

**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu
Di Kabupaten Blitar Tahun 2019**

Nikmatus Solihah

Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Gajayana Malang, Indonesia
nikmatus.sholihah81@gmail.com

Abstract

Marketing strategy is an effort to market a product, whether it is goods or services, using a certain pattern of plans and tactics so that the number of sales becomes higher. Definition of marketing strategies can also be interpreted as a series of efforts made by the company in order to achieve certain goals, because the potential for selling propositions is limited to the number of people who know this. Marketing Strategy has an important role in a company or business because it serves to determine the economic value of the company, both the price of goods and services. One of the most fundamental elements and indicators of the success and quality of the implementation of democratic elections is the active involvement of the community in the process of the stages of elections, especially in terms of monitoring or monitoring the electoral process. The role and participation of civil society in monitoring or monitoring the course of the democratic contestation process is very important. Participation aims to encourage active democratic activities for all electoral processes. The interest in the participation focus is an indicator of improving the quality of democracy and the nation's political life marketing strategies are implemented in the electoral organization to increase community politics and participation rates.

Keywords: *marketing strategy, community political participation*

Abstrak

Strategi pemasaran adalah usaha terstruktur untuk memasarkan produk, baik itu barang maupun jasa. Usaha terstruktur ini dapat menggunakan sebuah pola perencanaan untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu, strategi pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai satu rangkaian usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena potensi proposisi penjualan terbatas pada segelintir orang yang mengetahui hal ini. Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam perusahaan dan bisnis karena dapat menentukan nilai ekonomis dari sebuah perusahaan, baik dari sisi harga barang maupun jasa. Salah satu elemen fundamental dan indikator dari kesuksesan dan kualitas implementasi pemilihan umum adalah keikutsertaan aktif dari masyarakat dalam proses pemilihan umum, khususnya dalam memonitor proses elektoral. Peran dan partisipasi masyarakat dalam proses monitoring sangat penting untuk dilakukan. Partisipasi ini dapat meningkatkan aktivitas demokratik dalam semua elemen proses elektoral. Strategi pemasaran dapat diimplementasikan dalam organisasi elektoral untuk meningkatkan tingkat partisipasi pemilihan umum masyarakat luas.

Kata kunci: *strategi pemasaran, partisipasi politik masyarakat*

PENDAHULUAN

Dalam Undang-undang (UU) nomor 7 tahun 2017 pasal 18 dijelaskan tentang tugas dan wewenang KPU. Salah satu tugas KPU yaitu menyosialisasikan Penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Kabupaten/Kota kepada masyarakat. Tujuan dilaksanakan sosialisasi ini adalah untuk menyampaikan dan menginformasikan kepada masyarakat tentang tahapan Pemilu, tentang tata cara penyelenggaraan pemilu dan peserta pemilu. Dengan dilakukannya sosialisasi ini, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Pemilu dan dapat diukur dengan angka partisipasi kehadiran dalam pemberian suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS).

Tabel 1 Angka Partisipasi Pemilu Terakhir Kabupaten Blitar

| Pilbub 2010 | | Pileg 2014 | | Pilpres 2014 | | Pilbub 2014 | | Pilgub 2018 | |
|-------------|-------------------|------------|-------------------|--------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|
| DPT | Angka partisipasi | DPT | Angka partisipasi | DPT | Angka partisipasi | DPT | Angka partisipasi | DPT | Angka partisipasi |
| 94.939 | 34.083 | 9.511 | 88.465 | 20.305 | 89.793 | 64.928 | 45.477 | 936.896 | 623.579 |
| | 55,7% | | 75,6 % | | | | 75,95% | | 56,5% |

Sumber: Data primer diolah, 2018

Swastha dan Irawan (2003) berpendapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen berhubungan dengan emosi dan perasaan, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli konsumen, dan sebaliknya ketidakpuasan biasanya akan menghilangkan minat konsumen. Dalam hal kepemiluan, konsumen adalah masyarakat yang sudah memiliki hak pilih.

Dalam hal ini KPU kabupaten Blitar harus mampu menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix secara lebih efektif dan optimal, melalui perencanaan produk atau jasa yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (*product planning*), menetapkan harga yang bersaing (*price policy*), merancang agenda promosi (*promotion activities*), serta memilih segmen pasar yang tepat (*market selection*). Di samping itu, lembaga KPU Kabupaten Blitar juga perlu untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal pada lembaga yaitu ; kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dengan menggunakan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk, melihat secara nyata kondisi internal dan eksternal pada lembaga KPU Kabupaten Blitar yang diharapkan mampu membantu lembaga untuk mengantisipasi faktor-faktor utama dalam meramalkan masa depan lembaga, mengurangi titik lemah pada lembaga, serta mengantisipasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi. Dengan demikian KPU Kabupaten Blitar dapat dengan mudah merancang dan menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai demi meningkatkan jumlah angka partisipasi politik masyarakat.

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu di Kabupaten Blitar tahun 2019 salah satunya dipengaruhi oleh strategi pemasaran. Strategi Pemasaran adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan, akan tetapi apa yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri orang masih merasa rancu. Menurut Assauri (2013:12) Pengertian Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/ transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Dari masalah tersebut, KPU Kabupaten Blitar perlu melakukan terobosan strategi untuk sosialisasi dalam rangka meningkatkan angka partisipasi politik masyarakat dalam penyelenggaraan Pemilu tahun 2019. Namun, sebagai lembaga negara yang dilindungi oleh undang-undang, tentu saja tidak semua usaha dan kinerjanya berhasil secara maksimal seperti yang telah ditargetkan. Maka perlu mengkaji terlebih dahulu kekuatan yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Blitar dalam penyelenggaraan pemilu 2019 yaitu jumlah personil yang dimiliki, ketersediaan anggaran, ketersediaan sarana dan prasarana serta perencanaan program dan kegiatan yang telah direncanakan dalam tahapan Pemilu tahun 2019.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. (Prasetyo, 2016). Sedangkan menurut Sugiyono (2010) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data yaitu data primer yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, dan observasi ke lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Berita Acara Penetapan dan Perolehan Hasil Pemilu dan Pilkada di Kabupaten Blitar dari KPU Kabupaten Blitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Strategi pemasaran untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu di Kabupaten Blitar. Partisipasi pemilih tidak jarang dimaknai sebagai salah satu indikator keberhasilan Pemilu. Pemilu yang memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dianggap memiliki legitimasi yang tidak diragukan. Sebaliknya, apabila tingkat partisipasi rendah (kecil), sering kali dikaitkan dengan pertanyaan dasar, apakah hasil pemilu memiliki legitimasi yang kuat atau rendah. Masih jarang mencoba menghubungkan atau mengaitkan tingkat partisipasi pemilih dengan kualitas demokrasi yang dihasilkan. Karena secara teoritik maupun praksis, hubungan antara besar dan kecilnya angka partisipasi dapat saja berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan proses pemilu dan hasil pemilu. Hal itu ditunjukkan pada perilaku pemilih, bahwa tingkat partisipasi pemilih yang besar atau rendah tergantung dari siapa yang memilih, apakah pemilih yang sudah rasional memberikan pilihan-pilihan atas dasar pertimbangan tertentu, ataukah pemilih yang lebih didominasi oleh mobilisasi, insentif tertentu atau kepentingan – kepentingan sesaat lainnya yang lebih besar.

Tugas dan wewenang KPU Kabupaten Blitar dalam penyelenggaraan Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah meliputi:

1. Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran serta menetapkan jadwal di Kabupaten Blitar;
2. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan di Kabupaten Blitar berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;

3. Membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
4. Mengoordinasikan dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan oleh PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
5. Menyampaikan daftar pemilih kepada KPU Provinsi;
6. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dengan memperhatikan data Pemilu dan/atau pemilihan gubernur, bupati, dan walikota terakhir dan menetapkannya sebagai daftar pemilih;
7. Menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Blitar berdasarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara di PPK dengan membuat berita acara rekapitulasi suara dan sertifikat rekapitulasi suara;
8. Melakukan dan mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Anggota Dewan Perwakilan Daerah, dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi di Kabupaten Blitar yang bersangkutan berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi penghitungan suara di PPK;
9. Membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta Pemilu, Panwaslu Kabupaten Blitar, dan KPU Provinsi;
10. Menerbitkan keputusan KPU Kabupaten Blitar untuk mengesahkan hasil Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Blitar dan mengumumkannya;
11. Mengumumkan calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Blitar terpilih sesuai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah pemilihan di Kabupaten Blitar yang bersangkutan dan membuat berita acaranya;
12. Menindaklanjuti dengan segera temuan dan laporan yang disampaikan oleh Panwaslu Kabupaten Blitar;
13. Mengenakan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK, anggota PPS, sekretaris KPU Kabupaten Blitar, dan pegawai sekretariat KPU Kabupaten Blitar yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan Pemilu berdasarkan rekomendasi Panwaslu Kabupaten Blitar dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
14. Menyelenggarakan sosialisasi penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Kabupaten Blitar kepada masyarakat;
15. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu; dan
16. Melaksanakan tugas dan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau peraturan perundang-undangan.

Rendahnya antusiasme masyarakat dalam memilih saat pemilu tentu ada faktor penyebabnya. Dalam melihat faktor penyebab masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya (golput) pada Pemilu, setidaknya ada 6 (enam) faktor yang sering menyebabkan masyarakat memilih golput (tidak berpartisipasi):

1. Faktor masyarakat yang sudah apatis. Hal ini banyak terjadi di negara berkembang, karena banyak masyarakat yang berpikir dia memilih atau tidak, tidak ada perbedaan yang ia rasakan. Masyarakat berpikir siapa pun pemimpinnya, mereka tetap bekerja dan mendapat gaji seperti biasa.
2. Faktor tidak adanya figur pemimpin. Tidak adanya figur bias dikarenakan kegagalan partai politik dalam merekrut calon pemimpin. Daya Tarik Pemilu bukan lagi Parpol dengan berbagai atributnya, melainkan kandidat individu yang diusung parpol. Masyarakat akan antusias mengikuti Pemilu jika mereka menemukan figur – figur yang populer, meyakinkan atau berkualitas dalam daftar kandidat.
3. Faktor Psikologis. Dalam studi pemilih (*veter behavior*), fenomena golput bisa juga dipengaruhi oleh faktor psikologis. Faktor ini diartikan sebagai keputusan seorang untuk ikut memilih atau tidak ditentukan oleh faktor psikologis seperti kedekatan (*attachment*) dengan partai atau kandidat yang ada.

4. Faktor kekecewaan. Setidaknya ada beberapa definisi mengenai faktor kekecewaan yang menyebabkan golput muncul dalam Pemilu. *Pertama*, karena kekecewaan pada institusi demokrasi yang terbentuk. Artinya sebagian pemilih tidak percaya bahwa Pemilu bisa mengubah nasibnya menjadi lebih baik. *Kedua*, adanya kekecewaan pada wakil yang sudah duduk di pemerintah maupun calon yang akan duduk di pemerintah. Setidaknya ada pemikiran bahwa kandidat ataupun pasangan calon tidak bisa mengubah apapun. Fenomena ini muncul karena secara tidak langsung yang diyakini pemilih, politisi saat ini dihindangi rasa suap. *Ketiga*, Karena momentum Pemilu yang ditetapkan sebagai hari libur, sehingga seseorang lebih memilih untuk berlibur dari pada harus datang ke TPS.
5. Faktor Ekonomis. Golput karena faktor ekonomis, biasanya disebabkan karena adanya mata pencaharian yang tidak bisa ditinggal. Golongan ini didominasi oleh para pedagang kecil, karyawan dengan upah harian dan pekerja serabutan lainnya, termasuk yang bekerja di luar kota dan luar negeri.
6. Faktor Kesalahan Teknis. Golput karena kesalahan teknis banyak disebabkan masyarakat yang sebenarnya memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), namun tidak memiliki hak pilih karena tidak tercatat sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT). Kemungkinan karena masyarakat itu sendiri yang sengaja tidak mendaftarkan dirinya kembali atau karena dia memang tidak tahu bahwa dirinya tidak tercatat dalam DPT. Bisa juga sebaliknya, adanya masyarakat yang tercatat memiliki KTP ganda dan menyebabkan dirinya termasuk DPT ganda. Namun saat pemungutan suara masyarakat itu hanya melakukan pencoblosan satu kali, sehingga seolah-olah ada DPT lain yang tidak menggunakan hak pilihnya.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Blitar selaku penyelenggara Pilkada dan Pemilu melakukan sosialisasi dan pendidikan pemilih dengan harapan dapat meningkatkan angka partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu maupun Pilkada dan menekan angka Golongan Putih (golput).

Analisis SWOT

a. *Strength* (kekuatan)

KPU Kabupaten Blitar mempunyai beberapa kekuatan yang bisa digunakan untuk memasarkan atau menawarkan produk-produknya sehingga bisa meningkatkan angka partisipasi politik masyarakat Kabupaten Blitar. Kekuatan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Brand Image

KPU Kabupaten Blitar adalah lembaga pemerintah yang dibentuk berdasarkan amanat UUD 1945 dan satu-satunya lembaga penyelenggara pemilu yang merencanakan, melaksanakan dan menetapkan hasil pemilu. Sebagai satu-satunya lembaga penyelenggara teknis pemilu yang bersifat tetap dan nasional, tentu saja menghasilkan produk yang bisa diakses oleh masyarakat secara umum yaitu berupa data pemilih, daerah pemilihan, peserta pemilu dan hasil pemilu. Selain itu, produk lain KPU Kabupaten Blitar adalah layanan pendidikan pemilih dan pendidikan demokrasi. Dengan tagline *KKPU Melayani* diharapkan KPU benar-benar melayani dengan baik peserta pemilu, pemilih dan masyarakat.

2) Kemudahan Akses informasi

KPU Kabupaten Blitar memiliki sistem informasi yang bisa dengan mudah diakses oleh masyarakat. Masyarakat tidak perlu datang langsung ke kantor KPU Kabupaten Blitar untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Masyarakat cukup mengunjungi website KPU Kabupaten Blitar, atau sistem informasi yang dimiliki oleh KPU seperti Sidalih, Silon, Silog, Sidapil, Sipol, Sidakam, Situng, Simak, dan lain-lain. Masyarakat juga bisa mendapatkan informasi kegiatan KPU Kabupaten Blitar melalui Facebook, Instagram, dan WA KPU Kabupaten Blitar.

3) Ketersediaan anggaran

Dalam penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur tahun 2018, KPU kabupaten Blitar mendapatkan anggaran sebesar Rp.26 Milyar, dan anggaran untuk sosialisasi sebesar Rp. 1.018.600.000,- dan untuk pengadaan Alat peraga Sosialisasi (APS) dan Alat Peraga Kampanye (APK) sebesar Rp. 686.600.000 . Anggaran ini sudah cukup untuk kegiatan sosialisasi, karena tidak semua sosialisasi dan pendidikan pemilih yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten Blitar beserta jajarannya berbasis anggaran. Selain itu, dari anggaran rutin APBN, KPU Kabupaten Blitar mendapatkan anggaran yang cukup besar juga untuk kegiatan sosialisasi dan pendidikan pemilih.

4) Ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Jumlah personil atau Sumber Daya manusia (SDM) yang ada di KPU Kabupaten Blitar cukup banyak. Yaitu 5 (lima) orang komisioner, 11 (sebelas) tenaga sekretariat Pegawai negeri Sipil (PNS) yang dipimpin oleh sekretaris KPU Kabupaten Blitar, 7 (tujuh) orang tenaga honorer, dan 7 (tujuh) orang tenaga pendukung. Selain itu, masih ada 110 (seratus Sepuluh) orang Panitia Pemilihan Kecamatan yang tersebar di 22 (dua puluh dua) kecamatan, dan 744 (tujuh ratus empat puluh empat) orang Panitia Pemungutan suara yang tersebar di 248 desa/kelurahan, dan 4.573 (empat ribu lima ratus tujuh puluh tiga) orang Petugas Pemutakhiran Data Pemilih (PPDP) dan 32.011 (Tiga Puluh dua Ribu Sebelas) orang anggota Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang tersebar di 4.573 TPS di Kabupaten Blitar. Banyaknya sumber daya manusia yang ada menjadi kekuatan KPU Kabupaten Blitar dalam melaksanakan sosialisasi dan pendidikan pemilih, serta layanan informasi bagi masyarakat.

5) Prestasi yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Blitar

Pada tahun 2014 KPU Kabupaten Blitar memperoleh penghargaan dari KPU Provinsi Jawa Timur sebagai KPU Kabupaten/kota dengan DPT terbaik.

b. Weakness (kelemahan)

- 1) Kantor dan Gudang KPU Kabupaten Blitar yang belum permanen menjadi milik KPU Kabupaten Blitar. KPU Kabupaten Blitar masih menggunakan gedung milik pemerintah daerah Kabupaten Blitar dengan sistem pinjam pakai, sehingga kondisi kantor dan gudang belum *representative*. Begitu juga untuk penyelenggara *ad hoc*, yaitu PPK dan PPS belum memiliki kantor dan gudang sendiri, tetapi masih menumpang di kantor kecamatan dan kantor desa/kelurahan.
- 2) Angka Partisipasi masyarakat yang masih rendah, yang belum mencapai target KPU RI sebesar 77,5%.
- 3) Tingginya angka kesalahan coblos yang tinggi, yaitu kesalahan pada saat proses pemungutan suara di TPS mencapai 5-10% setiap pemilihan.

c. Opportunities (peluang)

- 1) Dukungan Pemerintah Kabupaten Blitar sangat besar.

Bupati Blitar membentuk tim Fasilitasi dan Kelancaran pemilu yang diketuai langsung sekretaris daerah Kabupaten Blitar. Kepala Bakesbangpol Kabupaten Blitar selaku pelaksana harian. Tim fasilitasi ini terdiri dari semua instansi di Kabupaten Blitar yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemilu. Semua camat dan kepala desa se Kabupaten Blitar juga menjadi

anggota tim fasilitasi dan kelancaran pemilu di wilayahnya masing-masing. Bentuk dukungan itu antara lain fasilitasi gedung kantor dan gudang KPU Kabupaten Blitar, PPK dan PPS. Bentuk dukungan lainnya yaitu PNS di lingkungan Kabupaten Blitar untuk menjadi staff sekretariat di kantor KPU Kabupaten Blitar, staff sekretariat untuk PPK dan PPS. Dukungan yang sangat penting lagi adalah pelaksanaan sosialisasi bersama tim fasilitasi dan kelancaran pemilu di Kabupaten Blitar dengan nara sumber KPU Kabupaten Blitar, Bawaslu Kabupaten Blitar, Kepala Bakesbangpol Kabupaten Blitar, Kepala Kejaksaan, dan Kapolres Blitar. Sosialisasi dilaksanakan secara bertahap dengan segmen yang berbeda-beda, yaitu perangkat desa, penyelenggara, kelompok perempuan, pemilih pemula, dan tokoh agama dan masyarakat.

2) Tingkat Pendidikan masyarakat.

Jumlah sekolah dan warga di Blitar dan sekitarnya semakin meningkat, dan kesadaran untuk mengenyam pendidikan juga semakin besar. Hal ini menjadi peluang untuk KPU Kabupaten Blitar karena semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin mudah pula dalam melaksanakan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Selain itu, masyarakat dengan tingkat pendidikan yang tinggi, juga lebih menguasai teknologi, sehingga mereka mampu secara mandiri mengakses informasi tentang kepemiluan melalui media, tanpa harus menunggu sosialisasi tatap muka dari KPU Kabupaten Blitar.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman disini meliputi faktor eksternal. Sesuai hasil wawancara kepada 15 (lima belas) informan yang tersebar di Kabupaten Blitar, ditemukan masih banyak warga masyarakat yang belum mengetahui tentang penyelenggaraan pemilu tahun 2019. Para informan belum atau tidak mengetahui kapan pelaksanaan pemilu, siapa peserta pemilu, berapa jumlah peserta pemilu, bahkan tidak mengetahui penyelenggara pemilu. Banyak penyebab ketidaktahuan masyarakat terhadap penyelenggaraan Pemilu, salah satunya karena tidak mendapatkan sosialisasi langsung dari KPU Kabupaten Blitar.

Selain itu, ancaman KPU Kabupaten Blitar adalah DPT Ganda Dalam proses pemutakhiran data pemilih dalam Pemilu tahun 2019, masih terdapat data ganda di dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Untuk Pengembangan, agar mengetahui langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh KPU Kabupaten Blitar dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran diperlukan matrik SWOT yang bisa menunjukkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh lembaga KPU Kabupaten Blitar.

Berikut merupakan pengembangan strategi pemasaran dari hasil analisis SWOT KPU Kabupaten Blitar:

a. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Strategi yang berdasar pada kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Blitar, yaitu sebagai berikut:

1. Memperluas segmen sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat. yang telah ada, tentunya hal ini harus melalui proses perencanaan yang matang agar masyarakat yang akan dimasuki tidak salah sasaran. Selain itu perluasan segmen sosialisasi dan pendidikan pemilih yang dilakukan harus melihat kemampuan yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Blitar.
2. Memperkuat kerja sama dengan instansi terkait. Jaringan kerja sama yang telah terbangun dengan pemerintah Kabupaten Blitar dan lembaga lain yang berkaitan dalam penyelenggaraan kepemiluan perlu dipertahankan. KPU Kabupaten Blitar dapat melihat

peluang besar yang dapat dimanfaatkan dari kerja sama yang dijalin dengan lembaga-lembaga tersebut.

3. Meningkatkan hubungan dengan pemerintah. Pemerintah sangat berperan dalam memfasilitasi dan kelancaran penyelenggaraan Pemilu di Kabupaten Blitar. Pemerintah Kabupaten Blitar sebagai Tim fasilitasi dan kelancaran Penyelenggaraan Pemilu memberikan fasilitasi gedung, gudang mulai dari tingkat KPU Kabupaten Blitar, PPK sampai PPS, dan ASN yang ada di lingkungan pemerintah Kabupaten Blitar. Peran pemerintah selama ini sudah sangat baik. Bahkan Tim fasilitasi dan kelancaran penyelenggaraan pemilu ikut serta dalam pelaksanaan sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat. Kerja sama yang baik ini perlu dipertahankan demi tetap kondusivitas dan suksesnya penyelenggaraan pemilu di Kabupaten Blitar.
4. Meningkatkan layanan kemudahan akses informasi kepada masyarakat. Semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat dalam pendidikan, semakin tinggi pula penggunaan fasilitas akses informasi melalui digitalisasi informasi. Masyarakat dapat mengakses informasi melalui teknologi informasi dengan sangat mudah. Hal ini mendorong KPU Kabupaten Blitar untuk lebih meningkatkan layanan informasi melalui fitur-fitur yang mudah diakses masyarakat tanpa harus datang ke kantor KPU Kabupaten Blitar.

2. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

Strategi WO ditetapkan dari faktor kelemahan dan peluang, strategi WO yang dapat dilakukan yaitu:

- a. Berkoordinasi intensif dengan pemerintah dan lembaga lain Kabupaten Blitar terkait kebutuhan gedung dan gudang. KPU Kabupaten Blitar, PPK dan PPS belum memiliki gedung dan gudang sendiri yang *representative*. Maka hal yang perlu dilakukan adalah berkoordinasi secara intensif dengan pemerintah Kabupaten Blitar selaku tim fasilitasi dan kelancaran penyelenggaraan pemilu.
- b. Peningkatan kualitas produk dengan menampilkan fitur informasi di media sosial yang mudah diakses masyarakat, sehingga masyarakat tidak perlu datang langsung ke kantor KPU Kabupaten Blitar.
- c. Memperbaiki prosedur Pelayanan kepada masyarakat. Peran partisipasi politik masyarakat dalam hal ini masyarakat Kabupaten Blitar yang telah memiliki hak pilih sangat berpengaruh terhadap suksesnya penyelenggaraan pemilu sebagai tolok ukur kesuksesan KPU Kabupaten Blitar.
- d. Membuat video tutorial bagi calon pemilih tata cara mencoblos. Video tutorial ini dibuat untuk memudahkan bagi pemilih dalam mempelajari tata cara mencoblos yang benar. Sehingga angka kesalahan coblos saat proses pemungutan suara dalam Pemilu tahun 2019 dapat ditekan.
- e. Menambah intensitas dan volume kegiatan sosialisasi ke semua segmen. Untuk mencapai target angka partisipasi sebesar 77,5%, KPU Kabupaten Blitar beserta jajarannya harus lebih intens dan menambah volume sosialisasi ke semua segmen masyarakat calon pemilih. Sehingga dapat mencapai target yang sudah ditetapkan.
- f. Bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan lembaga lain untuk melakukan sosialisasi dan simulasi pencoblosan.

3. Strategi ST (*Strengths Threats*)

Strategi ST merupakan strategi yang berdasar pada faktor kekuatan dan ancaman, yaitu meliputi:

- a. Menjalin kerja sama dengan lembaga lain termasuk lembaga pendidikan, organisasi sosial dan masyarakat.
- b. Meningkatkan kualitas layanan dan sistem informasi kepada masyarakat.
- c. Berkoordinasi secara intensif dan bekerja sama dengan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (DISPENDUK CAPIL) untuk memberikan data pemilih yang valid.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa simpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian yaitu hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa KPU Kabupaten Blitar sudah mampu dan siap meningkatkan angka partisipasi politik masyarakatnya. Berdasar analisis SWOT, KPU Kabupaten Blitar dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang dapat dilakukan terdiri dari: (1) Memperluas segmen sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada masyarakat. (2) Memperkuat kerja sama dengan instansi terkait. (3) Meningkatkan hubungan dengan pemerintah, dan (4) Meningkatkan layanan kemudahan akses informasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Press.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 3*, Yogyakarta. Liberty.