

STRATEGI PEMASARAN POLITIK (*POLITICAL MARKETING*) DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI PARTAI POLITIK LOKAL DI KOTA SUBULUSSALAM PROVINSI ACEH

Naira Br Cappah
NPP. 30.0057

Asdaf Kota Subulussalam, Provinsi Aceh
Program Studi Politik Indonesia Terapan

Email: [nairacapah22.@gmail.com](mailto:nairacapah22@gmail.com)

Pembimbing Skripsi: Astika Umyy Athahirah, S.STP, M.Si

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): Local political parties have an important role in maintaining local cultural identity and maintaining security and political stability in Aceh, especially after the conflict between the Indonesian government and the Free Aceh Movement (GAM). Based on the Memorandum of Understanding (MoU) between the Government of the Republic of Indonesia and the Free Aceh Movement (GAM), the provincial government of Aceh has the right to form local political parties. Therefore, local parties in Subulussalam City are expected to be able to maintain and increase their existence so that they are able to compete with national parties towards the upcoming 2024 general election. **Purpose:** This study aims to determine the internal and external factors of local political parties and find the right political marketing strategy for local political parties in increasing their existence as local parties. **Method:** This study used a Quasi-Qualitative Design (QQD)/Semi-Qualitative method. Data collection techniques through interviews, documentation, and questionnaires were then analyzed using IFAS and EFAS, SWOT-4K Matrix, SWOT analysis to produce several strategies. **Result:** Through SWOT analysis, the authors found internal and external factors of local political parties as well as political marketing strategies that can be used to increase the existence of local political parties towards the upcoming 2024 elections. **Conclusion:** Based on the results of the analysis, the author suggests fixing internal problems in local political parties and the author also suggests using a Turn around strategy by applying the 2020 Denny JA theory on political marketing. **Keywords:** political marketing, local party, strategy

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Partai politik lokal memiliki peran penting dalam menjaga identitas budaya lokal serta menjaga keamanan dan stabilitas politik di Aceh terutama setelah konflik antara pemerintah Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka (GAM). Maka dari itu partai lokal di Kota Subulussalam diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya agar mampu bersaing dengan partai nasional menuju pemilihan umum 2024 yang akan datang. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal partai politik lokal serta menemukan strategi pemasaran politik (*political marketing*) yang tepat bagi partai politik lokal dalam meningkatkan eksistensinya sebagai partai lokal. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode Quasi-Qualitative Desain (QQD)/ Semi kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan kuesioner kemudian data dianalisis menggunakan IFAS dan EFAS, Matriks SWOT-4K, analisis SWOT sehingga menghasilkan beberapa strategi. Melalui analisis SWOT penulis menemukan faktor internal dan eksternal partai politik lokal serta strategi pemasaran politik yang dapat digunakan untuk meningkatkan eksistensi partai politik lokal menuju pemilu tahun 2024 yang akan datang. **Hasil:** Berdasarkan hasil penelitian penulis menemukan bahwa, terdapat permasalahan faktor internal pada partai politik lokal sehingga mempengaruhi eksistensi partai politik lokal. **Kesimpulan:** Maka dari itu dapat disimpulkan juga bahwa faktor internal inilah yang menghambat eksistensi partai politik lokal sehingga penulis menyarankan agar memperbaiki permasalahan internal pada partai politik lokal dan penulis juga menyarankan untuk menggunakan strategi *Turn around*. **Kata Kunci:** pemasaran politik, partai lokal, strategi

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebebasan berserikat, berkumpul dan menyatakan pendapat merupakan hak seluruh warga negara Indonesia. Partai politik merupakan salah satu bentuk perwujudan dari kebebasan dalam berserikat, berkumpul dan menyatakan pendapat. Partai politik berfungsi sebagai wadah untuk mempersiapkan kader pemimpin yang akan menduduki jabatan-jabatan politik di Indonesia melalui sistem pemilu yang telah ditetapkan. Di negara demokrasi partai politik berfungsi memperbincangkan dan menyebarluaskan rencana-rencana dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Dengan demikian terjadi arus informasi dan dialog dua arah, dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Partai politik memainkan peran sebagai penghubung antara yang memerintah dan yang diperintah. Peran partai sebagai jembatan sangat penting, karena di satu pihak kebijakan pemerintah perlu dijelaskan kepada semua kelompok masyarakat, dan di pihak lain pemerintah harus tanggap terhadap tuntutan masyarakat (Budiardjo, 2008: 406).

Sebagai negara hukum maka partai politik diatur dan diawasi oleh pemerintah yaitu terdapat pada Undang-Undang nomor 2 Tahun 2008 tentang partai politik. Sebelumnya partai politik diatur pada Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002, namun sudah tidak relevan dan perlu adanya pembaharuan sehingga terbentuklah Undang-Undang nomor 2 Tahun 2008 tentang partai politik yang diterapkan hingga sekarang. Dengan adanya Undang-Undang tersebut partai politik dilarang untuk menganut, mengembangkan dan menyebarkan ajaran yang bertentangan dengan ideologi negara, walaupun partai politik dijamin dan memiliki hak dalam berserikat, berkumpul dan menyatakan pendapat tetapi partai politik tetap diawasi dan dapat diberi sanksi jika sudah bersimpangan dengan dasar dan ideologi negara Indonesia.

Sehubungan dengan itu partai politik lokal di Aceh merupakan salah satu bentuk keistimewaan Provinsi Aceh. *Memorandum of Understanding (MoU) Helsinki* merupakan Nota kesepakatan antara Pemerintah Republik Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka (GAM) pada tanggal 15 Agustus 2005

merupakan awal pemulihan kehidupan masyarakat di daerah Aceh yang damai dan terlepas dari konflik serta pemberontakan yang terjadi oleh GAM dan bencana tsunami yang terjadi di Aceh (Akbar & Mujibussalim, 2017:5). Berdasarkan kesepakatan ini maka Provinsi Aceh diberikan kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan Provinsi Aceh kecuali urusan pemerintah yang menjadi kewenangan pemerintah pusat yaitu urusan politik luar negeri, urusan pertahanan, urusan keamanan, urusan hukum, urusan agama dan urusan moneter dan fiskal nasional. Berdasarkan kesepakatan tersebut Provinsi Aceh izinkan untuk membentuk partai politik lokal.

Subulussalam adalah sebuah kota yang berada di Provinsi Aceh. Kota Subulussalam dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2007, pada tanggal 2 Januari 2007. Kota Subulussalam merupakan pemekaran dari Kabupaten Aceh Singkil. Di Kota Subulussalam terdapat 2 partai politik lokal yang maju pada pemilihan legislatif pada periode tahun 2014-2019 dan periode tahun 2019-2024 yaitu Partai Aceh dan Partai Nanggroe Aceh. Terdapat 10 partai politik nasional yang ikut serta dalam pemilihan legislatif. Pada pemilihan legislatif sejak tahun 2014 partai politik nasional lebih dominan ikut serta sebagai calon legislatif.

Berdasarkan data yang diperoleh penulis pada periode 2014-2019 Partai politik lokal menduduki 3 kursi dan pada periode 2019-2024 meningkat menjadi 4 kursi yaitu Partai Aceh 2 kursi dan PNA. Hal ini menunjukkan bahwa ada peningkatan pada partai lokal PNA dan penurunan pada partai Lokal Partai Aceh. Pada pemilu 2019 ada peningkatan penambahan kursi DPRK oleh partai politik lokal dari yang sebelumnya pada tahun 2014-2019 sebanyak 3 kursi menjadi 4 kursi di tahun 2018-2023. Hal ini menunjukkan bahwa selain dari kedudukan DPRK Subulussalam yang dominan oleh partai politik nasional, dapat dilihat juga dari kepala daerah terpilih tahun 2019-2023 yaitu Walikota Subulussalam Bapak H.Affan Alfian,SE yang berasal dari Partai Hanura, serta Wakil Walikota Subulussalam Bapak Drs.Salmaza MAP berasal dari Partai Demokrat. Untuk mendapatkan suara dari masyarakat tentu partai politik memiliki cara dan strategi untuk mencapai targetnya. Untuk mencapai target yang diinginkan itu diperlukan satu konsep strategi pemasaran politik (*political marketing*). *Political marketing* merupakan hal penting dalam kegiatan untuk membentuk persepsi aktor dan partai politik, serta memengaruhi perilaku partisipasi publik. Berkaitan dengan ini maka sudah sepantasnya partai politik lokal perlu menjaga eksistensinya dimata masyarakat untuk menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat hal inilah yang membuat penulis ingin mengkaji perihal Strategi Pemasaran Politik (*Political Marketing*) Dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal Di Kota Subulussalam Provinsi Aceh.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Adapun kesenjangan yang menjadi permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini berkaitan dengan fakta bahwa warga Negara Indonesia yang majemuk menyebabkan partai politik nasional belum tentu dapat mengetahui dan memahami apa yang menjadi kepentingan masyarakat di daerah. Seperti daerah Aceh yang mayoritas masyarakatnya beragama islam dan pemerintahannya menegakkan syariat islam, berbeda dengan Provinsi Bali yang mayoritas masyarakatnya beragama hindu, sehingga setiap daerah tentu memiliki kepentingan masing-masing yang bersifat kedaerahan, diluar kepentingan nasional. Hal ini menjadi sebuah kekurangan bagi partai nasional yang bersifat nasional sehingga kurang memahami kepentingan daerah. Partai politik lokal Aceh juga menjadi salah satu penghambat bagi masyarakat Aceh untuk memisahkan diri dan membentuk pemerintahan sendiri di luar Negara Indonesia. Berangkat dari masalah ini partai politik lokal merupakan sebuah solusi bagi masyarakat Partai politik lokal yang lahir dan dibentuk di daerah tentu lebih mengetahui apa yang menjadi kepentingan dan kebutuhan masyarakatnya sesuai dengan adat istiadat serta budaya di daerah. Sehingga masyarakat perlu mendukung partai politik lokal. Selain itu dengan fakta bahwa adanya kebutuhan untuk menjaga eksistensi dari pada partai politik lokal menjadi suatu hal yang

melatarbelakangi penulis mengangkat tema penelitian ini.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu diantaranya ialah, Penelitian yang dilakukan oleh Feisal Akbar, Dr. Mujibussalim, S.H., M. Hum (2017) terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian yang berjudul eksistensi partai politik lokal di Aceh (Suatu Kajian Terhadap Partai Daulat Aceh Pada Tahun 2009) ini fokus dalam membahas faktor yang menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat lokal terhadap partai politik lokal di Aceh dan khusus mengkaji Partai Daulat Aceh pada tahun 2009 lalu. Sedangkan penelitian ini fokus untuk memperoleh gambaran faktor penghambat rendahnya eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh sekaligus memberikan solusi mengenai strategi pemasaran politik (*political marketing*) bagi partai politik lokal menuju pileg 2024 yang akan datang. Selanjutnya ialah penelitian yang dilakukan oleh Dr. Hamdani M., Syam. M.A dan Ajuar Pardi (2018) dengan judul strategi komunikasi politik Partai Aceh (PA) dalam pemenangan pemilu legislatif tahun 2014 di Kota Subulussalam berfokus dalam penelitian khusus membahas Partai Aceh (PA) dan mengkaji tentang hambatan dan strategi komunikasi politik apa yang digunakan dalam pileg 2014 lalu. Berbeda dengan penelitian ini yang tidak berfokus hanya terhadap Partai Aceh serta membahas strategi pemasaran politik menuju pileg 2024 di Kota Subulussalam. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rudy Aulianda Risky dan Dr. Effendi Hasan, MA (2019), dengan judul Proses transisi politik gerakan aceh merdeka menjadi partai politik lokal bertujuan untuk membahas dan berfokus pada terbentuknya partai lokal PNA dan untuk mengetahui Problematika apa yang dihadapi PNA selama proses transisi dari Gerakan Aceh Merdeka. Berbeda dengan penelitian ini yang membahas eksistensi partai politik lokal yang sudah terbentuk. Lalu pada penelitian Bismo Ghifari (2020) dengan judul *marketing* politik Mulyadi pada pemilihan umum DPR-RI tahun 2019 di Provinsi Sumatera Barat mengkaji tentang *marketing* politik serta dampak 3T terhadap kandidat dan pemilih yang dilakukan oleh mulyadi dalam memperoleh suara terbanyak DPR-RI tahun 2019. Penelitian ini membahas mengenai strategi tahapan *push marketing*, *pull marketing* dan *pass marketing* sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan teori JA yaitu 10 P untuk pemasaran politik. Terakhir penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dendy Sakti Anugerah dan Ubaidullah (2022) dengan Strategi Pemenangan Partai Lokal Pada Pemilu Legislatif 2019 Di Kota Banda Aceh mengkaji tentang strategi pemenangan partai lokal untuk mengetahui dinamika pemasaran politik dan merosotnya perolehan kursi partai politik lokal di Kota Banda Aceh. perbedaan penelitian ini terdapat pada lokus penelitiannya yaitu penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Banda Aceh Sedangkan penelitian yang di kaji oleh penulis berlokus di Kota Subulussalam.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni berkaitan dengan Strategi Pemasaran Politik (*Political Marketing*) dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh. Adapun fokus yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian lainnya ialah pertama penulis tidak membatasi cakupan hanya salah satu partai saja malinkan melihat secara keseluruhan. Kemudian penulis juga ingin melihat apa saja upaya berupa macam-macam strategi pemasaran politik dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh dengan berpedoman pada teori JA yaitu 10 P untuk pemasaran politik.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang menyebabkan rendahnya eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh. Selain itu juga untuk mengetahui strategi pemasaran politik (*political marketing*) untuk meningkatkan eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mana bertujuan untuk mendapatkan data secara mendalam berkaitan dengan permasalahan atau topik penelitian yang diangkat oleh penulis. Yang mana pada konteks ini ialah upaya untuk mencari tahu apa saja Strategi Pemasaran Politik (*Political Marketing*) dalam Meningkatkan Eksistensi Partai Politik Lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh. Selain itu penulis mengumpulkan data melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis menggunakan gabungan antara 2 teknik sampel yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dan kuesioner terhadap 35 orang informan yang terdiri dari Sekretaris KPU Kota Subulussalam (sebanyak 1 orang), Kasi Politik Pemerintahan dan Keamanan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Subulussalam (sebanyak 1 orang), dan masyarakat (sebanyak 33 orang).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal dan Eksternal Partai Politik Lokal Di Kota Subulussalam

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis melalui kuesioner kepada masyarakat terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam.

Faktor internal

Faktor internal terbagi menjadi 2 yaitu kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknees*).

a. Kekuatan (*strenght*)

Faktor internal kekuatan (*strenght*) terdapat 2 indikator yaitu pemasaran politik *pro innovation* dan *political legacy*. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut responden 39,4% partai politik lokal sering melakukan strategi pemasaran politik *pro innovation*, kemudian 51,5% responden menyatakan bahwa partai politik lokal pernah melakukan strategi pemasaran politik dan 9,1% responden menyatakan bahwa partai politik lokal tidak pernah melakukan inovasi atau terobosan baru dalam masyarakat sehingga partai lokal dikenal oleh masyarakat.

Kemudian berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 27,3% responden partai politik lokal sering menyampaikan dan menunjukkan adanya pencapaian program yang telah diraih dan tealisasi (*political legacy*), kemudian 60,6% responden menyatakan bahwa partai politik lokal sering menyampaikan dan menunjukkan adanya pencapaian program yang telah diraih dan tealisasi (*political legacy*) dan 12,1% responden menyatakan bahwa partai politik lokal tidak pernah menyampaikan dan menunjukkan adanya pencapaian program yang telah diraih dan tealisasi (*political legacy*).

b. Kelemahan (*weakness*)

Faktor internal Kelemahan (*weakness*) terdapat 2 indikator pemasaran politik yaitu aktif dalam kegiatan kampanye/atap muka langsung dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan seperti berkunjung kepesantren/ sekolah, atau ikut serta dalam kegiatan keagamaan, bidang kesenian dan lainnya yang berinteraksi langsung dengan masyarakat (*push marketing*) dan pemanfaatan media massa dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan partai politik lokal contohnya melalui media sosial yaitu instagram, tiktok yang saat ini banyak digunakan oleh anak muda maupun orang dewasa

dalam mengakses informasi (*pull marketing*) yang belum optimal. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 66,7% responden kegiatan kampanye/tatap muka oleh partai politik lokal dengan masyarakat sering belum terlaksana secara optimal, kemudian sebanyak 30,3% responden menyatakan kegiatan kampanye/tatap muka pernah terlaksana dengan belum optimal serta dari 3% responden menyatakan menjawab tidak pernah. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 45,5% responden partai politik lokal menyatakan pemanfaatan media massa belum dilakukan dengan optimal oleh partai politik lokal kemudian 51,5% responden menyatakan pemanfaatan media massa pernah dilakukan secara belum optimal oleh partai politik lokal dan dari 3% responden menyatakan tidak pernah. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut dapat dilihat bahwa partai politik lokal memiliki Faktor kekuatan untuk meningkatkan eksistensinya sebagai partai politik lokal yang dapat ditingkatkan dan dipertahankan, namun juga memiliki kelemahan yang perlu diperbaiki dan menjadi evaluasi kedepannya.

Faktor Eksternal

Faktor Eksternal terbagi menjadi 2 yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

a. Peluang (*Opportunities*)

Faktor eksternal peluang (*Opportunities*) terdapat 3 indikator pemasaran politik yaitu membangun citra yang baik sebagai partai lokal di kalangan masyarakat (*Product*), melakukan sosialisasi secara terus menerus (*postel iction*) dan jejak pendapat/survey sejauh mana partai politik lokal mendapat dukungan masyarakat (*polling*). Berdasarkan hasil kuesioner pada yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut responden 42,3% partai politik lokal sering dapat membangun citra yang baik di kalangan masyarakat kemudian 51,5% responden menyatakan partai politik lokal pernah dapat membangun citra yang baik di kalangan masyarakat dan 6,1% responden menyatakan tidak pernah. Dilansir dari website acehtren.com bahwa partai lokal yaitu Partai Aceh menolak ikut kunjungan kerja DPRK karena mengingat kondisi keuangan pemerintah yang mengalami defisit serta pandemic covid- 19 pada tahun 2021 lalu. Hal ini menjadi bukti sekaligus menarik perhatian masyarakat dan mendapat komentar positif dari masyarakat Kota Subulussalam karena dianggap lebih mementingkan masyarakat yang membutuhkan perhatian pemerintah disaat pandemi covid-19.

Kemudian berdasarkan hasil kuesioner pada yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut responden 33,3% partai politik lokal sering melakukan sosioalisasi dengan masyarakat kemudian 63,6% responden menyatakan partai politik lokal pernah melakukan sosialisasi dengan masyarakat serta 3% responden menjawab tidak pernah. Selanjutnya berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut responden 42,4% partai politik sering melakukan jejak pendapat/survey untuk mengetahui sejauh mana partai politik mendapat dukungan masyarakat kemudian 48,5% responden menyatakan bahwa partai politik lokal pernah melakukan jejak pendapat/survey untuk mengetahui sejauhmana partai politik mendapat dukungan masyarakat dan 9,1% responden menyatakan bahwa partai politik lokal tidak pernah melakukan jejak pendapat/survey.

b. Ancaman (*threats*)

Faktor eksternal Ancaman (*Threats*) terdapat 3 indikator pemasaran politik yaitu kurangnya partai politik lokal dalam melihat Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 39,4% respon partai politik sering menjaga opini publik terhadap calon/kandidat kemudian 51,5% responden menyatakan partai politik lokal pernah menjaga opini publik dan 9,1% responden menyatakan tidak pernah. Selanjutnya berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 30,3% responden partai politik lokal sering

mengumpulkan data dan informasi terkait pemilih kemudian 63,6% responden menyatakan partai politik lokal pernah mengumpulkam data dan informasi terkait pemilih serta 6,1% responden menyatakan tidak pernah

Kemudian hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 33,3% responden partai politik lokal menyatakan bahwa partai politik lokal sering menunjukkan kelebihanannya dan mampu menutupi kekurangannya kemudian 54,5% responden menyatakan bahwa partai politik lokal pernah menunjukkan kelebihanannya dan mampu menutupi kekurangannya serta 12,1% responden menyatakan tidak pernah. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menemukan bahwa menurut 33,3% responden partai politik lokal menyatakan bahwa partai politik lokal sering menunjukkan kelebihanannya dan mampu menutupi kekurangannya kemudian 54,5% responden menyatakan bahwa partai politik lokal pernah menunjukkan kelebihanannya dan mampu menutupi kekurangannya serta 12,1% responden menyatakan tidak pernah.

Strategi pemasaran politik (*political marketing*) dalam meningkatkan eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh

Strategi merupakan Langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT. Metode tersebut digunakan dalam penelitian untuk memberikan strategi yang tepat bagi partai politik lokal yang akan bersaing pemilu 2024 mendatang. Kondisi internal yaitu kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*) sedangkan kondisi eksternal yaitu peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Selanjutnya terlebih dahulu akan dilakukan penentuan skor bobot dari setiap faktor internal maupun faktor eksternal dengan menggunakan evaluasi faktor internal (matriks *IFAS*) dan matriks evaluasi faktor eksternal (matriks *EFAS*). Berikut merupakan Hasi dari penentuan bobot dan rating faktor internal berdasarkan kuesioner:

Tabel 1. *IFAS* (Internal Factory Analysis Summary)

FAKTOR- FAKTOR STRATEGI INTERNAL (KEKUATAN)	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR=BOBOT x RATING
1. Melakukan inovasi atau trobosan baru	75	0,2534	2,27	0,575
2. Menyampaikan pencapaian program yang terealisasi	70	0,2365	2,12	0,501
Total	145	0,4899	4,39	1,076
FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL (KELEMAHAN)	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR=BOBOT x RATING
1. kurang memberikan imange positif dalam melayani masyarakat	75	0,2534	2,27	2,523
2. Kurang memberikan alasan rasional dan emosional untuk mendapatkan dukungan masyarakat	76	0,2567	2,30	0,590
Total	151	0,5101	4,57	3,113
Total kekuatan dan kelemahan	296	1,0000	8,96	4,189

Sumber diolah oleh penulis 2023

Tabel 2. EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL (PELUANG)	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR=BOBOT x RATING
1. Membangun citra yang baik sebagai partai politik lokal	78	0,1722	2,37	0,408
2. Melakukan sosialisasi secara terus menerus	76	0,1678	2,31	0,387
3. Melakukan survey/ jejak pendapat	75	0,1655	2,27	0,375
Total	229	0,5055	6,95	1,170
FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL (ANCAMAN)	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR=BOBOT x RATING
1. Mengumpulkan data dan informasi terkait pemilih	74	0,1634	2,25	0,367
2. Merumuskan kekurangan dan kelebihan partai politik	77	0,1699	2,33	0,395
3. Menjaga Opini Publik	73	0,1612	2,21	0,356
Total	224	0,4945	6,79	1,118
Total Peluang dan Ancaman	453	1,0000	13,74	2,288

Sumber diolah oleh penulis 2023

Berdasarkan pada hasil perhitungan skor pembobotan faktor internal dan faktor eksternal pada tabel 1. diatas, didapatkan nilai total skor pembobotan faktor internal sebesar **4,189** dan nilai total skor pembobotan faktor eksternal pada tabel 2. sebesar. **2,288**. Nilai total dari faktor internal kekuatan sebesar **1,076** yakni nilai tersebut lebih rendah dibandingkan dengan nilai internal kelemahan sebesar **3,113** yang menunjukkan bahwa Partai politik lokal memiliki posisi internal yang lemah dalam meningkatkan eksistensi di Kota Subulussalam. Namun faktor eksternal menunjukkan bahwa nilai total peluang yaitu **1,170** yakni nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai faktor eksternal ancaman yaitu **1,118**. Sehingga dapat dikatakan bahwa partai politik lokal memiliki peluang yang besar dibandingkan ancaman.

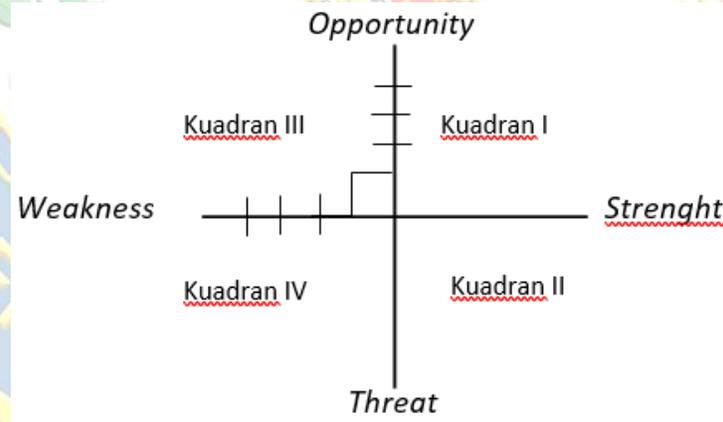
Berdasarkan data tersebut maka tahapan selanjutnya sebelum menentukan isu-isu strategis dengan menggunakan analisis SWOT. Matriks SWOT-4K memiliki empat kuadran yang dibentuk oleh sumbu horizontal yang menggambarkan posisi indikator lingkungan internal dan sumbu vertikal yang menggambarkan posisi indikator lingkungan eksternal. Dengan demikian untuk dapat melihat posisi faktor internal dan eksternal partai politik lokal, terlebih dahulu perlu dihitung selisih nilai tertimbang

antara indikator kekuatan dan kelemahan serta selisih nilai tertimbang antara peluang dan ancaman. Perlu diketahui bahwa nilai tertimbang telah didapatkan dalam total bobot x rating dalam Tabel 1. dan Tabel 2. Selisih nilai tertimbang faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Selisih Nilai Tertimbang Faktor Internal dan Eksternal Partai Politik Lokal Kota Subulussalam

Nilai Tertimbang Kekuatan	1,076
Nilai Tertimbang Kelemahan	3,113
Selisih Negatif	- 2,037
Nilai Tertimbang Peluang	1,170
Nilai Tertimbang Ancaman	1,118
Selisih Positif	0,052

Berdasarkan Tabel 3. tersebut dapat diketahui bahwa nilai tertimbang dari faktor internal bernilai negatif yang berarti bahwa dalam lingkungan Internal partai politik lokal, kelemahan masih lebih besar jika dibandingkan dengan kekuatannya. Sementara itu dari faktor eksternal bernilai positif yang berarti bahwa faktor eksternal partai politik lokal, peluang yang dimiliki masih lebih dominan jika dibandingkan dengan adanya ancaman. Berdasarkan selisih nilai tertimbang dari faktor internal dan eksternal Partai Politik lokal dapat digambarkan posisi dalam Matriks SWOT-4K berikut:



Gambar 1. Posisi Partai Lokal Dalam Matriks SWOT-4K
 Sumber dioleh oleh penulis 2023

Berdasarkan matriks SWOT 4K tersebut maka posisi partai politik lokal berada pada kuadran III. Maka strategi yang dapat digunakan partai politik lokal adalah strategi turnaround. Strategi *turn around* merupakan strategi yang berfokus menyelesaikan permasalahan internal kemudian berusaha untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga strategi ini cocok dengan yang dihadapi oleh partai politik lokal saat ini.

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Berdasarkan pengamatan dan temuan yang diperoleh oleh peneliti berkaitan dengan pelaksanaan strategi pemasaran politik (*political marketing*) dalam meningkatkan eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam Provinsi Aceh namun masih adanya beberapa faktor penghambat yang membuat pelaksanaan kegiatan menjadi kurang optimal. Hal ini dibuktikan dengan rendahnya nilai faktor internal dalam penghitungan SWOT. Hal ini juga mengindikasikan bahwa perlu adanya penguatan di dalam organisasi partai lokal di Kota Subulussalam. Selibhnya peneliti melihat bahwa upaya atau strategi partai lokal dalam mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat cukup didukung secara positif. Kemudian berkaitan dengan itu maka strategi pemasaran politik yang tepat adalah strategi *Turn around* untuk meningkatkan eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memperoleh kesimpulan faktor internal dan eksternal partai politik lokal yang mempengaruhi eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam sebagai berikut yakni dalam *IFAS* (*internal Factory Analysis Summary*) skor faktor-faktor strategi internal kekuatan lebih rendah jika dibandingkan dengan faktor-faktor strategi internal kelemahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi *push marketing* dan *pull marketing* belum optimal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal partai politik lokal dalam *EFAS* (*eksternal Factory Analysis Summary*) skor faktor-faktor strategi eksternal peluang lebih tinggi jika dibandingkan dengan faktor-faktor strategi eksternal ancaman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa partai politik lokal sebenarnya memiliki peluang untuk membangun eksistensi yang baik dikalangan masyarakat sebagai partai politik lokal. Selanjutnya partai politik lokal juga memiliki peluang yang besar namun terdapat kelemahan internal yang menjadi permasalahan. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal partai politik lokal maka strategi pemasaran politik yang tepat adalah strategi *Turn around* untuk meningkatkan eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada satu wilayah saja yakni Kota Subulussalam. Selanjutnya dikarenakan upaya strategi ini masih berjalan mungkin saja akan ada perubahan dari segi data dan perkembangan arah kebijakan kedepannya.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan upaya eksistensi partai politik lokal di Kota Subulussalam untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pihak Komisi Independen Pemilihan Kota Subulussalam beserta jajarannya, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., & Mujibussalim. 2017. Eksistensi Partai Politik Lokal di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 2(2), 1–20.
- Arikunto. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagus, L. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: PT Gramedia.

- Budiardjo, M. 2008. *Dasar Dasar Ilmu Politik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2020. *Social Research Methods*. Jakarta : Kencana Prenada media group.
- David, F. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep Edisi 9*. Jakarta : PT.Gramedia
- Esterberg, K. G. 2002. *Qualitative Methods Ins Social Research*. Mc Graw Hill, New York.
- Ghifari Bismo. 2020. Marketing Politik Mulyadi pada Pemilihan Umum Dpr-Ri Tahun 2019 di Provinsi Sumatera Barat. *Marketing Politik Mulyadi pada Pemilihan Umum Dpr-Ri Tahun 2019 di Provinsi Sumatra Barat*, 2(2), 147.
- JA, Denny. 2020. *Membangun Legacy: 10 P Untuk Marketing Politik: Teori dan Praktik*. Jakarta : CeraH Budaya Indonesia.
- Khotari. 2014. *Reasearch Methodology:Methods and Techniques (3rd ed.)* New Delhi : New Age International.
- Moleong. 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Karya.
- Salusu, J. 2006 . *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Pardi, A. Dan M. Syam Hamadi. (2018). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah Volume 3 , Nomor 1 : 549-622. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah Volume 3 , Nomor 1 : 549-622*, 3(1), 168–179.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2007 tentang Partai Politik Lokal Provinsi Aceh
- Qanun Aceh Nomor 3 Tahun 2008 tentang Partai Politik Lokal Peserta Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Aceh & Dewan Perwakilan Rakyat Kabupaten/Kota.
- Risky, R. A., & Hasan, E. 2019. Proses Transisi Politik Gerakan Aceh Merdeka Menjadi Partai Politik Lokal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4(4), 3.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Bumi Aksara.
- Ubaidullah, Anugrah Sakti Dendy. 2022 . Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Usk Volume 7 Nomor 1: . www.jim.unsyiah.ac.id/fisip. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Usk*, 7.
- Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh Februari 2022 Wheelen, Thomas L. dan Hunger, J. D. 2012. *Strategic Management And Business Policy Wheelen Hunger*. New york : Pearson.