

Jurnal Integritas KPK Juni 2019

By Robi Cahyadi

WORD COUNT

5097

TIME SUBMITTED

02-AUG-2019 11:06AM

PAPER ID

49233296

Strategi Sosial Pencegahan Politik Uang di Indonesia

30 Robi Cahyadi Kurniawan, Dedy Hermawan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

robi.cahyadi@fisip.unila.ac.id, dedy.hermawan@fisip.unila.ac.id

Abstract

Money politics in elections and local elections is a phenomenon that is prevalent in procedural democracies in Indonesia, especially since the direct elections in 2004. Voters are very familiar with the term money politics and also do not hesitate to accept gifts in the form of money and goods. This paper tries to offer an effort to prevent the practice of money politics seen from the sociological and psychological aspects of voters, by providing an understanding of cognitive and affective aspects to instill in the minds of voters that money politics is a crime and a fundamental violation of ethics and morals. Voters in electoral practice can be influenced by their choices if they are given goods assistance or giving money. Relations or relationships between candidates and voters occur in terms of voting, providing services and personal activities, providing goods, providing projects, electoral fraud, identity appearance and raising funds for candidates for regional head candidates. The voter's social capital and local wisdom are expected to reduce the practice of money politics.

Keywords: Social Capital, Local Wisdom, Money Politics

Abstrak

Politik uang dalam pemilihan umum dan pemilihan lokal merupakan fenomena yang marak terjadi dalam demokrasi prosedural di Indonesia, terutama sejak pemilihan langsung tahun 2004. Pemilih sudah sangat faham dengan istilah *money politics* dan juga tidak sungkan untuk menerima pemberian dalam bentuk uang dan barang. Tulisan ini mencoba menawarkan upaya untuk mencegah praktik politik uang dilihat dari sisi sosiologis dan psikologis pemilih, dengan memberikan pemahaman dari sisi kognitif dan afektif untuk menanamkan dalam benak pemilih bahwa politik uang adalah sebuah kejahatan dan pelanggaran etika serta moral yang mendasar. Pemilih dalam praktik pemilu dapat dipengaruhi pilihannya jika diberi bantuan barang atau pemberian uang. Relasi atau hubungan antara kandidat dan pemilih terjadi dalam hal pembelian suara, penyediaan layanan dan aktivitas pribadi, penyediaan barang, pemberian proyek, kecurangan pemilu, penampilan identitas dan penggalangan dana para kandidat calon kepala daerah. Modal sosial pemilih serta kearifan lokal di seluruh daerah di tanah air diharapkan dapat mereduksi praktik politik uang.

Kata kunci: Modal Sosial, Kearifan Lokal, Politik Uang

Pendahuluan

Pemilu sebagai representasi demokrasi merupakan peristiwa penting yang menghubungkan kandidat dengan pemilih. Persaingan dalam memenangkan hati masyarakat dalam pemilihan dilakukan dengan berbagai cara. Cara yang demokratis dilakukan dengan menjual visi, misi, program dan kegiatan calon kepala daerah kepada pemilih. Cara lain adalah menggunakan rekam jejak para kandidat calon yang baik dan bisa dilihat serta dirasakan masyarakat pemilih sebagai pilihan bijak dalam memilih dalam pilkada. Namun, ada banyak kandidat yang menggunakan cara kotor dengan kampanye hitam dan pembelian suara dengan cara memberi uang atau barang kepada calon pemilih.

Hampir semua ilmuwan politik sepakat bahwa politik uang adalah fenomena berbahaya dan buruk bagi demokrasi, karena bisa mengaburkan prinsip kejujuran dan keadilan dalam pemilihan. Maraknya politik uang dalam berbagai pemilihan di Indonesia telah memberikan penilaian yang buruk terhadap proses demokrasi di negeri ini. Indonesia setelah orde baru pernah dianggap sebagai negara demokrasi, bahkan negara demokrasi baru (Kelly dan Hill, 2007:7). Belakang Indonesia lebih dikategorikan sebagai negara yang masih berada pada zona transisi demokrasi. Mietzner dalam Marco dan Ufen, (2009:124) mengatakan bahwa Indonesia mengarah pada rezim demokrasi dengan kualitas rendah.

Henk Schulte Nordholt dalam Harris (2005:29) menyatakan bahwa desentralisasi kekuasaan dari pemerintah pusat ke daerah agar pemerintah daerah lebih demokratis justru menegaskan budaya patrimonial. Pendapat lain menyimpulkan bahwa desentralisasi dan demokratisasi di tingkat lokal ikut memperkaya praktik premanisme (Hadiz,

2010:120) menyimpulkan bahwa politik uang dalam berbagai bentuknya telah menjadi permainan politik utama di kota dan desa di Indonesia saat ini.

Studi tentang perilaku pemilih di Indonesia telah dilakukan, baik selama orde baru (antara lain: Mulkan, 1989, Ghaffar, 1992; Kristiadi, 1996) dan era orde baru (seperti Taqwa, 2004; Liddle and Saiful Mujani 2007 & 2010). Namun penelitian tersebut nampaknya tidak terfokus pada pembahasan tentang politik uang.

Studi tentang perilaku pemungutan suara secara umum mempelajari bagaimana pemilih membuat pilihan dalam pemilihan umum dan faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan pemilih. Model teorinya didasarkan pada tiga faktor utama yang mempengaruhi pemilih; model psikologi sosial, model pilihan rasional, model sosiologis. Model sosiologis adalah perilaku pemilih yang menempatkan faktor sosiologis seperti kesamaan asal negara, agama, dan jenis kelamin dalam menentukan pilihan politik. Model psikologi-sosial; pemilih cenderung berpijak pada kedekatan dengan partai politik tertentu. Sementara model pilihan rasional memprioritaskan keuntungan yang didapat oleh pemilih dan kelompoknya (Evans, 2004: 13).

Ketiga model perilaku memilih di atas pada dasarnya dikategorikan berdasarkan faktor-faktor yang menentukan perilaku determinan (*voting determinants*) seseorang atau kelompok orang (lihat Niemi 2008: 13-15; Evans, 2004; 6-89; Heywood, 2007: 265- 269; Liddle dan Mujani, 2007). Namun, selain kategorisasi ke dalam model ini, perilaku memilih juga dapat melalui konsep: (1) kepatuhan pemilih (Schaffer, 2005: 3-4; Schaffer, 2007: 17-29); (2) loyalitas pemilih a (Hirschman, 1970; Anderson dan Srinivasan, 2003; Evans, 2004; Bratton, 2008: 15; Bartels, 2008; 14;

Scaffer, 2007: 185); (3) keputusan untuk memilih atau memilih pilihan tertentu (lihat Redlawsk, 2006: 3-8; Evans, 2004: 4; Vicente 2007: 18; Woshinsky, 2008: 102-132; Zulkerman, 2005; 229).

Indikasi politik uang sebagai ancaman serius bagi kelangsungan demokrasi yang berkualitas dan pemerintahan yang bersih perlu dipelajari secara mendalam. Misalnya, dari 118 negara demokrasi di dunia, Indonesia masih dianggap sebagai kelompok negara yang memiliki transparansi rendah dalam pengelolaan dana kampanye dalam pemilihan (Ward, 2003:30).

Praktik politik uang didasarkan pada dua sub variabel, yaitu pemahaman politik uang dan pengalaman pemilih terkait politik uang (lihat Brusco, et al, 2004: 69; Schaffer, 2004: 84; Vicente 2007: 14; juga Lingkaran Survey Indonesia, 2010: 14). Sepertinya sesuai dengan pendapat Woshinsky (2008 :132) bahwa keputusan untuk memilih dalam sebuah kontestasi politik pada akhirnya ditentukan oleh pengalaman dan pemahaman pemilih itu sendiri.

Sejauh ini pengaruh politik uang terhadap perilaku pemilihan tetap menjadi teka-teki, karena alasan semacam itu, pemilihan bersifat sukarela dan rahasia sehingga pemberi uang atau materi sebenarnya tidak dapat mengendalikan pilihan pemilih secara politis (Stokes, 2005:315). Pendapat lain menyatakan, pengaruh uang terhadap proses politik berbeda di setiap komunitas, tergantung pada karakteristik sosial dan budaya masyarakat yang bersangkutan (Schaffer, 2007:25).

Studi tentang perilaku politik uang di Indonesia belum terlalu banyak. Studi politik uang diantaranya; studi Rifai (2003:7) yang meneliti tuduhan politik uang dalam pemilihan gubernur di beberapa daerah melalui media massa, namun tidak cukup rinci untuk

melakukan penggalan. Studi Lesmana yang meneliti pemilihan gubernur langsung di Sumatera Barat dan Kepulauan Riau menyimpulkan bahwa praktik politik uang diyakini ada namun sangat sulit untuk dibuktikan (Hidayat,2007:224). Studi serupa disampaikan Mietzner dalam kasus pemilihan di Sulawesi Utara, yang juga menyimpulkan hasil yang sama mengenai pengaruh politik uang yang kuat dalam pemilihan, dan tidak secara jelas menjelaskan hubungan antara uang politik dengan perilaku memilih (Marco dan Uffen, 2009:124). Studi Nurdin (2014:15) juga menjelaskan dengan baik tentang perilaku politik uang dalam pemilihan Gubernur Banten tahun 2011 di Pa³⁶glang. Penelitian yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bandung Barat (2014) tentang politik uang dalam pemilihan legislatif tahun 2014. Studi lain juga dilakukan oleh KIP Aceh Bireuen (2015:21) mengenai politik uang pada Pemilu 2014.

Studi Barendscoot & Purba (2014, www.insideindonesia.org) menggambarkan politik uang terjadi pada pemilihan Gubernur Lampung tahun 2014, hasil penelitian telah terjadi kolaborasi antara perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam *Sugar Group Company (SGC)* dengan calon gubernur Lampung yaitu M. Ridho Ficardo, dengan menggunakan pengaruh dan kekuatan uang, terutama pembagian gula pasir di wilayah Lampung dalam pemilihan Gubernur Lampung tahun 2014. Pemilihan Gubernur Lampung 2018 yang lalu juga tidak lepas dari praktik politik uang.

Maraknya praktik politik uang tidak hanya diselesaikan dengan cara-cara hukum dengan pendekatan yuridis formil seperti y³⁵; tertuang dalam perundangan tentang pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah di Indonesia. Hal ini

menjadi sebuah permasalahan dalam upaya mencegah dan mereduksi praktik politik uang di Indonesia. Banyak kasus politik uang yang tidak dapat diselesaikan dalam ranah hukum baik pidana maupun perdata. Tulisan ini mencoba menawarkan konsep pencegahan dengan pendekatan sosial politik, yaitu melalui modal sosial serta kearifan lokal yang lebih bernuansa sosiologis serta psikologis terhadap para pemilih khususnya.

Pembahasan

Ragam Konsep Politik Uang.

Istilah politik uang sering digunakan untuk menggambarkan fenomena politik yang berkenaan dengan penggunaan uang atau barang dalam pelaksanaan pemilihan umum. Pemilih diharapkan lebih memilih kandidat tertentu dengan pemberian uang atau barang, dibandingkan dengan melihat indikator lain seperti kredibilitas, kepribadian, dan pengalaman kandidat calon dalam politik. Pemilu di Amerika Serikat sering terlihat dalam konteks kampanye sejumlah donor menyumbangkan sejumlah besar uang ke partai politik tertentu atau calon presiden atau calon gubernur untuk melindungi kepentingan bisnis para donor. Di Filipina, politik uang dapat didefinisikan sebagai penggunaan uang atau kompensasi dalam kegiatan pembelian suara secara langsung untuk mempengaruhi suara pemilih dan mendukung kandidat yang menyumbangkan dana (Liacco dan Teresita, 2000:94).

Salah satu definisi politik uang yang sering dikutip banyak kalangan seperti yang disampaikan Etzioni-Halevy adalah 'pertukaran dukungan politik dengan keuntungan material pribadi atau penggunaan uang dan manfaat langsung untuk mempengaruhi pemilih (Shari dan

Baer, 2005:4). Kedua pengertian di atas adalah membeli suara yang menekankan pada tujuan, yaitu untuk mendapatkan konten yang dipersonalisasi atau secara langsung kepada pemilih sebagai pertukaran dengan dukungan politik.

Definisi yang hampir sama yang diberikan oleh Fox, yang menafsirkan pembelian suara atau politik uang sebagai "pertukaran hak politik untuk keuntungan material material (Fox, 1994 :151). Terjadi dalam pemilihan dan juga terjadi dalam persaingan politik non-elektoral. Fox tidak terlalu peduli dengan tujuan pembelian suara, namun lebih memperhatikan aspek pertukaran antara kandidat dengan pendukung politiknya.

Dalam konteks Indonesia, Supriyanto (2005:3) menyajikan dua pemahaman politik tentang uang. Pengertian pertama mengacu pada praktik politik uang, yang dia sebut 'pertukaran dengan posisi atau kebijakan atau keputusan politik'. Pemahaman terhadap praktik politik uang yang jauh lebih istimewa, yaitu 'memilih secara langsung kepada pemilih, berbentuk biaya transportasi kampanye, pembelian uang/barang, distribusi makanan atau semen untuk membangun tempat ibadah, serangan fajar dan lainnya. Definisi pertama mengacu pada acara atau kompetisi politik non-elektoral, yang tidak secara langsung melibatkan pemilih. Definisi kedua jelas menunjuk pada pemilihan umum dengan pelaku politik yang melibatkan banyak uang, para kandidat dan pemilih, namun dengan bentuk transaksi yang lebih beragam.

Dalam konteks pemilihan, pelaku politik uang dapat dilibatkan setidaknya memiliki lima kepentingan yang berbeda, yaitu; pemilih, kandidat, partai politik, administrasi pemilihan, dan penyandang dana (pengusaha, donor). Barang dipertukarkan baik secara tunai maupun bahan lainnya untuk ditukar dengan

posisi, keputusan, atau keputusan politik (Supriyanto, 2005:3).

6 Dalam konteks pemilihan, ada empat lingkaran politik uang. Pertama, transaksi antara elit ekonomi (6 milik uang) dengan calon kepala daerah. Kedua, transaksi antara calon kepala daerah dengan partai politik yang memiliki hak untuk mencalonkan. Praktik ini dirangkum oleh Buehler dan Tan (2007:169) sebagai "partai-partai yang 6 enggerogoti uang dari calon-calon". Ketiga, transaksi antara kandidat dan tim kampanye dengan petugas pemilu yang memiliki wewenang untuk menghitung suara. Tujuannya adalah untuk menambahkan suara melalui cara yang tidak sah. Keempat, transaksi antara calon atau pemilih dengan tim kampanye membentuk pembelian yang masuk akal. Para kandidat calon membagikan uang langsung kepada calon pemilih dengan harapan mendapatkan suara instan (Supriyanto, 2005:4).

Setidaknya ada tiga alasan mengapa politik uang harus dianggap sebagai praktik ilegal dalam kontes politik di Negara Bagian (Ward, 2003 :2). Alasan pertama, pembelian suara paling mendasar dinilai mengurangi penerapan prinsip keadilan dalam pemilihan. Rasionalitas pemilih dalam menilai kualitas calon (individu atau partai politik) bisa terganggu. Peserta menawarkan iming-iming uang atau materi lainnya. Ketidakadilan terjadi karena pemilih memiliki kemampuan ekonomi yang berbeda satu sama lain. Argumen ini didasarkan pada studi Buchanan dan Tullock, (1999:274) yang menggambarkan hubungan antara kelayakan ekonomi dan keterampilan politik dari perspektif pemilih.

Alasan kedua; politik uang dianggap mencemari proses pemilihan sehingga mempengaruhi keseluruhan kualitas demokrasi. Daya tawar uang dapat

membuat pemilih mengabaikan evaluasi indikator objektif (Ward, 2003:5).

Alasan ketiga lebih praktis, penggunaan uang yang tidak legal bisa mendorong korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan. Pengalaman di sejumlah 14 negara Afrika Barat menunjukkan bahwa uang yang digunakan untuk membeli suara berasal dari penyelundupan dan kegiatan yang tidak sah (Vicente dan Leonard, 2009:295). Di negara-negara Asia Timur dan Tenggara, seperti Jepang, Taiwan, Korea Selatan, Filipina dan Thailand, politik uang sering dikaitkan dengan korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan (Austin dan Maja, 2004:57), bahkan di Amerika Latin praktik jual-beli suara yang dilakukan oleh kartel obat bius mencoba menempatkan orang di jabatan publik melalui pemilihan umum (Hoddes, 2004:76).

Schaffer (2008: 198) mengatakan setidaknya ada empat jenis motivasi diantara para pemilih mengapa mereka menerima tawaran politik uang. Pertama, kebutuhan ekonomi jangka pendek para pemilih melihat keuntungan pribadi sesaat. Kedua, rasa khawatir tentang kemungkinan pembalasan dari kandidat jika pemilih menolak tawaran politik uang. Ketiga, terkait rasa kewajiban pribadi mereka kepada broker (tim sukses) yang telah memberikan uang atau barang, biasanya terdiri dari orang dekat, teman, atau anggota keluarga. Keempat, keyakinan bahwa politik uang merupakan tanda kebajikan atau bukti kesadaran calon pemilih. Motif ketiga dan keempat adalah satu penjelasan mengapa politik uang seringkali sulit dihilangkan.

Politik Uang di Indonesia.

Berdasarkan beberapa penelitian berbasis metode survei ditemukan beberapa praktik politik uang di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah penelitian dilakukan oleh Founding

24

Fathers House (2012) pada tanggal 9 Mei s/d 9 Juni 2015 di 5 kotamadya di Prov DKI Jakarta. Populasi dari survei ini adalah penduduk Indonesia yang telah berusia 17 tahun dan/atau belum 17 tahun tetapi sudah menikah, dan bukan TNI/Polri aktif. Sampel diperoleh melalui teknik pencuplikan *multistage random sampling*. Jumlah sampel 2000 responden, MoE ± 2.19 pers⁵, dan pada tingkat kepercayaan 95 persen. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara tatap muka dengan bantuan pedoman kuisioner. Penentuan responden dalam setiap KK menggunakan metode Kish Grid.

Didapatkan hasil sebagai berikut dengan pertanyaan; Apakah Bapak/Ibu/Saudara akan menerima atau menolak pemberian sesuatu seperti uang atau barang dari kandidat kepala daerah/timses/relawan? Sebanyak 52,4 % menerima, 31,5 % menolak dan 12,5 % tidak menjawab. Pertanyaan lanjutan; dalam bentuk apa yang biasa Bapak/Ibu/saudara terima? sebanyak 88,2 % dalam bentuk uang dan 11,8 % dalam bentuk barang.

Survei yang dilakukan pada pemilihan kepala daerah serentak pada gelombang pertama 9 Desember 2015 yang dirilis oleh *Founding Fathers House* (2016). Survei dilakukan 12-29 Oktober 2015 di 15 kecamatan di Kabupaten Lamongan, jumlah sampel 400 responden, MoE ± 4.9 persen, dan pada tingkat kepercayaan sebesar 95 persen dengan teknik *multistage random sampling*. Didapatkan hasil 60,5 % menerima politik uang, 21% menolak, dan sisanya 18,5 % tidak menjawab. Sebanyak 87 % menerima dalam bentuk uang, dan 13 % menerima dalam bentuk barang.

Pemilihan kepala daerah serentak pada gelombang kedua, 15 Februari 2017, survei kembali dilakukan oleh *Founding Fathers House* (2017:1-30). Survei

dilakukan pada tanggal 15 November sampai dengan 23 Desember 2015 di 17 kecamatan di Kabupaten Brebes, jumlah sampel 400 responden, MoE ± 4.9 persen, dan pada tingkat kepercayaan sebesar 95 persen dengan metode *multistage random sampling*. Hasilnya sejumlah 71% responden mengaku akan menerima politik uang, 29% responden menolak politik uang, sebesar 80% responden menginginkan dalam bentuk uang, sisanya 20% responden memilih dalam bentuk barang.



Sumber: *Founding Fathers House* (2017)

Gambar 1: Politik Uang di Indonesia

Survei persepsi publik Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) pada 2013 lalu menghasilkan data sebesar 71,72 persen masyarakat menganggap politik uang sebagai kelumrahan. Survei yang dilakukan terhadap 1.200 responden ini menunjukkan, masyarakat cenderung memilih calon pemimpin terutama berdasarkan faktor perilaku dan karakter sebesar 22,38 %. Faktor kompetensi berada di urutan kedua sebesar 16,48 % dan kedekatan masyarakat pada posisi ketiga 13,93 %. Penulis beserta kolega R. Sigit Krisbintoro juga pernah melakukan penelitian tentang politik uang pada 2012 di beberapa kabupaten dan kota di Provinsi Lampung. Salah satu hasilnya, sebesar 25 % pemilih akan mengubah pilihannya dalam pemilu jika diberikan imbalan uang atau barang.

Pola pikir permisif dalam masyarakat Indonesia juga disebabkan oleh ingatan jangka pendek masyarakat kita, budaya membaca dan menulis yang lemah, sehingga kejadian dan peristiwa yang merupakan rekam jejak politikus dan pejabat bermasalah tidak diingat dengan baik dan cenderung dilupakan, tatkala ingat sudah menjadi masa lalu dan dilupakan. Rekam jejak pemimpin yang bersih dari korupsi dilupakan, kejelasan antara kepemilikan harta dan profil jabatan yang merupakan faktor yang menentukan seseorang layak menjadi pemimpin atau tidak juga tidak dipermasalahkan. Fenomena ini menunjukkan kemalasan di masyarakat kita untuk menelusuri rekam jejak dan profil harta calon peserta pemilu.

Dalam konteks pilkada, menurut Bawaslu, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat cenderung permisif dengan praktik politik uang dalam pilkada. Masyarakat sudah menikmati politik uang dan menganggap hal tersebut wajar sebagai imbalan dari pasangan calon (paslon) kepada pemilih yang memilih paslon bersangkutan sebagai faktor pertama. Kedua, kontrol penyelenggara, dalam hal ini KPU setempat, cenderung membebaskan model kampanye paslon, tanpa memastikan bagaimana proses pendidikan politik sungguh berjalan di masyarakat. Ketiga, peran pengawas pemilu kurang optimal akibat SDM, daya jangkau yang relatif terbatas, tidak ada masyarakat yang mampu untuk memberikan laporan dan tidak berani menjadi pelapor. Keempat, adanya fasilitas dana APBD dari penyelenggara kepada paslon dalam bentuk bahan kampanye dan alat peraganya sebagai fungsi pembatasan belanja dana kampanye. Faktor terakhir, sulitnya menjerat pelaku politik uang akibat peraturan yang mengharuskan sanksi

kumulatif dalam setiap aspek kejadiannya (Kurniawan, RC. 2018).

Modal Sosial dan Kearifan Lokal.

Fukuyama (1995:20) mendefinisikan, modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Adapun Cox (1995:25) mendefinisikan, modal sosial sebagai suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama.

Ismail (1999:40) mendefinisikan, modal sosial sebagai hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama. Pada jalur yang sama Solow mendefinisikan, modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma yang diwujudkan dalam perilaku yang dapat mendorong kemampuan dan kapabilitas untuk bekerjasama dan berkoordinasi untuk menghasilkan kontribusi besar terhadap keberlanjutan produktivitas.

Cohen dan Prusak L. (2001:35) berpendapat, modal sosial adalah sebagai setiap hubungan yang terjadi dan diikat oleh suatu kepercayaan (*trust*), kesaling-pengertian (*mutual understanding*), dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Senada dengan Cohen dan Prusak L., Hasbullah (2006:47) menjelaskan, modal

sosial sebagai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti *trust* (rasa saling mempercayai), keimbal-balikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat atau bangsa dan sejenisnya.

Modal sosial ditransmisikan melalui mekanisme-mekanisme kultural seperti agama, tradisi, atau kebiasaan sejarah (Fukuyama, 2000:3). Modal sosial dibutuhkan untuk menciptakan jenis komunitas moral yang tidak bisa diperoleh seperti dalam kasus bentuk-bentuk *human capital*. Akuisisi modal sosial memerlukan pembiasaan terhadap norma-norma moral sebuah komunitas dan dalam konteksnya sekaligus menginternalisasi kebiasaan-kebiasakan.

Dimensi modal sosial tumbuh di dalam suatu masyarakat yang didalamnya berisi nilai dan norma serta pola-pola interaksi sosial dalam mengatur kehidupan keseharian anggotanya (Woolcock, 2000:225). Adler dan Kwon (2000:47) menyatakan, dimensi modal sosial adalah merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mewarnai struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi di dalam masyarakat.

Fukuyama (2000:5) dengan tegas menyatakan, belum tentu norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku itu otomatis menjadi modal sosial. Akan tetapi hanyalah norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh kepercayaan (*trust*). Dimana *trust* ini merupakan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang didasarkan pada norma-

norma yang dianut bersama oleh para anggotanya. Norma-norma tersebut bisa berisi pernyataan-pernyataan yang berkisar pada nilai-nilai luhur (kebijaksanaan dan keadilan).

Modal sosial perlu dijembatani untuk dapat ditransfer ke dalam kognitif masyarakat. Beragamnya budaya dan norma masyarakat yang ada di Indonesia, memerlukan pola transfer modal sosial yang lebih kecil dan mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang ada di masyarakat dalam konteks lokal. Jembatan ini dapat dilakukan melalui perantara kearifan lokal (*local wisdom*), yang dipatuhi oleh masyarakat lokal berdasarkan norma agama, norma budaya lokal, dan nilai-nilai lokal yang dijunjung oleh masyarakat tertentu. Misalnya budaya Huyula (gotong royong). Huyula dapat pula disebut sebagai karakter lokal Gorontalo yang terwariskan secara turun temurun (Yunus, 2014 :7). Budaya Huyula dapat dipakai untuk mereduksi politik uang khususnya dalam budaya masyarakat Provinsi Gorontalo.

Kearifan lokal lain yang dapat digunakan adalah pepatah dan rujukan masyarakat Minangkabau di Sumatra Barat "*adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah*". *Adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah* merupakan suatu filsafat Minangkabau yang dalam bahasa Indonesia berarti "adat berdasarkan agama, agama berdasarkan kitab Allah". Agama dalam hal ini bisa diartikan sebagai agama Islam karena agama sebagian besar orang Minangkabau adalah Islam. Sementara itu, kitab Allah yang dimaksudkan adalah Alquran. Jika dikaji lebih dalam lagi, filsafat ini mengandung makna yang sangat dalam. Secara umum, filsafat ini menjelaskan bahwa Minangkabau merupakan sebuah budaya atau suku yang berlandaskan kepada Allah SWT. Selain itu, adat dan agama pun tidak bisa

dipisahkan. Keduanya senantiasa berjalan beriringan. Filsafat ini dilanjutkan, maknanya akan lebih dalam lagi. Kelanjutannya adalah *syarak mangato*, 'adat mamakai' yang berarti apapun yang tercatat dan merupakan kewajiban dari agama akan dipakai oleh adat Minangkabau (Aditya, 2018).

Kearifan lokal berupa filsafat masyarakat Minangkabau di Provinsi Sumatra Barat, sangat kental dengan nuansa ajaran Islam, sehingga politik uang yang identik dengan suap dalam ajaran Islam adalah haram. Dosanya sama antara yang memberi suap dan yang menerima suap, sehingga perilaku politik uang dapat dicegah dengan pendekatan keagamaan melalui pemahaman tentang ajaran-ajaran Islam dan juga filsafat masyarakat Minangkabau.

Kearifan lokal masyarakat Lampung misalnya dapat pula digunakan untuk mereduksi politik uang. Masyarakat Lampung menjunjung tinggi *Piil Pesenggiri*. *Piil Pesenggiri* adalah tatanan moral, pedoman bersikap dan berperilaku masyarakat adat Lampung, dalam segala aktivitas hidupnya. Falsafah hidup orang Lampung sejak terbentuk dan tertatanya masyarakat adat adalah *Piil Pesenggiri*. *Piil* (*fiil=arab*) artinya perilaku, dan *pesenggiri* maksudnya bermoral tinggi, berjiwa besar, tahu diri, tahu hak dan kewajiban. *Piil pesenggiri* merupakan potensi sosial budaya daerah, memiliki makna sebagai sumber motivasi agar setiap orang dinamis dalam usaha memperjuangkan nilai-nilai positif, hidup terhormat dan dihargai di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Konsekuensi memperjuangkan dan mempertahankan kehormatan dalam kehidupan bermasyarakat, masyarakat Lampung berkewajiban mengendalikan perilaku dan menjaga nama baiknya, agar terhindar dari sikap dan perbuatan tidak terpuji. *Piil Pesenggiri* sebagai tatanan

moral memberikan pedoman bagi perilaku pribadi dan masyarakat adat Lampung. *Piil Pesenggiri* merupakan suatu keutuhan dari unsur-unsur yang mencakup *Juluk-adek*, *Nemui-nyimah*, *Nengah-nyappur*, dan *Sakai-Sambaiyan* yang berpedoman pada *Titie Gemattei* adat dari leluhur mereka.

Apabila ke-4 unsur ini dapat dipenuhi, maka masyarakat Lampung dapat dikatakan telah memiliki piil pesenggiri. *Piil-pesenggiri* pada hakekatnya merupakan nilai dasar, intinya terletak pada keharusan mempunyai hati nurani positif, bermoral tinggi atau berjiwa besar, sehingga senantiasa dapat hidup secara logis, etis dan estetik (Syani, 2018).

Masyarakat Lampung khususnya yang beretnis Lampung sangat menjunjung tinggi budaya *Piil Pesenggiri*, dengan tidak mau melakukan perbuatan yang tercela, baik secara agama Islam maupun budaya Lampung yang nantinya mempermalukan diri sendiri, keluarga dan kerabatnya. Perbuatan melanggar hukum, norma dan agama, seperti politik uang dalam perspektif budaya *Piil Pesenggiri* merupakan sebuah kejahatan dan tidak dibenarkan.

Penutup

Politik uang yang terjadi dalam pemilu dan pilkada disebabkan oleh pemahaman para pemilih yang belum jelas. Politik uang juga terjadi karena pembelian suara dipahami secara berbeda oleh aktor politik. Kebiasaan kandidat calon memberi hadiah atau cinderamata dianggap sebagai bentuk sopan santun-budaya Indonesia. Kemudian turunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemilihan umum, partai politik dan kandidat calon mendorong para pemilih (*voters*) menjadi apatis terhadap proses politik. Sehingga pemilih mengharapkan sesuatu yang

bermanfaat (uang atau barang) untuk dukungan politik yang mereka diberikan.

Politik uang di Indonesia sudah menjadi penyakit kronis yang perlu dicari formula yang tepat. Formula hukum sudah dibuat dan masih memerlukan beberapa penyesuaian karena praktik politik uang semakin terstruktur, sistematis dan masif. Pendekatan yang perlu dicoba untuk digunakan dalam mereduksi politik uang adalah melalui cara-cara modal sosial³⁴ dengan mengangkat kearifan lokal di berbagai daerah di Indonesia.

Kearifan-kearifan lokal yang berasal dari budaya luhur bangsa kita, sebagian berpedoman pada ajaran agama-agama Samawi, dapat menjadi benteng pertahanan yang kokoh dibalik gempuran praktik politik uang yang kian marak pada pemilu dan pilkada. Momen pemilihan legislatif dan pemilihan presiden 2019 menjadi ajang pembuktian bangsa Indonesia apakah sudah terbebas dari penyakit kanker kronis politik uang.

Referensi

Abdul Syani. Piil Pesenggiri: Falsafah Hidup Masyarakat Lampung <http://www.nyokabar.com/b erita-768-piil-pesenggiri--falsafah-hidup-masyarakat-lampung.html> di akses 21 September 2018.

²⁶ Adler, P., Kwon S. (2000). Social Capital: the good, the bad and the ugly. In E. Lesser (Ed). Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications. Butterworth-Heinemann.

²⁹ Austin, Reginald dan Tjernstrom, Maja (eds). (2004). *Handbook of funding of Political Parties and Election Campaign*. Stockholm: Internasional IDEA.

⁴⁴

Bartels, Larry M. (2000). "Partisanship and Voting Behaviour 1952-1996," *American Journal of Political Science*, Vol. 44, No.1 (Jan 2000), hal. 35-50.

²⁵

Bird, Kelly dan Hill. (2007). "Making Trade Policy in a New Democracy after a Deep Crisis: Indonesia," *Economics RSPAS Working Papers 2007-01*, Australian National University.

Bob Aditya, Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah <https://www.selasar.com/jurnal/36436/Adat-Basandi-Syarak-Syarak-Basandi-Kitabullah> diunduh 21 September 2018.

⁶

Bratton, Michael. (2008). "Vote Buying and Violence in Nigerian Election Campaign". Working Paper No 99. Afro Barometer, June 2008.

Brusco, Valeria; nazareno, Marcelo and Stokes, Susan C. (2004). "Vote Buying in Argentina", *Latin American Research Review*, Volume 39 Nomor 2 June 2004, hal: 66-88.

Bryan, Shari dan Baer, Denise. (2005). *Money in Politics: A Study of Party Financing Practices in 22 Countries*. Washington: National Democratic Institute for International Affairs (NDI).

⁴³

Buchanan, James M dan Tullock, Gordon. (1999). *The Calculus of Consent: Logical Foundation of Constitutional Democracy*. Indianapolis: Liberty Fund.

²²

Budiarjo, Miriam. (2006). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Buehler, Michael dan Tan, Paige. (2007). "Party -Candidate Relationship in Indonesian Local Politics: A Case Study of The 2005 Regional Elections in Gowa South Sulawesi Province". *Journal INDONESIA* Nomor 84, October 2007, hal: 41-69.
- Bunte, Marco dan Ufen, Andreas. (2009). *Democratization in Post-Soeharto Indonesia*. London: Routledge.
- Cohen, S., Prusak L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organization Work*. London: Harvard Business Pres.
- Cox, Eva. (1995). *A Truly Civil Society*. Sydney:ABC Book.
- Evans, Jocelyn A. (2004). *Voter and Voting: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Forest, Liacco dan Teresita Dy. (2000). *Controlling Illegal Influence of Money Politics*. Washington DC: IFES.
- Founding Fathers House. (2017). *Persepsi Publik terhadap Politik Uang dan Peran Bawaslu*.
- Fox, Jonathan. (1994). "The Difficult Transition from Clientelism to Citizenship; Lessons from Mexico," *World Politics*, Volume 46 Nomor 2 hal 151-184, Juli 1994.
- Fukuyama, Francis. (1995). *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, New York: The Free Press.
- Fukuyama, Francis. (2000). *Social Capital and Civil Society*. International Monetary Fund Working Paper, WP/00/74, 1-8. In Elinor Ostrom and T.K. Ahn. 2003. *Foundation of Social Capital*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Hadiz, Vedi R. (2010). *Localising Power in Post-Authoritarian Indonesia: A Southeast Asia Perspective*. Stanford: Stanford University Press.
- Harriss, John, dkk. (2005). *Politicising Democracy; The New Local Politics of Democratization*. New York: Palgrave MacMillan.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Kapital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Heywood, Andrew. (2007). *Politics*. Third Edition. New York: Palgrave Foundation.
- Hidayat, Syarief. (2007). "Shadow State"? Business and Politics in the province of Banten, in Nordholt, Henk Schulte & van Klinken, Gerry. *Renegotiating Boundaries, Local Politics in Post Soeharto Indonesia*. KITLV Press Leiden, pp. 203-224.
- Hirschman, Albert O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hodess, Robin, dkk (eds). (2004). *Global Corruption Report 2004: Special Focus Political Corruption*, London: Transparency International.
- Indikator Politik Indonesia. (2013). *Sikap dan Perilaku Pemilih Terhadap Politik Uang*, Survey Nasional Maret 2013.
- Ismail S. (1999). *Social Capital a Multifaceted Perspective*. Washington DC: World Bank.

KPU Kabupaten Bandung Barat. (2014). *Praktik Politik Uang Pada Pemilu Legislatif 2014, Studi Kasus di Kabupaten Bandung Barat*.

13 Lau, Richard R dan Redlawsk, David P. (2006). *How Voters Decide; Information Processing During Election Campaign*. Cambridge: Cambridge University Press.

Liddle, William dan Mujani, Syaiful. (2007). "Leadership, Party and Religion: Explaining Voting Behaviour in Indonesia." *Comparative Political Studies*, Volume 40 Nomor 7, hal 832-857.

Liddle, William dan Mujani, Syaiful. (2010). "Indonesia: Personalities, Parties and Voters" *Journal of Democracy*, Volume 21 No 2, hal, 35-49.

LPPM Universitas AlMuslim Kabupaten Bireuen Aceh. (2015). *Money Politic dalam Pemilu 2014 di Kabupaten Bireuen Aceh. KIP kabupaten Bireuen Aceh dan LPPM Universitas AlMuslim*.

Niemi, Richard G., dkk (eds). (2011). *Controversies in Voting Behaviour, Fifth Edition*. Washington DC: CQ Press.

17 Nurdin, Ali. (2014). *Politik Uang dan Perilaku Memilih dalam Pemilihan Gubernur Banten 2011 di Kabupaten Pandeglang*. Disertasi Pasca Sarjana Universitas Padjadajaran.

19 Onyx, J. (1996). "The Measure of Social Capital", paper presented to Australian and New Zealand Third Sector Research Conference on Social Cohesion, Justice and

Citizenship: The Role of Voluntary Sector, Victoria University, Wellington.

41 Rifai, Amzulian. (2003). *Politik Uang Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Robi Cahyadi Kurniawan, *Bahaya Nalar Permisif Pemilih dalam Pemilu*, <https://news.detik.com/kolom/d-3464381/bahaya-nalar-permisif-pemilih-dalam-pemilu>, diakses pada 20 September 2018.

38 Schaffer, F.C and Schedler, A. (2007). "What is Vote Buying", in F.C. Schaffer (ed), *Election for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, pp. 17-30.

7 Schaffer, Frederic Charles (ed). (2007). *Elections for Sale; The Causes and Consequences of Vote Buying*. Manila: Ateneo De Manila University Press.

18 Stokes, Susan C. (2005). "Pervence Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina" *American Political Science Review*, Volume 99 No 3 tahun 2005, hal 315 - 325.

6 Vicente, Pedro C dan Wantchekon, Leonard. (2009). "Clientelism and Vote Buying: Lessons from Field Experiments in African Elections". *The Oxford Review of Economic Policy*, Volume 25 Nomor 2 Tahun 2009, hal:292-305.

7 Ward, Gene, dkk. (2003). *Money in Politics Handbook: A Guide to Increasing Transparency in emerging Democracies*.

Technical Publication Series.
Washington: USAID.

9

Woolcock, M & D. Narayan. (2000). Social Capital: Implication for Development Theory, Research, and Policy. World Bank Research Observer, 15(2), August, 225-49. In Elinor Ostrom and T.K. Ahn. 2003. Foundation of Social Capital. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.

6

Woshinsky, Oliver. H. (2008). Explaining Politics: Cultures, Institutions, and Political Behaviour, New York: Routledge.

31

Yunus, Rasid. (2014). Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Local Genius) Sebagai Penguat Karakter Bangsa: Studi Empiris Tentang Huyula. Yogyakarta: Deepublish.

16

Zuckerman, Alan S (ed). (2005). The Social Logic of Politics: Personal Networks as Contexts for Political Behaviour. Philadelphia: Temple University Press.

28%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet	185 words — 4%
2	el-nashfi.blogspot.com Internet	177 words — 3%
3	repository.usu.ac.id Internet	135 words — 3%
4	www.selasar.com Internet	111 words — 2%
5	www.spd-indonesia.com Internet	106 words — 2%
6	doctiktak.com Internet	101 words — 2%
7	www.scribd.com Internet	83 words — 2%
8	journals.ums.ac.id Internet	63 words — 1%
9	core.ac.uk Internet	40 words — 1%
10	eprints.undip.ac.id Internet	36 words — 1%
11	slideplayer.info Internet	34 words — 1%

12	semirata2016.fp.unimal.ac.id Internet	28 words — 1%
13	pt.scribd.com Internet	27 words — 1%
14	issuu.com Internet	26 words — 1%
15	www.powershow.com Internet	25 words — < 1%
16	link.springer.com Internet	20 words — < 1%
17	scholar.unand.ac.id Internet	17 words — < 1%
18	www.congres-afsp.fr Internet	13 words — < 1%
19	www.sties-aceh.ac.id Internet	13 words — < 1%
20	vdocuments.site Internet	13 words — < 1%
21	hrmars.com Internet	13 words — < 1%
22	maisuri911.blogspot.com Internet	13 words — < 1%
23	repository.ung.ac.id Internet	13 words — < 1%
24	pendiribangsa.com Internet	13 words — < 1%
25	ideas.repec.org Internet	12 words — < 1%

26	www.slideserve.com Internet	12 words — < 1%
27	lup.lub.lu.se Internet	11 words — < 1%
28	yuliovictory.wordpress.com Internet	10 words — < 1%
29	chilot.me Internet	10 words — < 1%
30	repository.unimal.ac.id Internet	10 words — < 1%
31	pasca.um.ac.id Internet	9 words — < 1%
32	M. Faishal Aminuddin, Moh. Fajar Shodiq Ramadhan. "Match-All Party: Pragmatisme Politik dan Munculnya Spesies Baru Partai Politik di Indonesia Pasca Pemilu 2009", Jurnal Politik, 2015 Crossref	9 words — < 1%
33	Michele Ford. "Learning by Doing: Trade Unions and Electoral Politics in Batam, Indonesia, 2004–2009", South East Asia Research, 2014 Crossref	9 words — < 1%
34	Irmayanti Meliono. "Batik dan Industri Kreatif: Sebuah Proses Kreatifitas Manusia dalam Kajian Studi Humaniora", Paradigma, Jurnal Kajian Budaya, 2016 Crossref	8 words — < 1%
35	ar.scribd.com Internet	8 words — < 1%
36	repository.uinjkt.ac.id Internet	8 words — < 1%
37	jurnal.kpk.go.id Internet	

8 words — < 1%

38 Burhanuddin Muhtadi. "Vote Buying in Indonesia",
Springer Science and Business Media LLC, 2019
Crossref

7 words — < 1%

39 docplayer.info
Internet

7 words — < 1%

40 jurnal.unissula.ac.id
Internet

7 words — < 1%

41 khabudayaanjawi.blogspot.com
Internet

5 words — < 1%

42 www.econstor.eu
Internet

5 words — < 1%

43 www.scielo.br
Internet

5 words — < 1%

44 www-personal.umich.edu
Internet

5 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY ON