

PILPRES 2019

Politik Identitas dan Polarisasi Pemilih
Suara Ekonomi dan Politik Gagasan



Politik Identitas dan Polarisasi Pemilih

Yusuf Wibisono, Febbi Meidawati, Meli Triana Devi

Demokrasi dikatakan berhasil ketika pemerintah terpilih yang berkuasa merepresentasikan keinginan rakyat. Representasi demokratis akan terjamin ketika warga negara yang tercerahkan dapat memilih secara bebas pemimpinnya, dan sang pemimpin akan dipilih ulang pada interval waktu yang reguler. Dengan demikian, akuntabilitas pemimpin demokratis akan tercipta dari penilaian pemilih terhadap kinerjanya selama memerintah di pemilu berikutnya.

Pemilihan presiden (pilpres) dan kepala daerah (pilkada) secara langsung menjadi momentum bagi pemilih kebanyakan Indonesia untuk lebih didengar dan diakomodasi kepentingannya oleh politisi. Namun dalam dekade terakhir, politik Indonesia secara kuat dibentuk oleh pembelahan sosial, dimana faktor identitas seperti agama dan etnis atau suku, mempengaruhi keputusan pemilih secara signifikan.

Ideologi dan Pilihan Politik

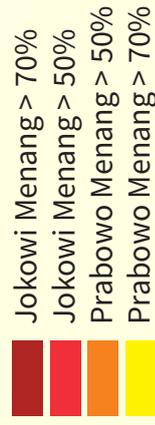
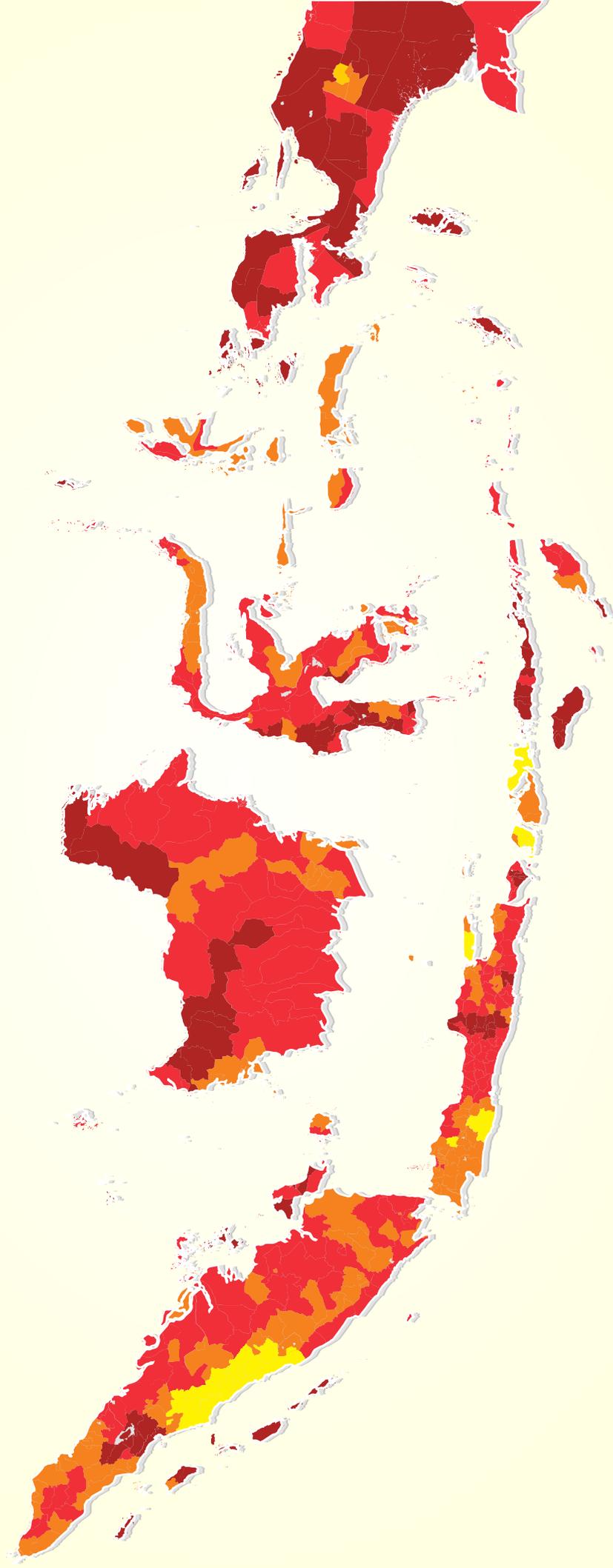
Pemilih Indonesia masih kuat dipengaruhi oleh faktor identitas seperti agama dan suku atau etnis. Secara tradisional, hal ini membuktikan bahwa politik identitas masih menjadi bagian tak terpisahkan dari politik Indonesia kontemporer, bahkan semakin menguat. Ideologi terus menjadi bagian penting dalam pembuatan keputusan memilih di pemilu oleh pemilih Indonesia.

Pilkada DKI Jakarta pada 2012, dipandang sebagai awal kebangkitan politik identitas, yang kemudian semakin menguat di pilpres 2014, pilkada DKI Jakarta 2017 dan kini di pilpres 2019.

Pilkada DKI Jakarta pada 2012, dapat dipandang sebagai awal kebangkitan politik identitas di Indonesia, yang kemudian terlihat semakin menguat di pilpres 2014, pilkada DKI Jakarta 2017 dan kini di pilpres 2019. Penelitian ini berupaya menganalisis perilaku pilihan politik dalam pemilu presiden di tingkat kabupaten-kota.

Pada pilpres 2014, ketika tidak ada petahana setelah SBY menjabat dua periode, kompetisi antara calon presiden (capres) Prabowo dan Jokowi memberi gambaran tentang preferensi pilihan politik dari publik Indonesia. Koalisi Merah Putih yang mendukung capres Prabowo banyak beranggotakan parpol Islam seperti PAN, PKS, PPP dan PBB. Sedangkan Koalisi Indonesia Hebat yang mendukung capres Jokowi lebih didukung oleh parpol nasionalis-sekuler yang seringkali tidak mendukung agenda-agenda keummatan.

PREFERENSI PEMILIH INDONESIA DALAM PILPRES 2014



Hal ini kemudian menciptakan pembelahan di kalangan pemilih dimana pemilih muslim cenderung merasa terakomodasi kepentingannya pada capres Prabowo. Sedangkan pemilih non muslim merasa lebih nyaman dengan capres Jokowi. Namun terdapat pengecualian pemilih muslim terutama di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur yang secara tradisional merupakan loyalis Soekarno dan PDIP.

Pada pilpres 2014, capres Prabowo menang mutlak di daerah-daerah mayoritas muslim, dengan pengecualian di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur yang didominasi massa PDIP dan PKB yang mendukung capres Jokowi. Dengan jumlah pemilih yang signifikan, kegagalan meraih dukungan muslim di daerah-daerah ini menjadi penyebab utama kekalahan capres Prabowo.

Secara umum, keterikatan agama secara signifikan mempengaruhi preferensi pemilih Indonesia. Pemilih Indonesia secara tradisional cenderung memilih identitas yang sama. Loyalitas keagamaan dan etnis atau suku mempengaruhi hasil perolehan suara secara signifikan. Kecenderungan kemenangan besar capres Prabowo di daerah mayoritas muslim dan kemenangan mutlak capres Jokowi di daerah mayoritas non muslim pada pilpres 2014, adalah kuat dan signifikan.

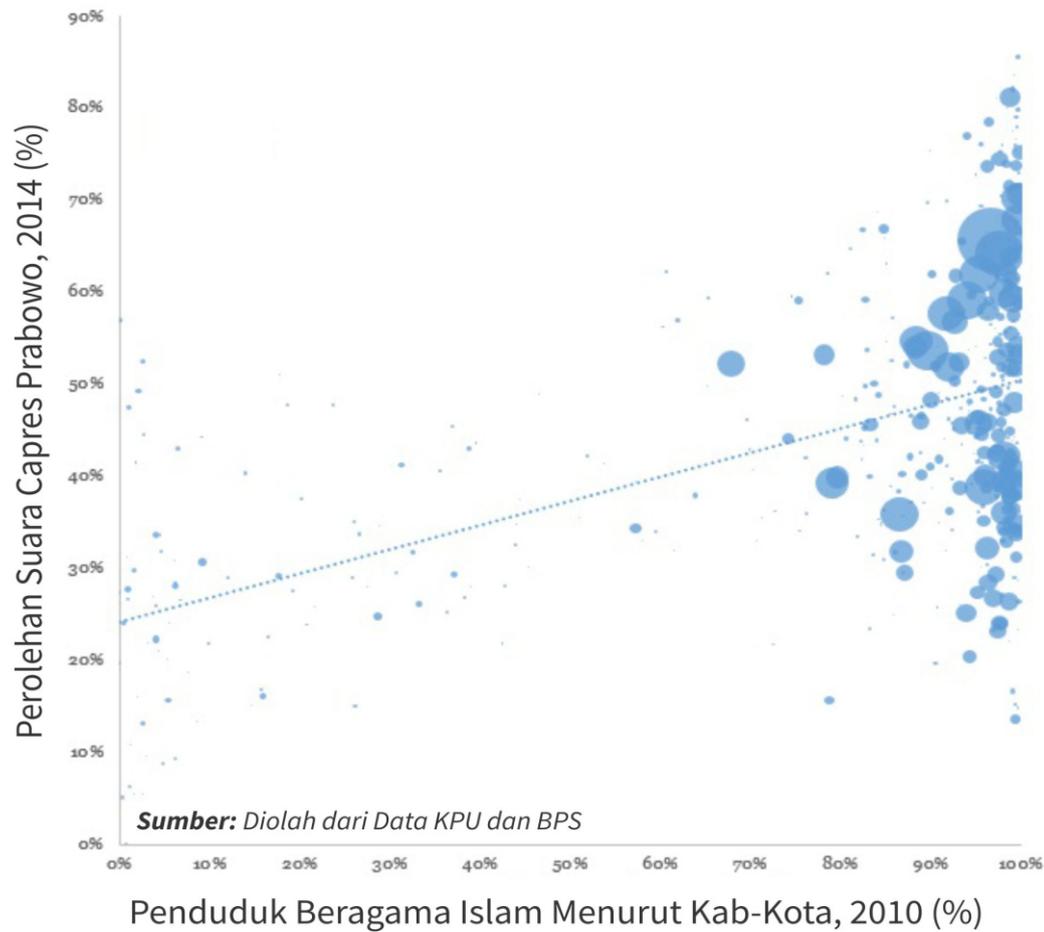
Secara menarik, pembelahan sosial dari pemilih ini tidak memudar seiring kemenangan Jokowi pada pilpres 2014, bahkan justru semakin mengental. Pada pilpres 2019 dimana kembali terjadi kompetisi antara Prabowo dan Jokowi, dukungan tokoh dan umat Islam kepada capres Prabowo sangat jelas terlihat.

Respon Jokowi yang kemudian menggandeng KH Ma'ruf Amin, Ketua MUI dan tokoh senior NU, menjadi strategi yang efektif untuk menekan sentimen anti Islam yang disematkan padanya, sekaligus menjaga dukungan umat Islam di akar rumput, khususnya di basis NU dan PKB.

... dengan jumlah suara masuk 70 persen, terlihat kecenderungan awal bahwa capres Prabowo kembali menang di daerah mayoritas muslim, namun kembali gagal menang di daerah mayoritas muslim di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur.

Berdasarkan hasil sementara perolehan suara di KPU, dengan jumlah suara masuk 70 persen, terlihat bahwa preferensi pemilih muslim di pilpres 2019 tidak banyak berubah dari pilpres 2014. Terlihat kecenderungan awal bahwa capres Prabowo kembali menang besar di daerah mayoritas muslim, namun kembali gagal menang di daerah mayoritas muslim di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur. Selain faktor dukungan basis massa PDIP dan NU-PKB, kemenangan Jokowi di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur diduga juga banyak disumbang oleh loyalitas etnis atau kesukuan.

KECENDERUNGAN PEMILIH BERAGAMA ISLAM KE CAPRES PRABOWO, 2014



KECENDERUNGAN PEMILIH BERAGAMA ISLAM KE CAPRES PRABOWO, 2019 (Suara Masuk 70%)



Mengelola Politik Identitas

Polarisasi pemilih yang semakin mengental di satu sisi meningkatkan partisipasi politik masyarakat secara signifikan. Namun di sisi lain berpotensi memunculkan pembelahan dan disharmoni sosial. Meningkatkan kesadaran politik warga negara, meski berbasis identitas, telah meningkatkan partisipasi politik.

Pilpres 2019 mengalami kenaikan tingkat partisipasi yang tinggi, meski sayangnya tidak diikuti dengan kesiapan panitia penyelenggara pemilu.

Tingkat partisipasi pemilih banyak ditentukan oleh persepsi apakah suara pemilih akan membuat perbedaan terhadap siapa yang menang dan siapa yang kalah dalam pemilu, dan pada gilirannya siapa yang akan berkuasa. Pilpres 2019 mengalami kenaikan tingkat partisipasi yang tinggi dan menjadi saksi antusiasme pemilih Indonesia kontemporer, meski sayangnya tidak diikuti dengan kesiapan panitia penyelenggara pemilu.

Mengelola perbedaan membutuhkan kedewasaan dan kematangan berpikir warga negara. Pendidikan menjadi salah satu kandidat terkuat untuk instrumen pengelola perbedaan pilihan politik antar warga. Dengan tingkat pendidikan yang memadai, pemilih akan memberi porsi lebih besar kepada isu-isu prioritas bangsa dalam pemilu dibandingkan isu-isu personal identitas sang calon pemimpin.

Politik gagasan akan menjadi strategi utama ketika pemilih tercerahkan.

Dengan pendidikan yang baik, pemilih akan lebih berkonsentrasi pada janji kampanye dibandingkan tampilan luar sang calon pemimpin. Politik gagasan akan menjadi strategi utama ketika pemilih tercerahkan.

Janji kampanye memberikan gambaran tentang intensi calon pemimpin tentang masa depan yang diinginkannya, sekaligus menjadi basis penilaian kinerjanya di pemilu berikutnya. Pemilih dapat menjadikan janji kampanye sebagai kanal informasi yang kredibel tentang calon pemimpin.

... pemilih kebanyakan (median voters) di Indonesia adalah berpendidikan rendah yang tidak terlalu tertarik dengan politik gagasan, namun lebih tertarik pada citra sang kandidat dan insentif material untuk memilih.

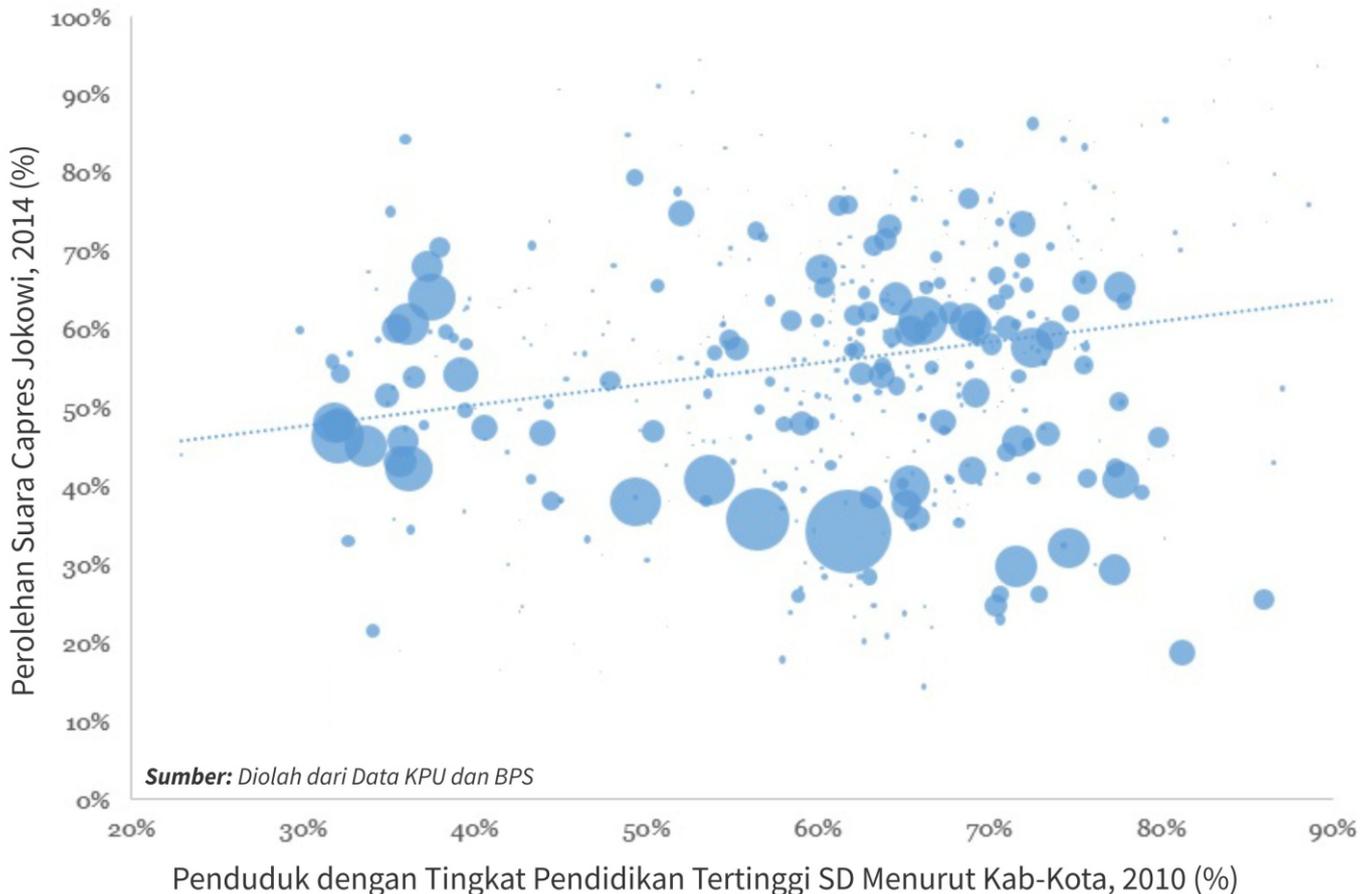
Namun terdapat pula jalur pintas tentang informasi sang calon pemimpin yaitu citra atau atribut utama yang dilekatkan kepada sang kandidat, yang kemudian terbentuk menjadi persepsi di benak pemilih. Iklan dan pencitraan oleh media kini telah menjadi mantra baru dalam demokrasi langsung. Jalan pintas lainnya adalah afiliasi sosial-budaya dari pemilih, dimana asal, tempat tinggal dan kelompok dimana pemilih berada menjadi jalur utama informasi politik.

Namun hingga kini, pemilih kebanyakan (median voters) di Indonesia adalah berpendidikan rendah. Pemilih yang tidak tercerahkan tidak terlalu tertarik dengan politik gagasan, namun lebih tertarik pada citra sang kandidat dan insentif material untuk memilih. Strategi pencitraan yang tepat kepada pemilih kebanyakan

sering menjadi strategi utama untuk meraih dukungan politik.

Capres Jokowi yang dipersepsikan merakyat dengan tampilan fisik yang sederhana, menarik bagi pemilih akar rumput dari kelas sosial-ekonomi bawah. Pemilih berpendidikan rendah terlihat lebih banyak mendukung Jokowi pada pilpres 2014.

KECENDERONGAN PEMILIH BERPENDIDIKAN RENDAH KE CAPRES JOKOWI, 2014



Bahwa politik gagasan memiliki masa depan cerah di Indonesia, secara menarik kita dapat melihat dari kasus dua parpol yang mengalami kenaikan kinerja tajam pada pemilu legislatif (Pileg) 2019, yaitu Nasdem dan PKS. Dua partai dengan ideologi berseberangan ini, cenderung tidak memiliki tokoh sentral dan lebih banyak mengandalkan politik gagasan untuk meraih dukungan publik, Nasdem dengan jargon anti mahar politik dan PKS dengan jargon bebas pajak motor dan SIM seumur hidup. Dari hasil sementara KPU dengan suara masuk 32,5 persen, Nasdem memperoleh 9,8 persen, sedangkan PKS meski baru 7,3 persen namun diprediksi lembaga survey akan memperoleh suara di kisaran 8-10 persen.

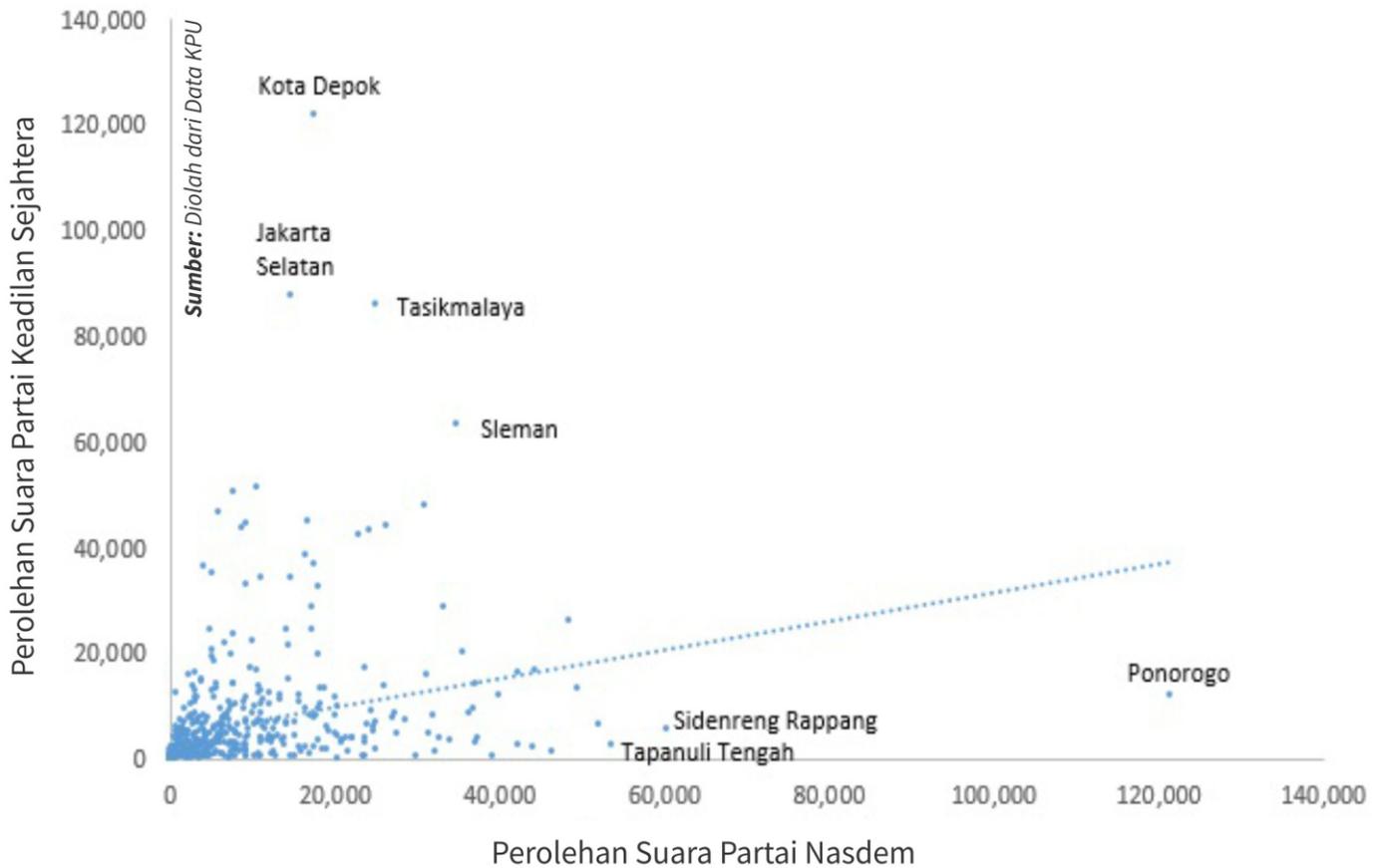
... dua parpol yang mengalami kenaikan kinerja tajam pada pemilu legislatif (Pileg) 2019, yaitu dengan suara masuk 32,5 persen, Nasdem memperoleh 9,8 persen, sedangkan PKS meski baru 7,3 persen ...

Dari data awal terlihat bahwa daerah basis Nasdem adalah daerah pedesaan dan luar Jawa, sedangkan daerah basis PKS adalah daerah perkotaan dan Jawa. Terlihat bahwa politik gagasan PKS mendapat respon positif dari pemilih perkotaan yang relatif berpendidikan lebih tinggi dan memiliki akses informasi ke media massa yang

memadai. Sedangkan efektivitas politik gagasan Nasdem diduga jauh lebih rendah dari PKS, dengan politik patronase lebih berperan dengan adanya dukungan ke tokoh lokal yang berpengaruh untuk berkontestasi.

RISING STAR: NASDEM DAN PKS

(Suara Masuk 32,5%)



Suara Ekonomi dan Politik

Gagasan

Yusuf Wibisono, Siti Nur Rosifah, Fajri Azhari, Arie Firdha Amalia

Demokrasi mengasumsikan pemilih adalah individu rasional yang membuat keputusan berdasarkan seluruh informasi yang tersedia. Namun faktanya kebanyakan warga negara hanya sedikit yang paham dan peduli politik, terlebih di negara miskin. Sebagian besar pembuatan keputusan lebih merupakan respon jangka pendek terhadap situasi terkini yang berkembang dibandingkan sebagai keputusan yang berhati-hati atas konsekuensi dari pilihan yang dibuat.

Semakin rendah tingkat kesejahteraan pemilih, semakin peduli ia dengan isu ekonomi. Kepedulian terhadap isu ekonomi cenderung pragmatis, bukan ideologis, bersifat jangka pendek, dan merupakan hukuman atau penghargaan terhadap kinerja ekonomi petahana alih-alih respon terhadap janji kebijakan ekonomi kandidat di masa depan. Semakin tinggi tingkat kesejahteraan pemilih, semakin tertarik ia dengan isu politik, sosial, dan juga agama.

Kinerja Ekonomi dan Pilihan Politik

Telah menjadi keyakinan universal diantara politisi, ilmuwan politik dan bahkan masyarakat umum bahwa pemilu adalah referendum atas kinerja perekonomian. Di kebanyakan pemilu, isu ekonomi sangat menentukan hasil pemilihan. Pilihan atas pertimbangan ekonomi (*economic voting*) adalah signifikan dan tersebar luas lintas negara.

... pemilu adalah referendum atas kinerja perekonomian.

Dengan basis bahwa kondisi ekonomi adalah variabel terpenting dalam pemilu, pemilih rasional akan membuat pilihan yang mendorong tercapainya kondisi ekonomi terbaik di masa depan. Cara paling optimal dalam membuat pilihan adalah menilai kompetensi pemimpin berdasarkan kinerja ekonominya.

Ketika dalam pemilu terdapat petahana, maka pemilih rasional yang memiliki informasi kinerja ekonomi masa lalu, membuat pilihan sebagai sanksi atau penghargaan atas kinerja petahana. Pemilih juga menggunakan informasi kinerja ekonomi sebagai alat untuk menilai kompetensi dari para kandidat yang berkompetisi. Guncangan terhadap perekonomian akan lebih dipandang pemilih sebagai hasil dari kompetensi petahana dibandingkan sebagai faktor eksogen yang non-politis.

Guncangan terhadap perekonomian akan lebih dipandang pemilih sebagai hasil dari kompetensi petahana dibandingkan sebagai faktor eksogen yang non-politis.

Pada pemilu presiden 2014 dimana tidak ada petahana, pemilih mengevaluasi kandidat berdasarkan kinerja masa depan dan masa

Prabowo yang menggandeng Hatta Rajasa, yang merupakan besan SBY dan sekaligus menteri koordinator perekonomian di kabinet SBY, dipersepsikan akan meneruskan program petahana dan tidak akan membawa perubahan besar pada arah kebijakan ekonomi Indonesia.

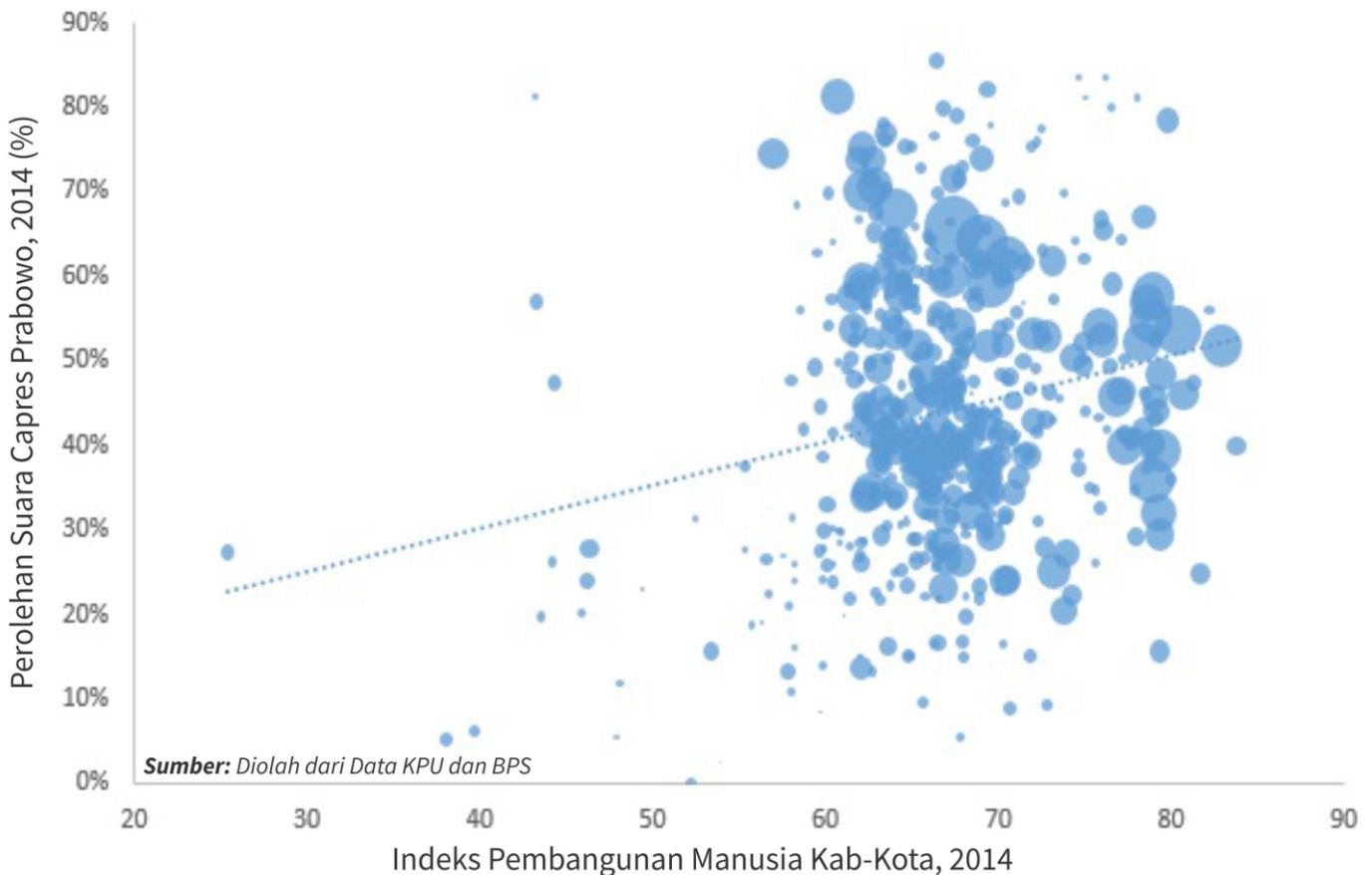
Daerah dengan PDRB per kapita tinggi dan pertumbuhan ekonomi yang cepat cenderung mendukung partai penguasa.

Pemilih cenderung memilih petahana jika kondisi ekonomi baik dan cenderung memilih oposisi jika kondisi ekonomi buruk. Daerah dengan PDRB per kapita tinggi dan pertumbuhan ekonomi yang cepat cenderung mendukung partai penguasa.

Daerah dengan kondisi sosial-ekonomi yang baik, maka akan cenderung memilih Prabowo yang memiliki kedekatan hubungan dengan SBY sebagai petahana. Namun terlihat bahwa kecenderungan pemilih kelas menengah-atas memilih capres Prabowo ini tidak terlalu kuat, hal ini karena pemilih rasional tidak hanya melihat kinerja masa lalu sebagai pertimbangan dalam memilih capres (*retrospective*) namun justru lebih pada pertimbangan ekspektasi kondisi ekonomi di masa depan (*prospective*).

KECENDERUNGAN PEMILIH KELAS MENENGAH-ATAS KE CAPRES PRABOWO, 2014

IDEAS
INDONESIA DEVELOPMENT AND ECONOMIC STUDIES



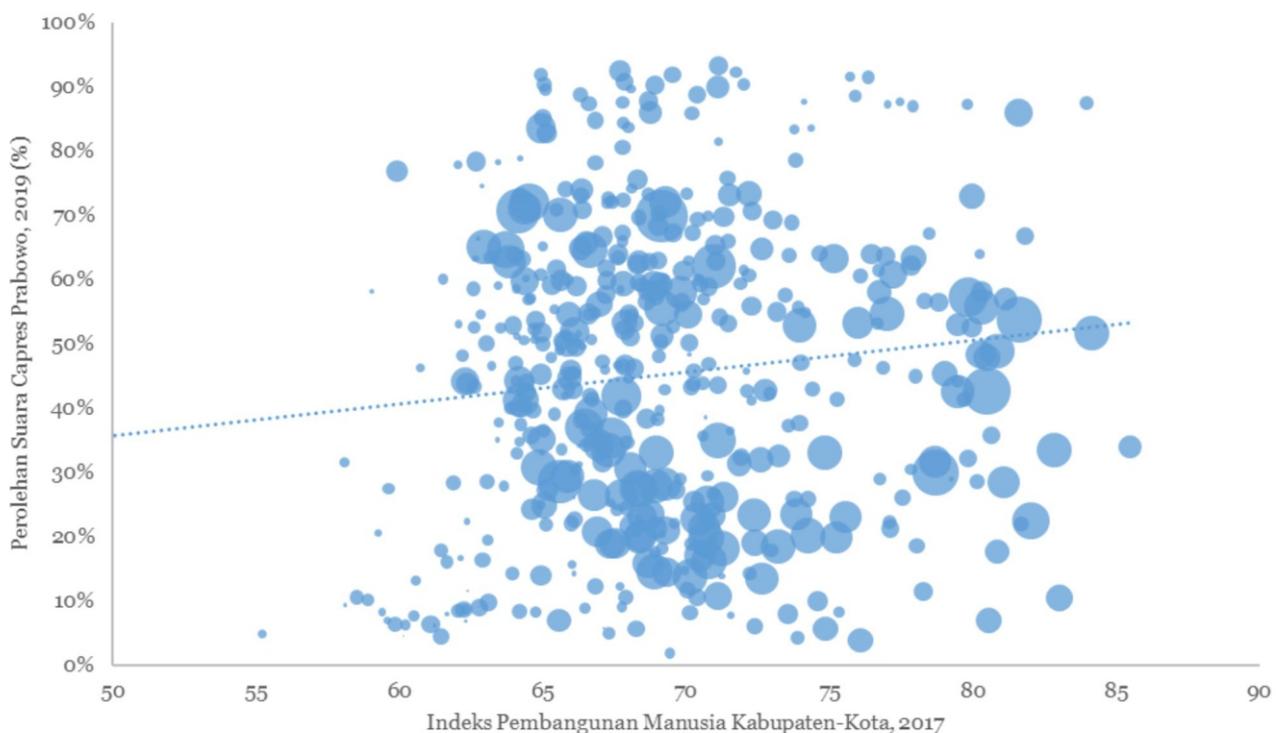
Secara menarik, kemenangan Jokowi pada pilpres 2014 tidak membuat dukungan daerah dengan kondisi sosial-ekonomi yang baik ke Prabowo memudar. Daerah dengan kondisi sosial-ekonomi yang baik pada pilpres 2019 terlihat tetap memiliki kecenderungan memilih Prabowo yang kini adalah oposisi, meski tidak terlalu kuat. Anomali ini, bahwa daerah dengan kondisi ekonomi baik cenderung memilih petahana, sebagian dijelaskan oleh ketidakpuasan pemilih terhadap kinerja masa lalu petahana dan sebagian lainnya dari keinginan pemilih untuk kondisi ekonomi yang lebih baik di masa depan.

Daerah dengan kondisi sosial-ekonomi yang baik pada pilpres 2019 memiliki kecenderungan memilih Prabowo, meski tidak terlalu kuat.

KECENDERUNGAN PEMILIH KELAS MENENGAH-ATAS KE CAPRES PRABOWO, 2019



(Suara Masuk 70%)



Sumber: diolah dari KPU dan BPS

Barang Publik dan Dukungan Politik

Bagi pemimpin di negara demokratis, proyek barang publik seperti infrastruktur adalah sangat menarik karena peluang yang ditawarkannya bagi sang pemimpin untuk mempengaruhi cara penyediaan barang publik tersebut ke masyarakat. Pemimpin demokratis akan memiliki preferensi lebih kuat untuk penyediaan infrastruktur karena dapat secara langsung mengkapitalisasi eksternalitas positif dari barang publik tersebut dalam pemilu berikutnya.

... penyediaan infrastruktur secara langsung mengkapitalisasi eksternalitas positif dari barang publik tersebut dalam pemilu berikutnya.

Janji untuk menyediakan sejumlah barang publik kepada komunitas pemilih yang luas dapat menjadi taktik kampanye yang sangat efektif di daerah tertinggal karena keberadaan barang publik dinilai

sangat tinggi oleh kelompok miskin, memberi manfaat secara luas kepada sejumlah besar pemilih, dan sekaligus berfungsi sebagai pencapaian yang terlihat jelas oleh pemilih yang dapat diklaim oleh kandidat dalam kampanye-nya.

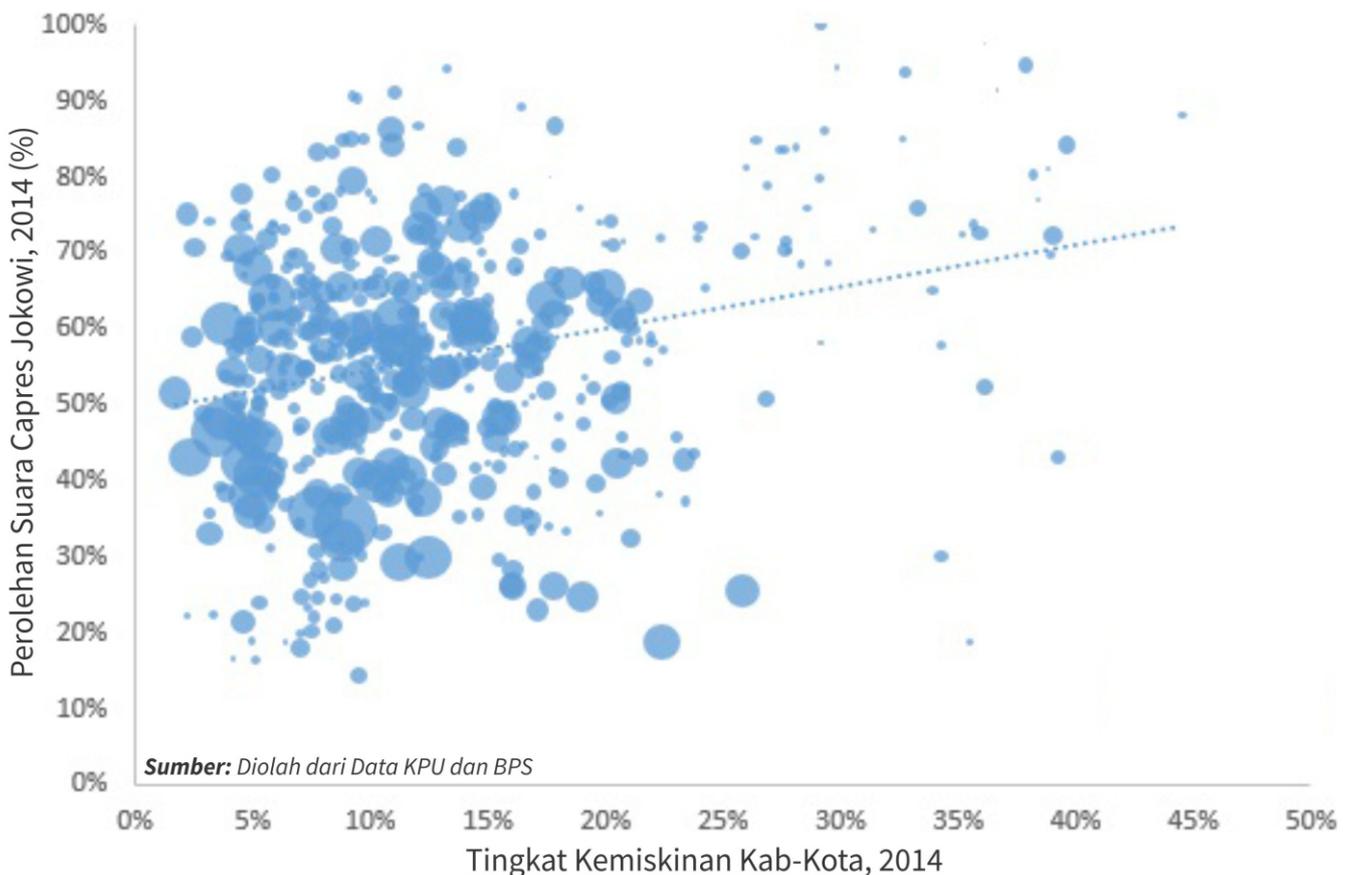
... politisi memiliki insentif yang kuat untuk berinvestasi pada layanan publik yang memberi manfaat besar ke masyarakat dalam rangka memenangkan dukungan pemilih yang luas.

Menghadapi kompetisi politik yang intensif, politisi akan memiliki insentif yang kuat untuk berinvestasi pada layanan publik yang memberi manfaat besar ke masyarakat dalam rangka memenangkan dukungan pemilih yang luas. Pemilih kebanyakan (*median voters*) memegang peran kunci dalam kemenangan kompetisi elektoral. Dengan sebagian besar warga negara adalah kelompok miskin di pedesaan, maka politisi di negara berkembang dapat memenangkan pemilu dengan janji penyediaan barang publik khususnya bagi penduduk miskin pedesaan.

Di daerah dengan tingkat kemiskinan yang lebih tinggi, Jokowi cenderung meraih suara lebih banyak.

Pada pilpres 2014, dengan janji politik yang berlimpah kepada pemilih kebanyakan dan ditambah citra diri yang merakyat, capres Jokowi terbukti populer di pemilih kebanyakan, yaitu kelas menengah-bawah. Di daerah dengan tingkat kemiskinan yang lebih tinggi, Jokowi cenderung meraih suara lebih banyak.

KECENDERUNGAN PEMILIH KELAS MENENGAH-BAWAH KE CAPRES JOKOWI, 2014



Secara menarik, setelah menjadi petahana dengan pembangunan infrastruktur sebagai program andalannya, meski tetap populer di daerah dengan kemiskinan tinggi namun dukungan kelas

menengah-bawah ini terlihat tidak banyak berubah. Pada pilpres 2019, dengan data awal 70 persen suara masuk, terlihat sejumlah besar daerah dengan kemiskinan tinggi tetap lebih memilih oposisi. Lebih jauh, petahana juga mendapat keuntungan dari program bantuan sosial pemerintah yang masif sejak dua tahun sebelum pemilu. Kelompok miskin adalah mungkin tidak responsif terhadap janji penyediaan infrastruktur dan lebih tertarik pada transfer pendapatan individual secara langsung. Dengan program bantuan sosial yang masif, sejumlah besar pemilih miskin dapat dijarah dukungan politiknya. Namun dukungan luas dari pemilih miskin tetap tidak bisa diraih sepenuhnya.

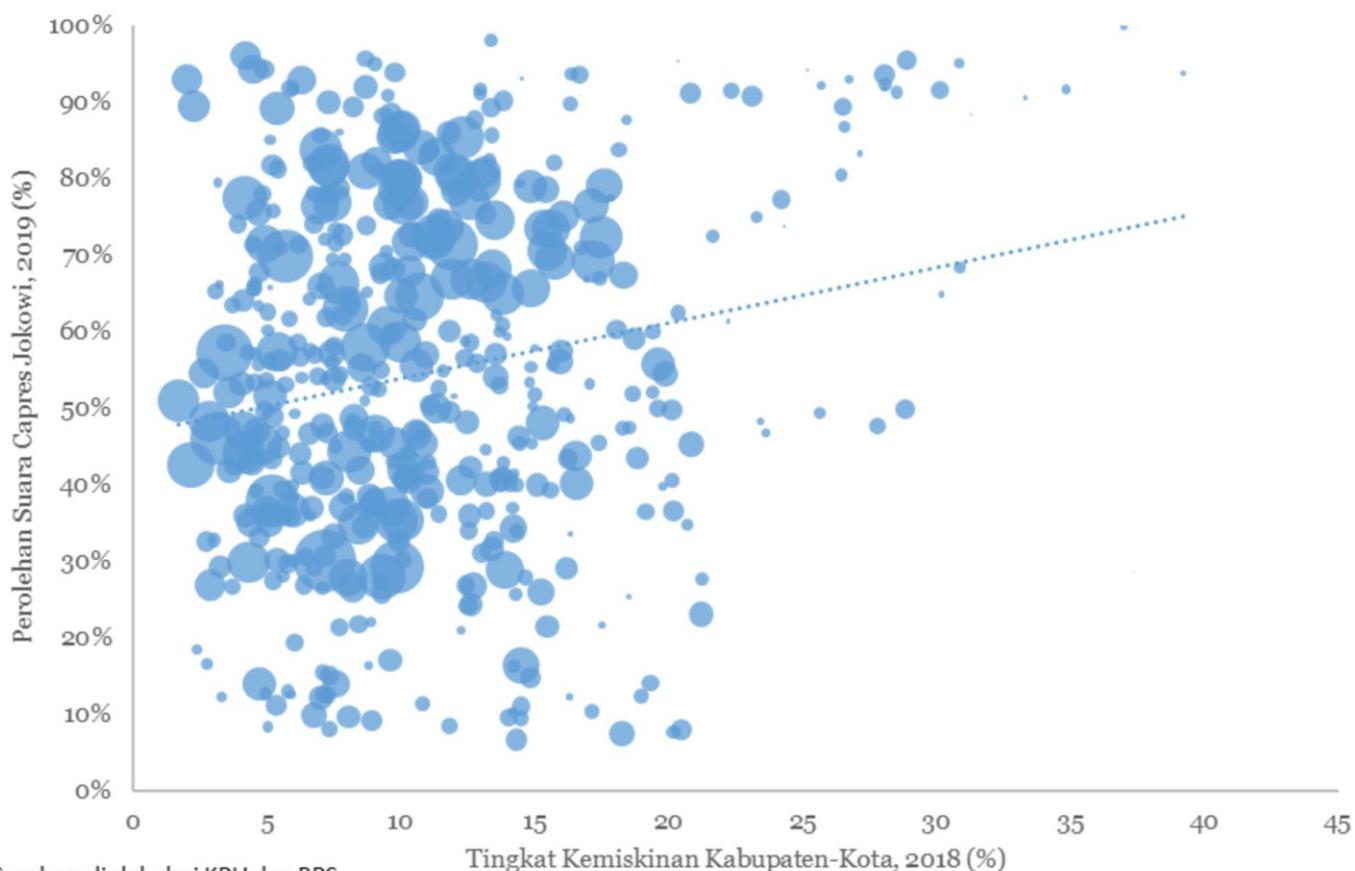
Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja ekonomi semata tidaklah memadai bagi petahana. Dengan agama dan budaya memegang peran penting dalam sistem keyakinan dan moral pemilih, kebijakan terkait agama dan moralitas menjadi penting untuk diperbaiki ke depan.

... agama dan budaya memegang peran penting dalam sistem keyakinan dan moral pemilih

KECENDERUNGAN PEMILIH KELAS MENENGAH-BAWAH KE CAPRES JOKOWI, 2019



(Suara Masuk 70%)



Demokrasi meski berorientasi pada kepentingan *median voters* namun tidak selalu menghasilkan barang publik dengan kualitas yang lebih baik. Pemilu lebih mendorong penyediaan barang publik, dibandingkan memperbaiki kualitasnya. Belanja publik untuk memperbaiki kualitas pendidikan tidak menarik bila dibandingkan

Dampak perbaikan kualitas barang publik lebih sulit dievaluasi oleh pemilih di pemilu dibandingkan jumlah infrastruktur fisik yang dibangun.

dengan pembangunan gedung sekolah baru. Dampak dari perbaikan kualitas barang publik lebih sulit dievaluasi oleh pemilih di pemilu dibandingkan jumlah infrastruktur fisik yang dibangun.

Janji Ekonomi dan Politik Gagasan

Dari hasil awal pemilu legislatif 2019 terlihat bahwa raihan suara partai koalisi capres selaras dengan raihan suara capres.

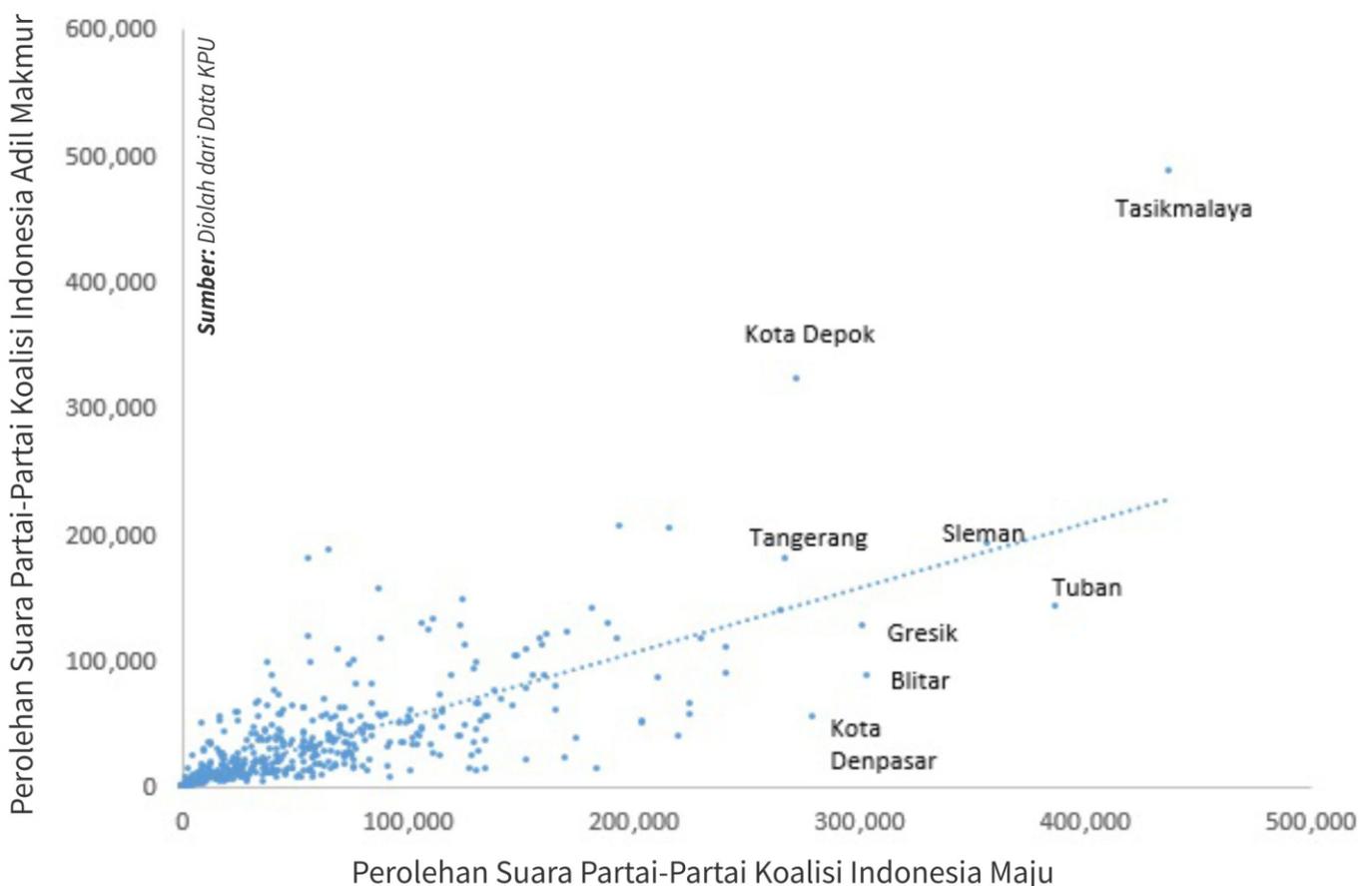
Isu ekonomi dapat menjadi katalisator politik gagasan yang bermartabat bagi politik Indonesia ke depan. Parpol yang selama ini mengandalkan ketokohan dan kharisma pemimpin partai, ke depan harus lebih menjual isu dan gagasan. Dari hasil awal pemilu legislatif 2019 terlihat bahwa raihan suara partai koalisi capres selaras dengan raihan suara capres.

Dengan kinerja ekonomi mempengaruhi kesejahteraan semua orang, isu ekonomi dapat menjadi pendorong politik gagasan. Janji kampanye khususnya terkait isu ekonomi, memberikan gambaran tentang apa prioritas kebijakan yang paling diinginkan publik, yang dipahami dan kemudian ingin direspon oleh partai. Partai harus responsif terhadap aspirasi publik dan berupaya untuk mewujudkannya. Janji kampanye memberi gambaran kongkrit tentang ambisi partai di masa depan dan menjelaskan dengan terbuka apa sesungguhnya tujuan dari eksistensi partai.

DUKUNGAN PEMILIH KE PARTAI KOALISI CAPRES, 2019



(Suara Masuk 32,5%)



Pemenuhan janji kampanye dapat dijadikan publik untuk menilai integritas dan kejujuran partai. Bagaimana partai memperlakukan janji kampanye menunjukkan moralitas mereka kepada pemilih. Pemenuhan janji kampanye juga menunjukkan kompetensi dan kapasitas pembuatan kebijakan dari partai. Dalam iklim demokrasi, pemenuhan janji kampanye menunjukkan keahlian partai dalam bernegosiasi dengan pihak kepentingan lainnya. Dan kegagalan pemenuhan janji kampanye secara sederhana menunjukkan rendahnya kemampuan partai dalam membuat kebijakan di lingkungan demokratis.

pemenuhan janji kampanye menunjukkan keahlian partai dalam bernegosiasi dengan pihak kepentingan lainnya. kegagalan pemenuhan janji kampanye menunjukkan rendahnya kemampuan partai dalam membuat kebijakan.



Jl. Legoso Raya No.70, Pisangan, Ciputat Timur
Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia - 15419
Phone: +62 21 22795885 (office)

 **Indonesia Development
and Islamic Studies**

 **@ideas_riset**

 **@ideas.riset**

 **www.ideas.or.id**