

## BAB VII

### PENUTUP

#### 7.1 Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa identitas keagamaan dan persepsi kinerja ekonomi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih masyarakat Kota Padang pada Pemilihan Presiden 2024. Hasil uji regresi logistik yang dilakukan variabel identitas keagamaan menunjukkan pengaruh yang sangat kuat, hal ini dibuktikan dengan setiap kenaikan satu satuan skor identitas keagamaan meningkatkan peluang memilih pasangan Anies–Muhaimin sebanyak 31 kali lipat. Temuan ini menegaskan bahwa kadar religiositas yang tinggi merupakan prediktor kuat terhadap dukungan kepada pasangan yang dipersepsikan mewakili nilai-nilai Islam.

Selanjutnya, hasil uji regresi logistik variabel persepsi kinerja ekonomi berpengaruh signifikan dengan arah negatif, yang berarti semakin positif persepsi terhadap kinerja ekonomi pemerintahan maka peluang memilih Anies–Muhaimin menurun. Sebaliknya, persepsi ekonomi yang negatif meningkatkan kecenderungan memilih pasangan tersebut. Dengan kata lain, temuan ini sangat sesuai dengan teori *economic-voting (valence)*.

Penelitian ini menegaskan bahwa Kota Padang dengan identitas keagamaan yang tinggi, dalam konteks masyarakat Minangkabau yang religius dan menjunjung nilai *Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah (ABS-SBK)*, terbukti mendorong pemilih untuk mendukung pasangan calon yang diasosiasikan dengan nilai-nilai Islam. Dalam hal ini, pasangan Anies-Muhaimin memperoleh

dukungan dominan karena dinilai paling merepresentasikan nilai keislaman, baik secara simbolik maupun naratif.

Lalu, persepsi masyarakat terhadap kinerja ekonomi pemerintahan Presiden Jokowi juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap kecenderungan memilih. Responden yang menilai kinerja ekonomi pemerintah sebagai kurang memuaskan cenderung untuk beralih ke pasangan oposisi sebagai bentuk ekspresi ketidakpuasan. Temuan ini mencerminkan adanya praktik *economic voting* dimana pemilih menghukum petahana karena persepsi negatif terhadap kondisi ekonomi.

Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi bahwa dalam konteks lokal Kota Padang, baik faktor identitas keagamaan maupun pertimbangan rasional atas kinerja ekonomi turut menentukan perilaku memilih masyarakat. Keduanya bekerja saling melengkapi dalam memengaruhi keputusan politik individu pemilih.

## 7.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk kajian-kajian perilaku politik, khususnya yang menggabungkan pendekatan sosiologis dan ekonomi-politik. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti media sosial, sentimen

atau isu terhadap kandidat maupun partai politik, atau aspek etnisitas untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

2. Bagi partai politik dan kandidat politik, strategi kampanye politik di Kota Padang perlu mempertimbangkan secara serius dimensi keagamaan masyarakat yang konservatif. Di sisi lain, narasi ekonomi tetap penting dan harus dikomunikasikan dalam bahasa yang menyentuh realitas lokal warga Kota Padang.
3. Bagi pemerintah, dapat menggunakan hasil ini sebagai bahan evaluasi terhadap persepsi publik di daerah-daerah dengan tingkat religiusitas tinggi. Kinerja ekonomi perlu dikelola secara lebih komunikatif agar tidak menimbulkan sentimen elektoral negatif di wilayah-wilayah tersebut.
4. Bagi masyarakat sipil, diperlukan peningkatan literasi politik warga agar pengambilan keputusan dalam pemilu tidak semata-mata bersandar pada identitas keagamaan yang sempit, melainkan secara rasionalitas pada evaluasi menyeluruh terhadap program dan kapabilitas kandidat.

