

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dilatar belakangi persaingan yang semakin ketat antar partai politik. *Marketing* tidak lagi hanya berbicara tentang jual menjual barang saja (Dessy Fitriyani Wulandari, 2017), konsep pemasaran juga dapat digunakan oleh berbagai aspek kehidupan baik itu bisnis, sosial, yayasan, partai politik maupun personal. Pemasaran politik bukan hanya terbatas bagaimana menjual produk atau gagasan saja, lebih dari itu pemasaran politik memahami tentang bagaimana memuaskan stakeholder (pihak yang berkepentingan) agar partai politik dapat memenangkan persaingan. Berdasarkan masalah tersebut *marketing* diperlukan supaya mendapatkan pangsa pasar yang sebesar-besarnya. Seperti dunia industri dan jasa, dunia politik juga terdiri dari konsumen dan produsen, dalam partai politik yang menjadi produsennya adalah partai-partai yang merebutkan suara rakyat. Sedangkan yang menjadi konsumennya yaitu masyarakat. Interaksi antara penghasil produk politik dengan masyarakat inilah yang menciptakan pasar politik. Partai politik harus mampu melihat lebih luas bahwa partai politik adalah bagian dari proses *konsolidasi* demokrasi di Indonesia. Menghadapi persaingan yang lebih kompetitif, partai dituntut untuk mendapatkan loyalitas dari masyarakat. Loyalitas masyarakat mutlak diperlukan untuk dapat bersaing dengan partai-partai

lain. Membangun loyalitas masyarakat diperlukan adanya usaha-usaha dari partai untuk tetap memberikan kualitas kinerja yang terbaik, sehingga membentuk persepsi kualitas yang kuat dibenak masyarakat, jika partai mempunyai kualitas yang baik, semakin banyak kesempatan partai untuk mengibarkan brand partainya dan reputasi partai selalu baik di mata masyarakat. Begitu juga sebaliknya jika partai mempunyai anggota yang buruk maka akan mengecewakan masyarakatnya sehingga akan memperburuk eksistensi partai yang akan berakibat menurunnya pendukung partai. Masyarakat loyal akan membentuk peluang guna memperoleh pendukung baru. Mempertahankan seluruh pendukung yang ada akan lebih menguntungkan dibandingkan pergantian pendukung baru. Salah satu jalan guna meraih loyalitas masyarakat adalah dengan membentuk kepercayaan masyarakat terhadap partai politik.

Saat ini gejala bertambahnya *apatisme* rakyat terhadap kehidupan politik semakin bertambah, salah satunya dengan gerakan golongan putih. Bahkan gerakan mahasiswa yang selalu diposisikan sebagai gerakan moral yang mengekspresikan kepentingan rakyat, dianggap menjadi salah satu kelompok sosial yang paling rentan dengan sikap golongan putih, jika benar maka boleh dikatakan signifikan jumlah golongan putih dengan ketidakpercayaan rakyat terhadap partai dalam pemilihan umum mendatang akan terus meningkat (Yuliono, 2013). Rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik adalah sebuah hambatan besar bagi perkembangan demokrasi untuk masa depan.

Menurut Sunny Tanuwidjaja dalam Anton Yuliono (2013) yang menyatakan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik saat ini sangat rendah. Dukungan terhadap partai politik turun dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hal tersebut dikarenakan saat ini partai politik bukanlah institusi yang menjadi saluran buat aspirasi publik ke pemerintah, tetapi partai politik lebih menjadi alat buat elit-elit politik untuk mencapai kekuasaan dan menguasai sumber daya alam yang ada. Semua partai mengalami penurunan karena pemilih secara umum kecewa terhadap semua partai politik dan cenderung bingung untuk memberikan dukungannya. Setiap partai dituntut untuk terus melakukan perbaikan salah satunya pada kepercayaan masyarakat, hal ini dimaksudkan agar kinerja dari partai mendapat tempat yang baik di mata masyarakat. Karena masyarakat dalam memilih partai politik didasari motivasi yang nantinya akan menimbulkan loyalitas terhadap partai yang didukungnya. Salah satu cara untuk meraih keunggulan kompetisi dan mempertahankan loyalitas masyarakat adalah dengan membentuk citra merek (*brand image*) yang positif dimata masyarakat.

Pengaruh yang kuat dalam membangun citra partai politik yaitu dari kinerja bauran pemasaran yang dilaksanakan suatu partai politik. Citra partai politik menjadi salah satu penentu bagi konstituen dalam memilih partai politik. Kinerja bauran pemasaran dan citra memiliki pengaruh yang kuat dalam menciptakan konstituen yang loyal kepada partai politik. Menurut Hsieh, Pan & Setiono dalam Matias Gadau (2016), brand image

yang positif memungkinkan konsumen untuk mengidentifikasi kebutuhannya yang dapat terpenuhi oleh produsen tersebut dan membedakannya dari para pesaingnya, sehingga meningkatkan kemungkinan konsumen akan memilihnya. Loyalitas tentunya tidak hadir begitu saja, partai harus mengatur strategi bagaimana mengelola masyarakat dengan cara mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dari masyarakat dengan harapan masyarakat yang terpenuhi. Dengan adanya citra yang positif di suatu partai politik, akan menciptakan perasaan puas bagi masyarakatnya, setelah masyarakat merasakan puas terhadap partainya, masyarakat akan membandingkan dengan kinerja yang diberikan.

Menurut teori Sudaryono (2016, p. 78) yang menyatakan Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang, jadi interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa ataupun pelayanan yang diberikan merupakan suatu kesimpulan dari kepuasan atau ketidakpuasan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka masyarakat akan sangat puas. Kualitas digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara kenyataan dengan kinerja. Loyalitas masyarakat terhadap kepuasan tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau

tidaknya kebutuhan masyarakat yang tampak dari sikap perilaku masyarakat terhadap suatu partai politik.

Hasil penelitian (Sutrisni, 2010) yang menyatakan bahwa mahasiswa sebagai konsumen yang mempunyai loyalitas tinggi dan mempunyai sifat memilih karena mempunyai pengetahuan lebih sehingga mahasiswa mempunyai kesetiaan terhadap barang atau jasa yang dipilih. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa merupakan pihak masyarakat yang kritis terhadap hal-hal semacam itu. Dimana mahasiswa kerap disangkutpautkan dengan permasalahan politik dan dianggap sebagai pihak yang paling kritis mampu menyoroti setiap tindakan elit politik., sehingga peneliti menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian untuk mendapatkan hasil responden yang akurat. Beberapa faktor yang menimbulkan loyalitas mahasiswa pada suatu partai yaitu mempunyai persamaan tujuan ataupun visi misi dan juga kualitas partai yang baik. Faktor tersebut didukung dengan adanya kepercayaan, citra partai yang baik dan perasaan puas terhadap suatu partai. Loyalitas mahasiswa akan didapat jika partai mampu memenuhi beberapa faktor tersebut.

Penelitian ini mengacu pada fenomena – fenomena politik saat ini, tidak semua masyarakat loyal terhadap partai karena kepercayaan, nama partai yang tinggi dan juga perasaan puas yang didapat pada suatu partai. Dilapangan menunjukkan bahwa terdapat beberapa partai politik yang menyalahgunakan kekuasaan sehingga menurunkan kepercayaan. Baik

buruknya image suatu partai itu merupakan hal utama yang dipandang seseorang, jika sebuah partai memiliki citra yang baik maka secara otomatis masyarakat akan loyal terhadap partai tersebut. Partai politik tidak luput dari permasalahan mempertahankan kepuasan masyarakatnya demi terciptanya loyalitas masyarakat yang dapat terus dipertahankan. Dimana persaingan yang terjadi antara partai politik dapat dikatakan kompetitif karena banyak partai-partai politik bermunculan dengan eksistensi yang menarik. Hal ini tentu saja akan mendorong persaingan untuk memberikan kepuasan terhadap masyarakatnya demi terciptanya loyalitas.

Berangkat dari permasalahan tersebut apakah kepercayaan, citra partai dan kepuasan akan memiliki pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa apabila partai politik banyak yang bermunculan dengan eksistensi yang menarik, dimana hal ini akan menjadi sebuah ketertarikan tersendiri bagi peneliti melihat peran partai untuk mempertahankan eksistensi partainya, dimana masyarakat dalam hal ini akankah mempertimbangkan kepercayaan, citra partai dan kepuasan untuk memilih loyal pada satu partai tersebut atau tidak sama sekali.

Berdasarkan dengan uraian yang disampaikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PARTAI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA PARTAI POLITIK”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik?
2. Apakah terdapat pengaruh antara citra partai terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kepercayaan, citra partai dan kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik yang dipilihnya.
2. Untuk mengetahui apakah citra partai berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik yang dipilihnya.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik yang dipilihnya.

4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, citra partai dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada partai politik yang dipilihnya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Partai Politik

Untuk membantu partai mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, citra partai dan kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa serta menjadi acuan partai dalam mengoptimalkan kinerja untuk menjaga loyalitas pendukungnya.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar dalam menilai kinerja suatu partai yang dapat menjadi pertimbangan dalam menjaga loyalitas terhadap partai yang didukungnya.

3. Bagi Peneliti

Kegiatan dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang pemasaran politik dan menerapkan teori-teori yang sudah didapat di Perguruan Tinggi