

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada bab terdahulu, diawali dengan pendahuluan, kerangka teoritis, metode penelitian, hasil penelitian dan analisis data, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan tentang marketing politik Darizal Basir Pada pemilihan legislatif Tahun 2019 di pasar inpres Painan Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan telah selesai dilaksanakan. Terdapat bentuk aktivitas promosi yang dilakukan oleh tim relawan dan istri DB yang dilakukan, untuk memenangkan DB ini pada pileg tahun 2019.

Dari penelitian ini peneliti bisa mengambil kesimpulan beberapa faktor yang menjadi penyebab kemenangan Darizal Basir Pada Pemilihan legislatif Tahun 2019 di pasar inpres Painan Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan berasal dari proses marketing politik. Faktor internal maupun eksternal DB yaitu *place, product dan promotion* .Menjadi salah satu faktor penyebab kemenangan. Tidak hanya dari segi kandidat, tetapi DB memiliki jaringan yang luas. Ini merupakan salah satu buah dari marketing politik yang ia lakukan. Dengan semakin banyaknya jaringan yang ia miliki maka semakin banyak pula dukungan-dukungan yang ia peroleh pada Pemilihan Legislatif di pasar inpres Painan, kecamatan IV Jurai, kabupaten Pesisir Selatan tahun 2019.

Dalam penelitian ini menemukan bahwa pedagang pasar masih menaruh keyakinan terhadap DB, hal ini dilatar belakangi dengan alasan sosok figur yang baik, dekat dengan masyarakat. Terbukti dengan selama 3 periode DB mampu melanggeng ke senayan untuk

memproleh kursi sebagai anggota legislatif DPR RI dari tahun 2009-2019. Kemudian juga terdapat platform partai (program – program yang dijalankan DB dan citra dari SBY yang lekat pada partai demokrat. Dari segi promotion kerjasama DB dan tim sukses cukup maksimal serta adanya keterlibatan istri yang dikenal hangat dan bersahaja di masyarakat

Dari segi *place* menariknya, sebagian besar pedagang pasar yang sehari- hari lebih berfokus kepada sektor ekonomi masih menaruh perhatian akan politik pada pemilihan legislatif di pasar inpres Painan tahun 2019 tersebut. Sebagian pedagang yang mewakili masyarakat kota painan masih yakin bahwa pemberian suara pada pileg akan memiliki efek terhadap politik. Ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Painan masih optimis dan yakin bahwa dengan tetap memilih pada pileg akan membawa perubahan ke arah yang lebih baik bagi daerah meskipun mereka juga selalu dikecewakan oleh perilaku elit politik dan kondisi politik yang masih carut marut di Indonesia.



Dalam menjelaskan penerapan marketing politik di pasar inpres painan digunakan tiga (3) indikator, yaitu aspek harga (*product, promotion, dan place* (pasar), serta menariknya, sebagian besar pedagang pasar yang sehari-hari lebih berfokus kepada sektor ekonomi masih menaruh perhatian akan politik pada pemilihan legislatif di pasar inpres Painan tahun 2019 tersebut. Sebagian pedagang yang mewakili masyarakat Kota painan masih yakin bahwa pemberian suara pada pileg akan memiliki efek terhadap politik. Ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Painan masih optimis dan yakin bahwa dengan tetap memilih pada Pileg akan membawa perubahan ke arah yang lebih baik bagi daerah meskipun mereka juga selalu dikecewakan oleh perilaku elit politik akan punya pengaruh dan dampak bagi perpolitikan di Indonesia.



Penelitian ini menunjukkan bahwa marketing politik DB menjelaskan faktor kemenangan DB di pasar inpres painan . Berdasarkan penelitian ini, aspek *place, product dan promotion*, terbukti mempengaruhi perolehan suara, artinya aspek tersebut merupakan aspek yang benar-benar penyebab kemenangan DB. Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Penyebab kemenangan DB disebabkan oleh strategi marketing politik kandidat dalam memasarkan janji- janji kampanyenya.

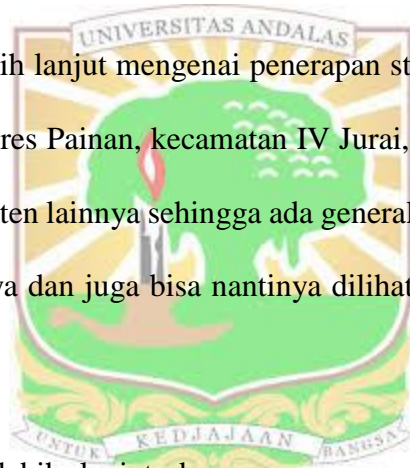
6.2. Saran

Berdasarkan pemaparan di atas maka saran yang sekiranya bisa memberikan masukan kedepan adalah :

1. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan strategi marketing politik DB pada pemilihan legislatif di pasar inpres Painan, kecamatan IV Jurai, kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2019, tetapi juga di kota/kabupaten lainnya sehingga ada generalisasi penerapan marketing politik DB di pasar pada daerah lainnya dan juga bisa nantinya dilihat segmentasi pemilih berdasarkan pekerjaan lainnya.

2. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel lainnya agar bisa menjawab dan menjelaskan secara komprehensif faktor apa yang dominan strategi marketing politik yang menjelaskan kemenangan kandidat pada pemilihan legislatif di pasar inpres Painan, kecamatan IV Jurai, kabupaten Pesisir Selatan tahun 2019. dengan waktu yang berbeda dan variabel yang juga berbeda.

3. Kandidat harus mampu merawat hubungan baik dengan konstituen, artinya pentingnya kandidat untuk memberdaya gunakan tim sukses dan orang – orang terdekat, sosok yang dikenal baik dan melekat dihati masyarakat sebagai lambang pertahanan. Seperti istri DB yang melekat di hati



pedagang- pedagang pasar inpres Painan. Dan tak kalah pentingnya bahwa masyarakat mengingat dan meresapi kedekatan yang ditanam sekian lama dibandingkan dengan kedekatan yang baru-baru saja dijalin pada saat akan pemilihan umum.

4. Dan tak kalah penting seharusnya partai juga mempunyai peran yang penting untuk mempromosikan kandidat yang akan diusungnya, tidak lepas tangan saja dan meraup keuntungan materiil saja.

