

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Ilmu marketing dalam dunia politik sudah lazim digunakan terlebih dalam hal pemasaran ide, gagasan dan program kerja dari sebuah partai politik ataupun kandidat kepada masyarakat menjadi lebih nyata. Nyata karena masyarakat dapat melihat produk apa yang dipasarkan dari pasangan calon tersebut, bagaimana promosi yang dilakukan sehingga dapat dengan baik diterima masyarakat, berapa biaya yang dikeluarkan selama proses pemilukada berlangsung dan bagaimana penempatan produk, promosi dan harga sehingga sampai pada konstituennya.

Pemilukada kota Pematangsiantar telah memiliki ceritanya sendiri dengan karena terjadi penundaan pilkada menjadi sangat menarik melihat bagaimana pasangan kandidat dalam memasarkan ide, gagasan serta program kerjanya. Tak terkecuali bagi pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah yang datang sebagai pasangan petahana dalam pemilukada. Berikut ini beberapa produk, promosi, harga dan place yang dilakukan pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah :

Produk politik yang ditawarkan pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah ini hanya masih sebatas melanjutkan program-program Hulman Sitorus yang belum selesai selama masa kepemimpinannya dengan Koni Ismail pada tahun 2010-2015. Tidak ada perubahan berarti dari penawaran produk yang dilakukan pasangan ini bahkan untuk visi dan misi sendiri sama dengan periode selanjutnya. Keadaan kota Pematangsiantar lima tahun lalu tentu berbeda dengan sekarang sehingga menurut hemat penulis sangat penting untuk membuat program-program yang sesuai dengan keadaan Kota Pematangsiantar.

Promosi yang dilakukan oleh pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah sedikit berbeda dengan yang dilakukan pasangan lainnya yakni dengan melakukan pertemuan secara berkelompok dengan masyarakat, istilah mereka dengan *door to door*. Hal ini dianggap lebih dapat menjangkau masyarakat dari pada harus melakukan kampanye besar-besaran di lapangan terbuka. Selain itu pasangan ini dalam memasarkan produk politik pasangan ini dengan mengeluarkan majalah yang diberi label “Majalah Manis”

Harga. Dari ketiga kategori Harga dalam marketing politik, yakni harga Psikologis, harga ekonomi dan harga image. Hal yang menarik ialah harga ekonomi pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah. Promosi yang dilakukan pasangan ini dengan berkelompok ternyata menghasilkan biaya kampanye yang lebih besar dari pada pengerahan massa (biasanya dalam pengerahan massa banyak hiburan, pembagian kaos dll) di lapangan terbuka. Tercatat sekitar Rp. 1.801.000.000 biaya kampanye yang dilakukan pasangan ini. Biaya ini sangat jauh berbeda dengan pasangan-pasangan lainnya yang hanya menyetuh dana kisaran ratusan juta saja. Padahal menurut observasi yang dilakukan peneliti Pasangan ini dalam melakukan promosi tidak segencar pasangan lainya yang melibatkan kelompok-kelompok masyarakat.

Place (Penempatan) pasangan Hulman Sitorus adalah seluruh bagian masyarakat tanpa terkecuali. Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah ini mewakili berbagai lapisan masyarakat baik dari tingkatan usia, pekerjaan, suku dan juga Agama. Namun *figur* seorang Hulman Sitorus menjadi yang utama untuk meraih suara dilihat dari beberapa kegiatan termasuk pada debat kandidat yang dilakukan

KPUD Pematangsiantar, Hulman Sitorus menjadi salah satu yang masih di cintai Kota Pematangsiantar.

Segmentasi dan Positioning Pasangan Hulman Sitorus, tidak digunakannya jasa konsultan politik dalam meramu pasangan Hulman Sitorus menjadikan Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah percaya dengan kemampuan tim terlebih pada Hulman Sitorus yang sudah berpengalaman. Penentuan segmentasi dan positioning yang biasanya dilakukan partai politik tidak terlihat pada pasangan ini. Hal ini karena Hulman Sitorus merupakan ketua DPC Partai Demokrat Kota Pematangsiantar sehingga semua hal di titik beratkan pada *figur* seorang Hulman Sitorus.

Targeting dalam pasar politik pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah adalah masyarakat dari kalangan pedagang dan pegawai pemerintahan, juga pendukung dari partai Demokrat yang bila kita lihat merupakan partai dengan jumlah kader terbanyak duduk di DPRD Kota Pematangsiantar.

Hal yang terpenting dari sebuah penelitian adalah ketika penelitian tersebut bermanfaat. Maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai salah satu bahan informasi bagi peneliti lain yang hendak meneliti tentang marketing politik dalam pemiluakada dan informasi yang ada didalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi kandidat pasangan calon yang ingin menggunakan design marketing politik dalam upaya untuk memperoleh kemenangan dalam persaingan pemiluakada.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dan analisi yang dilakukan peneliti disertai dengan observasi dilengkapi dengan beberapa kajian pustaka terkait tentang

marketing politik pada pemilukada, maka beberapa hal yang penting yang setidaknya dapat dilakukan Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah dan tim dalam usaha untuk meraih kemenangan dalam pemilukada kota Pematangsiantar.

1. Produk politik yang ditawarkan oleh Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah sebaiknya melihat kondisi Kota Pematangsiantar sendiri. Memang tidak aneh seorang calon dari petahana ingin melanjutkan program yang belum selesai namun perlu dilihat apakah program pada periode lalu berjalan dengan baik. Jika tidak maka pembaruan terhadap produk politik akan semakin menyakinkan pemilih dalam hal ini masyarakat kota Pematangsiantar, bahwa pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah berupaya untuk yang terbaik
2. Dalam melakukan promosi pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah, menurut ilmu marketing politik sebaiknya dilakukan sejak awal sampai pada setelah selesai kampanye. Hal ini digunakan untuk semakin mengingatkan masyarakat terhadap pasangan ini. *Door to door* yang ditempuh pasangan ini dalam melakukan promosi menurut hemat peneliti merupakan salah satu cara baru dalam kampanye di Pemilukada Kota Pematangsiantar. Namun harus lebih jelas kelompok mana yang ditarget untuk dapat memilih pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah.
3. Harga dalam marketing politik memainkan peran yang cukup signifikan, seperti kita ketahui pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah adalah pasangan dengan dana kampanye terbesar di Pemilukada Kota Pematangsiantar. Cara *door to door* yang dilakukan pasangan ini

ternyata menghasilkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan melakukan kampanye terbuka. Dalam hal ini seharusnya dana itu bisa dipertanggung jawabkan keberadaannya. Karena transparansi merupakan hal yang dilihat masyarakat dalam memilih.

4. *Place* pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah menurut hemat peneliti belum terlihat. Sebaiknya *figur* seorang Hefriansyah juga harus ditonjolkan agar dapat meraih suara disamping *figur* seorang Hulman Sitorus memang yang sudah dikenal di masyarakat Kota Pematangsiantar.
5. *Segmentasi* pasar politik Hulman Sitorus dan Hefriansyah sebaiknya dilakukan tidak hanya tim pemenangan, namun dapat dilakukan dengan bantuan jasa konsultan politik.
6. *Positioning* pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah masih menitikberatkan pada figur seorang Hulman Sitorus, sehingga peran partai Demokrat sebagai partai pendukung tidak terlihat. Sebaiknya sebagai keterlibatan Partai lebih di optimalkan.
7. *Targeting* Pasangan Hulman Sitorus-Hefriansyah terlihat hanya menjangkau masyarakat menengah keatas, sebaiknya pasangan Hulman Sitorus juga harus menjangkau semua kalangan masyarakat, tidak hanya pegawai pemerintahan saja.