

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, strategi pemenangan yang digunakan oleh kandidat Ibu Gaudentia Tin dalam memenangkan pilkades di Desa Wemeda yaitu menggunakan strategi pemasaran politik yang terdiri dari produk politik, promosi, price dan place yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk Politik

Dalam memenangkan pilkades, Produk utama yang ditawarkan oleh kandidat ibu Gaudentia Tin Bersama para tim suksesnya kepada masyarakat berupa pembentukan visi-misi, visi-misi yang ditawarkan kepada masyarakat disesuaikan dengan masalah yang terjadi di masyarakat dan apa yang dibutuhkan masyarakat, selain pembentukan visi-misi beliau juga selalu menumbuhkan sikap atau perilaku yang baik dengan masyarakat.

2. Promosi atau kampanye

Langkah awal dalam melakukan promosi atau kampanye adalah dengan membentuk tim sukses yang diambil dari kalangan masyarakat yang memiliki pengaruh, kemudian mendekati diri dengan para tokoh adat dan tokoh masyarakat setelah itu baru mulai melakukan kampanye

dengan membawahi produk politiknya untuk ditawarkan kepada masyarakat. Promosi yang dilakukan melalui tatap muka secara langsung dengan masyarakat dimana kandidat dan para tim suksesnya turun langsung kelilingan masyarakat dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang sederhana sehingga masyarakat bisa dapat mengerti hal apa yang disampaikan dan tertarik untuk memberikan dukungan.

3. Price

Citra positif yang ditunjukkan oleh kandidat Ibu Gaudentia Tin adalah orang yang jujur, memiliki sikap yang baik, sederhana. Untuk memberikan citra yang baik kepada masyarakat sudah dilakukan oleh Ibu Gaudentia Tin jauh sebelum melakukan pencalonan Kepala desa dengan sering berinteraksi, menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, menghadiri acara-acara yang dilaksanakan di Desa dan turut serta dalam kegiatan masyarakat. Karena beliau selalu berlaku baik dengan Masyarakat maka Masyarakat dapat percaya bahwa dengan memilihnya sebagai pemimpin maka bisa merubah kehidupan Masyarakat kearah yang lebih baik.

4. Place

Meskipun ada sebagian masyarakat yang tidak mendukung kehadiran ibu Gaudentia Tin dalam bidang politik, tetapi ada banyak masyarakat yang mendukung karena selama ini pemimpin laki-laki kurang melakukan pembangunan. Oleh karena itu, masyarakat memilih

pemimpin perempuan untuk melihat perubahan dalam pembangunan, sehingga masyarakat memberikan dukungan sehingga beliau bisa lolos dalam pemilihan umum.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran yang dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Adanya sistem budaya patriarki yang masih saja mengakar dilingkungan masyarakat menyebabkan kehadiran kaum perempuan untuk terjun dalam dunia politik menjadi sangat kurang, sehingga diharapkan untuk tidak jadikan budaya patriarki sebagai penghalang untuk maju, sebaiknya kaum perempuan yang merasa memiliki kemampuan dalam urusan politik harus dikembangkan.
2. Saat ini perempuan yang terlibat dalam dalam bidang politik masih sangat rendah untuk itu harus ada dukungan dari keluarga maupun masyarakat pada umumnya sehingga partisipasi perempuan dalam bidang politik bisa semakin meningkat, dan kedudukannya bisa setara dengan laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Althoff, Philip dan Michael Rush. 2021. *Pengantar sosiologi politik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fandy Tjiptono. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta.
- Firmanzah. 2008. *Marketing politik antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia.
- Hidayat, Ayi. 2010. *Managemen Strategik*. Bandar Lampung. Pusat Penerbitan Lembaga Penelitian Universitas Lampung.
- Kotler Armstrong, 2019. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Marrus, Stephanie. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Moleong, J. Lexy, 2010. *Metode penelitian kualitatif*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik, khalayak dan efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurcholis, Hanif. 2011. *Pertumbuhan Dan Penyelenggaraan Pemerintah Desa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nursal. 2004. *Politik Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye DPR, Presiden*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarundajang, (2002:5). *Keberadaan Pemerintah Dalam Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan.
- Siagian, Sondang P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksar.
- Slamet. 2003. *Pemberdayaan masyarakat dalam membentuk pola perilaku manusiapembangunan*. Bogor:IPB Press.
- Stanton, William, 1996. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid ke 2. Edisi ke 7. Erlangga: Jakarta.
- Wahid, Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Widjaja, H.A.W. 2003. Dalam bukunya “*Otonomi Desa*” tentang pemerintah desa. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Jurnal:

- Masbah, Hilaliah. (2021). Strategi pemenangan kepala desa dalam pemilihan kepala desa (pilkades) di desa kalikun kecamatan astambul kabupaten banjar tahun 2021. *Jurnal ilmu administrasi publik uniska*.
- Sofyan, Agus. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pemilihan kepala desa (pilkades) di desa sukamulaya kecamatan rumpin kabupaten bogor. *Jurnal ilmu administrasi negara. Vol 8. No. 1*
- Sugiman. (2018). Pemerintahan desa. *Jurnal binamulia hukum universitas suryadarma. Vol 7. No 1.*
- Sulistiowati, Ratna. (2015). Strategi Pemenangan Kandidat Kepala Desa (Studi Kasus Kemenangan Polisi Dalam Pemilihan Kepala Desa 2015 Di Desa Kebasen Kecamatan Kebasen Kabupaten Banyumas). *Unnes political science journal, Vol. 2, No. 1.*
- Surahmadi, S. 2016. Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idza-Narjo Dalam Pemilukada Kabupa ten Brebes Periode 2012-2017. *Politika: Jurnal Ilmu Politik, 7(2), 91-111.*
- Sutrisno. Dkk. (2018). Komparansi Teori Marketing Politik 4P Menurut Niffenegger dan 3P menurut Adam Nursal. *JPPUMA: jurnal ilmu pemerintahan dan sosial politik UMA (Journal of Governance and political ssosial UMA. Vol 6. No. 2*
- Syarifudin, Imam Tengku Dkk. 2019. Strategi Pemenangan Kepala Desa Terpilih Pada Pemilihan Kepala Desa Santan Tengah Kecamatan Marang Kayu Kabupaten Kutai Kertanegara Tahun 2016. *Journal Pemerintahan Integratif. Vol 7. No 1.*

Undang-Undang Dan Peraturan Peraturan:

Undang-Undang (UU) Nomor 6 tahun 2014 tentang Pemerintahan Desa

Undang- Undang Dasar (UUD) 1945 pasal 28, hak warga negara dan penduduk untuk berserikat.

Undang – Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal 34 ayat 1 dan 2 tentang pemilihan kepala desa

Undang – Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal 33 Tentang Syarat Menjadi Bakal Calon Kepala Desa

Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 84 Tahun 2015 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja (SOT) Pemerintah Desa.

Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 112 Tahun 2014 Tentang Tahapan-Tahapan Dalam Pemilihan Kepala Desa.

Peraturan Bupati (Perbup) Malaka Nomor 31 Tahun 2022 Tentang Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Serentak.

Peraturan Bupati Malaka Nomor 31 Tahun 2022 Pada Pasal 17 Ayat 2, Tentang Persyaratan Menjadi Calon Kepala Desa.