

UAS: Teori Politik dan Pemerintahan

Peran Uang Dalam Penyelenggaraan Demokrasi Elektoral di Indonesia

Muhammad Habibi (20171040027)
Magister Ilmu Pemerintahan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
habibi.id@gmail.com

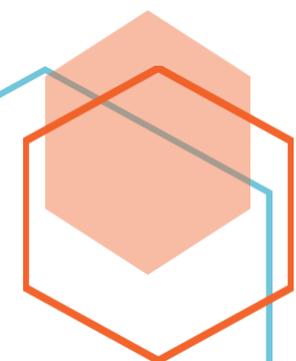
Eko Priyo Purnomo
Dosen Magister Ilmu Pemerintahan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
eko@umy.ac.id

Pendahuluan

Demokrasi adalah sebuah sistem yang berkembang dan dikembangkan bukan saja sebagai alat (*instrument*) atau cara (*ways*) melainkan sekaligus merupakan tujuan (*aims*). Demokratisasi, karena itu, merupakan upaya mencapai kehidupan demokrasi melalui cara-cara demokratis. Demokrasi tidak dicapai melalui proses non-demokratis, dan penerapan cara-cara demokratis tidak senantiasa berjuang pada situasi demokratis. Sebagai sebuah tujuan, demokrasi diidealkan sebagai sistem yang menjamin keberlangsungan kontrol rakyat (*popular control*) terhadap urusan publik (*publik affairs*) atas dasar prinsip kesetaraan warga negara (*equal rights*).

Setelah melewati tiga kali pemilu nasional, Indonesia manapaki fase pemeliharaan yang krusial. Pemilu 2014, atau pemilu keempat pasca pergantian rezim otoritarian, menjadi masa rawan dalam tahapan demokratisasi. Diskursus mengenai fase-fase demokratisasi, apakah mengalami fase transisi, konsolidasi atau dalam tahap stabil mendominasi wacana dan pemikiran ilmunan politik pada pasca berakhirnya perang dingin. Menurut Gullermo O'Dobbel dan rekannya, penentuan fase transisi dimulai ketika terjadi konflik dan perpecahan internal di kalangan rezim otoritarian, di mana sekelompok elite memandang bahwa legitimasi politik melalui pemilu amat diperlukan bagi kelangsungan rezim.

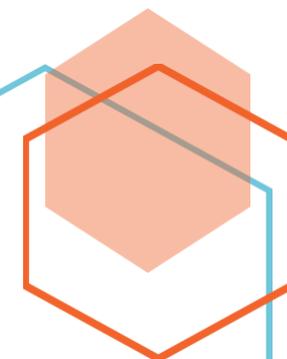
Pasca runtuhnya rezim otoritarian, kelompok moderat ini (O'Donnel menyebut *softliners*) melakukan negosiasi dengan kelompok oposisi. Poin terpenting dari pakta antara elite lama dan elite oposisi adalah kesepakatan akan berlangsungnya pemilu berdasarkan aturan main yang fair. Masih menurut



pengusung paradigma ini, transisi berakhir dan diikuti oleh fase konsolidasi ketika elite politik baru (mantan oposisi) memenangi pemilu atau elite lama (kelompok moderat dari rezim otoritarian) berkuasa kembali melalui pemilu yang dianggap absah.

Perdebatan seperti ini pernah menghingapi Indonesia pada awal masa peralihan Orde Baru. Jika kita merujuk pada paradigma transisi, maka segera setelah pemilu 1999 Indonesia telah masuk di tahapan konsolidasi. Menurut teori-teori tradisional “Transitologi” (teori transisi demokrasi) dan “Konsolidologi” (teori konsolidasi demokrasi), proses itu akan melewati sejumlah titik kritis. Pertama adalah penataan ulang (restorasi) pemilu yang bebas, sebuah babak yang ditandai oleh ketidakpastian, ketidakmenentuan, dan kedaruratan. Sebagaimana dinyatakan Juan Linz, dalam proses demokratisasi, pada akhirnya aturan demokratik akan menjadi “satu-satunya aturan main” (Linz, 1990).

Transisi kekuasaan menjadi titik kritis yang kedua, yaitu “pemilu”. Ketika pemilu dan institusi-institusi demokrasi semakin kokoh, mengarahkan terjadinya transisi kekuasaan, kita dapat mengatakan bahwa masyarakat memasuki fase konsolidasi demokrasi. Huntington, (1991) menawarkan “pengujian dua babak” (*two-turnover test*) untuk melihat apakah demokrasi sudah benar-benar terkonsolidasi. “Jika partai atau kelompok yang menang pada pemilu pertama pada masa transisi mengalami kekalahan pada pemilu berikutnya dan menyerahkan kekuasaan kepada pemenangnya, dan jika pemenang pemilu itu kemudian menyerahkan kekuasaan secara damai kepada pemenang pemilu selanjutnya. (itulah pertanda sistem politik demokratik sudah terbangun). “Warga negara dapat memilih dan mengganti pemimpin dan wakil-wakil mereka melalui pemilu yang bebas dan jujur; dan oleh berbagai kelompok sosial-politik aturan pemilu telah diterima sebagai aturan yang tak tergantikan untuk mengatur berbagai kelompok yang saling bersaing merebut kekuasaan. Dengan berlangsungnya proses demokratisasi terhadap rezim-rezim diktatorial di Dunia Ketiga, teori transisi demokrasi dan konsolidasi demokrasi telah menjadi fokus riset penting kalangan sarjana Amerika Serikat. Sejumlah akademisi saat ini tengah meneliti negara-



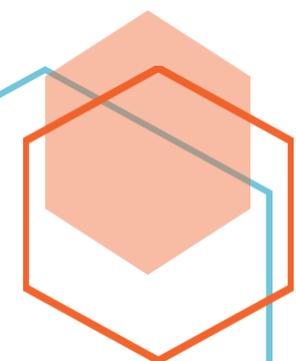


negara yang sedang menjalani proses transisi demokrasi, proses pasca konsolidasi, atau “glombang keempat demokratisasi” (Diamond, 1999)

Pemerintah yang dilahirkan oleh pemilu 1999 adalah kombinasi antara elite lama dan baru. Bagaimana kita membaca fase “konsolidasi” yang terjadi akibat berkuasanya kombinasi elite lama dan elite baru itu? Mengapa pada fase sebelum menuju demokrasi matang, beragam penyimpangan kekuasaan, korupsi, dan kekerasan politik masih menjamur? Adalah Tomas Carothers, (2002) yang secara terbuka mengultimatum tamatnya paradigma transisi ini. Kritik terhadap paradigma transisi terletak pada orientasinya yang hanya terbatas melihat hasil pemilu dan melulu terfokus pada dinamika elite (Shirk, 2007). Argumen lain menyoroti tahapan linier paradigma transisi dalam memahami proses demokratisasi padahal kenyataannya proses tersebut dapat berjalan mundur bahkan kembali ke masa rezim otoritarian, dan berujung setidaknya pada rezim campuran (*hybrid regime*) (Thompson, 2007). Kembalinya elite lama tentu saja mengkhawatirkan, tetapi lebih mengkhawatirkan lagi adalah kembalinya tatanan lama yang tidak demokratis, korup dan predatoris.

Bagaimana tatanan lama rezim otoritarian mampu bersemi kembali dan tidak melangkah maju seperti formula transisi? Beberapa publikasi merujuk pada minimnya perangkat kelembagaan yang memungkinkan menjaga tatanan demokrasi (Diamond, 1999). Pengamat politik lain menilai terbatasnya modal sosial (*social capital*) sebagai pondasi yang mengikat proses demokrasi. Pendapat lainnya lagi mengacu pada kemampuan elite lama dalam mentransformasi dominasi ekonomi dan basis politik mereka ke dalam sistem demokrasi yang baru (Djani, 2012). Akumulasi kapital yang diperoleh semasa rezim otoritarian menjadi modal awal dalam berkompetisi dalam pemilu. Salah satu instrument yang jamak digunakan baik pada pemilihan anggota legislatif (DPR, DPD, dan DPRD), pemilihan presiden dan wakilnya, serta pemilihan kepala daerah adalah apa yang lazim dilabeli sebagai “politik uang”.

“Politik uang” atau jual beli suara dapat menjadi batu sandungan bagi proses demokratisasi Indonesia. Transaksi jual beli suara antara politikus dan pemilih merupakan pengeluaran politik yang sulit dihindarkan. Penggunaan uang, barang,



serta terkadang jasa untuk menggaet suara pemilih ditengarai menjadi salah satu faktor kemenangan bagi kandidat yang memiliki modal besar. Persepsi sebagian politisi bahwa suara pemilih bisa dipertukarkan dengan iming-iming tertentu motivasi kandidat untuk melakukan jual beli suara. Tetapi benarkah uang ampuh sebagai penentu dukungan suara? Faktor-faktor apa saja yang membuat jual beli suara efektif? Tulisan ini mencoba menjawab pertanyaan di atas dengan mencermati realitas dan interaksi antara para kandidat dan warga.

Penjelasan Alternatif atas Fenomena Jual Beli Suara

Jual beli suara mengakibatkan lunturnya nilai-nilai demokrasi, mendelegitimasi dan mendistori proses pemilu, melemahkan akuntabilitas politik (vertikal) antara politikus dan pemilih, melemahkan sistem kepartaian, dan menghadirkan politikus korup. Pandangan umum menilai relasi antara pemilih dan partai/kandidat bukan atas dasar pertimbangan “rasional” terhadap kebijakan akan tetapi karena pemilih membuat keputusan/pilihan berdasarkan iming-iming uang atau barang. Politik uang selalu kita dengar dalam setiap Pemilu dan Pemilukada/Pemilu Legislatif tetapi pelaku sulit ditangkap. Bahkan yang tertangkap basah sedang membagi-bagikan uang kepada calon pemilih tidak pula dihukum atau didiskualifikasi (Qodir, 2014).

Sebelum mengulas lebih jauh mekanisme transaksi dan faktor-faktor yang berkaitan dengan gejala jual beli suara ini, ada baiknya dipaparkan terlebih dahulu definisi dari beberapa terminologi yang digunakan. Definisi dari (*vote buying*) yang digunakan pada tulisan ini adalah pertukaran suara pemilih dengan sesuatu (uang, barang, atau jasa) yang ditawarkan oleh kandidat/ broker suara/ tim kemenangan. Sedangkan klientelisme (*clientelism*) didefinisikan sebagai: terjadi transaksi atau pertukaran secara langsung dan bersifat personal dengan “memperdagangkan” (hak) suara dengan uang, barang, dan atau jaminan akses pada pelayanan publik/sosial, barang maupun pekerjaan. Adapun *patronase* didefinisikan sebagai: transaksi secara langsung atau tidak langsung, personal atau kolektif, dimana barang yang dipertukarkan berasal dari negara/publik.

Benarkah jual beli suara (*vote buying*) merupakan instrumen yang efektif guna memenangi pemilu? Selama ini pemahaman tentang jual beli suara mengasumsikan transaksi tersebut berlangsung dengan efektif karena dilakukan secara top down oleh politisi, yang umumnya berasal dari latar belakang sosial ekonomi yang lebih superior, kepada pemilih “irasional” yang umumnya dari latar belakang sosial ekonomi inferior. Arus utama diskursus jual-beli suara umumnya menyoroti pemilih, khususnya dari kelas miskin, yang begitu mudah menggadaikan suaranya dengan imbalan uang, sembako, ataupun material lainnya (Choi, 2007; Taylor, 1996). Argument ini merujuk pada kemiskinan dan pragmatism sebagai persoalan serius, dimana rakyat miskin rentan diintervensi politik uang. Pemilih yang demikian sering dipersepsikan sebagai pemilih yang “mata duitan” sekaligus “amoral” dan dianggap tidak memahami hakikat konstitusional warga negara dalam demokrasi elektoral (Thompson, 2007).

Sebagai contoh, laporan Organisasi Non-Pemerintah ICW 2010 menganalisis bahwa pemilihan umum kepala daerah (Pilkada) di Banten rentan terhadap serbuan “politik uang”. Dengan menggunakan data Badan Pusat Statistik Banten 2006 tercatat jumlah keluarga miskin mencapai 702.000 keluarga atau 34,2% dari total keluarga di Banten, dan jumlah keluarga yang belum memiliki rumah layak huni sekitar 750.000 atau 49,3 persen. Berpijak dari data statistik di atas, laporan tersebut mengindikasikan kelompok warga dengan latar belakang ekonomi miskin ini bersikap sangat pragmatis dan terbuka untuk diintervensi dengan uang (dan iming-iming lainnya) oleh para kandidat. Sinyalemen untuk memenangkan Pilkada di Banten dengan hanya “menguasai” 25 % pemilih yang notabene miskin menjadi sulit untuk diingkari. Dalam situasi kondisi ekonomi yang miskin, modus jual beli semacam ini diyakini sangat mujarab untuk mempengaruhi pemilih.

Riset lain menitik beratkan pada aspek kultural sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya jual beli suara. Sebagai contoh, hubungan antara partai berbasis etnis dan jaringan sosial berdasarkan etnisitas menjadi perekat terjadinya jual beli suara secara efektif (Hicken, 2007). Kedudukan strata sosial yang lebih

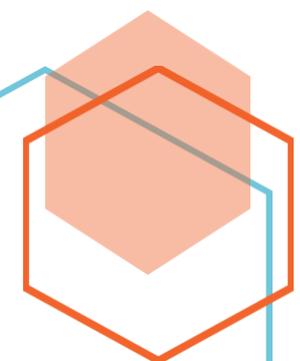


tinggi membuat politikus mampu menghegemoni dan memobilisasi kelompok masyarakat pemilih dari strata sosial yang lebih rendah.

Penelitian lain menyoroti ketidakmampuan pemilih, dikarenakan tingkat pendidikan yang rendah, dalam mengevaluasi kinerja politikus yang menempati jabatan publik. Mekanisme *punishment and reward* dalam perilaku pemilih yang umum ditemui di negara-negara demokrasi matang (*mature democracy*) memungkinkan pemilih untuk memilih kembali politikus/partai yang tidak berkinerja baik dan tidak memilih/ mengganti politikus/ partai yang tidak menunjukkan kinerja baik selama masa jabatannya. Karena ketidakmampuan dalam menilai kinerja politikus dan memberikan *punishment and reward* saat pemilu maka pemilih menentukan pilihan berdasarkan tawaran konkret berupa uang maupun barang. Pemilih demikian lebih mengutamakan terpenuhinya kebutuhan real dan bukan sesuatu yang abstrak seperti nilai-nilai demokrasi (Laothamatas, 1996). Beragam contoh dari Thailand, Filipina, dan Taiwan (Lehoucq, 2007; Schaffer, 2007; Wang & Kurzman, 2007) juga mengkonfirmasi kecenderungan ini, di mana pemilih mengambil tawaran uang maupun barang dari kandidat karena ingin memperoleh manfaat secara langsung.

Akan tetapi, pengalaman pemilu 2009 dan beberapa Pilkada menunjukan bahwa di beberapa tempat terjadi gejala sebaliknya. Pemilih mampu melakukan negosiasi dan bahkan mendikte nominal uang yang harus dipertukarkan. Hal ini terekam dalam liputan berbagai media, yang mengulas beberapa calon legislatif yang jatuh bangkrut, mengalami stres hingga gila. Dari observasi diberbagai daerah menjelang pemilu 2009, ada bukti yang luas yang menunjukkan bahwa pemilih ternyata adalah pihak yang menentukan proses transaksi *vote buying*. Pertanyaannya adalah, mengapa proses transaksi ini bukan didominasi oleh politikus yang memiliki latar belakang sosial dan finansial yang superior dibandingkan pemilih?

Belum lagi adanya pemanfaatan belanja hibah dan belanja bantuan sosial oleh *Incumbent* untuk kepentingan program-program propulisnya, sehingga dapat menguntungkan *Incumbent* dalam Pilkada. Alokasi belanja hibah dan belanja bantuan sosial daerah incumbent pada saat Pemilukada lebih besar dibandingkan





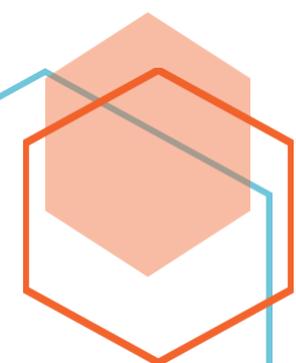
sebelum Pemilu yang artinya terdapat pemanfaatan belanja hibah, belanja bantuan sosial dan belanja bantuan keuangan oleh incumbent untuk kepentingan politiknya. Ditambah lagi dengan temuan alokasi belanja barang yang disalurkan lewat SKPD kepada masyarakat pada saat kondisi keuangan daerah sedang defisit (Habibi, Kalalinggi, & Alaydrus, 2017).

Dalam konteks pemilu, negosiasi ini terjadi karena pemilih memahami bahwa kandidat membutuhkan suara mereka karena begitu terpilih maka pemilih akan dilupakan. Pemilu memberi peluang bagi pemilih yang selama ini merasa tidak mendapatkan manfaat dari wakilnya dilembaga legislatif ataupun pemerintahan. Mereka kemudian menggunakan suara mereka sebagai alat tawar. Pemilih mengkalkulasi dengan cermat aspek aspek sosial, ekonomi, dan politik dari beberapa tawaran yang disodorkan (Schaffer, 2007). Oleh karena itu, kesepakatan antar pemilih dan politikus tidak sepenuhnya linier dan didikte oleh politikus, akan tetapi sangat kompleks.

Hal ini menunjukkan bahwa pemilih (dari kelas bawah) menyadari kekuatan daya tawar mereka terhadap politikus dan memanfaatkan situasi tersebut demi kepentingan mereka sendiri. Situasi ini dijelaskan dengan tepat oleh Laothamatas, (1996) bahwa terutama bagi pemilih dari kelas bawah, demokrasi (dan pemilu) adalah momen untuk menyeimbangkan ketimpangan yang selama ini mereka alami.

Temuan dari Lima Provinsi

Berbagai riset menemukan bahwa umumnya praktik jual beli suara tidak berjalan sendiri tetapi berkelindan dengan bentuk-bentuk lain dari relasi sosial yang manipulatif seperti klientelisme, patronase, dan terkadang disertai dengan intimidasi maupun kecurangan pemilu lainnya (Schaffer, 2007). Praktik jual beli suara acap dikaitkan dengan relasi antara kekuasaan politik dan ekonomi (Callahan, 2014), dominasi elite local (*bossism*) (Arghiros, 2001; Sidel, 2001) (maupun ketimpangan proses liberalisasi dan institusionalisasi demokrasi (Choi, 2007). Bentuk-bentuk *vote-buying* pun beragam, bisa berupa mobilisasi pemilih untuk mencoblos (*turnout buying*) atau mencegah pendukung memberikan suara (*negative turnout buying*) dengan beragam teknik.



Bagaimana kita memahami tercapainya kesepakatan antar pemilih dan kandidat? Mekanisme penentuan “harga” sebuah suara tidak mengikuti kaidah hokum permintaan dan penawaran, tetapi lebih ditentukan oleh variable-variabel yang sulit ditera. Kecenderungan yang sering terjadi adalah politikus berani menaikkan harga demi memperoleh dukungan suara. Singkatnya pasar jual beli sudah tidak mengikuti hukum pasar ekonomi (Lehoucq, 2007; Schaffer, 2007). Variabel-variabel apa saja yang berpengaruh dalam membentuk formula jual-beli suara?

Temuan awal di lima provinsi mengindikasikan beberapa variable yang membentuk formula jual beli suara. Variabel pertama terkait dengan kondisi ekonomi pemilih. Argumentasi yang kerap dikemukakan adalah pemilih yang mudah menerima uang atau barang yang ditawarkan oleh politikus ataupun broker suara karena impitan ekonomi (Choi, 2007; Hicken, 2007; Taylor, 1996). Beberapa narasumber melihat faktor ekonomi sebagai penentu penerimaan pemilih atas tawaran uang maupun barang. Penjelasan ini diungkapkan oleh Pius Rengka, seorang peserta sebuah FGD di Provinsi NTT dalam rangkaian penelitian ini.

Variabel kedua adalah ketergantungan struktural pemilih terhadap patron. Pada kondisi dimana masyarakat yang secara sosial ekonomi tergantung pada patron, seperti tuan tanah, pemilik usaha, atau tokoh sosial, maka pemilih dengan ketergantungan sosial ekonomi seperti ini akan terhegemoni dalam menentukan pilihan politiknya. Beberapa narasumber menjelaskan bahwa para pemilih yang bekerja diperkebunan atau pertambangan di Kaltim ataupun pemilih dari “kasta” bawah di Sumba, NTT, mereka tidak dengan leluasa memilih di luar kehendak patronnya karena akan menghadapi konsekuensi sosial dan ekonomi. Pemilih demikian diistilahkan sebagai *locked-in electortes* tidak mempunyai pilihan politik selain mengikuti pengarahannya (Scott, 1969).

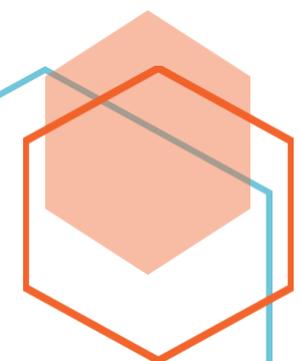
Variabel ketiga adalah *timing* atau momen pemberian uang maupun barang (Schaffer, 2007). Dari studi pendahuluan yang kami lakukan, setiap daerah memiliki karakter masing-masing. Di NAD dan NTT, pemberi pertama adalah orang yang akan dipilih karena pemilih menghargai upaya dari “pembeli” pertama. Pemberian dari politikus selanjutnya tetap akan diterima walau tidak akan dicoblos.

Kebalikannya, di Sulawesi Selatan, justru pemberi terakhir yang akan dipilih walau nominal yang diberikan lebih kecil dibandingkan pemberian-pemberian sebelumnya. Sedangkan pemilih di Kalimantan Timur dan Jawa Timur melakukan penjumlahan dari beberapa kali pemberian dan pemberi terbesar atau pemberi terakhir dengan nominal terbesar yang akan dipilih. Menurut beberapa narasumber *timing* dan nominal ini akan berbeda bobotnya jika dikaitkan dengan momen seremonial keagamaan, upacara adat, ataupun kegiatan sosial sehingga menambah kompleksitas kalkulus jual beli suara.

Temuan lain merujuk pada variabel siapa yang memberikan sebuah variable kompleks yang juga turut berpengaruh. Dengan luas daerah pemilihan dan jumlah pemilih yang tidak sedikit maka hampir mustahil sang kandidat sendiri yang membagi-bagikan uang dan barang kepada pemilih. Selain itu, hal ini tidak dilakukan guna menghindari tertangkap tangan saat sedang membagi-bagikan uang maupun sembako. Praktik ini memunculkan peran perantara atau broker suara. Akan tetapi, tidak sembarangan pemberian dari broker diterima. Studi di Taiwan (Wang & Kurzman, 2007) dan di Indonesia (Habibi et al., 2017) menunjukkan bahwa *incumbent* datang dengan membawa program-program tertentu yang bisa mendekati pemilih sehingga mereka rela menukarkan suara dengan pemberian tersebut. Broker suara kerap orang yang memiliki relasi kekerabatan dan perkawanan dengan pemilih sehingga ada ikatan emosional dengan broker tersebut. “Karena sudah menerima (pemberian), orang-orang biasa merasa berutang sehingga akan memberi suara mereka dihari pemilihan.”

Variabel asal daerah, latar belakang etnik, dan hubungan kekerabatan, juga berperan dalam penentuan dukungan dalam pemilu. Hal ini umumnya dijumpai pada daerah yang memiliki beragam kelompok etnik seperti di Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, dan NTT dibandingkan yang cenderung homogeni seperti di NAD dan Jawa Timur. Di daerah dengan komposisi etnik beragam, kecenderungan untuk menggalang dukungan dari etnik sebagai mediator dan/atau mobilisator dukungan pemilih dari etnik tertentu.

Penelitian lain menekankan variabel *relasi sosio-politik* dalam mencermati relasi antara pemilih dan “*bos local*”. Penelitian yang dilakukan oleh (Sidel, 2001),



di Filipina serta (Arghiros, 2001) di Thailand mengungkapkan kenyataan bahwa pemilih memilih kandidat ataupun mengikuti anjuran patron yang merupakan tokoh yang berpengaruh secara sosial dan politik seperti kepala desa (*village chief/barangay captain*), camat, atau tetua adat. Pendekatan seperti di atas jamak digunakan, misal di Provinsi NTT di mana pemilih mendukung kandidat yang berasal dari kasta sosio politik yang lebih tinggi. Pemilih yang berasal dari struktur sosial lebih rendah cenderung akan dapat dipengaruhi pilihan politiknya oleh orang yang berasal dari struktur sosial yang lebih tinggi.

Berbeda dengan transaksi pada pasar (ekonomi), pasar jual beli suara tidak memilih kontrak tertulis yang mengikat (secara hukum) antara pembeli dan penjual. Kandidat secara rasional akan menghindari adanya kontrak tertulis karena kekhawatiran dapat dipergunakan sebagai bukti dalam proses hukum, sehingga hanya bersandarkan pada *gentleman agreement*. Disisi lain, penjual suara (pemilih) terlindungi oleh norma kerahasiaan dari asas Luber (langsung, umum, bebas, rahasia) sehingga pilihannya di bilik suara tetap menjadi rahasia. Kandidat juga dalam posisi yang inferior terhadap broker suara, sehingga tidak jarang politikus dikelabui oleh mereka. Kondisi demikian menjadikan jual-beli suara pada dasarnya bersifat untung-untungan.

Karena sifatnya yang nir-kontrak berlandaskan hukum, maka mekanisme monitoring yang efektif (Lehoucq, 2007) sangat krusial guna memastikan bahwa pemberian akan secara positif berwujud pada dukungan suara. Hanya saja berbeda dengan beberapa Negara yang lebih canggih dalam mekanisme monitoring seperti Taiwan, Thailand, Filipina, Rusia, dan Meksiko, dari observasi kami di lima provinsi belum terdeteksi adanya “teknologi” monitoring yang canggih yang digunakan oleh politikus di kelima wilayah tersebut.

Jika kita cermati variabel-variabel yang mengkonstruksi formula jual-beli suara di atas, “peran” uang (ataupun barang) tidaklah dominan. Di luar pemahaman arus utama yang menganggap uang (atau barang) sebagai variabel utama, pada riset pendahuluan ini kami menemukan uang (barang) hanyalah satu variabel disamping tujuh variabel lainnya. Juga jelas bahwa politikus tidak berada pada posisi yang bisa mendikte pilihan pemilih. Dari penelusuran, kami mengelompokkan variabel ke



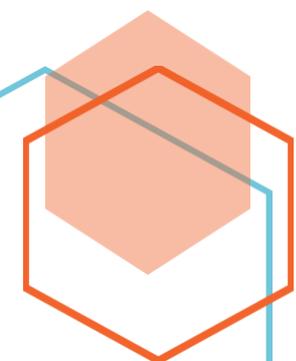
dalam beberapa *cluster*. *Cluster* pertama berkaitan dengan relasi sosial ekonomi politik antara pemilih dan kandidat yang meliputi ketergantungan sosial ekonomi, relasi sosio politik, asal daerah, latar belakang etnik, dan hubungan kekerabatan (*kinship*). Kelompok kedua berkaitan dengan karakteristik transaksi yang meliputi *timing* atau momen pemberian dan siapa yang memberikan. *Cluster* ketiga meliputi aspek legalitas dan monitoring, yakni mencakup kontrak tertulis dan mekanisme monitoring. *Cluster* terakhir adalah kondisi ekonomi pemilih yang berkaitan langsung dengan uang/ barang.

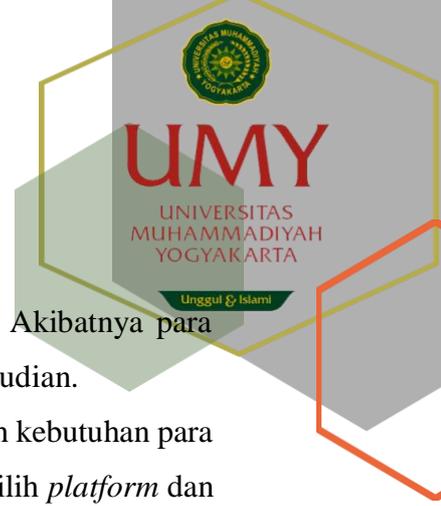
Banyak Uang bukan Jaminan Keterpilihan

Korupsi pemilu terutama jual beli suara membuat rapuh representasi politik dan menurunkan legitimasi pemerintahan. Penelusuran dalam tulisan ini menunjukkan bahwa uang (dan juga barang) bukanlah faktor penentu utama untuk memenangi pemilu. Beragam variabel membentuk hubungan antara pemilih dan politikus dan membentuk formula yang kompleks. Upaya mencegah praktik jual beli suara dalam pemilu/ Pilkada adalah usaha yang rumit. Pengalaman di Filipina dan Thailand menggambarkan ketidakmampuan para “perekayasa” sistem pemilu untuk mengentaskan praktik jual beli suara, walau sistem dan tata cara pemilu serta peraturan yang berkaitan dengan transaksi suara telah direformulasi (Schaffer, 2007), begitu pula di Indonesia (Badoh & Dahlan, 2010).

Pemilu memberi peluang bagi warga kelas bawah untuk mendapatkan material (dana) karena kebijakan dan perundangan yang dihasilkan oleh lembaga politik tidak menjamin kebutuhan real seperti layanan sosial, akses atas kapital, dan kepastian hak dan tanah. Memberikan suara saat pemilu merupakan upaya untuk menjamin akses terhadap sumber daya ekonomi dan layanan publik (Callahan, 2005). Pemilih dari kelas bawah paham bahwa pada saat pemilulah mereka bisa “mendikte” para kandidat karena begitu terpilih maka mereka akan dipinggirkan.

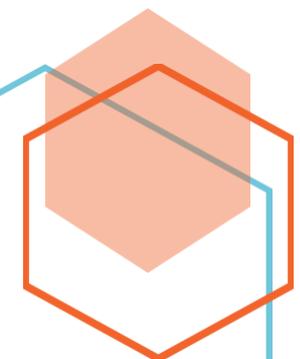
Jika selama ini gencar dilakukan *voters education*, maka menjadi penting untuk melakukan *politicians education* terutama dalam hal pilihan strategi kampanye. Politisi perlu diingatkan bahwa praktik jual beli suara sangat rumit dan tingkat keberhasilannya tidak bisa di prediksi. Walau memiliki sumber daya yang

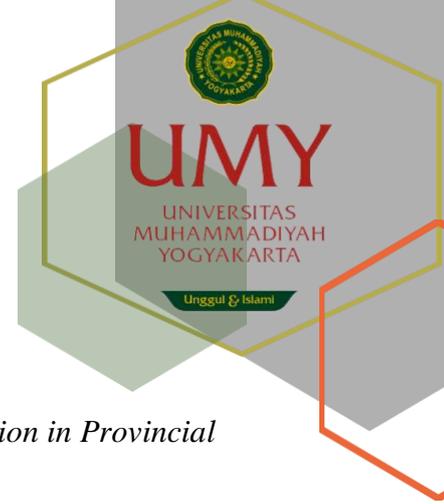




banyak sekalipun, tidak ada jaminan untuk memenangi pemilu. Akibatnya para kandidat yang melakukan jual beli suara hanyalah melakukan perjudian.

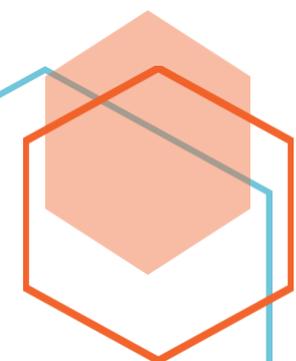
Jika kebijakan-kebijakan dan program-program menyentuh kebutuhan para pemilih dari kelas bawah, maka bisa diprediksi mereka akan memilih *platform* dan program partai yang mereka anggap mewakili kepentingan masyarakat kelas bawah (Callahan, 2005). Penyediaan layanan publik, pengelolaan sumber daya alam, serta akses terhadap modal yang dijamin oleh negara akan berdampak pada menurunnya praktik jual beli suara yang kerap justru menyengsarakan kandidat. Tawaran diatas bertujuan untuk memutus lingkaran setan *vote buying* dengan menyetarakan ketimpangan struktural. Harapannya *unequal dyadic relationship* menjadi *equal dyadic relationship*. Dan lebih penting, menghadirkan *clean politics* atau politik yang berintegritas.

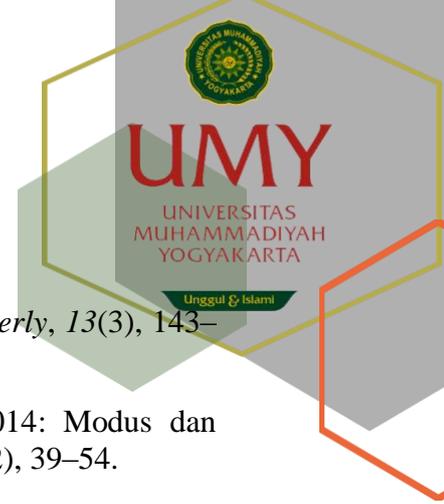




Bibliography:

- Arghiros, A. (2001). *Democracy, Development and Decentralization in Provincial Thailand*. Surrey: Curzon Press.
- Badoh, I. F. Z., & Dahlan, A. (2010). *Korupsi Pemilu Indonesia*. Jakarta: ICW Press.
- Callahan, W. A. (2005). Social Capital and Corruption: Vote Buying and the Politics of Reform in Thailand. *Perspectives on Politics*, 3(03), 355–373. <https://doi.org/10.1017/S1537592705050310>
- Callahan, W. A. (2014). The Discourse of Vote Buying and Political Reform in Thailand. *Pacific Affairs*, 32(4), 435–436.
- Carothers, T. (2002). The End of the Transition Paradigm. *Journal of Democracy*, 13(1), 5–21. <https://doi.org/10.1353/jod.2002.0003>
- Choi, N. (2007). Local Elections and Democracy in Indonesia: The Riau Archipelago. *Journal of Contemporary Asia*, 37(3), 326–345. <https://doi.org/10.1080/00472330701408650>
- Diamond, L. (1999). Developing Democracy: Toward Consolidation, 506–550. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/316974>
- Djani, L. (2012). Demokrasi Prabayar. *Analisis CSIS*, 41(1), 61–81.
- Habibi, M., Kalalinggi, R., & Alaydrus, A. (2017). Politik Anggaran Belanja Hibah dan Belanja Bantuan Sosial Calon Kepala Daerah Incumbent dalam Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2015 di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 269–282. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1256957>
- Hicken, A. D. (2007). How Effective Are Institutional Reforms? dalam Frederic Charles Schaffer (ed), *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying* (Manila: Ateneo de Manila University Press).
- Huntington, S. P. (1991). The Third Wave: Democratization in the Late 20th Century. *Journal of Democracy*, 2(2), 384. <https://doi.org/10.1353/jod.1991.0016>
- Laothamatas, A. (1996). A Tale of Two Democracies: Conflicting Perceptions of Elections and Democracy. dalam Taylor, R. (ed), *Thailand, The Politics of Elections in Southeast Asia* (Cambridge: Cambridge University Press).
- Lehoucq, F. (2007). When Does a Market for Votes Emerge? dalam Taylor, R. (ed), *Thailand, The Politics of Elections in Southeast Asia* (Cambridge: Cambridge University Press).





- Linz, J. J. (1990). Transitions To Democracy. *Washington Quarterly*, 13(3), 143–164. <https://doi.org/10.1080/01636609009445400>
- Qodir, Z. (2014). Politik Uang Dalam Pemilu-Pemilukada 2014: Modus dan Resolusinya. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Daerah*, 8(2), 39–54.
- Schaffer, F. C. (2007). How Efective is Voter Education? dalam Frederic Charles Schaffer (ed), *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying* (Manila: Ateno de Manila University Press).
- Scott, J. C. (1969). The Analysis of Corruption in Developing Nations. *Comparative Studies in Society and History*, 11(03), 315–341. <https://doi.org/doi:10.1017/S0010417500005363>
- Shirk, D. A. (2007). Voting for Autocracy: Hegemonic Party Survival and its Demise in Mexico by *Beatriz Magaloni*. *Political Science Quarterly*, 122(3), 524–525. <https://doi.org/10.1002/j.1538-165X.2007.tb01673.x>
- Sidel, J. T. (2001). Bossism and Democracy in the Phillipines, Thailand and Indonesia: Towards an alternative Framework for the Study of ‘Local Strongmen. dalam Frederic Charles Schaffer [ed.], *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying* (Manila: Ateno de Manila University Press).
- Taylor, R. H. (1996). *The Politics of Elections in Southeast Asia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thompson, M. R. (2007). The Dialectic of “Good Governance” and Democracy in Southeast Asia: Globalized Discourses and Local Responses. *Globality Studies Journal*, 10(May 1998), 1–19.
- Wang, C.-S., & Kurzman, C. (2007). The Logistics: How to Buy Votes. dalam Frederic Charles Schaffer [ed.], *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying* (Manila: Ateno de Manila University Press).

