

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) merupakan pemilihan yang dilakukan untuk memilih kepala daerah yang dilakukan secara langsung oleh masyarakat setempat yang sudah memenuhi syarat perundang-undangan. Pemilihan kepala daerah (Pilkada) merupakan salah satu ciri dari negara demokrasi. Dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum, dimana Pilkada dimasukkan ke dalam rezim pemilu, dan secara resmi bernama Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau yang disingkat dengan Pemilukada.

Melihat kembali konteks pemilihan kepala daerah yang terdapat dalam Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa pemerintah daerah terdiri dari Gubernur, Bupati/Walikota. Yang mana dalam pasal 18 ayat 4 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan” Gubernur, Bupati dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota dipilih secara demokratis.¹ Ketentuan dalam Undang-Undang Dasar Tahun 1945 ini menimbulkan konsekuensi bahwa untuk diadakannya Pemilihan Umum Kepala Daerah atau Pilkada dilakukan secara langsung. Pemilihan kepala daerah secara langsung sendiri telah berlangsung semenjak tahun 2005, yang didasarkan pada

¹ Pasal 18 ayat 4 UUD NRI 1945

ketentuan Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemilihan Kepala Daerah dengan berlandaskan pada ketentuan Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menentukan bahwa Gubernur, Bupati dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah provinsi , kabupaten dan kota dipilih secara demokratis.² Dalam perspektif desentralisasi sendiri dapat dilihat bahwa pilkada langsung merupakan terobosan baru yang dapat bermakna bagi proses konsolidasi demokrasi ditingkat lokal.³

Pada masa pemilihan umum, dimana banyak fenomena yang terjadi pada saat penyelenggaraan khususnya dalam masa kampanye, seperti adanya fenomena pemasaran (*marketing*). Salah satu fenomena yang sering dijumpai dalam pemasaran (*marketing*) adalah dimana akan ada tim dari pasangan calon yang akan mempromosikan salah satu dari pasangan calon dengan menggunakan berbagai cara, baik itu dilakukan melalui media atau langsung turun kepada masyarakat sebagai pemilih dalam pemilihan umum. Tujuan dari pemasaran (*marketing*) ini pada akhirnya adalah untuk mendapatkan dukungan suara dari masyarakat sebagai pemilih.

Setiap pasangan calon tentu memiliki strategi tertentu agar masyarakat memilih atau mendukung mereka dalam pemilihan, biasanya strategi untuk

² Reiza Wiramba. 2019. Politik Hukum Lahirnya Pasal 18 Ayat 4 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Studi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Mekanisme Pemilihan Kepala Daerah). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

³ Bakti Saputra. 2016. Kekalahan Tobroni Harun-Komarunizar dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Bandar Lampung 2015. *Skripsi*. Lampung : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung

memperkenalkan pasangan calon ini akan dilakukan oleh tim partai atau tim sukses dari pasangan yang telah dibentuk sebelumnya. Dan waktu yang paling cocok untuk memperkenalkan pasangan calon ini kepada masyarakat adalah saat kampanye berlangsung. Strategi dalam memperkenalkan pasangan calon ini merupakan hal yang sangat penting dilakukan, meskipun dalam hal tersebut banyak hal yang harus dikorbankan baik itu dari segi sumber daya yang dikorbankan, maupun efeknya pada organisasi secara keseluruhan. Namun ada hal yang penting, yang perlu dicatat bahwa setiap orang akan mendefinisikan secara berbeda-beda dari pasangan calon yang diperkenalkan kepada masyarakat sebagai pemilih. Memperkenalkan pasangan calon yang maju dalam pemilihan kepada masyarakat akan menentukan bagaimana nasib dari seorang pemimpin, apakah ia bisa mendapatkan simpati dari masyarakat atau tidak.⁴

Pada tahun 2020 negara Indonesia kembali melaksanakan Pilkada serentak yang keempat kalinya. Pilkada serentak kali ini dilaksanakan di 270 daerah dengan rincian 9 daerah Provinsi, 224 Kabupaten dan 37 wilayah Kota. Pilkada kali ini dilaksanakan di tengah wabah pandemi covid-19 (*Coronavirus Disease*). Yang membuat ruang gerak menjadi terbatas baik itu bagi penyelenggara pemilihan (KPU), bagi calon kandidat dan bagi partai pengusung. Karena pada masa pandemi pemerintah mengeluarkan larangan untuk tidak berkumpul sebab hal ini akan mempercepat penyebaran covid-19. Tentu dengan adanya larangan seperti ini

⁴ Surahmadi. 2016. Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idza-Narjo Dalam Pilkada Kabupaten Brebes Periode 2012-2017. *Jurnal Politika Vol 7 No 2*. Hal 4

membuat pasangan calon dan Partai pengusung dari pasangan calon tadi harus memikirkan bagaimana langkah yang harus diambil agar tidak kehilangan dukungan dari para pemilih nantinya.

Walaupun digelar pada masa pandemi Covid-19 Pilkada Tahun 2020 tetap berjalan. Akan tetapi hal ini tentu akan mengubah *market* (pasar) dari partai politik sendiri dalam usahanya untuk memenangkan pasangan calon yang diusung. Partai politik sendiri juga memiliki pasar (*market*) tersendiri dalam mengkampanyekan pasangan calon yang telah diusung oleh partai. Tujuan dari pasar (*market*) ini adalah untuk dapat menyebarkan makna politik kepada pemilih agar dapat mensukseskan kandidat atau partai politik sendiri dalam segala aktivitas politiknya agar dapat menghadapi persaingan politik yang sedang terjadi. Dan yang pasti adalah untuk mendapatkan suara dari pemilih.

Pada konteks Pemilu, masyarakat, pemilih atau konstituen partai adalah pelanggan dan konsumen dalam sebuah pasar politik, yang harus ditundukkan melalui mesin pemasaran⁵, agar dapat menghasilkan yang namanya *market share* (pangsa pasar). Dalam ilmu ekonomi menjelaskan bahwa *market share* (pangsa pasar) adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau presentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu. Jika didefinisikan dalam pengertian politik *market share* (pangsa

⁵ Section Budi HH dan Rebekka Rismayanti. 2016. Pola Kampanye Pilkada 2015 (Analisis Isi Media Kedaulatan Rakyat Tentang Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Di DIY, Tahun 2015. Jurnal *Pancasila dan Kewarganegaraan*. Vol 2 No 4.

pasar) adalah besarnya bagian yang dikuasai oleh suatu kekuasaan dalam hal ini dapat berasal pasangan calon dalam pemilihan ataupun partai politik pengusung pasangan calon kandidat tersebut.

Pasar (*market*) muncul karena adanya penawaran dan permintaan sehingga terjadi suatu transaksi dalam pasar. Dalam ilmu ekonomi pangsa pasar sendiri juga diartikan sebagai porsi dari penjualan industri atas barang dan jasa yang dikendalikan oleh perusahaan itu sendiri, pasar (*market*) juga ditetapkan oleh kondisi permintaan yang mewujudkan daerah pemilihan konsumen terhadap barang.⁶ Dapat diartikan bahwa *market share* (pangsa pasar) merupakan kondisi dimana perusahaan menguasai bagian dari pasar tertentu. *Market share* (pangsa pasar) dapat mencerminkan posisi kompetitif perusahaan di pasar pasar pada saat ini. Maka dalam hal ini, berarti *market share* (pangsa pasar) merupakan bagian pasar yang dikuasai oleh suatu partai politik atau pasangan calon dalam Pemilihan.

Setiap pasangan calon yang maju dalam pemilihan tentu memiliki *market* (pasar) tersendiri yang mana tujuan dari *market* (pasar) ini adalah agar mereka dapat dikenal oleh masyarakat, dan mereka nanti akan memperoleh suara dalam pemilihan. Biasanya pasangan calon ini akan memiliki tim sukses, tim partai atau relawan yang akan merepresentasikan atau memperkenalkan mereka kepada masyarakat sebagai pemilih. Tujuan *market* (pasar) ini sendiri bagi pasangan calon adalah untuk dapat

⁶ Diharpi HERLI Setyowati,dkk. 2019. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol 5 No 2. Hlm 172

mempertahankan atau untuk dapat meningkatkan jumlah pemilih, serta juga untuk mendapatkan dukungan suara dari masyarakat sebagai pemilih.

Salah satu bentuk strategi yang sering digunakan oleh pasangan calon untuk mendapatkan dukungan dari pemilih adalah dengan menggunakan strategi *marketing* (pemasaran). Kegiatan *marketing* merupakan kegiatan yang sering terjadi dalam ilmu ekonomi, namun seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi kegiatan *marketing* ini sendiri telah banyak diadaptasi oleh ilmu lainnya, tidak terkecuali dalam hal politik.⁷ Pada hakikatnya *marketing* dalam dunia politik merupakan serangkaian kegiatan atau aktivitas dalam rangka untuk memperkenalkan atau menawarkan serta memasarkan produk-produk politik baik itu ideologi, *platform*, program politik dan lainnya dengan menggunakan prinsip dan teknik *marketing* dunia bisnis, dengan harapan produk politik yang diperkenalkan tadi akan dipilih oleh konsumen dalam pasar politik.⁸

Marketing dalam politik bertujuan untuk membantu partai dan pasangan calon yang maju dalam pemilihan untuk lebih mengenal masyarakat yang diwakili, kemudian akan mengembangkan program kerja dan isu sesuai dengan aspirasi mereka dan mampu berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat. Selain hal tersebut tujuan utama *marketing* dalam dunia politik adalah memperkenalkan pasangan calon kepada pemilih, dan dari hal tersebut maka pemilih akan memiliki

⁷ Seto Herwandito. 2008. Pilkada: Political Marketing atau Marketing Mix? (Studi Kasus pada Pilkada 2006 Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol XIV, No 1. Hal 33

⁸ Viranus Sidharta. 2016. Pemasaran Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Pada Pilkada Surabaya 2015. *Jurnal Universitas Mercu Buana*. Hal 15

data terkait dengan pasangan dan akan menentukan pasangan mana yang akan mereka dukung saat pemilihan berlangsung.

Kajian mengenai marketing sendiri tentu telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya Putu R. Adwishanty (2019) dengan judul Penerapan *Marketing Mix* Sebagai Strategi Dalam Target Pasar Politik Generasi Milenial.⁹ Kedua penelitian yang dilakukan oleh Zulkifli dan Joko Santoso (2018) dengan judul Pengaruh *Political Marketing Mix* Terhadap Keputusan Memilih Partai Gerindra Di Kota Semarang.¹⁰ Ketiga penelitian yang dilakukan oleh A. Nurul Hidayat (2020), dengan judul Pemasaran Politik (Political Marketing) Tomy Satria Yulianto (TSY) Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025.¹¹

Dari pemaparan penelitian diatas lebih melihat bagaimana pengaruh dari penerapan strategi *Political Marketing Mix* terhadap keputusan memilih, dimana indikator yang paling sering diuji dalam menggunakan strategi *Political Marketing Mix* adalah 4p yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Dan dari keempat indikator tersebut yang paling berpengaruh adalah *product* dan *promotion* sebab masyarakat lebih tertarik terhadap pasangan calon atau partai yang sering mempromosikan

⁹ Putu R. Adwishanty. 2019. Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Dalam Target Pasar Politik Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Budaya*. Vol 41 No 63. Hal 7487

¹⁰ Zulkifli, Joko Santoso. 2018. Pengaruh Political Marketing Mix Terhadap Keputusan Memilih Partai Gerindra Di Kota Semarang. *Seminar Nasional Multidisiplin UNWAHA*. ISSN 2654-3184. Hal 64

¹¹ A. Nurul Hidayat .2020. Pemasaran Politik (Political Marketing) Tomy Satria Yulianto (TSY) Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

produk politik mereka, baik itu melalui media atau turun secara langsung kepada masyarakat.

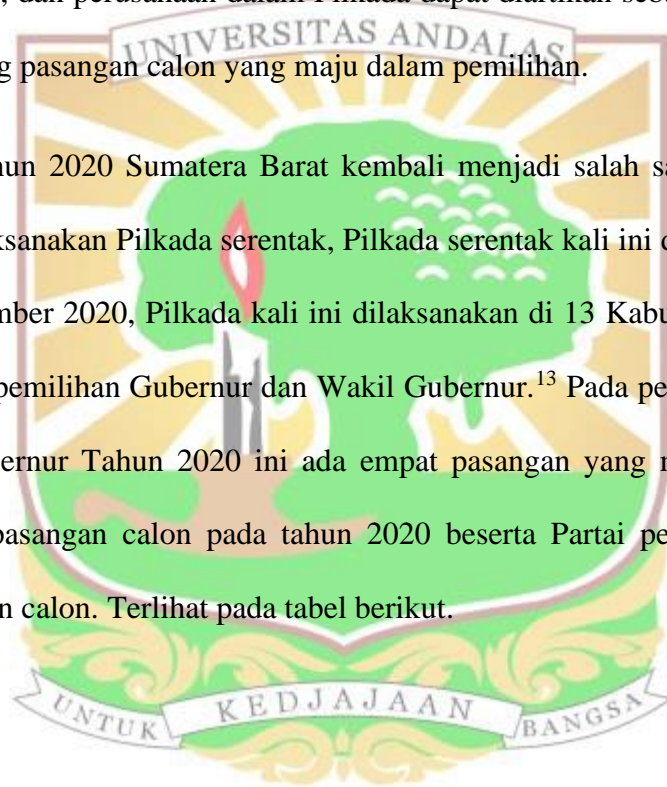
Berdasarkan berbagai kajian mengenai *marketing* (pemasaran) yang telah dijelaskan diatas, ada sejumlah pembahasan yang cukup berbeda yang belum dibahas oleh beberapa penelitian mengenai *marketing* (pemasaran). Di sini sebelum mengkaji tentang *marketing* (pemasaran) peneliti terlebih dahulu ingin melihat *market share* (pangsa pasar) dari salah satu pasangan calon yang maju pada Pilkada Sumbar tahun 2020 di Kota Padang yaitu pasangan Mahyeldi-Audy, alasan kenapa peneliti ingin melihat *market share* (pangsa pasar) dari pasangan calon ini adalah peneliti ini melihat sejauh mana pasangan ini bisa menguasai suara di Kota Padang. Barulah selanjutnya peneliti ingin melihat alasan *market share* (pangsa pasar) ini memilih pasangan Mahyeldi-Audy di Kota Padang dengan menggunakan teori *marketing mix* dan menggunakan 7 indikator yang ada dalam teori *marketing mix*.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena mengenai *market share* (pangsa pasar) sendiri erat kaitannya dalam masalah perekonomian, dimana dalam Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menjelaskan bahwa *market share* (pangsa pasar) merupakan persentase dari nilai jual atau beli barang atau jasa yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar yang

bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.¹² *Market share* (pangsa pasar) juga merupakan sebuah informasi yang memberikan gambaran dari penjualan suatu perusahaan terhadap segmen pasar tertentu. Dalam hal ini *market share* (pangsa pasar) jika dikaitkan dengan Pilkada memberikan gambaran besarnya bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, pasar disini dapat berupa jumlah suara ataupun jumlah pemilih, dan perusahaan dalam Pilkada dapat diartikan sebagai Partai Politik yang mengusung pasangan calon yang maju dalam pemilihan.

Pada tahun 2020 Sumatera Barat kembali menjadi salah satu provinsi yang juga turut melaksanakan Pilkada serentak, Pilkada serentak kali ini dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2020, Pilkada kali ini dilaksanakan di 13 Kabupaten/Kota dan 1 Provinsi untuk pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur.¹³ Pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2020 ini ada empat pasangan yang mencalonkan diri. Berikut nama pasangan calon pada tahun 2020 beserta Partai pengusung masing-masing pasangan calon. Terlihat pada tabel berikut.



¹² Undang-Undang RI No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

¹³ Samdysara Saragih. Bisnis.com. 2020. Pilkada Serentak 2020 : 13 Daerah Di Sumbar Memilih Bupati/Wali Kota, Begini Populasinya. <https://kabar24.bisnis.com/read/20200729/15/1272725/pilkada-serentak-2020-13-daerah-di-sumbar-memilih-bupatiwali-kota-begini-populasinya> . Diakses pada tanggal 20 September 2020, pukul 23.50

Tabel 1. 1
Perolehan suara pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat
pada tahun 2020

Pasangan Calon	Partai Pengusung	Jumlah Suara	Persentase
Mulyadi-Ali Mukhni	Partai Demokrat dan PAN	614.477	27,42%
Nasrul Abid-Indra Catri	Partai Gerindra	679.069	30,30%
Fakhrizal-Genius Umar	Partai Golkar, Partai Nasdem, dan PKB	220.893	9,86%
Mahyeldi-Audy Joinaldy	PKS dan PPP	726.853	32,34%

Sumber: Data KPU Kota Padang

Berdasarkan hasil rekapitulasi suara yang diumumkan oleh KPU Sumatera Barat Tahun 2020. Dimana pasangan Mahyeldi-Audy menjadi pemenang pada Pilkada Tahun 2020 dengan memperoleh suara sebanyak 726.853 suara dan menjadi pemenang pada Pilkada Sumbar Tahun 2020, kemudian dilanjutkan dengan pasangan Nasrul Abid-Indra Catri memperoleh suara sebanyak 679.069 suara, pasangan Mulyadi-Ali Mukhni dengan suara sebanyak 614.477 suara dan terakhir pasangan Fakhrizal-Genius Umar dengan perolehan suara sebanyak 220.893 suara.

Pasangan Mahyeldi-Audy berhasil memperoleh kemenangan di 10 daerah Kabupaten/Kota yang melaksanakan Pilkada Sumbar pada Tahun 2020, berikut daerah Kabupaten/Kota yang berhasil dimenangkan oleh pasangan Mahyeldi-Audy:

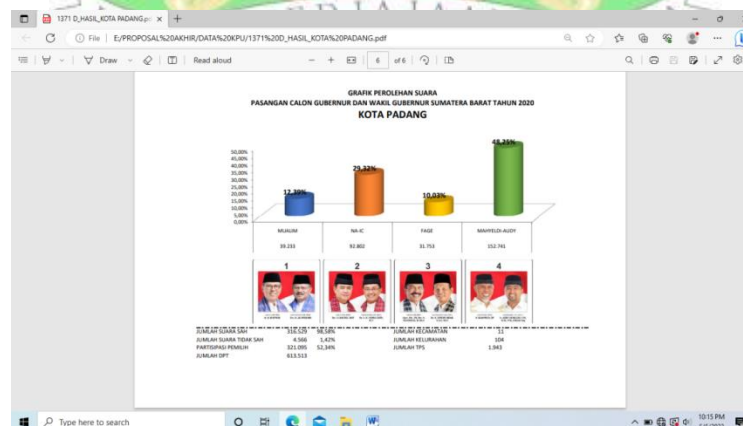
Tabel 1. 2
Daerah Kabupaten/Kota yang berhasil memenangkan pasangan Mahyeldi-Audy
pada Pilkada Sumbar Tahun 2020

No	Kabupaten/Kota	Jumlah perolehan suara
1	Kabupaten Solok	69.195 suara
2	Kabupaten Sijunjung	35. 807 suara
3	Kabupaten Tanah Datar	59. 501 suara
4	Kabupaten Agam	60. 463 suara
5	Kabupaten Dharmasraya	35. 879 suara
6	Kota Padang	152. 741 suara
7	Kota Solok	19. 974 suara
8	Kota Sawahlunto	10. 887 suara
9	Kota Padang Panjang	11. 274 suara
10	Kota Payakumbuh	22. 003 suara

Sumber: *website pilkada2020.kpu.go.id*

Dimana pasangan ini berhasil memenangkan suara sebanyak 48,25% suara untuk Pemilihan di Kota Padang, dimana hal ini dapat dilihat pada grafik pemilihan suara di Kota Padang.

Grafik 1. 1
Grafik Perolehan Suara Pasangan Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur
Sumatera Barat Tahun 2020 Di Kota Padang



Sumber: *data Kpu Kota Padang*

Berdasarkan data dari tabel 1.2 diatas Pasangan Mahyeldi-Audy berhasil memperoleh suara terbanyak di Kota Padang dengan perolehan suara sebanyak 152.741 suara. Pada Pilkada Sumbar Tahun 2020 di Kota Padang pasangan Mahyeldi-Audy ini juga berhasil mengamankan suara di 10 Kecamatan yang ada di Kota Padang, hanya ada 1 kecamatan yang tidak dimenangkan oleh pasangan ini di Kota Padang yaitu Kecamatan Bungus Teluk Kabung, yang dimenangkan oleh pasangan nomor urut 2 yakni pasangan Nasrul Abid-Indra Catri, berikut tabel perolehan suara pasangan Mahyeldi-Audy di 11 Kecamatan yang ada di Kota Padang pada Pilkada Sumbar Tahun 2020

Tabel 1. 3
Jumlah perolehan suara Mahyeldi-Audy di Kecamatan Kota Padang

No	Kecamatan	Jumlah Suara
1	Padang Selatan	9.671 Suara
2	Padang Timur	14.442 Suara
3	Padang Barat	7.074 Suara
4	Padang Utara	10.473 Suara
5	Bungus Teluk Kabung	2.972 Suara
6	Lubuk Begalung	20.430 Suara
7	Lubuk Kilangan	10.041 Suara
8	Pauh	9.964 Suara
9	Kuranji	23.787 Suara
10	Nanggalo	11.337 Suara
11	Koto Tengah	32.550 Suara

Sumber: website Pilkada2020.kpu.go.id

Dimana pada Pilkada tahun 2020 di Kota Padang terdapat sebanyak 1.939 TPS (Tempat Pemungutan Suara) yang tersebar di 104 Kelurahan dan 11 Kecamatan di Kota Padang. Jumlah ini sendiri bertambah dimana sebelumnya jumlah TPS hanya

sebanyak 1.936 TPS menjadi 1.939 TPS terdapat penambahan di daerah Kecamatan Padang Timur, Koto Tengah dan Kuranji.¹⁴

Kemenangan pasangan Mahyeldi-Audy di Kota Padang ini tidak terlepas dari berbagai aspek dan dukungan kekuatan politik yang dimiliki oleh pasangan Mahyeldi-Audy pertama dapat dilihat dari partai politik pengusungnya. Pada pilkada tahun 2020 ini pasangan Mahyeldi-Audy diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Kedua partai ini setuju untuk saling berkoalisi, karena syarat kursi kedua partai ini sendiri telah terpenuhi. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memiliki 10 kursi di DPRD Sumbar dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) memiliki 4 kursi, sehingga syarat 13 kursi telah terpenuhi. Menurut pemaparan dari ketua DPP PKS Tifatul Sembiring saat mendeklarasikan Mahyeldi-Audy sebagai pasangan beliau mengatakan bahwa pasangan Mahyeldi-Audy merupakan pasangan yang pas dan saling melengkapi, Mahyeldi sendiri dinilai sebagai pemimpin yang religius dan berpengalaman dalam memimpin daerah. Sementara Audy merupakan sosok pemuda milenial yang sukses di sektor usaha serta melihat kepada historis kedua partai ini juga memiliki hubungan historis yang cukup erat.¹⁵

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) merupakan salah satu partai yang berideologi islam. Dimana Partai Keadilan

¹⁴ Data terkait dengan jumlah TPS dapat dilihat di lampiran hal 131

¹⁵ Kompas.com. 2020. PKS dan PPP Usung Mahyeldi-Audy di Pilkada Sumbar 2020. <https://regional.kompas.com/read/2020/08/10/08563021/pks-dan-ppp-usung-mahyeldi-audy-di-pilkada-sumbar-2020>. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 23.10

Sejahtera (PKS) sendiri memiliki kader dan simpatisan yang besar dan sangat kuat serta juga loyal terhadap partai sehingga dengan adanya hal ini maka pasangan Mahyeldi-Audy akan berpotensi menang dalam Pilkada Sumbar Tahun 2020. Berdasarkan hasil survey *Voxpol Research And Consulting* juga menemukan bahwa elektabilitas dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menjulang menjelang Pemilihan Gubernur (Pilgub) tahun 2020 dan menjadi partai yang paling banyak dipilih oleh warga sumbar dengan persentase elektabilitas sebesar 20,3%.¹⁶ Dengan elektabilitas yang tinggi maka akan memudahkan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam meraih suara. Serta Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan partai koalisinya juga telah memenangkan Pilkada pada tahun 2010 dan 2015 seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 4
Perolehan suara pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat pada tahun 2010

Calon pasangan	Partai Pengusung	Jumlah suara	persentase
Ediwarman- Husni Hadi	Koali Partai Maju Bersama	91.726	4,55%
Marlis Rahman- Aristo Munandar	Partai Golkar, dan PDI-P	531.605	26,37%
Irwan Prayitno- Muslim Kasim	PKS, Hanura dan PBR	657.763	32,63%
Endang Irzal- Asrul Syukur	Partai Gerindra dan Partai Demokrat	410.567	20,37%
Fauzi Bahar- Yohannes	PAN dan PPP	324.123	16,08%

¹⁶ Antaranews.com. 2020. Survey Sebut PKS partai paling unggul jelang pilgub sumbar. <https://www.antaranews.com/berita/1867544/survei-sebut-pks-partai-paling-unggul-jelang-pilgub-sumbar>. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2022, pukul 00.29

Dahlan

Sumber: Data KPU Kota Padang

Tabel 1. 5
Perolehan suara pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat
pada Tahun 2015

Calon pasangan	Partai Pengusung	Jumlah suara	persentase
Muslim Kasim- Fauzi Bahar	PAN, PDI-P, Partai Nasdem dan Partai Hanura	830.131	41,38%
Irwan Prayitno- Nasrul Abit	PKS dan Gerindra	1.175.858	58,62%

Sumber: Data KPU Kota Padang

Berdasarkan tabel 1.4 dan tabel 1.5 dapat dilihat bahwa dari tahun 2010 sampai tahun 2015 pasangan calon yang diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) beserta koalisinya selalu memenangkan pemilihan. Hal ini membuktikan bahwa Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memiliki *market* (pasar) yang cukup baik.

Pada tahun 2020 ini Partai Persatuan Pembangunan (PPP) berkoalisi dengan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) jika dibandingkan peneliti melihat bahwa Partai ini cukup diuntungkan dengan adanya koalisi dengan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sebab hal ini bisa menjadi batu pijakan bagi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) kedepannya. Untuk Partai Persatuan Pembangunan (PPP) jika dilihat berdasarkan elektabilitasnya hanya sebesar 0,6 % berdasarkan hasil survey *Voxpol Research And Consulting*, sementara jumlah kursi yang dimiliki oleh Partai ini hanya sebanyak 4 kursi di DPRD Sumbar.

Selain hal tersebut juga terdapat banyak faktor yang membuat pasangan Mahyeldi-Audy berhasil dalam memenangkan Pilkada Sumbar Tahun 2020 di Kota Padang, salah satunya adalah *market share* (pangsa pasar) yang dilakukan partai pengusung Mahyeldi-Audy dalam Pilkada Sumbar Tahun 2020. *Market share* (pangsa pasar) yang dijalankan oleh kedua partai pengusung ini adalah dengan melibatkan banyak relawan yang mendukung kedua pasangan ini, sehingga dengan hal ini membuat kedua pasangan ini bisa meraih kemenangan pada Pilkada Tahun 2020 di Sumbar di Kota Padang. Seperti yang telah peneliti dikemukakan di latar belakang bahwa *market share* (pangsa pasar) dalam ilmu ekonomi adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau presentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu. Jika didefinisikan dalam pengertian politik *market share* (pangsa pasar) adalah besarnya bagian yang dikuasai oleh suatu kekuasaan tertentu baik itu pasangan calon atau partai politik.

Salah satu bentuk dukungan yang diberikan kepada pasangan Mahyeldi-Audy Joinaldy untuk memenangkan Pilkada Sumbar Tahun 2020 ini adalah dengan terbentuknya tim relawan yang berada di Kabupaten Pasaman dengan menggabungkan sejumlah tokoh penting dan dari golongan milenial setempat. Tim relawan ini juga memiliki jargon “CAP MAU (Channel Anggota Pemenangan

Mahyeldi-Audy Joinaldy).¹⁷ Selain itu juga adanya dukungan dari Duo Koto yang merupakan sentra pertanian dan perkebunan terutama sayur di Pasaman. Dukungan ini diberikan dengan tujuan bahwa kondisi alam Duo Kato membutuhkan sentuhan dimana agar Gubernur terpilih bisa lebih peduli terhadap sektor pertanian dan perkebunan.¹⁸ Ditambah pemilihan terjadi pada saat Pandemi Covid-19 maka calon wakil Gubernur sumbar juga memiliki cara kreatif untuk melakukan kampanye dengan menasar golongan milenial dengan cara membuat konten, dan memanfaatkan digitalisasi. Konten yang dibuat adalah dengan menggaet Youtuber lokal dan Influencer lokal.¹⁹

Selain itu juga adanya dukungan dari Ormas terhadap kemenangan Mahyeldi-Audy Joinaldy salah satunya adalah SAIBA (Sahabat Indonesia Maju) yang menyatakan siap memenangkan pasangan Mahyeldi-Audy Joinaldy yang diusung koalisi PKS-PPP dalam Pilgub Sumbar tahun 2020. SAIBA sendiri merupakan organisasi nasional yang dipelopori oleh Alumni SMA 2 Bukittinggi pada tahun 1986. SAIBA sendiri bertekad untuk memenangkan Mahyeldi-Audy dalam Pilgub Sumbar dengan dana mereka sendiri dan saling menjalin jejaring dukungan, seperti yang di sampaikan oleh ketua SAIBA ilham saat di wawancarai oleh Padang info

¹⁷ Pasabana.com.. 2020 Relawan Pemenangan Mahyeldi-Audy Joinaldy di Pasaman Resmi Dideklarasikan. <https://www.pasabana.com/2020/09/relawan-pemenangan-mahyeldi-audy.html> .Diakses pada tanggal 1 Oktober 2022, pukul 00.51

¹⁸ Posmetro Padang. 2020 Dukungan untuk Mahyeldi-Audy mengalir sampai jauh. <https://posmetropadang.co.id/dukungan-untuk-mahyeldi-audy-mengalir-sampai-jauh/>. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2022, pukul 01.00

¹⁹ Pks.id. 2020. Cara Kreatif Cawagub Sumbar Kampanye di Tengah Pandemi. <https://www.pks.id/content/cara-kreatif-cawagub-sumbar-kampanye-di-tengah-pandemi>. Diakses pada tanggal 1 September 2022, pukul 01.05

“Kami menilai Mahyeldi-Audy Joinaldy punya visi yang konkret membangun karakter islami masyarakat Sumbar yang berbasis budaya Minangkabau yang berlandaskan adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah atau ABS-SBK. Hal yang sekarang ini mulai tercabut dari akar budayanya. Karena kuatnya arus westernisasi dan globalisasi,” kata Ilham.²⁰

Dukungan lain yang juga diberikan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam memenangkan pasangan Mahyeldi-Audy Joinaldy adalah dimana pada saat hari terakhir kampanye, ada sekitar 5000-an kader Partai Keadilan Sejahtera (PKS) melakukan flashmob dengan wajah Mahyeldi di seluruh Kabupaten/Kota di Sumbar. Ketua DPW Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Sumber Irsyad Syafar menyebutkan bahwa, ribuan kader dan simpatisan turun ke jalan untuk menyosialisasikan Mahyeldi-Audy Joinaldy untuk mengunci kemenangan pada Pilkada Sumbar tahun 2020. Seluruh kader dan simpatisan ini menggunakan topeng Mahyeldi dan ada juga yang menggunakan boneka Mahyeldi-Audy Joinaldy untuk menunjukkan dukungan.²¹

Bentuk dukungan lain juga diberikan oleh puluhan masyarakat yang terdiri dari ulama, tokoh adat, bersama anak kemenakan di Sumbar yang mendeklarasikan dukungan dalam Pilkada Tahun 2020. Perwakilan Ulama, Ustadz Ibnu Aqil menjelaskan, bahwa salah satu agenda mereka adalah mendeklarasikan dukungan dari berbagai tokoh masyarakat Minangkabau diantaranya Alim ulama, niniak mamak,

²⁰ Padanginfo.com. 2020. Mahyeldi-Audy dapat dukungan dari Sahabat Indonesia Baru. <https://www.padanginfo.com/2020/08/mahyeldi-audy-dapat-dukkungan-dari.html> .Diakses Pada tanggal 1 Oktober 2022, pukul 01.26

²¹ Jawapos.com. 2020. Ribuan Kader PKS Gelar Flashmob Mahyeldi di Seluruh Sumbar. <https://padek.jawapos.com/politik/05/12/2020/ribuan-kader-pks-gelar-flashmob-mahyeldi-di-seluruh-sumbar/>. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2022, pukul 23.05

cadiak pandai, termasuk ormas islam dari berbagai komunitas, intinya adalah dari tokoh masyarakat Sumatera Barat.²²

Selain banyaknya dukungan yang diterima oleh pasangan Mahyeldi-Audy Joinaldy pada Pilkada kali ini kedua pasangan ini diyakini dapat memenangkan Pilkada sumbar karena penggunaan basis suara dan adanya potensi keberpihakan milenial terhadap kemenangan pasangan ini, dimana pada tahun 2020 potensi milenial mencapai sebanyak 20%. Hal ini didasarkan kepada pendapat Direktur Sumatera Barat *Leadership Forum (SBLF) Riset & Consultant*, Ado Anderson mengatakan, bahwa sejauh ini dari empat pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat elektabilitas nomor urut 4 Mahyeldi-Audy Joinaldy dinilai masih tertinggi dan dapat mewakili suara kaum milenial.²³

Berdasarkan penjabaran diatas maka peneliti berasumsi bahwa *market share* (pangsa pasar) dari pasangan Mahyeldi-Audy di Kota Padang sudah cukup baik, sebab pasangan ini berhasil memperoleh suara terbanyak di Kota Padang pada Pilkada sumbar Tahun 2020 dari 19 Kabupaten/Kota yang ikut melaksanakan Pilkada. Selain itu peneliti juga berasumsi bahwa pasangan ini memperoleh dukungan dari masyarakat dikarenakan *marketing* (pemasaran) yang dilakukan oleh pasangan

²² Rctiplus.com. 2020. Sejumlah Tokoh Adat di Sumbar Deklarasikan Dukungan untuk Paslon Mahyeldi-Audy. <https://www.rctiplus.com/news/detail/nasional/582908/sejumlah-tokoh-adat-di-sumbar-deklarasikan-dukkungan-untuk-paslon-mahyeldi-audy>. Diakses pada tanggal 03 Oktober 2022, pukul 00.35

²³ Gatracom. 2020. Riset: Mahyeldi-Audy Kuasai Suara Milenial Pilgub Sumbar. <https://www.gatra.com/news-494788-politik-riset-mahyeldi-audy-kuasai-suara-milenial-pilgub-sumbar.html>. Diakses pada tanggal 17 November 2022, pukul 00.15

ini banyak menarik perhatian masyarakat mulai dari partai yang mengusung pasangan ini merupakan partai dengan elektabilitas yang cukup tinggi saat pelaksanaan pilkada tahun 2020. Maka berdasarkan uraian di atas, kemudian peneliti rumuskan dalam pertanyaan penelitian yaitu :

1. Siapa *market share* (pangsa pasar) dalam kemenangan pasangan Mahyeldi-Audy di Kota Padang pada Pilkada Sumbar Tahun 2020?
2. Apa alasan *market share* (pangsa pasar) pasangan Mahyeldi-Audy dalam memilih pasangan tersebut pada Pilkada Sumbar Tahun 2020 di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui siapa *market share* (pangsa pasar) dalam kemenangan pasangan Mahyeldi-Audy di Kota Padang pada Pilkada Sumbar Tahun 2020
2. Untuk mengetahui alasan *market share* (pangsa pasar) pasangan Mahyeldi-Audy dalam memilih pasangan tersebut pada Pilkada Sumbar Tahun 2020 di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan penjelasan mengenai kegunaan bagi beberapa pihak yang terkait misalnya bagi penulis sendiri, bagi lembaga pendidikan, bagi

pembuat kebijakan dan sebagainya dengan permasalahan yang diteliti. Manfaat penelitian biasa dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *market share* (pangsa pasar) dalam pelaksanaan pilkada serta untuk mengetahui alasan dari *market share* (pangsa pasar) dalam memilih pasangan pada saat Pilkada. Disamping itu penelitian ini juga dapat menambah serta memberikan kontribusi yang besar dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya kondisi politik di Indonesia. Serta diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berminat dalam mendalami penulisan mengenai *market share* (pangsa pasar) dalam konteks Pilkada.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi bagi masyarakat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, mengingat masih terbatasnya hasil penelitian tentang hal tersebut penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar sarjana ilmu politik. Serta untuk dapat membantu para pelaku politik dalam memahami realitas politik di Sumatera Barat.