

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Ilmu marketing mix dalam dunia politik sudah lazim digunakan terlebih dalam hal pemasaran ide, gagasan dan program kerja dari partai koalisi atau kandidat kepada masyarakat menjadi lebih nyata. Nyata karena masyarakat dapat melihat produk apa yang dipasarkan dari pasangan calon tersebut, bagaimana promosi yang dilakukan sehingga dapat dengan baik diterima masyarakat, berapa biaya yang dikeluarkan selama proses pilkada berlangsung dan bagaimana penempatan produk, promosi dan harga sehingga sampai pada konstituennya. Berikut ini beberapa Produk, Promosi, harga dan tempat yang dilakukan pasangan paket Desa Sejahtera pada Pilkada Kabupaten Timor Tengah Utara:

Produk politik yang ditawarkan pasangan paket Desa Sejahtera, kesejahteraan masyarakat sangatlah penting bagi paket Desa Sejahtera sehingga pasangan calon bupati dan wakil bupati akan bekerja untuk masyarakatnya. Yang ditawarkan dalam program kerja adalah pembangun pertanian, pengembangan Pendidikan, pengembangan kesehatan, peningkatan kapasitas birokrat pemerintahan daerah, pengembangan dan penataan kota dan tujuan yang paling utama adalah bagaimana masyarakatnya tinggal di rumah layak huni dan bagaimana masyarakatnya tidak tergolong dalam angka kemiskinan dan bagaimana masyarakatnya tidak lagi kekurangan air bersih. Maka dari itu paket Desa akan menyediakan rumah layak huni yaitu

terima kunci, dan program ternak sapi dan akan menyediakan bak air kepada masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara.

Promosi yang dilakukan oleh pasangan paket Desa Sejahtera yakni melalui media masa dan media cetak. Media masa yang digunakan pada saat itu adalah Tv, Facebook, WhatsApp, Instagram dan media cetak seperti Masker, Kostum, Stiker, Baliho, Spanduk. Sehingga pada saat itu para masyarakat pendung mengenal bakal calon dan memenangkan paket Desa Sejahtera.

Harga atau biaya sangatlah penting dalam pilkada Kabupaten Timor Tengah Utara seluruh pendukung paket Desa Sejahtera bekerja secara kolektif, kolegiat dalam menyimpulkan dana untuk meyukseskan kegiatan pilkada pada tahun 2020 dan paket desa juga tidak menolak uluran tangan dari kerabat yang mejumbangkan dana untuk pilkada tersebut. Dana yang dibutuhkan Paket Desa Sejahtera berkisar 1 miliar keatas.

Tempat pasangan paket Desa Sejahtera seluruh bagian masyarakat tanpa terkecuali. Pasangan paket Desa Sejahtera ini mewakili berbagai lapisan masyarakat baik dari tingkatan usia, pekerjaan, suku dan agama. dari 24 Kecamatan yang ada di Kabupaten Timor Tengah Utara mendukung bapak David Juandi dan bapak Eusabius untuk menjadi pemimpin tertinggi Kabupaten Timor Tengah Utara meskipun tidak 100% mendukung. Kecamatan yang banyak memenangkan bupati dan wakil bupati ada beberapa kecamatan yaitu: Kota Kefamenanu dengan jumlah 11.347 suarah, Biboki Anleu 4.695 suara, Miomafo Timor 4.149, Biboki Utara 3.478, Biboki Moenleu 2.404,

Biboki Selatan 2.256, Insana Utara 2.217, Bikomi Selatan 1.804, Naibenu 1.662, Biboki Tanpah 1.567, Bikomi Tengah 1.430, Insana Barat 1,408, Biboki Faotleu 1,326, Biboki Utara 1,305 Insana Tengah 1,217, Insana 1,110, Bikomi Nilulat 848, Musi 442, Mutis 992, Insana Fafinesu 416, Noemuti 726, Miomafo Barat 1,464, Noemuti Timur 175, Miomafo Tengah 448.

Pada tanggal 23 Januari tahun 2021 melalui rapat pleno Ketua KPU Kabupaten Timor Tengah Utara menetapkan bapak David Juandi dan bapak Eusabius Binsasi sebagai **Bupati dan Wakil Bupati pada pilkada tahun 2020.**

## 5.2 Saran.

Meskipun peneliti telah Menyusun penelitian sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam peneliti ini dengan segala keterbatasannya. Berikut adalah saran yang diajukan oleh peneliti.

1. Untuk partai koalisi agar tetap mempertahankan kekompakan, kerja sama dan mempertahankan strategi yang ada sehingga bisa memenangkan kandidatnya pada periode berikut.
2. Untuk kedua figur yang memenangkan pilkada tahun 2020 agar tetap mempererat hubungan antara partai koalisi,
3. Untuk keberhasilan yang telah dicapai oleh Bupati dan Wakil Bupati terpilih agar menjalankan program kerja yang telah dibuat agar tetap menjaga kepercayaan masyarakat pemilih dan membawahkan Kabupaten Timor Tengah Utara menjadi lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rachman, bArifin. 2001. *Administrasi Pemerintahan Dalam Pembagian*. Jakarta: CV. Haji Mas Agung
- Arbit Sanit. 1985. *Perwakilan Politi kIndonesia*, Penerbit CV. Rajawan. Yokyakarta
- Asshiddiqie, Jimly. 2006. *Perkembangan dan konsolidasi Lembaga Negara pasca Reformasi*. Jakarta: Konstitusi Pers
- Budiarjo, Mariam. 2008. *Dasar-dasar ilmu politik*. Gramedia Pustaka utama. Jakarta (Hal 404, 405)
- Carl J. Frederich, Arifin. 2008. *Dasar – Dasar Ilmu Politik*, PT. Gramedia Utama, Jakarta
- Firmanzah, *Marketing politik: Antara Pemahaman dan Realita* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.- 2021)
- Harris, P.2001.*To Spin Or Not to Spin That is The Question, The Emergence of Modern Political Marketing*, The Marketing Review 2, pp.35-53.
- Irtanto, 2008. *Dinamika Politik Lokal: Era Otonomi Daerah*. Yokyakarta: Pustaka Belajar
- Miles dan Huberman.1992. *Analisis Data Kuantitatif* (diterjemakan oleh: Tjetp Rohedi Rosidi) Jakarta: Universitas Indonesia
- Sigmund Neumann, *Modern Political Parties dalam Comparative Politics: A Reader*, edited oleh Haryy Eckstein dan David E. Apter (London: The Free Press of Glencoe, 1963)
- Sugiono, Arif, 2013. *Strategic Marketing*. Ombak dua. Yokyakarta
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian, Bandung*: CV Alfa Beta
- Wring, D. 1997. *Reconciling Marketing with Political Scince, Theories Of Political Marketing*, Jurnal of Marketing Management vol 13, pp, 651-663
- Zuhro, R. Siti, dkk. *Demokras Lokal, Perubahan dan Kesenambungan Nilai- Nilai Budaya Politik Lokal Di Jawa Timur, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan dan Bali*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2009.

**Sumber lain:**

Undang-undang No. 2 Tahun 2011

Undang-Undang No.6 Tahun 2005

Undang-Undang No.32 Tahun 2004