari kelompok vokasional yang mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan. Sementara itu, menurut Walikota Malang Sutiaji angka 7,22 persen merupakan perihal pengangguran terbuka. Dengan kata lain, terdapat segelintir angkatan kerja di kota Malang yang tidak mempunyai pekerjaan. Sutiaji menambahkan, angka pengangguran kebanyakan dari alumnus perguruan tinggi yang tidak ingin pulang ke kampung halaman dan memilih menetap di Malang dan mencari pekerjaan di kota Malang dengan beberapa alasan sehingga jumlah angkatan kerja dan lapangan pekerjaan menjadi faktor tingginya angka pengangguran di kota Malang.³¹

³⁰ Wawancara dengan caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program OK-OJ pada tanggal 07 Mei 2019

³¹ Tingkat Pengangguran di Kota Malang Tertinggi di Jatim, diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/10/05/pg43k6335-tingkat-pengangguran-kota-malang-tertinggi-di-jatim> pada tanggal 20 Juni 2019

Menurut Ernanto Djoko, selain pengangguran, permasalahan UMKM di kota Malang menjadi masalah yang serius yang harus diperhatikan. Permasalahan UMKM di kota Malang tidak hanya ditinjau dari segi kuantitas namun harus dilihat dari segi kualitas.³² Kualitas Usaha Masyarakat Kecil Menengah (UMKM) di kota Malang masih tergolong rendah. Hingga tahun 2007 hingga saat ini, kualitas UMKM di kota Malang masih belum meningkat. Hal ini berbanding terbalik dengan kuantitas UMKM yang ada di kota Malang yang terus mengalami peningkatan. Data dari Badan Pusat Statistik kota Malang, jumlah UMKM yang ada di kota Malang adalah 156 unit. Angka ini terus meningkat hingga mencapai 113.000 unit pada tahun 2018. Walikota Malang Sutiaji meminta Kepala Dinas UMKM kota Malang untuk membuat sebuah “*starting point*” yang harus dapat meningkatkan usaha mikro menjadi usaha industri yang siap ekspor. Selain merancang *starting point*, pendampingan dan pelatihan pembuatan produk berkualitas dengan mengedepankan *e-commerce* agar masyarakat selalu siap menghadapi revolusi industri nantinya.³³

Pada bulan April tahun 2018 silam, Malang City Expo (MCE) 2018 memberi ruang untuk pegiat UMKM yang ada di kota Malang untuk memasarkan produknya. Sebanyak 113.000 unit UMKM berpartisipasi dalam acara tersebut. Dari jumlah tersebut, pemerintah mendapati data bahwa ada dua kategori UMKM yang ada di acara tersebut, pertama yaitu usaha kecil dengan omzet 300 juta sampai

³² Wawancara dengan caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program OK-OJ pada tanggal 07 Mei 2019

³³ Kualitas UMKM di kota Malang Belum Meningkat Sejak 2007, diakses melalui <https://www.malangtimes.com/baca/32424/20181022/163200/sutiaji-sebut-kualitas-umkm-di-kota-malang-tidak-meningkat-sejak-2007> pada tanggal 21 Juni 2019

1 milyar per tahun, dan yang kedua adalah usaha menengah dengan omzet diatas 1 milyar per tahun. Namun masih ada UMKM yang memperoleh omzet dibawah 300 juta rupiah setiap tahunnya. Mereka dimasukkan kedalam kelompok usaha mikro. Data menunjukkan jumlah mereka masih tinggi yaitu mencapai 99.000 unit, atau sekitar 87% dari seluruh unit UMKM yang ada pada acara MCE 2018 tersebut.

Ada empat kendala yang mereka hadapi untuk bersaing dengan UMKM lainnya yaitu permodalan, standarisasi produk, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), dan yang terakhir adalah pemasaran. Usaha mikro inilah yang perlu mendapat perhatian khusus agar mereka tetap bisa tumbuh dan berkembang. Potensi mereka tentu memerlukan dukungan supaya komoditas yang mereka produksi dapat diekspansi lebih maksimal. Apabila produk mereka sebelumnya hanya dapat dipasarkan di skala lokal, maka mereka harus terus didorong agar mendapatkan kepercayaan konsumen di luar kota Malang, Jawa Timur, bahkan Indonesia.³⁴

Keinginan Ernanto Djoko untuk membantu pemerintah di kota Malang dalam meningkatkan kualitas UMKM di kota Malang ditandai dengan gagasan poin OK-OJ nomor 1, yaitu “Membangun 81 UMKM Anti *Ribet* di setiap kelurahan demi menjemput revolusi industri 4.0”. Ernanto Djoko selaku calon anggota legislatif dan tim pemenangan OK-OJ ingin agar masyarakat tidak selalu “menunggu” pemerintah untuk melakukan pendampingan maupun pelatihan dalam

³⁴ UMKM Kota Malang Terus Tumbuh Ditengah Kendala Klasik, diakses melalui <https://suryamalang.tribunnews.com/2018/04/14/umkm-kota-malang-terus-tumbuh-di-tengah-kendala-klasik> pada tanggal 20 Juni 2019

membuat suatu usaha atau produk. Akan tetapi masyarakat, baik perseorangan ataupun kelompok dapat menjadi aktor utama sekaligus inisiator dalam membangun suatu usaha. Masyarakat dapat saling bahu membahu dalam meningkatkan kualitas usaha yang mereka inginkan. Hal ini dikonfirmasi oleh ketua tim pemenangan OK-OJ yang menyatakan bahwa poin OK-OJ nomor 1 dapat menjadi solusi permasalahan ekonomi khususnya UMKM di kota Malang. Beliau berpendapat bahwa sebagai salah satu wirausaha yang ada di kota Malang dan juga mengetahui sepaik terjang bagaimana keadaan ekonomi kota Malang dari tahun ke tahun, bapak Ernanto Djoko Purnomo memiliki keinginan agar masyarakat, pemerintah, dan UMKM dapat bersinergi dalam meningkatkan perekonomian bagi masyarakat di kota Malang. Nantinya, bapak Ernanto Djoko Purnomo siap bertanggung jawab hingga para UMKM yang dibinanya sukses.³⁵

Hal lain yang menjadi perhatian khusus Ernanto Djoko Purnomo dalam program OK-OJ adalah permasalahan sosial yaitu perceraian. Pengadilan Agama Kota Malang mencatat selama tahun 2018 terdapat 2.109 perkara perceraian yang telah diselesaikan. Terdapat beberapa faktor mengapa angka perceraian di kota Malang sangat tinggi. Faktor perselisihan menjadi kasus yang memiliki angka paling banyak yaitu 1.218 kasus, faktor ekonomi sebanyak 394, dan faktor meninggalkan sepihak sebanyak 401 kasus.³⁶ Hal inilah yang ingin ditekan oleh Ernanto Djoko dengan gagasan OK-OJ poin nomor 5 dan 6 yaitu “Klinik Keluarga

³⁵ Wawancara dengan Ahmad Taufik selaku Ketua Tim Pemenangan OK-OJ pada tanggal 15 Mei 2019

³⁶ Ada 2019 Perceraian di Kota Malang, Perselisihan Jadi Faktor Utama, diakses melalui <https://jatim.idntimes.com/news/jatim/bela-ikhshan-asaat/ada-2109-perceraian-di-kota-malang-perselisihan-jadi-faktor-utama/full> pada tanggal 21 Juni 2019

Sakinah Anti Perceraian di setiap kelurahan” dan “Pendampingan Pra-Nikah, Anti *Jomblo Ngenes* di setiap kelurahan”.

Kasus-kasus yang dijelaskan tersebut merupakan contoh serta alasan mengapa program OK-OJ dibuat dan diinsiasi oleh Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg dari PKS. Ernanto bersama dengan tim pemenangan melakukan survey dengan cara mendatangi masyarakat dan berkomunikasi dengan DPC PKS kecamatan Sukun. Pemanfaatan media cetak dan media elektronik juga dimaksimalkan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat kota Malang khususnya kecamatan Sukun. Setelah program OK-OJ disetujui dan diresmikan oleh Ernanto Djoko Purnomo beserta tim pemenangan, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan tempat sesuai dengan data yang telah didapatkan dan diolah oleh tim. Pemetaan tempat ini digunakan untuk melakukan analisis bagaimana cara dan juga pendekatan yang tepat ketika melakukan kampanye di daerah-daerah pemilihan di kecamatan Sukun nantinya. Hal ini dikarenakan kondisi geopolitik yang berbeda sehingga Ernanto Djoko Purnomo berhasil mendapatkan suara yang maksimal di setiap daerah nantinya.

5.2 Kewirausahaan Politik dalam Program OK-OJ

Menurut Matthew McCaffrey dan Joseph T. Salerno dalam bukunya, "*A theory of Political Entrepreneurship*" bahwa kewirausahaan politik terbagi menjadi 3 cabang pembahasan yaitu *public choice*, *alertness and discovery*, serta *new institutionalism*. Ketiga cabang pembahasan ini merupakan elemen penting dalam menentukan apakah kewirausahaan politik dapat direalisasikan dan dikatakan

berhasil dalam suatu masyarakat atau daerah. Jika dikaitkan dengan program OK-OJ yang dikemukakan oleh Ernanto Djoko Purnomo selaku calon anggota legislatif DPRD dari PKS dalam pemilu legislatif di kota Malang, maka ada keterkaitan antara program OK-OJ sebagai produk dari kewirausahaan politik.

Aspek *public choice* merupakan aspek pertama yang dapat dilakukan analisis. *Public choice* menekankan aktivitas politik yang ada di masyarakat. Suatu keputusan baik berupa gagasan program ataupun kebijakan yang berasal dari aktor kewirausahaan politik wajib mendahulukan kepentingan publik. Program OK-OJ merupakan program yang didasari oleh *public choice* dikarenakan Ernanto Djoko selaku caleg sekaligus aktor kewirausahaan politik mengedepankan kepentingan publik dan permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat kota Malang. Hal ini dikonfirmasi oleh ketua DPC PKS kecamatan Sukun, Imam Musyafa yang menyatakan bahwa program OK-OJ merupakan gagasan dan solusi caleg Ernanto Djoko terhadap permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat kota Malang. Dalam membuat program OK-OJ ini, caleg Ernanto Djoko tidak langsung mengangkat program ini ke publik. Akan tetapi, program ini didiskusikan terlebih dahulu dengan para kader, relawan, serta para ketua dan pemimpin masyarakat setempat khususnya di kecamatan Sukun. Setelah berdiskusi, maka program OK-OJ telah *final* dan siap disosialisasikan kepada masyarakat yang berada di daerah pemilihan. Sehingga ketika waktu kampanye tiba, masyarakat kota Malang khususnya di kecamatan Sukun dapat langsung menentukan pilihan politiknya.

Beliau menambahkan, dengan mengajak diskusi masyarakat setempat mengindikasikan bahwa Ernanto Djoko Purnomo merupakan sosok yang mampu

mendengarkan serta menyerap aspirasi masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan adanya modifikasi poin-poin dari program OK-OJ setelah membuka diskusi dengan masyarakat.³⁷ Selain itu, caleg Ernanto Djoko juga menjelaskan bahwa ketika ada usulan untuk membuka diskusi dengan masyarakat sebelum finalisasi program OK-OJ, dirinya sempat ragu karena khawatir akan terjadi gesekan-gesekan kepentingan. Setelah diskusi dilakukan, meskipun terdapat modifikasi poin-poin dalam program, caleg Ernanto Djoko bersyukur bahwa selalu ada respon positif dan saran yang positif ketika dirinya menjabarkan poin-poin dalam program OK-OJ kepada masyarakat. Beliau menambahkan, membuka diskusi dengan masyarakat merupakan pendidikan politik bagi masyarakat dan juga aktor-aktor politik. Hal ini dilakukan untuk menambah wawasan politik serta mengurangi bahkan menghilangkan pelanggaran-pelanggaran dalam pemilu dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu.³⁸

Aspek kedua adalah aspek *alertness and discovery* yang menjelaskan bahwa seorang aktor kewirausahaan politik memiliki kepekaan dalam menanggapi suatu permasalahan yang ada di masyarakat. Selain itu seorang aktor kewirausahaan politik harus memiliki inisiatif dan mampu menemukan terobosan-terobosan baru dalam mengatasi masalah yang ada di masyarakat. Penulis melihat bahwa program OK-OJ memiliki unsur *alertness and discovery*. Hal ini dilihat dari temuan-temuan di lapangan ketika penulis bertemu dengan masyarakat yang menjadi obyek

³⁷ Wawancara dengan Imam Musyafa selaku Ketua DPC PKS Kecamatan Sukun pada tanggal 09 Mei 2019

³⁸ Wawancara dengan caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program OK-OJ pada tanggal 07 Mei 2019

kampanye caleg Ernanto Djoko Purnomo. Ketika penulis melakukan wawancara serta observasi di daerah kampanye, kebanyakan dari masyarakat berpendapat bahwa program OK-OJ dibutuhkan oleh masyarakat sekitar, terutama pada poin 1 dan poin 2 program OK-OJ tentang pembentukan UMKM dan membangun lapangan pekerjaan. Artinya, caleg Ernanto Djoko Purnomo memiliki kepekaan dan mampu membuat suatu terobosan, dalam hal ini gagasan program kampanye OK-OJ untuk mengatasi problematika yang ada di kota Malang.

Aspek ketiga adalah *new institutionalism*, yang mana merupakan gabungan antara *public choice* dan *alertness and discovery*. Program OK-OJ dapat mengubah suatu paradigma lembaga pemerintah ke arah yang lebih baik. Seringkali pemerintah baik legislatif maupun eksekutif, ketika membuat suatu program kerja tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Pemerintah baik eksekutif maupun legislatif harus datang ke masyarakat, bukan masyarakat yang datang ke pemerintah. Hal ini menjadi peluang bagi caleg Ernanto Djoko Purnomo dan program OK-OJ. Apabila terpilih nantinya, caleg Ernanto Djoko Purnomo memiliki kesempatan untuk merealisasikan program OK-OJ nya menjadi program lembaga atau institusi pemerintah (legislatif) serta menjadi acuan para anggota legislatif lainnya untuk menarik suara masyarakat di kota Malang dengan “menjual” program.

Berdasarkan data dari lapangan dan wawancara dengan bapak Ernanto Djoko Purnomo, Ketua DPC PKS, dan Ketua Tim Pemenangan OK-OJ bahwa program OK-OJ ini merupakan hasil dengar pendapat antara masyarakat dengan bapak Ernanto Djoko serta inisiatif beliau dalam menanggapi permasalahan-

permasalahan yang ada di kota Malang. Hal ini sesuai dengan pendekatan *alertness and discovery* yang menjelaskan bahwa pendekatan ini mengutamakan kepekaan seorang aktor kewirausahaan politik dalam melihat peluang serta menanggapi permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Menurut Pak Joko, sebelum berdiskusi beliau melihat data yang ada di surat kabar maupun artikel di internet tentang kota Malang. Baik tentang program atau kebijakan pemerintah kota Malang hingga kondisi masyarakat yang tinggal di kota Malang. Dari hasil tersebut beliau menemukan bahwa masih terdapat program pemerintah yang belum tepat sasaran dan masih banyaknya permasalahan terutama permasalahan ekonomi yang ada di kota Malang. Kemudian pak Joko berinisiatif turun ke lapangan untuk menanyakan kepada masyarakat apakah benar terdapat permasalahan seperti pemberitaan di media. Setelah turun ke masyarakat, beliau bersama tim dari PKS merumuskan poin-poin yang kemudian digabungkan menjadi sebuah program kampanye OK-OJ.

5.3 Realisasi Program OK-OJ

Program OK-OJ akan direalisasikan apabila caleg Ernanto Djoko Purnomo mendapatkan suara yang sesuai dengan jumlah minimal untuk dapat duduk di kursi legislatif. Tentu dalam merealisasikan program OK-OJ, terdapat alur-alur yang harus dijalankan oleh Ernanto Djoko selaku aktor politik nantinya. Lembaga seperti DPRD tidak hanya diisi oleh satu partai saja melainkan banyak partai. Setiap partai memiliki kepentingan politik yang berbeda. Ernanto Djoko menjelaskan bahwa apabila ia terpilih nanti, maka langkah pertama adalah mengikuti rapat dewan agar program kampanyenya bisa diangkat menjadi program kerja DPRD ataupun

program kerja hasil kerjasama antara eksekutif dan legislatif. Beliau menjelaskan 8 poin yang ada dalam gagasan program OK-OJ nantinya bisa jadi tidak semuanya masuk menjadi program. Beliau tidak menampik bahwa akan terjadi tarik ulur dalam upayanya membuat program OK-OJ menjadi program kerja. Oleh karena itu diperlukan hasil yang *win-win solution* antara PKS selaku partai pengusung dengan partai-partai lain. Selain itu, PKS harus memiliki banyak kursi jika ingin memenangkan suara dewan. Jika PKS memiliki kursi yang cukup atau bahkan lebih dalam suatu lembaga legislatif, maka ada peluang program ini dapat menjadi program kerja resmi.³⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh ketua DPC PKS kecamatan Sukun yang menganggap bahwa program OK-OJ mempunyai peluang besar untuk menjadi program kerja resmi apabila pak Ernanto Djoko dan PKS mendapatkan suara yang maksimal dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang. Beliau menambahkan, dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang, sangat sedikit calon anggota legislatif yang sudah memiliki program kerja yang matang seperti caleg-caleg PKS khususnya Ernanto Djoko Purnomo. Oleh karena itu, baik caleg ataupun partai apabila terpilih nantinya sudah memiliki kesiapan yang matang dan mumpuni sehingga akan meningkatkan kinerja lembaga legislatif di kota Malang dalam melayani masyarakat.⁴⁰

³⁹ Wawancara dengan caleg PKS Ernanto Djoko Purnomo selaku inisiator program OK-OJ pada tanggal 07 Mei 2019

⁴⁰ Wawancara dengan Imam Musyafa selaku ketua DPC PKS kecamatan Sukun pada tanggal 09 Mei 2019

5.4 Tanggapan Masyarakat terhadap Program OK-OJ

Pada masa kampanye pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang, caleg Ernanto Djoko Purnomo mengunjungi dan melakukan sosialisasi kampanye ke masyarakat yang tinggal di daerah pemilihan kecamatan Sukun. Total ada 11 kelurahan yang ada di daerah pemilihan kecamatan Sukun yang dikunjungi caleg Ernanto Djoko yaitu kelurahan Bandulan, Karangbesuki, Pisangcandi, Mulyorejo, Sukun, Tanjungrejo, Bakalankrajan, Bandungrejosari, Ciptomulyo, Gadang, dan Kebonsari. Berbagai macam inovasi dilakukan ketika melakukan kampanye ke masyarakat yang tinggal di daerah kecamatan Sukun. Mulai dari melakukan *flashmob*, senam dan olahraga bersama, kerja bakti bersama, hingga cek kesehatan. Dengan adanya inovasi-inovasi tersebut, diharapkan dapat menarik suara masyarakat dari semua golongan, baik golongan muda maupun golongan orang tua.

Ketika penulis mengikuti caleg Ernanto Djoko Purnomo untuk melakukan kampanye ke beberapa daerah di kecamatan Sukun, penulis melihat berbagai macam karakteristik masyarakat yang tinggal di kecamatan Sukun. Berbagai macam karakteristik yang dimaksud adalah, ada kelompok masyarakat yang melihat caleg dari sudut pandang tokoh, ada kelompok masyarakat yang melihat caleg dari sudut pandang program kampanye, ada kelompok masyarakat yang melihat caleg dari sudut pandang partai politik, dan ada juga kelompok masyarakat yang acuh tak acuh apabila ada caleg yang melakukan kampanye di daerah tempat tinggalnya.

Untuk membantu serta melihat apakah program kampanye OK-OJ ini memiliki respon positif dari masyarakat yang tinggal di kecamatan Sukun, penulis melakukan wawancara secara mendalam kepada beberapa masyarakat yang tinggal di kecamatan Sukun. Dalam menentukan informan wawancara (masyarakat) penulis mengacu pada teknik penentuan informan dalam skripsi ini yaitu menggunakan teknik *purposive*. Artinya, beberapa masyarakat yang terpilih menjadi informan harus memiliki pengetahuan, terlibat, atau melihat secara langsung proses kampanye dari Ernanto Djoko Purnomo sebagai caleg DPRD Kota Malang. Dari proses tersebut, penulis mendapatkan 4 informan yang dianggap memiliki serta memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu pertama adalah bapak Nur Khosim, warga kelurahan Karangbesuki. Kedua, ibu Kusdiyanto, warga kelurahan Pisangcandi. Ketiga, Tania, mahasiswi sekaligus warga Bandungrejosari. Keempat, Endra, mahasiswa sekaligus warga Bandungrejosari.

1. Tanggapan Bapak Nur Khosim

Bapak Nur Khosim merupakan seorang warga berumur 50 tahun yang tinggal di Jalan Candi, kelurahan Karangbesuki, kecamatan Sukun. Beliau sehari-hari bekerja sebagai penjual lalapan di daerah dekat rumahnya. Menurut beliau, daerah Karangbesuki seringkali didatangi oleh para calon anggota legislatif dari berbagai partai pada waktu pemilihan umum. Pak Nur, sapaan akrabnya, mengaku sering mengamati para caleg yang berkampanye di daerah tempat tinggalnya. Beliau tidak ingin salah memilih caleg yang nantinya akan mewakili suara beliau sebagai masyarakat kota Malang. Ketika penulis menanyakan tentang kriteria pemimpin atau caleg bagi pak Nur, beliau menjawab bahwa pak Ernanto Djoko

termasuk dalam kriteria caleg yang akan ia pilih. Adapun menurut beliau terdapat beberapa kriteria yang ia gunakan sebagai pedoman dalam memilih adalah agama dan karakteristik caleg, visi misi atau program kerja, serta partai politik pengusung. Menurut pak Nur, seorang caleg harus memiliki akhlak yang baik karena tanggung jawab menjadi anggota legislatif sangatlah berat karena membawa amanah dari masyarakat. Visi misi dan program kerja sangat penting bagi seorang caleg karena menentukan arah kerja dari caleg itu sendiri. Pak Nur sendiri mengaku selalu memilih partai politik Islam karena yakin bahwa mereka akan membawa kemaslahatan bagi umat.

Pada pemilu tahun 2019 ini, daerah Karangbesuki menjadi daerah yang sering dikunjungi para caleg dari berbagai partai. Salah satunya adalah caleg Ernanto Djoko Purnomo. Menurut pak Nur, caleg yang sering berkunjung secara intensif ke daerah tempat tinggalnya yaitu adalah pak Ernanto Djoko sebagai caleg PKS kota Malang. Dalam kesempatan wawancara, beliau mengatakan :

“Ya memang betul mas, daerah sini (Karangbesuki) sering kali dikunjungi oleh para caleg. Yang paling sering itu caleg PKS, namanya Pak Joko. Saya menghitung ada sekitar 4-5 kali datang kesini. Kadang kalau ada pengajian RT/RW beliau juga datang. Saya tahu karena saya sering diundang datang ke kampanyenya. Kalau motifnya saya kurang tahu ya, tetapi menurut saya karena daerah sini (Karangbesuki) termasuk daerah padat penduduk jadi mungkin kampanyenya efektif dan bisa mendapat suara yang banyak”⁴¹

Hal senada juga diungkapkan oleh pak Ernanto selaku caleg. Dalam kesempatan wawancara, beliau mengatakan :

“Salah satu kelurahan atau wilayah yang menjadi perhatian khusus saya dan tim adalah kelurahan Karangbesuki karena menurut kami daerah ini jumlah penduduknya sangat banyak. Selain itu, relawan-relawan saya banyak yang tinggal

⁴¹ Wawancara dengan bapak Nur Khosim, warga Karangbesuki pada tanggal 17 Mei 2019

di daerah ini, dan juga tempat tinggal saya yang berdekatan dengan beberapa lokasi kampanye sehingga mudah untuk dijangkau. Saya sendiripun juga kenal dekat dengan beberapa ketua RT di wilayah ini.”⁴²

Dari kedua percakapan tersebut dapat diketahui bahwa caleg Ernanto Djoko memiliki perhatian khusus di daerah kelurahan Karangbesuki. Intensitas kunjungan kampanye menjadi aspek utama yang perlu digarisbawahi selain aspek sosial-geografis (banyaknya relawan serta tempat tinggal yang berdekatan dengan lokasi-lokasi kampanye di kelurahan Karangbesuki). Intensitas kunjungan pada saat kampanye memiliki pengaruh yang besar dan kuat dalam mendapatkan suara dari masyarakat. Semakin sering caleg melakukan kampanye di suatu wilayah, maka masyarakat semakin mengenali caleg tersebut. Hal ini yang dijadikan strategi politik dan dipahami oleh caleg Ernanto Djoko dalam berkampanye di kelurahan Karangbesuki.

Intensitas waktu kampanye tidak hanya berpengaruh terhadap pengetahuan masyarakat terhadap kehidupan personal para caleg, akan tetapi intensitas waktu kampanye harus diikuti dengan mengenalkan program kampanye dari seorang caleg. Pengenalan program kampanye termasuk wawasan ataupun pengetahuan politik yang diberikan para caleg kepada masyarakat. Dalam lanjutan wawancara dengan caleg Ernanto Djoko, beliau mengatakan :

“Ketika saya berkampanye, saya tidak ingin hanya sekedar mengobrol janji kepada masyarakat. Saya selalu berusaha mengajak masyarakat untuk memahami permasalahan yang ada di sekitar tempat tinggal mereka sendiri, dimulai dari hal-hal yang kecil hingga kemudian meluas menjadi permasalahan yang ada di kota Malang. Ketika mereka mulai memahami, maka saya akan menawarkan solusi, yang mana solusi itu merupakan program kampanye saya yaitu OK-OJ. Poin poin

⁴² Wawancara dengan Ernanto Djoko Purnomo selaku caleg PKS pada tanggal 07 Mei 2019

program OK-OJ inilah yang diharapkan menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih saya.”⁴³

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa caleg Ernanto Djoko ingin masyarakat di kecamatan Sukun tidak hanya menilai dan memilih beliau dari segi personal atau ketokohan, akan tetapi beliau ingin masyarakat memilih berdasarkan program kampanye serta rekam jejak beliau. Ketika penulis menanyakan program OK-OJ kepada Pak Nur, beliau menjelaskan :

“Ketika berkampanye di daerah sini, pak Joko juga menjelaskan program kampanye OK-OJ. Saya sendiri tidak begitu hafal penjelasan secara lengkap semua poin-poinnya, tetapi yang jelas ada 8 poin. Dari semua poin tersebut, saya pribadi berharap apabila beliau (Pak Joko) terpilih, poin tentang UMKM dan lowongan kerja direalisasikan. Karena saya melihat permasalahan masyarakat kota Malang berada di sekitar permasalahan ekonomi. Membuka UMKM dan lowongan kerja bagi masyarakat kota Malang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menurunkan angka pengangguran. Selain itu aspek kesehatan saya rasa menjadi poin penting. Saya merasa hal ini diperhatikan dengan serius oleh pak Joko. Ketika beliau berkampanye disini, beliau juga membuka bakti sosial dan cek kesehatan secara gratis. Antusiasme warga disini juga meningkat dengan adanya cek kesehatan tersebut. Saya merasa program kampanye OK-OJ ini sesuai dengan apa yang dibutuhkan warga kota Malang.”⁴⁴

Dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pak Nur memahami program OK-OJ yang dikampanyekan oleh caleg Ernanto Djoko. Pak Nur menganggap bahwa permasalahan ekonomi menjadi keluhan masyarakat yang ada di kota Malang. Dengan adanya program OK-OJ terutama program “Membuka 81 UMKM Anti Ribet di Setiap Kelurahan” dan program "Membuka 811 Lowongan Kerja Anti Galau di Setiap Kelurahan” diharapkan menjadi solusi atas masalah ekonomi yang ada di kota Malang. Terakhir, Pak Nur berharap bahwa pemilihan

⁴³ Ibid

⁴⁴ Wawancara dengan bapak Nur Khosim, warga Karangbesuki pada tanggal 17 Mei 2019

umum tahun 2019 ini berlangsung dengan damai, adil, dan aman terutama di kota Malang.

2. Tanggapan Ibu Sophia

Ibu Sophia merupakan seorang warga yang tinggal di kelurahan Pisangcandi, kecamatan Sukun, kota Malang. Beliau adalah seorang ibu rumah tangga. Beliau aktif sebagai anggota PKK di daerah tempat tinggalnya. Sebelumnya beliau menolak untuk dijadikan informan karena beliau merasa masih ada yang lebih baik dan lebih paham dari beliau. Namun setelah penulis menjelaskan apa maksud, tujuan, serta alasan mengapa penulis memilih bu Sophia sebagai informan wawancara, akhirnya beliau mengiyakan.

Ada beberapa alasan mengapa penulis memilih bu Sophia sebagai informan wawancara. Pertama, bu Sophia berpartisipasi secara aktif (bertanya, memberikan saran) saat Pak Ernanto Djoko berkampanye di daerah kelurahan Pisangcandi. Kedua, ketika penulis melihat kondisi yang ada di lapangan, sangat sedikit calon informan terutama dari golongan perempuan (ibu-ibu) yang mengikuti secara langsung kegiatan kampanye dari awal hingga akhir. Kebanyakan dari mereka hanya ikut serta ketika cek kesehatan saja.

Awalnya, beliau tidak begitu mengenali pak Ernanto Djoko sebagai caleg DPRD kota Malang. Namun setelah masa kampanye dimulai, beliau melihat baliho, poster, serta spanduk pak Joko di sekitar tempat tinggalnya. Menurut bu Sophia, penggunaan alat peraga kampanye sangat berguna bagi masyarakat untuk mengetahui serta memahami program ataupun visi misi yang dibawa oleh setiap

caleg. Visi misi serta figur tokoh menjadi aspek penting bagi bu Sophia dalam memilih calon anggota legislatif. Dalam kesempatan wawancara, beliau mengatakan :

"Awalnya saya tidak kenal dengan Pak Joko, tetapi saat saya melihat dan membaca poster tentang beliau saya jadi tahu. Dari wajahnya kelihatan sepertinya Pak Joko orangnya ramah dan baik. Mungkin efek dari partainya juga (PKS). Program kampanyenya juga unik (OK-OJ) menggunakan bahasa walikan khas Malang, kebalikan dari nama beliau."⁴⁵

Ketika penulis menanyakan terkait program OK-OJ, bu Sophia mengaku belum memahami secara keseluruhan terkait program OK-OJ ini. Namun, beliau berharap apabila pak Joko berhasil menjadi anggota DPRD dan program ini direalisasikan, maka dapat mengurangi permasalahan-permasalahan ekonomi yang ada di kota Malang. Bu Sophia juga mengeluhkan harga bahan pokok dan harga kebutuhan dapur yang semakin hari semakin meningkat. Dalam kesempatan wawancara, beliau menjelaskan :

"Saat ini harga-harga barang pokok selalu naik mas. Setiap kali ke pasar harga barang seperti cabai, bawang, di pasar selalu berubah-ubah. Kami para ibu-ibu rumah tangga bingung ketika harga-harga naik"⁴⁶

Sebagai bagian dari masyarakat yang sudah lama tinggal di kota Malang, bu Sophia ingin setiap akses pendidikan, kesehatan diberikan secara gratis. Bu Sophia melihat bahwa hal tersebut masih belum sepenuhnya diterapkan di kota Malang. Bu Sophia berharap apabila pak Joko terpilih nanti pak Joko dapat menampung semua aspirasi masyarakat yang ada di kota Malang, terutama kaum ibu-ibu.

3. Tanggapan Pemilih Muda kota Malang

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Kusdianto, warga kelurahan Pisangcandi pada tanggal 15 Mei 2019

⁴⁶ Ibid.

Untuk melengkapi data tentang pendapat masyarakat tentang tokoh caleg Ernanto Djoko Purnomo dan program kampanye OK-OJnya, maka penulis ingin agar pendapat masyarakat juga diwakili oleh pendapat dari generasi muda ataupun generasi milenial yang ada di kota Malang. Karena menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan bahwa kelompok milenial merupakan pemilih terbesar 37,7 persen pada Pemilu 2019. Adapun pemilih pemula sebanyak 12,7 persen⁴⁷. Sebanyak 172.035 pemilih Pemilu 2019 di Kota Malang berasal dari kalangan generasi milenial. Angka tersebut mendominasi jumlah pemilih hasil perbaikan daftar pemilih tetap (DPT) kedua yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Malang. Artinya, gabungan kelompok pemilih muda ini lebih dari setengah pemilih di Indonesia.⁴⁸ Oleh karena itu, pemilih muda yang tergabung dalam kelompok generasi milenial memiliki peran penting dalam pembangunan di Indonesia terutama di kota Malang.

Pada awalnya penulis kesulitan untuk mencari kriteria pemilih muda yang dibutuhkan demi kelengkapan data, karena banyak yang menolak untuk diwawancarai dengan alasan-alasan tertentu. Namun akhirnya penulis mendapatkan 2 informan yang termasuk kriteria pemilih muda yang tinggal di kecamatan Sukun, kota Malang. Mereka adalah Tania dan Hendra, mahasiswa sekaligus warga kelurahan Bandungrejosari.

⁴⁷ Pemilih Pemilu 2019 di kota Malang Didominasi Milenial, diakses melalui www.jawapos.com/jpg-today/06/01/2019/pemilih-pemilu-2019-di-kota-malang-didominasi-milenial pada tanggal 20 Juli 2019

⁴⁸ Berebut Suara Pemilih Muda, diakses melalui www.beritagar.id/artikel-amp/laporan-khas/berebut-suara-pemilih-muda pada tanggal 20 Juli 2019

Tania, 22, warga kelurahan Bandungrejosari sekaligus mahasiswa di salah satu perguruan tinggi di kota Malang ini mengaku bahwa Pemilu 2019 ini merupakan pemilu keduanya sebagai pemilih. Pada pemilu tahun 2014 lalu, ia mengaku hanya memilih calon Presiden dan Wakil Presiden saja. Sedangkan untuk tingkat legislatif dari pusat hingga daerah, Tania belum dapat menentukan pilihan pada saat itu karena belum mengenal karakteristik dan visi misi para calon anggota legislatif. Tahun 2019 ini, ia berusaha untuk tidak menjadi golongan putih atau golput.

Tania memiliki kriteria tersendiri dalam memilih calon pemimpin baik eksekutif maupun legislatif. Kriteria utama yang dilihat adalah dari segi visi misi, program kerja, dan rekam jejak. Dalam kesempatan wawancara, Tania menjelaskan:

"Saya sendiri tidak ingin asal-asalan dalam memilih anggota legislatif. Saya melihat rekam jejak, visi misi, serta program kerja dari para caleg yang berada di dapil (daerah pemilihan) tempat tinggal saya, terutama yang berkampanye secara langsung maupun tidak langsung. Menurut saya, caleg yang memiliki visi misi, program kerja yang terarah dan rekam jejak yang jelas berarti kompeten untuk menjadi seorang anggota Dewan."⁴⁹

Ketika dikaitkan dengan pencalonan Ernanto Djoko Purnomo sebagai caleg PKS pada pemilu legislatif tahun 2019 di kota Malang, Tania mengaku belum mengenal dan melihat pak Joko secara langsung, namun di daerah tempat tinggalnya cukup banyak poster dan spanduk beliau yang memperlihatkan pak Joko dengan program OK-OJnya. Dari segi kriteria yang dibutuhkan Tania dalam memilih seorang caleg, pak Joko sebagai caleg PKS sudah memenuhi kualifikasi

⁴⁹ Wawancara dengan Tania, warga kelurahan Bandungrejosari pada tanggal 15 Mei 2019

yang diinginkan. Pada saat itu Tania mengaku mencari tentang pak Joko di internet terutama di sosial media. Secara umum, Tania mengaku bahwa program OK-OJ ini sangat bermanfaat apabila terealisasikan dengan baik. Namun secara spesifik, Tania mempertanyakan poin-poin dalam program OK-OJ seperti poin pertama yaitu "Membangun 81 UMKM Anti Ribet di Setiap Kelurahan", serta poin kedua yaitu "Membangun 811 Lowongan Pekerjaan Anti Galau di Setiap Kelurahan" dan mempertanyakan maksud dari poin "Membangun Inklusi *Care Center*". Lebih jelasnya, Tania mengungkapkan :

*"Saya tidak tahu ya angka 81 dan 811 ini merupakan hal yang sudah dipertimbangkan oleh pak Joko selaku caleg atau hanya sekitar kiasan ataupun tagline karena sesuai dengan nomor urut beliau dan nomor urut partai agar menarik. Tentu dengan nominal angka sebanyak itu harus dipertimbangkan secara matang agar tidak salah sasaran nantinya. Selain itu saya masih belum paham dengan program Inklusi *Care Center Anti Diskriminasi*, maksud dari program ini apakah bertujuan untuk menghilangkan diskriminasi atau sebagai wadah dalam berkeluh kesah terkait dengan diskriminasi di kota Malang."⁵⁰*

Selain Tania, informan lainnya adalah Hendra, warga kelurahan Bandungrejosari, kecamatan Sukun, kota Malang sekaligus mahasiswa salah satu perguruan tinggi di kota Malang. Pemilu tahun 2019 ini merupakan pemilu kedua yang diikuti oleh Hendra. Pada pemilu tahun 2014 lalu, Hendra mengaku hanya memilih Presiden dan Wakil Presiden, dan memilih menjadi golongan putih (golput) pada pemilu legislatif di tahun tersebut. Pada pemilu tahun 2019 ini, Hendra mengatakan akan memilih calon anggota legislatif yang dianggap sudah memenuhi kriterianya. Kriteria dalam memilih seorang anggota dewan bagi Hendra

⁵⁰ Ibid.

yaitu, memiliki visi misi dan program yang jelas, serta partai pengusung. Dalam wawancara dengan penulis, ia mengatakan :

“Untuk memilih seorang caleg, biasanya saya melihat dari visi misi serta program kampanyenya. Selain itu, saya juga melihat partai pengusung. Alasan saya memasukkan partai pengusung dalam kriteria saya karena keluarga saya memiliki partai favorit dalam pemilu. Jadi dalam memilih seorang caleg saya terlebih dahulu melihat partai, kemudian visi misi dan program kampanye dari caleg tersebut.”⁵¹

Ketika dikaitkan dengan caleg Ernanto Djoko dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang, Hendra menjelaskan bahwa secara visi misi dan program kampanye sudah sesuai dengan kriteria yang ia inginkan. Namun, dari segi partai pengusung, belum sesuai dengan yang kriterianya. Dalam kesempatan wawancara, Hendra mengatakan :

“Dari program kampanyenya sih beliau (Pak Joko) menarik ya, beliau dapat mengemas program dengan nama yang menarik. Di kota Malang sendiri sangat jarang ada caleg yang punya gagasan seperti ini. Kalau yang saya pahami, pak Joko ingin membuat sebuah gagasan baru dibidang ekonomi dan wirausaha. Menurut saya, beberapa poinnya sudah sangat bagus terutama program membuka UMKM dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat kota Malang terutama generasi milenial. Namun yang perlu digarisbawahi disini adalah bagaimana program membangun lapangan olahraga terpadu di kota Malang karena disini sangat sulit untuk membuka ruang terbuka yang baru yang disebabkan oleh pemukiman penduduk yang semakin padat. Ini yang menjadi masalah. Pada intinya program ini bagus dan semoga beliau (Pak Joko) menjadi anggota dewan”⁵²

⁵¹ Wawancara dengan Hendra, warga kelurahan Bandungrejosari pada tanggal 15 Juni 2019

⁵² Ibid.

Tabel 5.1 Indikator atau Kriteria Informan dalam Memilih Calon Anggota Legislatif

No.	Informan (Masyarakat)	Kriteria Yang Dipilih
1	Bapak Nur Khosim	Agama dan karakteristik caleg, visi misi dan program kerja, serta partai politik pengusung
2	Ibu Sophia	Visi misi dan figur tokoh
3	Tania	Visi misi, program kerja, dan rekam jejak calon
4	Hendra	Visi misi, program kerja, dan partai politik pengusung

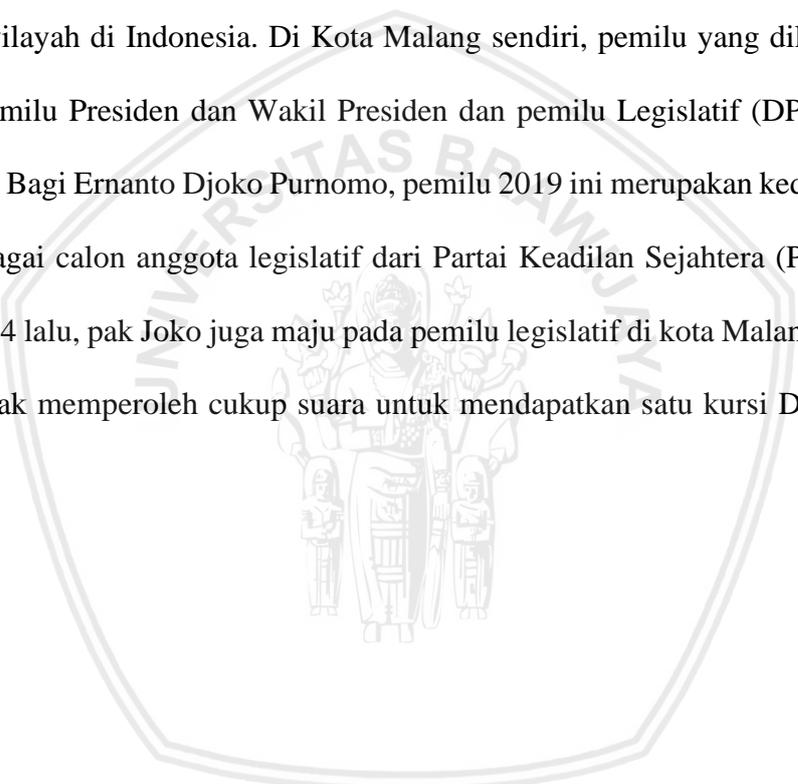
Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari tabel tersebut, visi misi dan program kerja menjadi kriteria yang paling sering disebutkan oleh para informan. Artinya, visi misi dan program kerja menjadi aspek yang sangat penting bagi para informan dalam memilih seorang calon anggota legislatif di pemilihan umum legislatif kota Malang tahun 2019. Artinya, seorang caleg yang memiliki visi misi dan program kerja atau program kampanye memiliki kesempatan dipilih lebih besar oleh masyarakat. Sementara itu, dua dari empat informan menyebutkan bahwa partai politik pengusung menjadi kriteria kedua yang disebutkan informan dalam memilih caleg. Dapat dikatakan bahwa masyarakat juga melihat partai politik sebagai referensi dalam memilih seorang calon anggota legislatif. Masyarakat yang sudah memiliki pilihan partai politik pada umumnya akan memilih caleg yang berasal dari partai yang sama, terlepas dari nomor urut caleg dalam partai tersebut. Selain itu berdasarkan data dari tabel diatas,

rekam jejak calon dan figur tokoh atau caleg juga berpengaruh bagi masyarakat kecamatan Sukun dalam menentukan pilihannya di pemilu legislatif 2019 di kota Malang.

5.5 Perolehan Suara Ernanto Djoko Purnomo

Pada 17 April 2019, pemilihan umum serentak telah selesai dilaksanakan di seluruh wilayah di Indonesia. Di Kota Malang sendiri, pemilu yang dilaksanakan adalah pemilu Presiden dan Wakil Presiden dan pemilu Legislatif (DPR, DPRD, dan DPD). Bagi Ernanto Djoko Purnomo, pemilu 2019 ini merupakan kedua kalinya maju sebagai calon anggota legislatif dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Pada tahun 2014 lalu, pak Joko juga maju pada pemilu legislatif di kota Malang. Namun, beliau tidak memperoleh cukup suara untuk mendapatkan satu kursi DPRD Kota Malang.



Tabel 5.2 Perolehan Suara PKS Dapil Sukun pada Pemilu 2014

Nomor / Nama Partai Calon		Suara	Total Suara Sah
3	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	1.159	1.159
1	Ernanto Djoko Purnomo	613	613
2	Ani Umiarsih	164	164
3	Sugito	446	446
4	Suwandi Tohari	236	236
5	Sofiatin Muawanah, M.Pd	183	183
6	Muhammad Ikwan	268	268
7	Kholifah	144	144
8	dr. Timen Amir	479	479
9	Iwawan	144	144
10	Dwi Sapto Srianono, ST	310	310
Jumlah Suara Sah Partai dan Suara Calon		4.146	4.146

Perolehan Suara Caleg PKS kecamatan Sukun pada Pemilu 2014 (Sumber : Internal PKS Kota Malang, Diolah oleh Penulis)

Tahun 2014 menjadi pengalaman pertama bagi Ernanto Djoko Purnomo sebagai calon anggota legislatif dalam Pemilu. Di tahun 2014 ini beliau dicalonkan oleh PKS dari daerah pemilihan kecamatan Sukun. Dari 10 calon yang berasal dari PKS, pak Joko mendapatkan nomor urut 1. Adapun hasil pemilu legislatif 2014 bagi PKS di kecamatan Sukun adalah :

1. Ernanto Djoko Purnomo dengan jumlah suara sebanyak 613 suara
2. Ani Umiarsih dengan jumlah suara sebanyak 164 suara
3. Sugito dengan jumlah suara sebanyak 446 suara
4. Suwandi Tohari dengan jumlah suara sebanyak 236 suara
5. Sofiatin Muawanah, M.Pd dengan jumlah suara sebanyak 138 suara
6. Muhammad Ikwan dengan jumlah suara sebanyak 268 suara
7. Kholifah dengan jumlah suara sebanyak 144 suara
8. dr. Timen Amir dengan jumlah suara sebanyak 479 suara
9. Iwawan dengan jumlah suara sebanyak 144 suara
10. Dwi Sapto Srianono, ST sebanyak 310 suara.

Selain itu, pemilih yang memilih partai sebanyak 1.159 suara. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pada pemilu legislatif tahun 2014 di daerah pemilihan kecamatan Sukun, PKS mendapatkan total 4.146 suara. Bagi Ernanto Djoko Purnomo sendiri, beliau berhasil mendapatkan suara terbanyak jika dibandingkan dengan caleg PKS lainnya di daerah pemilihan Sukun. Meskipun mendapatkan 613 suara, pak Joko gagal maju menjadi anggota legislatif dikarenakan gagal melewati ambang batas suara untuk mendapatkan minimal satu kursi yaitu minimal sebanyak 900 suara.

Tahun 2019 ini beliau kembali dicalonkan oleh PKS dan maju mewakili daerah pemilihan Sukun. Belajar dari kekalahan pada pemilu 2014 lalu, pak Joko berinisiatif untuk membuat sebuah program kampanye yang bernama OK-OJ (One

Kelurahan One Jejaring). Program ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam mengenali beliau secara mendalam. Selain itu program ini merupakan program prioritas beliau apabila berhasil lolos sebagai anggota Dewan. Setelah menunggu hasil rekapitulasi suara yang dilakukan oleh internal partai beserta KPU kota Malang, penulis mendapatkan hasil final dari Pemilu Legislatif 2019 di kota Malang khususnya daerah pemilihan kecamatan Sukun. Data final ini penulis dapat dari internal partai PKS dan KPU Kota Malang.

Gambar 5.1 Perolehan Suara Caleg PKS di Kecamatan Sukun

NO	NAMA CAD	PEROLEHAN SUARA
	PARTAI	2.085
1.	ERNANTO DJOKO PURNOMO	1.271
2.	H. ROKHMAD, S.Sos	1.962
3.	NURUL ARBA'ATI, S.Pt., M.AP	744
4.	TIMEN AMIR	1.351
5.	LILIK HIDAYAT	554
6.	H. AGUS CAHYONO, SE	287
7.	HARTATIK PURWANINGTYAS	102
8.	Ir. H. ACHMAD ZAINUDDIN	1.815
9.	DENI WAHYONO	169
10.	SULISTIYO, SH	265
	TOTAL	10.605

Perolehan Suara Caleg PKS di Kecamatan Sukun (Sumber : Internal PKS Kota Malang)

Dari data tersebut, PKS mendapatkan suara sebanyak 10.605 suara di daerah pemilihan Sukun, dengan rincian sebagai berikut :

1. Ernanto Djoko Purnomo dengan perolehan suara sebanyak 1.271 suara
2. H. Rokhmad, S.Sos dengan perolehan suara sebanyak 1.962 suara
3. Nurul Arba'ati, S.Pt., M.AP dengan perolehan suara sebanyak 744 suara
4. Timen Amir dengan perolehan suara sebanyak 1.351 suara

5. Lilik Hidayat dengan perolehan suara sebanyak 554 suara
6. H. Agus Cahyono, SE dengan perolehan suara sebanyak 287 suara
7. Hartatik Purwaningtyas dengan perolehan suara sebanyak 102 suara
8. Ir. H. Achmad Zainuddin dengan perolehan suara sebanyak 1.815 suara
9. Deni Wahyono dengan perolehan suara sebanyak 169 suara
10. Sulistyono, SH dengan perolehan suara sebanyak 265 suara

Sementara itu, masyarakat yang mencoblos logo partai sebanyak 2.085 suara. Menurut ketua DPC PKS kota Sukun Imam Musyafa, PKS mengalami kenaikan suara sebanyak lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan pemilu tahun 2014. Hal ini dikarenakan PKS berbenah dari kegagalan dari pemilu sebelumnya. Pada pemilu tahun 2019 ini, PKS berhasil menaikkan suara dikarenakan program PKS tentang “Penghapusan Pajak SIM, STNK” serta program “Perlindungan Ulama” yang berhasil mendapatkan perhatian masyarakat. Selain itu menurut pak Musyafa, pencalonan Prabowo-Sandi tak kalah pentingnya dalam mendongkrak suara PKS di kota Malang terutama kecamatan Sukun.⁵³

⁵³ Wawancara dengan Imam Musyafa selaku ketua DPC PKS kecamatan Sukun pada tanggal 15 Juni 2019

Gambar 5.2 Ranking Suara Partai Dapil 4 Sukun

NO	PARTAI	PEROLEHAN SUARA	PEROLEHAN KURSI
1.	PDIP	30.017	3
2.	PKB	12.684	1
3.	DEMOKRAT	11.398	1
4.	PKS	10.605	1
5.	GERINDRA	9.827	1
6.	NASDEM	8.105	1
7.	GOLKAR	6.423	1
8.	PERINDO	4.832	1

Ranking Suara Partai Dapil 4 Sukun (Sumber : Internal PKS Kota Malang)

Sementara itu dari segi partai, PKS berhasil mendapatkan peringkat 4 berdasarkan ranking suara partai di daerah pemilihan Sukun. PDIP sebagai partai *incumbent* berhasil menduduki peringkat 1 dengan jumlah suara sebanyak 30.017 suara dan berhak mendapatkan 3 kursi. Kedua berasal dari PKB sebanyak 12.684 suara dan berhak mendapatkan 1 kursi. Ketiga berasal dari partai Demokrat sebanyak 11.398 suara dan mendapatkan 1 kursi. Keempat, PKS sebanyak 10.605 suara dan mendapatkan 1 kursi. Kelima, partai Gerindra dengan suara sebanyak 9.827 suara dan mendapatkan 1 kursi. Keenam partai Nasdem dengan suara sebanyak 8.105 suara dan mendapatkan 1 kursi. Ketujuh, partai Golkar dengan suara 6.432 suara dan Partai Perindo dengan 4.832 suara.

Jika melihat data-data tersebut, maka perolehan PKS dalam pemilu 2019 benar meningkat dengan tajam. Begitupun dengan perolehan suara Ernanto Djoko Purnomo dalam pemilu 2019 ini yang mendapatkan 1.271 suara. Namun, beliau masih belum berhasil mendapatkan satu kursi DPRD karena gagal melewati batas minimal untuk mendapatkan satu kursi. Selain itu, beliau juga menempati peringkat

keempat dalam perolehan suara caleg PKS di daerah pemilihan kecamatan Sukun karena kalah dengan beberapa caleg lainnya yaitu H.Rokhmad dengan 1962 suara, Ir.H. Achmad Zainuddin dengan 1.815 suara, serta Timen Amir dengan 1.351 suara. Hal ini menjadi sebuah fakta baru yaitu meskipun Ernanto Djoko mendapatkan suara dua kali lipat dari pemilu sebelumnya, dan juga membuat program OK-OJ demi mendulang suara dari masyarakat kota Malang namun beliau belum berhasil mendapatkan hasil yang diinginkan.

Penulis menganggap ada beberapa hal atau faktor yang menyebabkan kekalahan pak Joko dalam pemilu legislatif tahun 2019 di kota Malang ini. Pertama, ketika kampanye dilakukan di daerah kecamatan Sukun ada beberapa daerah atau kelurahan yang belum dijangkau secara menyeluruh sehingga penyampaian program OK-OJ tidak maksimal. Hal ini dibuktikan dengan penelitian penulis di lapangan bahwa hanya kelurahan Karangbesuki dan Pisangcandi yang sering dikunjungi oleh pak Joko sewaktu kampanye. Intensitas kunjungan di kedua kelurahan tersebut lebih banyak dibandingkan dengan kunjungan di kelurahan-kelurahan lain di daerah pemilihan kecamatan Sukun lainnya.

Kedua, figur (ketokohan) pak Joko yang belum kuat di kota Malang sehingga masyarakat lebih memilih caleg yang memiliki figur lebih kuat. Meskipun pak Joko adalah ketua Dewan Perwakilan Daerah (DPD) PKS kota Malang, namun hal tersebut belum tentu menjadikan suara beliau lebih banyak dari caleg yang berasal dari partai lain. Bahkan, suara beliau di pemilu tahun 2019 ini masih kalah dengan sesama caleg PKS. Hal ini dibuktikan dengan data internal PKS bahwa suara pak Joko masih kalah dengan tiga caleg PKS di daerah pemilihan

kecamatan Sukun. Pak Joko masih kalah dengan suara dari bapak H.Rokhmad, Ir. H. Achmad Zainuddin, dan Timen Amir.

Faktor ketiga adalah suara partai pengusung. Tidak sedikit masyarakat yang terlebih dahulu melihat partai sebelum memilih calon. Hal ini dibuktikan dengan data wawancara penulis kepada beberapa masyarakat (informan) yang melihat partai politik pengusung sebelum memilih calon. Selain itu, di kecamatan Sukun ada dua partai yang selalu memiliki jumlah suara terbanyak, yaitu PDIP dan PKB. Pada pemilu legislatif tahun 2014 yang lalu, kedua partai ini memiliki jumlah suara terbanyak di kota Malang. Di kecamatan Sukun sendiri, PDIP meraih 24.901 suara yang mana satu kursi membutuhkan sekitar 9000 suara. Artinya, PDIP mendapatkan 3 kursi di kecamatan Sukun.⁵⁴ Sedangkan, PKB meraih 10.047 suara di kecamatan Sukun. Hal ini tentu berbeda jauh dengan hasil perolehan suara PKS di kecamatan Sukun yang hanya mendapatkan 4.146 suara.⁵⁵ Oleh karena itu berdasarkan data tersebut, kedigdayaan kedua partai tersebut dalam pemilu 2014 dan 2019 menjadi alasan bahwa pak Ernanto Djoko Purnomo dan PKS belum dapat meraih hasil maksimal di pemilihan umum 2019 di kota Malang.

⁵⁴ Artikel lengkapnya dapat diakses melalui <https://www.beritasatu.com/nasional/178208/pdip-memimpin-perolehan-suara-di-kota-malang>. Diakses oleh penulis pada tanggal 05 Agustus 2019

⁵⁵ Data Rekapitulasi Hasil Perolehan Suara Pemilu Legislatif 2014 di Kecamatan Sukun oleh KPU Kota Malang

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Studi ini meneliti tentang program kewirausahaan politik dalam kampanye yang dilakukan oleh calon anggota legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam pemilihan umum legislatif tahun 2019 di kota Malang. Berdasarkan hasil himpun data dan analisis melalui perspektif teori kewirausahaan politik, terdapat beberapa kesimpulan dalam penelitian ini diantaranya :

Pertama, program OK-OJ ini dibentuk oleh Ernanto Djoko Purnomo dengan berlandaskan permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat kota Malang terutama masyarakat yang tinggal di daerah kecamatan Sukun. Beberapa permasalahan-permasalahan tersebut adalah permasalahan ekonomi, permasalahan kesehatan, permasalahan pendidikan, serta permasalahan sosial. Permasalahan-permasalahan tersebut dimodifikasi menjadi delapan poin yang tertuang dalam program OK-OJ. Program OK-OJ diharapkan menjadi solusi atas permasalahan yang ada di kota Malang. Program ini menjadi program andalan yang dikampanyekan oleh Ernanto Djoko Purnomo dalam meraih suara masyarakat dalam pemilihan umum legislatif 2019 di kota Malang.

Kedua, Ernanto Djoko Purnomo mampu melihat serta memanfaatkan peluang yang ada. Sebagai pencetus ide program OK-OJ sekaligus bagian dari masyarakat yang tinggal di kota Malang, pak Joko menilai bahwa kebijakan-kebijakan yang ada di kota Malang belum diterapkan dengan baik kepada

masyarakat kota Malang. Selain itu masih ada kebijakan yang belum berpihak kepada masyarakat. Selain itu, Pak Joko melihat bahwa kota Malang sendiri memiliki berbagai macam potensi yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Seseorang dianggap sebagai aktor kewirausahaan politik apabila orang tersebut memiliki keinginan yang besar untuk memberikan dan meningkatkan kebermanfaatan publik dengan peka terhadap masalah-masalah yang ada disekitarnya, peka terhadap peluang, serta peka terhadap potensi-potensi yang ada di daerahnya. Sebelum membentuk program OK-OJ, bapak Ernanto Djoko Purnomo terlebih dahulu turun ke masyarakat untuk melihat permasalahan dan realita yang dialami oleh masyarakat di kota Malang. Karena beliau kalah dalam pemilu legislatif tahun 2019 ini, maka gagasan OK-OJ tidak dapat terlaksana. Dalam kasus ini, bapak Ernanto Djoko Purnomo belum dapat dikategorikan sebagai aktor kewirausahaan politik meskipun pak Joko sudah mampu melihat peluang dengan peka terhadap masalah yang ada serta peka terhadap potensi yang ada di kota Malang yang kemudian dituangkan dalam program kampanye OK-OJ.

Ketiga, tanggapan masyarakat terkait dengan program kampanye OK-OJ sudah direspon dengan baik dan positif. Dari hasil wawancara dengan masyarakat, penulis mendapatkan pola kecenderungan yang sama yaitu masyarakat sangat senang dengan program ini dan diharapkan menjadi solusi atas permasalahan yang ada di kota Malang. Selain itu, pola kecenderungan juga terlihat dari tanggapan masyarakat tentang poin 1 dan poin 2 dalam program OK-OJ yaitu poin “Membuka 81 UMKM Anti Ribet di Setiap Kelurahan” dan poin “Membuka 811 Lowongan Kerja Anti Galau” yang mana kedua poin ini dianggap menjadi poin yang sangat

penting dari poin-poin yang lain karena menyangkut permasalahan yang selalu dihadapi oleh masyarakat yaitu permasalahan ekonomi. Jika program ini terealisasi dengan baik, maka bukan tidak mungkin permasalahan ekonomi di kota Malang akan berkurang.

Keempat, meskipun program OK-OJ ini sudah ditanggapi positif oleh masyarakat namun pada realitanya program kampanye ini belum dapat memenangkan bapak Ernanto Djoko Purnomo ke kursi legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Malang. Meskipun perolehan suaranya meningkat dua kali lipat dari Pemilu 2014 yang lalu, namun perolehan suaranya hanya mampu berada di peringkat 4 diantara caleg PKS lainnya di daerah pemilihan Sukun. Padahal diantara caleg-caleg PKS yang lain, hanya bapak Ernanto Djoko Purnomo yang memiliki program kampanye yang spesifik. Hal ini menunjukkan bahwa praktik kewirausahaan politik dalam kampanye pemilu terutama pemilu legislatif 2019 di kota Malang belum berhasil membawa bapak Ernanto Djoko Purnomo menduduki kursi DPRD kota Malang. Dampak positif dengan adanya praktik kewirausahaan politik pada kampanye pemilu legislatif ini adalah program kampanye OK-OJ ini dapat menjadi percontohan bagi caleg-caleg lain nantinya untuk berlomba-lomba membentuk suatu kampanye yang berasaskan “*creative politics*” atau politik kreatif dan menghilangkan kampanye politik negatif (*negative campaign*) dan kampanye hitam (*black campaign*) dalam pelaksanaan kampanye pemilu selanjutnya, baik di kota Malang, Jawa Timur, maupun Indonesia.

6.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam studi penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, baik secara perspektif yang digunakan dan juga proses pelaksanaan penelitian. Keterbatasan penelitian tersebut diantaranya :

1. Partisipasi observasi, terkait dengan pengumpulan data. Penulis seringkali tidak dapat mengikuti beberapa kegiatan kampanye dikarenakan tidak adanya timeline khusus serta keterbatasan informasi;
2. Data yang didapat penulis mengenai program kampanye OK-OJ belum terorganisir dengan baik sehingga penulis kesulitan mendapatkannya. Selain itu penulis kesulitan untuk mendapatkan informan dari masyarakat dikarenakan banyak masyarakat yang menolak untuk diwawancarai;

6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di lapangan, maka penulis ingin memberikan saran baik saran praktis maupun saran teoritis yang diharapkan bermanfaat bagi penulis serta aktor atau lembaga terkait selanjutnya :

6.3.1 Saran Praktis

1. Program OK-OJ ini dibuat atas hasil bapak Ernanto Djoko Purnomo beserta tim dalam melihat realitas permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat dengan mendengarkan keluhan langsung dari masyarakat. Artinya, masih banyak permasalahan-permasalahan yang ada di kota Malang yang mana ini menjadi pekerjaan rumah bagi Pemerintah Kota Malang dan DPRD Kota Malang dalam mengatasi permasalahan dengan

membuat program ataupun kebijakan yang tepat sasaran dengan melihat program OK-OJ sebagai salah satu referensi dalam membuat kebijakan;

2. Bekerjasama dengan anggota legislatif PKS terpilih untuk melanjutkan serta merealisasikan program OK-OJ dengan persetujuan semua pihak. Jika tidak memungkinkan, bapak Ernanto Djoko Purnomo dapat bekerjasama dengan organisasi atau lembaga terkait untuk mengembangkan program OK-OJ agar dapat terealisasikan di masyarakat;

3. Agar gagasan OK-OJ dikembangkan secara berkelanjutan oleh bapak Ernanto Djoko Purnomo dan PKS kota Malang dengan membentuk suatu komunitas yang berisi dari semua golongan masyarakat yang ada di kota Malang. Nantinya diharapkan komunitas ini menjadi wadah aspirasi bagi masyarakat kota Malang.

6.3.2 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menganalisis pendekatan-pendekatan dalam kewirausahaan politik dengan cara dan bentuk yang berbeda-beda secara lebih mendalam agar hasil penelitian dapat lebih obyektif.

2. Agar kajian-kajian dalam kewirausahaan politik diperluas dan diperdalam oleh mahasiswa ilmu politik agar mengetahui dan memahami urgensi kewirausahaan politik itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU & E-BOOK :

Yin, Robert K. (2015). *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Herdiansyah, Haris. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Jonsson, Ivar. (2015). *The Political Economy of Innovation and Entrepreneurship: From Theories to Practice*. UK : Ashgate Publishing Limited.

Hjorth, Daniel & Chris Steyaert. (2009). *The Politics and Aesthetics of Entrepreneurship*. Northampton : Edward Elgar Publishing.

Lentsch, Josef. (2019). *Political Entrepreneurship : How to Build Successful Centrist Political Start-ups*. Switzerland : Springer Nature Switzerland AG.

Ibata-Arens, Kathryn. (2005). *Innovation and Entrepreneurship in Japan : Politics, Organizations, and High Technology Firms*. New York : Cambridge University Press

JURNAL :

McCaffrey, Matthew & Joseph T. Salerno. (2011). *A Theory of Political Entrepreneurship*. Alabama : Modern Economy Scientific Research. Volume 2, No.4.

DiLorenzo, Thomas J. *Competition and Political Entrepreneurship : Austrian Insight into Public Choice Theory*. Austria : The Review of Austrian Economics.

Klein, Peter G. & Nicolai J. Foss. (2009). *Entrepreneurial Alertness and Opportunity Discovery : Origins, Attributes, Critique*. UK : Edward Elgar.

Hederer, Christian. (2007). *Political Entrepreneurship and Institutional Change : A Evolutionary Perspective*. Porto : EAEPE Conference.

Hadi, Sofyan. (2013). *Fungsi Representative Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam Sistem Otonomi*. DIH Jurnal Ilmu Hukum. Volume 9, No.17.

Soemantri, Gumilar Rusliwa. (2005). *Memahami Metode Kualitatif*. Makara : Sosial Humaniora. Volume 9, No.2. Halaman 57-65.

Fatimah, Siti. (2018). *Kampanye Sebagai Komunikasi Politik : Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. Jurnal Resolusi Volume 1 No.1.

Maani, Karjuni Dt. (2013). *Pergulatan Antara Ekonomi dan Politik dalam Perspektif Public Choice*. Jurnal Tingkap Volume 9, No.2.

Ade Heryana. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. Jurnal Research Gate.

SKRIPSI, THESIS, DAN DISERTASI :

Adimasurya, Juliansyah Zulham. (2018). *Praktik Kewirausahaan Politik Kepala Desa (Studi Kasus Program “Lima Desa Menuju Lingkungan Berkualitas” di Desa Karanganyar, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya, Malang.

Septyastuti, Ike Retno. (2019). *Implementasi Program OK-OCE Bagi Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus OK-OCE Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)*. Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Petridou, Evangelia. (2017). *Political Entrepreneurship in Swedish : Towards a (Re)Theorization of Entrepreneurial Agency*. Thesis Mid Sweden University, Ostersund, Swedia.

Dewal, Snigdha. (2016). *Governance and Political Entrepreneurship in India : Case Studies of Gujarat and Bihar*. Disertasi George Mason University, Virginia.

LAMAN :

Fiska Tanjung. www.jawapos.com/jpg-today/06/01/2019/pemilih-pemilu-2019-di-kota-malang-didominasi-milenial. Diakses pada tanggal 20 Juli 2019.

Profil Kecamatan Sukun kota Malang. Diakses melalui <https://ngalam.co/2015/12/30/profil-kecamatan-sukun-malang/>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019.

<https://malangkota.bps.go.id/dynamictable/2019/05/17/22/jumlah-penduduk-kecamatan-sukun-menurut-kelurahan-dan-jenis-kelamin-2011-2020.html>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019.

www.beritagar.id/artikel-amp/laporan-khas/berebut-suara-pemilih-muda. Diakses pada tanggal 20 Juli 2019.

<https://www.malangtimes.com/baca/32424/20181022/163200/sutiaji-sebut-kualitas-umkm-di-kota-malang-tidak-meningkat-sejak-2007>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2019.

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/10/05/pg43k6335-tingkat-pengangguran-kota-malang-tertinggi-di-jatim>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019.

<https://suryamalang.tribunnews.com/2018/04/14/umkm-kota-malang-terus-tumbuh-di-tengah-kendala-klasik>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019.

<https://jatim.idntimes.com/news/jatim/bela-ikhsan-asaat/ada-2109-perceraian-di-kota-malang-perselisihan-jadi-faktor-utama/full>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2019.

<http://politikamalang.com/pks-kota-malang-siap-menangkan-pileg-target-8-kursi-ini-program-gagasannya/>. Diakses pada 21 Juni 2019.

<https://pkskotamalang.or.id/berita-pks-kota-malang/ulang-tahun-ke-21-pks-di-kota-malang-kunci-enam-kursi-untuk-dprd.html>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2019.

<https://www.jatimtimes.com/baca/191990/20190421/163500/lakukan-real-count-pks-klaim-bukukan-suara-47-ribu-lebih-optimis-dapat-enam-kursi-dprd-kota-malang/>. Diakses pada tanggal 21 Juni 2019.

