

PENGARUH POLITIK UANG TERHADAP PILIHAN MASYARAKAT DALAM PILKADA TAHUN 2024 DI KOTA PADANG

Heru Permana Putra ^a,

^a Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek , Bukittinggi, Indonesia
E-mail: herupermana.4787@gmail.com

ABSTRAK

Pada tahun 2024 dilaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak di Indonesia, dari pengalaman pemilu yang terjadi pada periode-periode sebelumnya, cukup banyak isu yang mengangkat tentang pengaruh politik uang terhadap pilihan masyarakat dalam menentukan pilihannya. Hal ini menjadi sangat menarik, karena dari setiap periode dilaksanakan pemilu, isu politik uang semakin meningkat terhadap keterpilihan seorang calon dalam memenangkan kontestasi pemilu. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pandangan masyarakat terhadap praktik politik uang dalam penyelenggaraan Pilkada di Kota Padang. Untuk mengkaji permasalahan politik uang pada pilkada di Kota Padang, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survey. Hasil dari temuan dilapangan menjelaskan, bahwa pengaruh politik uang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor – faktor yang mempengaruhi Masyarakat sehingga terpengaruh oleh politik uang antara lain; Tingkat Pendidikan; latar belakang ekonomi dan sosial; pengalaman pemilu sebelumnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah praktik politik uang diterima oleh semua lapisan masyarakat (masyarakat politik dan masyarakat sipil) sebagai sesuatu yang biasa. Praktik politik uang seperti menjadi salah satu bahagian dari pelaksanaan Pemilu. Walaupun masyarakat menilai praktik politik uang sebagai perilaku yang tidak baik.

Kata Kunci: Perilaku Memilih, Pilkada, Politik Uang

ABSTRACT

In 2024, regional head elections (Pilkada) will be held simultaneously in Indonesia. From the experience of elections that occurred in the previous period, quite a lot of issues have been raised about the influence of money politics on people's choices in determining their choices. This is very interesting, because with each period an election is held, the issue of money politics increases in the electability of a candidate in winning the election contest. The aim of this research is to describe the public's views on the practice of money politics in holding regional elections in Padang City. To examine the problem of money politics in regional elections in Padang City, this research uses descriptive quantitative methods with a survey approach. The results of the findings in the field explain that the influence of money politics is influenced by several factors. Factors that influence society so that it is influenced by money politics include; Level of education; economic and social background; previous election experience. The conclusion of this research is that the practice of money politics is accepted by all levels of society (political society and civil society) as something normal. The practice of money politics seems to be one part of the implementation of elections. Even though society considers the practice of money politics as bad behavior.

Keywords: Voting Behavior; Pilkada, Money politics

PENDAHULUAN

Pengetahuan tentang politik uang banyak dipahami sebagai kegiatan politik yang mengharapkan serta memberikan uang atau imbalan lainnya kepada pemilih atau pihak tertentu dengan tujuan mempengaruhi pilihan dalam pemilu (Dedi Irawan, 2015; Muhtadi, 2019a). Fenomena politik uang ini menjadi masalah yang sangat serius di berbagai negara yang melaksanakan pemilu secara langsung. Praktik politik uang merusak integritas dan tatanan nilai – nilai demokrasi, selain itu praktik politik uang menjadikan biaya politik semakin besar yang akan memicu para investor – investor bodong dalam politik. Dalam Undang - Undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum yang terdapat pada pasal 4, mengatur bahwa salah satu tujuan pengaturan UU Pemilu adalah untuk mewujudkan Pemilu yang adil dan berintegritas. Selanjutnya dalam Pasal 280 Huruf J Money politics merupakan tindakan yang terlarang yang juga dibahas didalam Undang - Undang tentang Pemilihan Umum yang menyebutkan bahwa “Pelaksana, peserta dan tim kampanye pemilu dilarang menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta kampanye pemilu (Amalina & Faozi, 2022; Hakam Sholahuddin et al., 2019)”

Politik uang dapat terjadi dalam berbagai praktik dalam pemilu, seperti pemberian uang tunai, bantuan barang, atau pemberian janji-janji tertentu yang menguntungkan pihak penerima atau pemilih. Praktik politik uang sering terjadi selama proses tahapan pemilu atau pilkada, di mana para calon atau kandidat serta partai politik mencoba mendapatkan suara pemilih sebanyak banyaknya dengan cara yang tidak etis (Dekel et al., 2008; Lundstedt & Edgell, 2022; Nichter, 2014). Setidaknya terdapat 5 (lima) kategori modus dari perilaku politik uang yang terjadi yakni ; (1) Pembelian Suara (vote buying); (2) Pemberian barang pribadi (individual gift); (3) Pemberian barang-barang kelompok; (4) Pelayanan dan Aktivitas; (5) Proyek-Proyek gentong babi (pork barrel project) (Aspinall & Sukmajati, 2015b; Sukmajati & Aspinall, 2015).

Praktik politik uang yang terjadi dalam pemilu maupun pilkada ini terjadi karena

faktor lemahnya penegakkan hukum dan rendahnya pemahaman moral politik masyarakat. Secara umum diberbagai daerah, politik uang menjadi strategi yang dianggap efektif oleh para calon atau kandidat dalam meraup suara dalam pemilu atau pilkada (Muhtadi, 2019a). Cara – cara seperti ini menghilangkan rasionalitas para pemilih terhadap visi – misi serta program yang ditawarkan oleh para calon dalam pemilu. Seharusnya Masyarakat mendorong para pejabat pemerintahan yang mereka pilih harus didasarkan pada rasionalitas terhadap kemampuan calon dalam menyampaikan gagasannya dalam bentuk visi misi yang diusung dalam kampanye (Arifulloh, 2015). Sehingga Masyarakat bisa menghasilkan para pemimpin yang berorientasi pada program kerja yang terukur dan dapat dipertanggung jawabkan sebagai pejabat negara.

Praktik politik uang yang dilakukan dalam pemilu/pilkada terjadi karena diyakini efektif untuk mendapat dukungan politik. Popularitas, kebaikan sosial, kedekatan, kekerabatan, kesamaan visi dan misi dipandang belum cukup untuk menarik seseorang dalam menjatuhkan pilihan politik. Apalagi bagi calon yang muncul dadakan dan tidak memiliki modal sosial yang kuat, maka kekuatan politik uang menjadi upaya pamungkas untuk memenangkan kontestasi sebuah Pemilu.

Dampak dari politik uang sangat merugikan, baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Praktik ini menciptakan politik yang transaksional dan mengabaikan kepentingan publik, serta memicu korupsi ketika kandidat yang terpilih harus “mengembalikan” uang yang telah dikeluarkan selama kampanye (Kholiq, n.d.). Akibatnya, kebijakan yang dihasilkan lebih berpihak pada kepentingan tertentu daripada kebutuhan masyarakat luas. Upaya pemberantasan politik uang memerlukan kesadaran kolektif dari masyarakat dan komitmen dari pemerintah serta lembaga penegak hukum untuk menindak tegas pelanggaran dalam setiap tahapan pemilihan (Dedi Irawan, 2015; Fitriyah, 2013). Untuk itu pemahaman dan pengentasan fenomena praktik politik uang menjadi langkah penting untuk memperkuat sistem pemilu dan nilai –

nilai demokrasi, agar menciptakan pemilu yang jujur, adil dan transparan.

Fenomena politik uang dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia menjadi sebuah akar fenomena yang kompleks dan melibatkan berbagai faktor. Faktor ini bisa dimulai dari faktor tingkat pendidikan, budaya politik, permasalahan ekonomi serta regulasi hukum yang tidak pasti (Aspinall & Sukmajati, 2015a). Praktik ini berakar dari fenomena yang dikenal sebagai patronase, di mana kandidat atau partai politik berupaya mengamankan dukungan pemilih dengan memberikan bantuan langsung (M. E. T. P. Pahlevi & Amrullohi, 2020). Pada intinya, politik uang berakar dari rendahnya kesadaran politik masyarakat dan lemahnya penegakan hukum terhadap praktik kecurangan dalam pemilu.

Maraknya politik uang tidak terlepas dari cara pandang masyarakat yang permisif terhadap kegiatan politik uang tersebut (Muhtadi, 2019b, 2019c). Pemahaman nilai-nilai demokrasi di Indonesia sampai pada level akar rumput atau Masyarakat kalangan bawah membantu suburnya praktik politik uang. Fenomena maraknya politik uang karena pilkada dianggap sebagai persepsi terselenggaranya sebuah pesta demokrasi, pragmatism jangka pendek, lemahnya dialektika serta argumentasi terhadap nilai-nilai ideal dari satu suara dalam pemilu, sehingga tidak memunculkan semangat kolektif sebagai pemilih yang rasional. Para pemilih lebih menyukai kegiatan kampanye terbuka berupa kegiatan konser musik, pembagian sembako, kegiatan olah raga atau bantuan langsung yang diberikan oleh para kandidat.

Indeks Perilaku Anti Korupsi yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik tahun 2021 mengukur seberapa permisif masyarakat terhadap politik uang dan pengetahuan mereka tentang anti-korupsi. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian masyarakat di Indonesia masih menganggap hal tersebut sebagai hal yang wajar. Data ini menunjukkan bahwa sebanyak 22,47% responden pada tahun 2020 dan 22,75% responden pada tahun 2022 menganggap hal tersebut sebuah kewajiban. Variabel kedua yaitu Tindakan menerima pembagian uang/barang/fasilitas

pada Pilkada/Pemilu, sebanyak 32,74% responden pada tahun 2020 dan 32,44% pada tahun 2021 mewajarkan perilaku tersebut.

Pada tahun 2024 tengah berlangsung Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) langsung secara serentak pertama di Indonesia. Tentu masyarakat Indonesia berharap Pilkada langsung yang dilakukan secara serentak untuk pertama kali diselenggarakan ini dapat berjalan secara demokratis, jujur, adil dan transparan. Realitasnya, berbagai indikasi telah terjadinya politik uang dalam Pilkada tidak mungkin ditutup-tutupi. Praktik politik uang (money politics), tidak hanya dapat dilihat dari sisi adanya masalah suap menyuap dengan sasaran memenangkan salah satu kandidat (Humaidi, n.d.; Muhtadi, 2019a). Money politics dapat juga dihubungkan dengan segala macam pelanggaran menyangkut dana, seperti mendapatkan dana dari sumber terlarang serta tidak melaporkan keberadaan dana ilegal itu (Muhtadi, 2019c). Selain itu, politik uang juga tidak hanya sebatas pemberian uang, tetapi juga benda-benda lainnya, bahkan janji-janji untuk memberikan jika seorang calon terpilih (Aspinall & Sukmajati, 2015b; Dedi Irawan, 2015; M. E. T. Pahlevi & Amrullohi, 2020).

Pilkada Serentak 2024 di Kota Padang menjadi momentum penting bagi masyarakat dalam menentukan pemimpin daerah yang dapat membawa perubahan signifikan bagi kota tersebut. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah maraknya politik uang. Politik uang, yang melibatkan pemberian uang atau barang kepada pemilih untuk memengaruhi pilihan mereka, menjadi ancaman serius bagi integritas demokrasi di Kota Padang. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi kebebasan pemilih dalam menentukan calon pemimpin, tetapi juga menurunkan kualitas pemilu itu sendiri.

Di Kota Padang, beberapa faktor menjadi pendorong terjadinya politik uang. Persaingan yang ketat antar-kandidat serta tingginya biaya kampanye sering kali mendorong para calon atau tim sukses untuk menggunakan cara-cara instan guna memperoleh suara. Selain itu, kesenjangan ekonomi dan kondisi sosial tertentu membuat sebagian masyarakat rentan terhadap godaan politik uang. Kota Padang, sebagai salah satu kota besar di

Sumatera Barat, memiliki kompleksitas sosial dan ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh kandidat untuk meraih dukungan dengan iming-iming materi.

Dampak politik uang pada Pilkada Serentak 2024 di Kota Padang dapat berdampak negatif pada kualitas kepemimpinan daerah. Kandidat yang terpilih melalui politik uang cenderung mengutamakan kepentingan pribadi atau kelompok tertentu, yang pada akhirnya dapat memperburuk kualitas pelayanan publik dan kebijakan pembangunan di Kota Padang. Politik uang juga memicu ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah, karena pemilih merasa pilihan mereka telah dimanipulasi. Kondisi ini memperburuk legitimasi pemimpin yang terpilih, serta melemahkan proses akuntabilitas dan transparansi pemerintahan di kota tersebut. Untuk itu dalam artikel ini penulis tertarik untuk membahas bagaimana pengaruh politik uang dalam memengaruhi pilihan Masyarakat Kota Padang dalam Pemilihan kepala daerah pada tahun 2024.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *survey* (Morrison, 2012) penelitian kuantitatif (*Quantitatif Research*) adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (skor, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang di nilai, dan dianalisis dengan analisis statistik (Putra, 2022; Sugiono, 2008). Penelitian kuantitatif memaparkan dan bertujuan untuk memberikan gambaran serta penjelasan tentang *variable* yang diteliti (Singarimbun & Effendi, 2006), dalam hal ini adalah “Studi tentang persepsi politik uang (*Money Politic*) dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) tahun 2014 Studi di Kota Padang”. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari objeknya yang bersumber dari data hasil wawancara melalui kuisisioner yang telah disusun oleh peneliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber

lain yang telah ada sebelumnya seperti buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, bahan-bahan yang tersedia di Internet. Pemilihan responden dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang diberikan oleh peneliti.

Data primer dalam penelitian didapat melalui Informasi tentang identitas responden, Informasi tentang partisipasi memilih masyarakat dalam Pilkada 2024, Informasi tentang persepsi dan sikap masyarakat tentang politik uang dan praktik politik uang baik menurut masyarakat pemilih maupun menurut calon/tim sukses. Informasi yang terkait dengan jenis-jenis praktik politik uang, modus praktik politik uang, serta faktor-faktor yang mempengaruhi praktik politik uang.

A. Identitas responden

Pada bagian ini secara berturut-turut akan dijelaskan tentang identitas responden yang dikategorikan ke dalam jenis kelamin, sebaran tempat tinggal berbasis kecamatan, dan tingkat pendidikan responden. Bagian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum tentang responden dan mewakili masyarakat Kota Padang secara keseluruhan berdasarkan pembagian sampel dari populasi.

Tabel. 1 Sebaran Kecamatan

Kecamatan	Frequency	Percent
Bungus Teluk Kabung	20	2,5
Koto Tengah	166	20,5
Kuranji	129	15,9
Lubuk Begalung	110	13,6
Lubuk Kilangan	50	6,2
Nanggalo	60	7,4
Padang Barat	40	4,9
Padang Selatan	55	6,8
Padang Timur	70	8,6
Padang Utara	50	6,2
Pauh	60	7,4
Total	810	100

Sumber : Data primer tahun 2024

Dilihat dari dalam tabel diatas, responden dalam penelitian ini tersebar di 11 kecamatan yang ada di Kota Padang. Pembagian responden dilakukan secara proposional berdasarkan jumlah populasi disetiap kecamatan.

Tabel. 2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	405	50
Perempuan	405	50
Total	810	100

Sumber : Data primer tahun 2024

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa survei ini telah diikuti oleh sebanyak 810 responden. Sebaran jenis kelamin didapat 405 responden berjenis kelamin laki laki dan 405 responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data ini terdapat pemerataan antara responden laki-laki dan Perempuan, sebaran ini didapatkan berdasarkan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel. 3 Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Percent
Tamat SD atau Ibtidaiyah	8.8
Tamat SLTP atau Tsanawiyah	14.1
Tamat SLTA atau Aliyah	51.9
Sekolah Menengah Kejuruan	8.3
Akademi (DI/DIII)	2.3
Sarjana (S1)	12.5
Pascasarjana (S2/S3)	0.9
Tidak tamat SD	1.4
Total	100

Sumber : Data Primer yang diolah dari SPSS tahun 2024

Dari tabel diatas, komposisi responden menurut Tingkat Pendidikan, mayoritas tingkat Pendidikan responden di dominasi oleh tamat SLTA atau Aliyah sebanyak 51,9%. Selanjutnya diikuti pada Tingkat Pendidikan tamat SLTP atau Tsanawiyah sebanyak 14,1%, sarjana sebanyak 12,5% diikuti sekolah menengah kejuruan sebanyak 8,3%, sedangkan Tingkat Pendidikan tertinggi yaitu S2/S3 hanya terdapat 0,9%.

Tabel. 4 Sebaran Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Persentase
Pegawai Negeri Sipil	1,5
Jasa Transportasi	2
Ibu Rumah Tangga (IRT)	32,1
Masih Kuliah/Sekolah	7,3
Tidak Bekerja	7,7
Lainnya	11,6

Pegawai BUMD atau BUMN	0,5
Karyawan Perusahaan	3,8
Wiraswasta/Pedagang	25,2
Petani	4,7
Guru/Dosen	2,1
Nelayan	1
Perkebunan	0,5
Profesional (dokter, pengacara)	0,1

Sumber : Data Primer yang diolah dari SPSS tahun 2024

Dari data di atas dapat diketahui bahwa terdapat sebaran yang bervariasi menurut jenis pekerjaan responden. Mayoritas jenis pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga yakni 32,1%. Jawaban jenis pekerjaan ibu rumah tangga ini terjadi karena responden perempuan mengaku hanya dirumah saja dan tidak melakukan pekerjaan lain lagi, jawaban ini berikan karena tercantum dalam kuesioner. Jenis pekerjaan peringkat kedua adalah wiraswasta/pedagang yakni 25,2%. Jenis pekerjaan lainnya yakni 11,6, jenis pekerjaan lainnya ini merangkum jenis pekerjaan seperti pensiunan, bengkel/jasa service, petani/peternak, buruh kasar/pembantu, pedagang warung/kaki lima, atau sopir. Responden yang tidak bekerja juga cukup banyak dalam penelitian ini, yakni sebanyak 7,7%, selanjutnya responden berstatus mahasiswa terdapat 7,3%, dan jenis pekerjaan seperti guru/dosen 2,1% responden dari jumlah total responden yakni 810 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku memilih dalam pemilu atau Pilkada yang telah didiskusikan diatas, belakangan ini telah mendapat ancaman dengan apa yang marak disebut dengan politik uang. Politik uang saat ini mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi memberikan hak suara mereka dalam pemilu dengan cara-cara yang tidak etis lagi. Norma pemilu yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip integritas, tercoreng akibat perilaku praktik politik uang. Sebagaimana sudah disinggung pada bagian latar belakang di atas, politik uang telah menjadi fakta yang tak terbantahkan dalam Pemilu Legislatif 2014 dan terjadi secara ‘massif’ yang tak pernah terbayangkan

sepanjang sejarah pemilu di Indonesia. Meskipun diskusi dan penelitian politik uang dalam khazanah ilmu politik sebetulnya telah muncul sekitar tahun 1990-an. Misalnya dalam tulisan-tulisan yang berjudul “*Vote-buying in Thailand’s Northeast*” (Callahan dan Duncan 1996, 2002); dalam tulisannya Callahan dan Duncan menjelaskan bahwa Tulisan ini memberikan analisis mendalam dan kritis mengenai praktik *vote-buying* (pembelian suara) dalam konteks sosial di wilayah Isan (Thailand bagian timur laut). Callahan dan Duncan menolak pandangan konvensional yang menganggap *vote-buying* semata-mata sebagai praktik korupsi atau ancaman bagi demokrasi. Sebaliknya, mereka berargumen bahwa fenomena ini harus dilihat dalam kerangka budaya sosial, patron-klien, dan hubungan sosial yang kompleks. Point-point yang diperhatikan menurut Callahan dan Duncan dalam risetnya di Thailand ialah 1). *Vote-buying* sebagai bagian dari norma sosial; 2) Pemilih bersikap aktif, bukan pasif. 3). Dekonstruksi narasi modern vs tradisional. 4). Implikasi terhadap demokratisasi.

Selain itu dalam artikel “*Buying Votes in Japan*” (Cox and Thies 2000); menjelaskan Tulisan ini membahas secara empiris dan teoritis mengenai praktik klientelisme dan *vote-buying* dalam sistem politik Jepang, khususnya dalam konteks sistem pemilu lama Jepang, yaitu Single Non-Transferable Vote (SNTV) di daerah pemilihan multimember (multi-member districts). Cox dan Thies mencoba menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi intensitas praktik *vote-buying* dan bagaimana perubahan institusional dapat memengaruhi perilaku politik tersebut. Tulisan ini memberikan perhatian kepada penjelasan teoritis yang tajam tentang hubungan antara sistem pemilu dan perilaku klientelistik. Selain itu tulisan ini juga relevan untuk membandingkan fenomena *vote-buying* di negara demokrasi maju seperti Jepang dengan negara berkembang.

Dalam artikel berjudul “*The Effects of Vote-Buying in Taiwan*” (Rigger 2002), Dalam tulisan ini, Shelley Rigger membahas praktik *vote-buying* di Taiwan, dengan fokus pada dampaknya terhadap kualitas demokrasi dan representasi politik. Berbeda dengan

pendekatan normatif yang hanya mengutuk *vote-buying* sebagai korupsi, Rigger mengkaji fungsi sosial dan politik dari praktik ini dalam konteks transisi demokrasi Taiwan. Shelley Rigger juga membahas bagaimana praktik *vote-buying* di Taiwan tidak hanya menjadi bagian dari realitas politik elektoral, tetapi juga berdampak luas pada legitimasi demokrasi, perilaku pemilih, dan struktur kekuasaan lokal. Rigger menekankan bahwa *vote-buying* bukan hanya soal “uang untuk suara,” tetapi memiliki efek yang lebih dalam terhadap kualitas dan dinamika demokrasi Taiwan, khususnya selama masa transisi menuju demokrasi penuh pada akhir abad ke-20.

“*What is Vote Buying?*” (Schedler 2002);, Tulisan ini merupakan kontribusi konseptual penting dalam studi mengenai *vote buying*. Andreas Schedler berupaya menjawab pertanyaan mendasar: apa sebenarnya yang dimaksud dengan *vote buying*? Ia mengkritik definisi yang terlalu sempit maupun terlalu luas, dan mengusulkan pemahaman yang lebih tajam terhadap praktik ini dalam konteks politik demokratis. Schedler mendefinisikan *vote buying* sebagai pertukaran kontingen: pemberian barang atau jasa dengan harapan balasan berupa suara dalam pemilu. Praktik *vote-buying* bersifat eksplisit dan transaksional, dan sering kali dipandang tidak sah secara normatif dalam sistem demokrasi. Namun, dalam praktiknya, masyarakat dapat menilai tindakan ini secara ambivalen, tergantung konteks sosial dan ekonomi.

Frederic Schaffer adalah tokoh penting dalam mengembangkan studi *vote-buying* dengan pendekatan reflektif, lintas budaya, dan kritis terhadap demokrasi normatif dalam beberapa tulisannya yang berjudul “*Vote-Buying in East Asia*” (Schaffer 2004); “*Vote Buying and Voter Education in the Philippines*” (Schaffer 2005); “*What is Vote Buying?*” (Schaffer and Schedler 2005); “*Elections for Sale: the Causes and Consequences of Vote Buying*” (Schaffer 2007);. Pandangan Schaffer dan Schedler menekankan bahwa praktik *vote-buying* tidak bisa disederhanakan sebagai transaksi uang untuk suara. Di berbagai konteks Asia Timur (seperti Filipina, Thailand, dan Taiwan),

praktik ini memiliki beragam bentuk, makna, dan dinamika yang tidak selalu sesuai dengan definisi standar dari demokrasi Barat. Dalam *Vote-Buying in East Asia* (2004), Schaffer menunjukkan bahwa istilah dan persepsi tentang vote-buying sangat berbeda-beda di antara masyarakat lokal. Bagi sebagian komunitas, pemberian uang atau barang bisa dilihat sebagai bentuk perhatian, balas budi, atau norma sosial, bukan semata-mata suap.

Dalam tulisannya tentang Filipina (2005), Schaffer mengkritik program edukasi pemilih yang membawa nilai-nilai demokrasi Barat tanpa mempertimbangkan realitas lokal. Ia berargumen bahwa kampanye semacam ini sering memperkuat kontrol elite dan tidak selalu menjawab kebutuhan atau logika politik masyarakat akar rumput. Semua tulisan Schaffer menunjukkan bahwa pemilih di negara-negara berkembang bukan korban pasif, tapi bisa bertindak strategis dan rasional. Mereka bisa menerima uang atau bantuan dari kandidat tanpa selalu mengubah pilihan suara mereka. Ini mengaburkan batas antara “korupsi” dan “taktik bertahan hidup”. Schaffer dan Schedler mengajak kita untuk memahami vote-buying secara lebih kritis dan kontekstual, dengan menggali makna lokal, relasi kekuasaan, dan dinamika sosial. Ia mengingatkan bahwa standar moral universal sering kali tidak cukup untuk memahami atau mengatasi praktik ini. Justru, pendekatan sensitif budaya dan reflektif yang dibutuhkan untuk memahami dan memperbaiki kualitas demokrasi. (Bratton, 2008; Cruz et al., 2015; Hicken et al., 2022; Muhtadi, 2019c; Samnuzulsari & Yudiantmaja, 2018; Schaffer, 2005; Vicente, 2014); dan sebagainya.

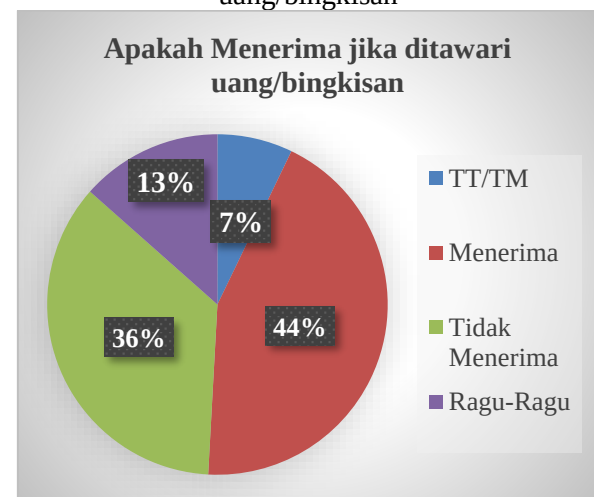
Praktik politik uang dari data yang dikumpulkan seperti tidak dapat dipisahkan pada setiap penyelenggaraan Pemilu. Meski banyak kampanye anti politik uang yang dilakukan oleh penyelenggara pemilu maupun dari masyarakat sipil, faktanya politik uang terus terjadi. Berikut akan dipaparkan kenapa praktik politik uang sulit dipisahkan dari penyelenggaraan Pemilu dan sulit untuk dihapuskan. Politik uang melibatkan banyak pihak. Praktik politik uang tidak hanya melibatkan calon, tapi melibatkan banyak orang. Setidaknya dalam penelitian ini politik uang melibatkan calon dan masyarakat.

Keterlibatan masyarakat dalam politik uang dalam hal ini hampir menjadi rahasia umum. Bahwa kebanyakan rakyat memanfaatkan kehadiran para calon untuk mencari keuntungan. Apakah keuntungan untuk pribadi maupun keuntungan bagi kelompok. Masyarakat menjadikan harapan calon untuk mendapat dukungan suara dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pribadi.

A. Bentuk – Bentuk Praktik Politik Uang dalam Pilkada

Praktik politik uang semakin marak terjadi ada saat penyelenggaraan pemilu paska era reformasi. Praktik politik uang mempertontonkan kepada masyarakat bahwa proses politik yang terjadi cenderung pro terhadap kepentingan individual atau kepentingan kelompok tertentu. Dalam pilkada tahun 2024 ini, persepsi politik uang yang terdapat pada Masyarakat Kota padang dalam menghadapi Pilkada 2024 dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti Tingkat Pendidikan, pemahaman politik, budaya politik dan pengalaman pemilu sebelumnya. Persepsi tentang politik uang dapat kita bagi menjadi dua perspektif utama, perspektif pertama melihat politik uang sebagai bentuk bantuan atau penghargaan kandidat, perspektif kedua melihat sebagai pelanggaran etika yang merusak demokrasi.

Gambar. 1 Persepsi penerimaan terhadap uang/bingkisan



Sumber : Data Primer yang diolah dari SPSS tahun 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penerimaan Masyarakat terhadap politik uang atau bingkisan cukup tinggi, dimana terdapat

44% persen Masyarakat yang menerima apabila ditawarkan uang/bingkisan saat pilkada. Sedangkan 36% Masyarakat menjawab tidak menerima apa bila ditawarkan uang/bingkisan, sebanyak 13% mengatakan ragu – ragu dan 7% tidak tahu apa yang dilakukan apabila ada calon menawarkan bingkisan/uang.

Tabel. 5 Pengaruh politik uang dalam Pilkada

Seberapa Besar Pengaruh Uang Terhadap Pilkada	Percent
TT/TM	5,9
Sangat Besar	30,1
Besar	50,5
Kecil	2,8
Tidak Berpengaruh	4,6
Ragu-Ragu	6,0

Sumber : Data Primer yang diolah dari SPSS tahun 2024

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa Masyarakat menganggap politik uang memiliki pengaruh yang besar, yaitu sebesar 50,5% dan 30,1% menyatakan sangat besar pengaruh dari politik uang. hanya 2,8% mengatakan kecil pengaruhnya dan 4,6% mengatakan tidak berpengaruh.

Tabel.6 Sikap terhadap penerimaan uang dalam Pilkada

Sikap Cawako - Cawawako yang memberikan uang menjelang Pilkada	Percent
TT/TM	13,9
Menerima uang dan memilih Calon tersebut	18,6
Tidak menerima uang dan memilih calon tersebut	4,5
Menerima uang tetapi tidak memilih Calon tersebut	18,5
Tidak menerima uang dan tidak memilih calon tersebut	24,0
Ragu-Ragu	20,2

Sumber : Data Primer yang diolah dari SPSS tahun 2024.

Dari tabel diatas menunjukkan, bagaimana sikap Masyarakat apabila mereka dihadapkan pada calon/kandidat calon Pilkada memberikan uang untuk memilih salah satu calon tertentu, 24% mengatakan mereka tidak menerima uang dan tidak akan

memilih calon tersebut. Ini menjelaskan bahwa Masyarakat masih memiliki sikap anti terhadap politik uang. namun dari data lain menunjukkan bahwa potensi Masyarakat menerima uang dalam Pilkada masih cukup tinggi, walaupun penerimaan terhadap politik uang tidak menggarasi seorang calon memenangkan kontestasi. 18,9% menunjukkan bahwa Masyarakat menerima uang dan memilih calon tersebut, begitu juga sikap terhadap menerima uang tetapi tidak memilih calon tersebut sebanyak 18,5%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, potensi penerimaan politik uang di Masyarakat Kota Padang masih cukup tinggi.

B. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Politik Uang

Faktor yang mempengaruhi persepsi Masyarakat Kota Padang terhadap praktik Politik Uang pada Pilkada 2024 banyak dipengaruhi oleh faktor - faktor yang ada di sekitar Masyarakat itu sendiri, diantara faktor tersebut yakni; Tingkat Pendidikan. Faktor Tingkat pendidikan dapat dijelaskan dari berbagai sumber literatur yang menjelaskan bahwa Tingkat Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik politik uang dan kecenderungan atau terpengaruh oleh praktik politik uang tersebut.

Tingkat Pendidikan Masyarakat yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran politik yang lebih baik dalam memahami bahwa politik uang adalah bentuk pelanggaran norma norma demokrasi, mencederai integritas pemilu itu sendiri, sehingga dapat merugikan Masyarakat dalam jangka waktu yang lama. Sebaliknya, kelompok Masyarakat yang memiliki Tingkat Pendidikan lebih rendah dan kesadaran politik yang kurang, melihat praktik politik uang sebagai bantuan atau rezeki dalam pesta demokrasi. Mereka yang kurang paham tentang hak dan etika politik bisa jadi melihat politik uang sebagai hal yang lumrah atau sah-sah saja.

Kondisi sosial ekonomi, Tingkat kesejahteraan Masyarakat juga bisa mempengaruhi persepsi mereka terhadap politik uang. Bagi tingkat ekonomi Masyarakat kelas menengah kebawah, politik uang dianggap sebagai azas kebermanfaatan yang berdampak langsung untuk membantu

perekonomian disaat ekonomi mereka tidak stabil. Sementara pada Masyarakat yang Tingkat ekonominya lebih baik atau stabil, melihat bahwa praktik politik uang dapat merusak masa depan mereka, karena menggadaikan harapan hidup mereka pada orang yang akan mementingkan kepentingan pribadi, untuk itu kelompok Masyarakat ini akan cenderung untuk menolak praktik politik uang.

Pengalaman Pemilu, pengalaman dalam melalui pesta demokrasi pada periode sebelumnya juga dapat mempengaruhi persepsi Masyarakat pada praktik politik uang. praktik politik uang yang sudah sering terjadi dan dianggap sebagai tradisi dalam kegiatan pemilu bagi Masyarakat. Apabila politik uang telah sering terjadi di pemilu-pemilu sebelumnya, masyarakat mungkin akan lebih permisif terhadapnya. Upaya sosialisasi kegiatan kegiatan anti politik uang dari pemerintah atau Lembaga Lembaga independent belum mampu mengubah persepsi Masyarakat terhadap politik uang. Namun, jika pada Pilkada sebelumnya terdapat upaya signifikan untuk mengurangi politik uang, persepsi masyarakat mungkin mulai berubah, dengan harapan adanya pemilu yang lebih adil dan bebas dari manipulasi finansial.

Praktik politik uang melibatkan banyak pihak. Praktik politik uang tidak hanya melibatkan calon, tapi melibatkan banyak orang. Setidaknya dalam penelitian ini politik uang melibatkan calon dan masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam politik uang dalam hal ini hampir menjadi rahasia umum. Bahwa kebanyakan rakyat memanfaatkan kehadiran para calon untuk mencari keuntungan. Apakah keuntungan untuk pribadi maupun keuntungan bagi kelompok. Masyarakat menjadikan harapan calon untuk mendapat dukungan suara dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pribadi. Fakta tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat ketika memasuki bulan-bulan kampanye. Bahkan, banyak dari masyarakat yang tidak mau menggunakan hak pilihnya, karena belum mendapatkan uang dari calon.

KESIMPULAN

Pengaruh praktik politik uang dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah di Kota Padang yang menggunakan praktik politik uang dapat mempengaruhi pilihan Masyarakat, hal ini mungkin saja disebabkan oleh tingkat Pendidikan, kondisi ekonomi dan social, serta pengalaman pemilu Masyarakat sebelumnya yang menjadikan faktor terpengaruhnya masyarakat terhadap praktik politik uang. Persepsi masyarakat Kota Padang terhadap politik uang akan memengaruhi kualitas demokrasi dan pemerintahan di tingkat lokal. Jika politik uang dipandang negatif dan masyarakat aktif menolak, peluang untuk memilih pemimpin yang berintegritas dan kompeten akan lebih besar. Sebaliknya, jika masyarakat permisif terhadap politik uang, kualitas pemilu akan menurun, karena pemilih mungkin lebih tertarik pada "manfaat sesaat" ketimbang keberlanjutan pemerintahan yang baik. Pemahaman dan edukasi yang tepat tentang dampak politik uang serta keterlibatan tokoh masyarakat dan pemerintah dalam kampanye anti-politik uang sangat penting dalam mengubah persepsi ini, agar masyarakat dapat terlibat aktif dalam proses demokrasi yang lebih bersih dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, D. A., & Faozi, S. (2022). Peradilan Pidana Terhadap Tindak Pidana Pemilu Pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. *Jurnal Ilmiah Dinamika Hukum*, 23(1), 66–78. <https://doi.org/10.35315/dh.v23i1.8947>
- Arifulloh, A. (2015). Pelaksanaan Pilkada Serentak yang Demokratis, Damai dan Bermartabat. *Pembaharuan Hukum*, 2(2), 301–311.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2015a). Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014. In *PolGov*.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2015b). *Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014 [Money politics in Indonesia: Patronage and clientelism in the 2014 legislative election]*. Research Centre for Politics and Government.

- Bratton, M. (2008). Vote buying and violence in Nigerian election campaigns. *Electoral Studies*, 27(4), 621–632. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2008.04.013>
- Cruz, C., Keefer, P., & Labonne, J. (2015). *Incumbent Advantage, Voter Information and Vote Buying*. 1213.
- Dedi Irawan. (2015). Studi Tentang Politik Uang (Money Politics) Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014 (Studi Kasus Di Kelurahan Sempaja Selatan). *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(4), 1725–1738.
- Dekel, E., Jackson, M. O., & Wolinsky, A. (2008). Vote buying: General elections. *Journal of Political Economy*, 116(2), 351–380. <https://doi.org/10.1086/587624>
- Fitriyah. (2013). Fenomena Politik Uang Dalam Pilkada. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 5–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/politika.3.1.2012.5-14>
- Hakam Sholahuddin, A., Iftitah, A., & Dewi Mahmudah, U. (2019). PELAKSANAAN PASAL 280 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2017 TENTANG PEMILIHAN UMUM: Pelanggaran Kampanye Pemilu 2019 di Kabupaten Blitar. *Jurnal Supremasi*, 9(2), 17–27. <https://www.m.merdeka.com/amp/politik/panwas-kabupaten-blitar-keluarkan-rekomendasi->
- Hicken, A., Aspinall, E., Weiss, M. L., & Muhtadi, B. (2022). Buying Brokers: Electoral Handouts beyond Clientelism in a Weak-Party State. *World Politics*, 74(1), 77–120. <https://doi.org/DOI:10.1017/S0043887121000216>
- Humaidi, Y. (n.d.). *Politik uang dan perilaku politik: Studi terhadap perilaku pemilih dalam pemilihan umum legislatif 2014 di Kelurahan Bangka, Jakarta Selatan*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah.
- Kholiq, H. M. A. (n.d.). Prilaku Politik Transaksional (Menggagas Fenomena Praktek Politik Uang Dalam Pemilu). *Manarul Qur'an*, 94–105.
- Lundstedt, M., & Edgell, A. B. (2022). Electoral management and vote-buying. *Electoral Studies*, 79(August), 102521. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2022.102521>
- Morrison, M. A. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=LhZNDwAAQBAJ>
- Muhtadi, B. (2019a). Politik Uang Dan Dinamika Elektoral Di Indonesia: Sebuah Kajian Awal Interaksi Antara Party-Id Dan Patron-Klien. *Jurnal Penelitian Politik*, 10(1), 41–58. <http://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/217>
- Muhtadi, B. (2019b). Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Paska-Orde Baru. *Integritas : Jurnal Antikorupsi*, 5(1 SE-Articles), 55–74. <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.413>
- Muhtadi, B. (2019c). The Prevalence of Vote Buying in Indonesia: Building an Index. In B. Muhtadi (Ed.), *Vote Buying in Indonesia* (pp. 45–79). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-6779-3_2
- Nichter, S. (2014). Conceptualizing vote buying. *Electoral Studies*, 35, 315–327. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2014.02.008>
- Pahlevi, M. E. T., & Amrurrobbi, A. A. (2020). Pendidikan Politik dalam Pencegahan Politik Uang Melalui Gerakan Masyarakat Desa. *Jurnal Antikorupsi Integritas*, 6(1), 141–152.
- Pahlevi, M. E. T. P., & Amrurrobbi, A. A. (2020). Pendidikan Politik dalam Pencegahan Politik Uang Melalui Gerakan Masyarakat Desa. *Jurnal Antikorupsi Integritas*, 6(1), 141–152.
- Putra, H. P. (2022). Pengaruh Identifikasi Kepartaian Terhadap Preferensi Memilih Generasi Milenial pada Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Sumatera Barat. *Menara Ilmu*, 16(1), 27–35. <https://doi.org/10.31869/mi.v16i1.3566>
- Samnuzulsari, T., & Yudiarmaja, W. E. (2018). Clientelism and vote buying in local elections: A case study of Kartu Bintang Sejahtera. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 31(1), 72. <https://doi.org/10.20473/mkp.V31i1201>

8.72-83

- Schaffer, F. C. (2005). *Clean elections and the great unwashed: vote buying and voter education in the Philippines*. 1–33.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode penelitian survai (edisi Revisi)*. Jakarta Barat: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiono, S. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. In CV. Alfabeta, Bandung.
- Sukmajati, M., & Aspinal, E. E. (2015). *Politik Uang di Indonesia*. Polgov: Yogyakarta.
- Vicente, P. C. (2014). Is vote buying effective? Evidence from a field experiment in West Africa. *Economic Journal*, 124(574), 1–41. <https://doi.org/10.1111/eoj.12086>