

# DINAMIKA PEMENUHAN KEBUTUHAN DANA KAMPANYE CALON ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN PADA PEMILU SERENTAK TAHUN 2019

## Studi Kasus: Daerah Pemilihan DKI Jakarta II

Berapa banyak uang yang dibutuhkan oleh calon anggota legislatif perempuan untuk kampanye di pemilu? Dari mana uang calon anggota legislatif perempuan memperoleh uang untuk memenuhi kampanyenya? Untuk aktivitas kampanye apa saja uang itu digunakan? Buku ini ditujukan untuk menjawab tiga pertanyaan tersebut. Meskipun dana kampanye bukan menjadi satu-satunya faktor yang menentukan kemenangan, namun dengan dana kampanye berbagai aktivitas untuk bertemu pemilih dan menyiapkan berbagai bahan serta alat peraga kampanye dapat dilakukan dalam rangka membuka ruang keterpilihan perempuan di pemilu. Namun demikian, dalam prakteknya pemenuhan dana kampanye bagi perempuan tidaklah mudah. Sebagian besar dana kampanye berasal dari kantong pribadi calon anggota legislatif, sedangkan donasi dari partai politik, perseorangan, maupun kelompok sangat minim. Untuk itu, buku ini berusaha memotret dinamika pemenuhan dana kampanye perempuan dan berusaha merumuskan kehadiran kebijakan afirmasi dalam pendanaan kampanye perempuan.

Dinamika Pemenuhan Kebutuhan Dana Kampanye Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Serentak Tahun 2019



# DINAMIKA PEMENUHAN KEBUTUHAN DANA KAMPANYE CALON ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN PADA PEMILU SERENTAK TAHUN 2019

## Studi Kasus: Daerah Pemilihan DKI Jakarta II

Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (PERLUDEM)  
Westminster Foundation and Democracy (WFD)

DINAMIKA PEMENUHAN  
KEBUTUHAN DANA  
KAMPANYE CALON  
ANGGOTA LEGISLATIF  
PEREMPUAN PADA PEMILU  
SERENTAK TAHUN 2019  
**Studi Kasus: Daerah Pemilihan DKI Jakarta II**

**Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi  
(PERLUDEM)**

**Westminster Foundation and Democracy (WFD)**

**Koordinator Tim Peneliti:**

Khoirunnisa Agustyati

Heroik Mutaqin Pratama

**Tim Peneliti:**

Ibrohim

Catherina Natalie

Nurul Amalia Salabi

Adiguna Daniel Jerash Tiger Frelon

**Editor:**

Donal Fariz

# DAFTAR ISI

<b>Bab 1 – Pendahuluan</b> .....	1
Latar Belakang .....	1
Tujuan.....	4
Metode Penelitian .....	5
Sistematika Bab .....	7
<b>Bab 2 – Dana Kampanye Pemilu: Teori dan Regulasi</b> .....	9
<b>Bab 3 – Potret Keterwakilan Perempuan dari Pemilu ke Pemilu</b> .....	19
Kuota Afirmasi Minimal 30% Perempuan di Daftar Calon .....	20
Potret Keterpilihan Perempuan di Pemilu .....	23
<b>Bab 4 – Dana Kampanye Calon Anggota DPR Perempuan</b> .....	29
Dana Kampanye Tanggung Jawab Calon .....	29
A. Minimnya Sumbangan Dana Kampanye Partai .....	29
B. Sumbangan Pihak Ketiga Perseorangan, Kelompok, dan Badan Usaha .....	34
C. Total Penerimaan Dana Kampanye Perempuan.....	38
D. Pengeluaran Dana Kampanye .....	42
<b>Bab 5 – Menyusun Agenda Dukungan Pendanaan Bagi Calon Anggota Legislatif Perempuan di Pemilu</b> .....	45
Afirmasi Alokasi Dana Negara .....	46
Inisiasi Sumbangan Publik Untuk Kampanye Keterwakilan Perempuan.....	52

<b>Bab 6 – Penutup</b> .....	55
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran .....	56
Daftar Pustaka .....	59
Dokumen .....	60
Wawancara dan Diskusi Terfokus .....	61

# BAB 1

## Pendahuluan

### LATAR BELAKANG

Berapa banyak uang yang dibutuhkan oleh calon anggota legislatif perempuan untuk kampanye? Dari mana uang tersebut berasal? Untuk apa saja uang tersebut digunakan selama masa kampanye? Studi ini berawal dari tiga pertanyaan tersebut.

Kajian mengenai keterwakilan perempuan di pemilu Indonesia sejauh ini masih terbatas pada bagaimana kebijakan afirmasi melalui kuota pencalonan minimal 30 persen perempuan dalam daftar kandidat, dan pengaruhnya terhadap sedikit atau banyaknya jumlah perempuan terpilih di pemilu (Wulandari & Agustiyati 2013; Supriyanto 2013; Wardani et.al 2009; Samosir et.al 2015; Hilman 2017; Prihatini 2019). Sedangkan, studi mengenai pendanaan yang menjadi salah satu faktor yang diduga turut mempengaruhi masih rendahnya angka keterpilihan perempuan di pemilu, terbilang jarang untuk dielaborasi lebih jauh.

Survei di Tahun 2009 mengungkapkan bahwa dari 300 institusi parlemen, keuangan politik merupakan rintangan terbesar bagi kandidat perempuan untuk melakukan kontestasi di pemilu (Ballington dalam Falguera et.al 2014: 334). Fakta ini dikonfirmasi oleh penelitian yang dilakukan Perempuan Persarikatan Bangsa-Bangsa (UN Women) di Tahun 2013, yang menyatakan lebih dari 80 persen responden mengakui bahwa kurangnya akses pendanaan merupakan tantangan terbesar bagi kandidat perempuan untuk masuk kedalam arena politik (Falguera et.al 2014: 334).

Peran uang dalam politik memang sangatlah krusial dan signifikan. Sekalipun uang saja memang tidak cukup, tetapi uang sangat berarti bagi keberhasilan kampanye karena kampanye memiliki pengaruh pada hasil pemilu dan kampanye tidak akan berjalan tanpa adanya uang (Jacobson 1980: 33). Premis umum yang sudah cukup populer didengar dalam pemilu di Indonesia adalah “semakin banyak uang, semakin besar probabilitas meraih suara”.

Semenjak sistem pemilu proposional daftar terbuka digunakan pada Pemilu Tahun 2009, pola persaingan berpusat pada kandidat akibat basis penentuan calon terpilih berdasarkan suara terbanyak yang diperoleh calon. Sekalipun terdapat tiga sumber utama penerimaan dana kampanye partai politik, calon anggota legislatif itu sendiri, dan sumbangan dari pihak ketiga baik secara individual atau badan usaha non-negara. Realitasnya, masing-masing calon anggota legislatif memiliki tanggungjawab untuk mendanai secara mandiri aktivitas kampanye yang dilakukan.

Peran partai politik terkadang hanya sebatas memberikan tiket pendaftaran calon dan tidak sama sekali memberikan dukungan finansial kepada calon anggota legislatif yang didaftarkan. Begitu juga dengan donasi dari pihak ketiga yang berasal dari publik perseorangan yang masih sangat minim. Idealnya publik ikut membantu aktivitas kampanye kandidat yang ia sukai agar terpilih, namun realitasnya seringkali kampanye dijadikan publik sebagai kesempatan untuk meraih uang dari kandidat baik secara langsung dalam wujud vote buying ataupun tidak langsung dalam bentuk barang atau donasi pembangunan infrastruktur. Alhasil tingginya biaya politik tidak dapat dihindari.

Penggunaan dana kampanye cenderung beranekaragam mulai dari membuat alat peraga seperti poster, baliho, biaya saksi, biaya tim pemenangan, biaya transportasi untuk bertemu dengan pemilih, membuat kampanye terbuka, sampai dengan biaya survei dan konsultan politik. Bagi calon yang memiliki banyak uang tentunya dapat menyelenggarakan aktivitas kampanye dengan berbagai bentuk semisal menyediakan alat peraga kampanye

dengan jumlah yang cukup banyak dan bertemu dengan pemilih di banyak lokasi dalam daerah pemilihan yang cukup besar. Sebaliknya, bagi calon anggota legislatif yang memiliki keterbatasan dana tentunya hanya bisa melakukan aktivitas kampanye yang sangat terbatas, dengan jangkauan bertemu pemilih yang terbatas pula. Dampaknya arena kampanye yang tidak setara tidak dapat dihindari.

Jika merujuk studi yang dilakukan oleh Robert E. Hogan (2007) "The Effect of Candidate Gender on Campaign Spending in State Legislative Election", tidak ada perbedaan mendasar antara penguluhan calon anggota legislatif perempuan dan laki-laki di pemilu House of Representative Amerika Serikat. Situasi ini wajar ditengah bagi negara dengan party identification atau hubungan kedekatan antara pemilih dengan partai politik terbilang tinggi dengan budaya patriarki yang rendah. Sedangkan bagi Indonesia merujuk pada survey Saiful Munjani Research Center (SMRC) pada bulan Desember 2017 berada di kisaran 11% dan termasuk terendah di dunia. Ditambah dengan masih tingginya budaya patriarki, kesenjangan pendanaan antara calon laki-laki dengan perempuan tidak dapat dihindari.

Tingginya party ID tidak hanya sebatas soal preferensi politik, tetapi partisipasi politik dan voluntaristik untuk ikut mendonasikan uangnya bagi kandidat yang disukai. Public funding melalui mekanisme crowdfunding di Amerika Serikat sangat mampu membantu aktivitas kampanye partai dan kandidat. Di Indonesia untuk pemilu legislatif nyaris tidak terlalu berjalan signifikan. Hal ini bermakna bahwa setiap calon anggota legislatif harus mampu membiayai aktivitas kampanyenya secara mandiri.

Berangkat dari persoalan tersebut, menjadi menarik kemudian untuk mengeksplorasi lebih mendalam bagaimana calon anggota legislatif perempuan memenuhi kebutuhan dana kampanyenya dalam rangka menjalankan aktivitas kampanyenya. Pada Pemilu Serentak Tahun 2019, tercatat sebanyak 3200 orang calon anggota DPR perempuan yang didaftarkan oleh 16 partai politik peserta pemilu dan sebanyak 118 atau 20,8% dari 575 anggota DPR yang

terpilih adalah perempuan. Jumlah ini meningkat sebesar 2% dari pemilu sebelumnya yang hanya sebanyak 18% perempuan terpilih di DPR dari Pemilu sebelumnya Tahun 2014. Untuk itu, studi ini mengambil topik mengenai pendanaan kampanye calon anggota legislatif perempuan di Pemilu Tahun 2019.

Studi ini tidak berusaha untuk melihat secara keseluruhan pendanaan calon perempuan dalam memenuhi kebutuhan aktivitas kampanyenya di seluruh daerah pemilihan di Pemilu Tahun 2019. Namun, memfokuskan pada daerah pemilihan DKI Jakarta II yang terdiri dari Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, dan luar negeri dipilih menjadi lokus penelitian dari studi ini. Selain selalu ada minimal dua perempuan terpilih, tantangan untuk menjalankan aktivitas kampanye di DKI Jakarta II dengan wilayah administrasi yang luas termasuk luar negeri tentunya memerlukan uang yang tidak sedikit. Sehingga dengan dipilihnya DKI Jakarta II sebagai lokus penelitian harapannya mampu memotret dinamikan pemenuhan dana kampanye calon perempuan, sekaligus memberikan pembelajaran bagi calon-calon perempuan lain untuk memenuhi kebutuhan kampanyenya.

## **TUJUAN**

Secara umum tujuan utama dari studi ini ialah untuk membaca pendanaan calon anggota legislatif perempuan dalam rangka memenuhi aktivitas kampanyenya untuk meraih suara terbanyak di Pemilu Serentak Tahun 2019. Secara spesifik, terdapat tiga tujuan utama yang hendak dicapai dari studi ini diantaranya sebagai berikut:

1. Membaca potret keterwakilan perempuan di DPR pada Pemilu 2019;
2. Untuk mencari tahu bagaimana dan dari mana calon anggota legislatif perempuan memenuhi kebutuhan dana kampanyenya di Pemilu Tahun 2019;
3. Untuk mengetahui seberapa banyak dana kampanye yang dikeluarkan oleh calon anggota legislatif perempuan di Pemilu

Tahun 2019;

4. Untuk memahami peruntukan atau penggunaan dana kampanye calon anggota legislatif perempuan dalam menjalankan aktivitas kampanye.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif yang biasa digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit baru diketahui dan memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif (Strauss & Corbin 2003: 5), sangat relevan untuk digunakan dalam penelitian yang tidak hanya berusaha untuk melihat dana kampanye calon anggota legislatif perempuan dari segi angka atau jumlah semata. Namun, secara spesifik untuk membaca bagaimana memperoleh dana tersebut sampai dipergunakan untuk apa saja untuk meraih suara terbanyak di Pemilu Tahun 2019.

Sedangkan pendekatan studi kasus berupaya untuk menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, proses, atau kasus-kasus yang dibatasi oleh waktu dan aktivitas dengan cara mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data (Creswell 2010: 20), menjadi pembatas dari studi ini agar lebih terfokus dan mendalam.

Terdapat dua teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini: Pertama, pengumpulan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan diskusi terfokus. Kedua, pengumpulan data sekunder melalui dokumen-dokumen kajian yang relevan termasuk laporan dana kampanye yang dilaporkan oleh partai politik kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU) atas laporan dana kampanye yang diterima oleh masing-masing calon kepada partai politik.

Tabel 1.1 Pengumpulan Data

Data primer	Wawancara mendalam	Wawancara calon anggota legislatif yang berasal dari daerah pemilihan DKI Jakarta II.
	Diskusi terfokus	Melibatkan organisasi masyarakat sipil yang memiliki fokus perhatian terhadap isu perempuan.
Data sekunder	Laporan dana kampanye	1. Laporan Awal Dana Kampanye (LADK); 2. Laporan Penerimaan dan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK); 3. Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK)

Wawancara mendalam pada awalnya diklasifikasikan kedalam tiga jenis yakni: (1) sebanyak empat calon anggota legislatif perempuan terpilih di daerah pemilihan DKI Jakarta II yang berasal dari Partai Gerindra, Golkar, PKS, dan Demokrat; (2) sebanyak lima calon anggota legislatif perempuan yang belum berhasil meraih kursi DPR yang terdiri dari PKB, PDIP, PAN, Nasdem, dan PPP; (3) sebanyak dua perempuan calon anggota legislatif yang berasal dari partai politik baru yakni PSI dan Perindo. Namun demikian, penelitian ini hanya mampu melakukan wawancara terhadap tiga calon anggota legislatif perempuan dari daerah pemilihan DKI Jakarta yang berasal dari tiga partai politik yakni Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dan Partai Demokrat.

Diskusi terfokus dilakukan sebanyak dua kali dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki fokus perhatian terhadap isu keterwakilan perempuan dan pendanaan politik. Adapun peserta diskusi terfokus yang terlibat berasal dari tiga unsur: Pertama, akademisi yang diwakili oleh Pusat Studi Kajian Politik Universitas Indonesia (Puskapol UI). Kedua, kalangan masyarakat sipil yang terdiri dari Indonesia Corruption Watch (ICW), Sindikasi Pemilu dan Demokrasi (SPD), Yayasan Persahabatan Indonesia Kanada (YAPPIKA), dan Koalisi Perempuan Indonesia (KPI). Ketiga, berasal dari Kaukus Perempuan Politik Indonesia (KPPI) yang keanggotaannya terdiri dari politisi perempuan lintas partai politik.

## **SISTEMATIKA BAB**

Studi ini ditulis kedalam lima bab yang terdiri dari: Bab 1 Pendahuluan. Bab ini membahas mengenai latar belakang mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan, serta apa yang membedakan dari studi ini dengan studi-studi sebelumnya. Selain itu, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta metode penelitian apa yang digunakan ikut serta dijelaskan pada bab awal ini.

Bab 2 Dana Kampanye Pemilu: Teori dan Regulasi. Bab ini secara spesifik membahas kerangka teori mengenai dana kampanye yang digunakan dalam penelitian. Jenis-jenis dari sumber dana kampanye, termasuk pengeluaran apa saja yang digunakan untuk aktivitas kampanye turut dibahas pada bab kedua ini. Selain itu, kerangka hukum yang mengatur mengenai dana kampanye ikut dijelaskan pada bab dua, terutama berkaitan dengan batasan sumbangan dana kampanye yang diperbolehkan untuk diterima.

Bab 3 Potret Keterwakilan Perempuan di Indonesia. Bab ini secara khusus ditujukan untuk menjelaskan konteks keterwakilan perempuan dari pemilu ke pemilu di Indonesia. Desain regulasi pemilu yang mengatur ketentuan pencalonan minimal 30% perempuan di setiap daerah pemilihan, termasuk nomor urut yang diperoleh calon anggota legislatif perempuan akan dielaborasi pada bagian ini untuk melihat dukungan partai terhadap calon perempuan, berikut angka keterpilihannya di setiap pemilu pasca reformasi.

Bab 4 Dinamika Pendanaan Kampanye Calon. Bab ini akan banyak membahas mengenai dari sumber penerimaan dana kampanye dan pengeluaran dana kampanye. Selain itu bab ini juga memetakan bagaimana calon anggota legislatif perempuan sulit untuk mendapatkan dukungan dana publik.

Bab 5 Agenda Menyusun Dukungan Pendanaan Bagi Calon Anggota Legislatif Perempuan di Pemilu. Bab ini secara spesifik akan membahas rekomendasi kedepan yang dapat Indonesia lakukan melalui dana negara dan mendorong inisiasi publik untuk mendonasikan uangnya dalam mendukung aktivitas politik perempuan.



## BAB 2

# Dana Kampanye Pemilu: Teori dan Regulasi

Uang dan pemilu merupakan pasangan serasi yang sulit untuk dipisahkan satu sama lain. Karakter konvertabilitas yang dimiliki membuat uang menjadi simbol dari kekuatan ekonomi sekaligus bahan bakar kekuatan politik. Uang mampu memberikan pengaruh politik bagi mereka yang memilikinya atau mereka yang memiliki wewenang untuk mendistribusikannya (Nassmacher dalam Abisono 2012:3). Pentingnya memahami peran dan fungsi uang dalam politik terletak pada bagaimana uang dimanfaatkan oleh para calon di pemilu untuk mendapatkan pengaruh, untuk dirubah menjadi sumberdaya dalam bentuk lain, atau untuk digunakan bersamaan dengan sumberdaya lain untuk mencapai kekuasaan politik (Alexander 1989: 9-23 dalam Perdana & Sukmajati ed. 2018: 2).

Meski demikian, terdapat dua sudut pandang besar dalam melihat peran uang dalam kontestasi politik yakni: uang dalam konteks pendanaan partai politik *political party finance* dan uang sebagai dana kampanye *campaign finance*. Dalam kacamata pendanaan partai uang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan partai dalam menjalankan roda organisasinya. Semisal gaji pengurus partai, sewa kantor, rapat-rapat rutin partai, rapat nasional partai, sampai dengan penyelenggaraan peringatan hari jadi partai merupakan bentuk nyata biaya yang dikeluarkan oleh partai dalam konteks pendanaan partai politik.

Sedangkan dana kampanye atau *campaign finance* merupakan

penggunaan uang oleh partai politik atau calon yang dipergunakan untuk berbagai aktivitas untuk meraih suara pemilih di pemilu. Kegiatannya mencakup antara lain pembuatan alat peraga, bahan kampanye, iklan di media massa cetak/elektronik, honor saksi, pertemuan dengan pemilih, survei elektabilitas dan jasa konsultan politik, merupakan beberapa contoh pembiayaan yang dikelompokkan kedalam dana kampanye. Merujuk pada Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 (UU 7/2017) tentang Pemilihan Umum, terdapat sembilan jenis aktivitas kampanye yang dapat dilakukan oleh peserta pemilu diantaranya sebagai berikut :

1. Pertemuan terbatas;
2. pertemuan tatap muka;
3. penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum;
4. pemasangan alat peraga di tempat umum;
5. media sosial;
6. iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet;
7. rapat umum;
8. debat pasangan calon tentang materi kampanye pasangan calon; dan
9. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU 7/2017, dalam Pasal 275, ayat (1))

Lebih lanjut, Van Beizen (2003) menjelaskan dimensi uang dalam politik dari segi sumber pendanaan dan dipergunakan untuk apa saja yang diklasifikasikan kedalam dua bentuk yakni “pembiayaan partai politik” dan “pembiayaan pemilu”. Pembiayaan partai politik sangat terkait dengan isu sumber pendanaan partai politik, apakah dari anggota atau dari subsidi negara, sedangkan pembiayaan kampanye sangat terkait dengan isu pembelanjaan dari sisi kandidat dalam rangka memobilisasi pencalonannya dalam sebuah pemilu (Perdana & Sukmajati 2018: 5). Baik penerimaan atau pengeluaran keduanya menjadi

isu krusial dalam studi peran uang dalam politik terutama ketika kampanye pemilu berlangsung.

Banyak negara mengatur sumber penerimaan dan pengeluaran dari penggunaan uang dalam Undang-Undang Pemilu. Dari segi penerimaan, secara umum terdapat tiga sumber utama dari penerimaan dana kampanye: Pertama, berasal dari kandidat/partai politik peserta pemilu. Setiap kandidat atau partai politik peserta pemilu tentunya diperkenankan untuk mendanai sendiri berbagai aktivitas-aktivitas kampanye yang akan dilakukan. Di Indonesia Undang-Undang Pemilu yang ada sejak Pemilu 1999 sampai dengan Pemilu 2019 tidak mengatur batasan maksimal sumber penerimaan dari partai politik atau kandidat yang berkontestasi dalam pemilu. Artinya semakin banyak modal finansial yang dimiliki oleh partai atau kandidat, semakin banyak pula sumber pendanaan yang dapat digunakan untuk kampanye.

Jika merujuk pada studi yang dilakukan oleh The International Institute for Electoral Assistance (IDEA) di 176 negara, sebanyak 109 negara membebaskan setiap kandidat di pemilu untuk mendonasikan uangnya sendiri tanpa batasan untuk kebutuhan kampanyenya. Namun terdapat 25 negara yang memberikan batasan donasi bagi kandidat untuk membiayai kampanye sendiri. Batasan bagi calon atau partai politik untuk mendanai aktivitas kampanyenya sangatlah penting guna menciptakan ruang persaingan yang setara equal playing battle field ketika kampanye berlangsung. Jika tidak, besar kemungkinan calon-calon yang memiliki modal finansial signifikan akan memiliki intensitas kampanye lebih banyak dibandingkan dengan calon yang tidak memiliki kemampuan finansial.

Sumber pendanaan yang berasal dari partai politik atau calon ini sebetulnya sangatlah tergantung pada jenis sistem pemilu yang digunakan. Dalam sistem pemilu proposional daftar tertutup dimana fokus perhatian pemilih ke logo/symbol partai politik di surat suara, maka mendorong partai untuk bertanggungjawab membiayai aktivitas kampanye cukup tinggi. Sedangkan pada penerapan sistem pemilu yang berpusat pada kandidat seperti

sistem pemilu mayoritarian atau proposional daftar terbuka, peran partai untuk ikut mendanai kampanye cenderung minim karena aktivitas kampanye sepenuhnya dibebankan kepada kandidat. Sebagai contoh, di Amerika Serikat yang menerapkan sistem pemilu mayoritarian, sebagian besar ongkos kampanye bersumber dari kandidat itu sendiri.

Tabel 2.1 Penerapan Batasan Sumbangan Bagi Calon di Pemilu

CONTINENT	DONATION LIMIT FOR PRIVATE PERSONS APPLY	SPECIFIC LIMIT FOR CANDIDATES	NO	NO DATA	COUNTRIES RE-SEARCHED
Africa	1 (2.0%)	3 (5.9%)	38 (74.5%)	9 (17.6%)	51
Americas	2 (6.1%)	7 (21.2%)	23 (69.7%)	1 (3.0%)	33
Asia	4 (11.4%)	8 (22.9%)	16 (45.7%)	8 (22.9%)	35
Europe	8 (18.6%)	7 (16.3%)	22 (51.2%)	6 (14.0%)	43
Oceania	2 (14.3%)	0 (0.0%)	10 (71.4%)	2 (14.3%)	14
Total	17	25	109	26	176

SUMBER: [HTTPS://WWW.IDEA.INT/DATA-TOOLS/QUESTION-VIEW/284507](https://www.idea.int/data-tools/question-view/284507)

Kedua, berasal dari pihak ketiga yakni perseorangan atau badan usaha. Setiap individu warga negara diperbolehkan untuk mendonasikan uangnya kepada partai politik atau calon anggota legislatif yang didukungnya ketika pemilu. Sumbangan perseorangan bisa berasal dari warga negara bukan anggota partai, tetapi bisa juga dari individual anggota partai politik. Begitu juga dengan badan usaha yang bukan milik pemerintah diperkenankan untuk memberikan sumbangan dana kampanye kepada partai politik atau kandidat. Namun, badan usaha milik pemerintah dan pihak asing dilarang memberikan sumbangan kepada partai politik atau calon.

Berbeda dengan sumber penerimaan yang berasal dari kandidat atau partai politik yang tidak memiliki batasan, sumbangan dana kampanye dari pihak ketiga biasanya diberlakukan batasan maksimal secara ketat dengan ketentuan pelaporan yang spesifik.

Tujuan utamanya adalah untuk tetap menjaga independensi calon anggota legislatif terpilih dari pengaruh yang mungkin dilakukan oleh para penyumbang karena dianggap sudah ikut membantu memberikan modal untuk menjalankan aktivitas-aktivitas kampanyenya. Pada ketentuan UU 7/2017 tentang Pemilu mengatur batasan maksimal Rp. 25 miliar untuk sumbangan yang berasal perusahaan dan Rp. 2,5 miliar untuk sumbangan perseorangan. Kedua sumbangan ini wajib menyertakan identitas yang jelas dan disertakan dalam laporan sumbangan dana kampanye yang diserahkan kepada Komisi Pemilihan Umum.

Tabel 2.2 Perbandingan Batasan Sumbangan Pihak Ketiga Dalam UU Pemilu

<b>UNDANG-UNDANG PEMILU</b>	<b>SUMBANGAN PERSEORANGAN</b>	<b>SUMBANGAN BADAN USAHA</b>
UU 12/2003	Rp. 100.000.000	Rp. 750.000.000
UU 10/2008	Rp. 1.000.000.000	Rp. 5.000.000.000
UU 8/2012	Rp. 1.000.000.000	Rp. 7.500.000.000
UU 7/2017	Rp. 2.500.000.000	Rp. 25.000.000.000

Partisipasi pemilih untuk menyumbangkan uangnya kepada kandidat sangatlah rendah termasuk bagi calon anggota legislatif perempuan. Adanya keterbatasan untuk mengakses ruang publik, adanya persepsi gender yang meragukan kualifikasi dan kompetensi calon perempuan sebagai kandidat di mata publik, ditambah dengan terinternalisasinya stereotip tersebut di calon perempuan sendiri yang mempercayai bahwa mereka tidak akan mampu menggalang dana untuk aktivitas kampanye (Bryan & Baer 2005, Falguera et.al 2014: 339). Akumulasi hal tersebut berdampak pada semakin minimnya inisiasi calon perempuan untuk melakukan penggalangan dana dari publik untuk membantu kerja-kerja pemenangannya dalam pemilu. Padahal inisiasi crowdfunding sedikit banyak mampu meringankan beban pendanaan kampanye bagi calon perempuan.

Ketiga, sumber penerimaan dari negara. Dana negara yang

diberikan kepada partai politik pada tahapan pemilu biasanya tidak dalam wujud fresh money. Melainkan dalam bentuk in kind atau tidak langsung seperti biaya iklan di media massa cetak atau elektronik bagi seluruh peserta pemilu. Pemasangan alat peraga, iklan media massa cetak/elektronik, dan debat pasangan calon merupakan tiga bentuk kampanye yang dibiayai oleh negara dan diatur dalam Undang-Undang Pemilu di Indonesia. Berdasarkan studi yang dilakukan IDEA, sebanyak 64% atau 116 negara menggratiskan atau memberikan subsidi bagi partai politik untuk mengakses kampanye di media. Sedangkan sebanyak 95 negara menggratiskan atau subsidi akses ke media untuk berkampanye bagi kandidat secara langsung. Dana negara untuk partai atau kandidat tidak langsung ini dapat juga ditujukan untuk calon-calon perempuan seperti pembuatan materi kampanye dan iklan di media khusus untuk calon anggota legislatif perempuan.

Ditengah biaya iklan di media massa cetak atau elektronik yang terlampau mahal, kehadiran dana negara tidak langsung untuk iklan kampanye di media dapat meringankan beban dana kampanye bagi calon anggota legislatif perempuan. Brazil misalnya, pada tahun 2009 menetapkan bahwa 10 persen durasi penayangan iklan yang diberikan kepada partai politik pada pemilu harus digunakan untuk kandidat perempuan (Falguera et.al 2014: 349). Selain mampu meringankan beban biaya kampanye perempuan, namun dapat juga menghadirkan akses iklan di media yang setara antara laki-laki dan perempuan. Di Indonesia ketentuan UU 7/2017 untuk pertama kalinya di Pemilu 2019 iklan di media massa cetak dan elektronik dibiayai oleh negara. Namun, sayangnya tidak diberlakukan ketentuan alokasi khusus untuk calon perempuan berkampanye di media. Padahal ekspose media menjadi elemen krusial untuk menarik minat pemilih untuk memberikan suaranya kepada kandidat yang dikehendaknya.

Terlepas dari bantuan negara untuk memfasilitasi iklan kampanye di media, sistem pendanaan partai politik diluar tahapan pemilu melalui pengaturan dana negara sering dijadikan instrumen untuk mendorong pelibatan perempuan dalam politik.

Dalam hal ini terdapat negara-negara yang memberlakukan syarat minimal pencalonan perempuan pada jumlah tertentu dalam pemilu bagi partai politik untuk mendapatkan dana negara yang diperoleh rutin setiap tahunnya dalam bentuk uang. Tetapi ada juga negara yang mengatur peruntukan dana negara untuk kegiatan-kegiatan pemberdayaan politik perempuan oleh partai politik.

Sebagai contoh, semenjak diberlakukannya Undang-Undang tentang Promisi Kesetaraan Sosial di Tahun 1990, partai politik di Costa Rica diwajibkan untuk mengalokasikan pengeluaran dana yang diperoleh dari negara untuk pelatihan dan partisipasi perempuan. Di Colombia, sebanyak 5% alokasi dana negara untuk partai khusus untuk pemberdayaan politik perempuan. Sedangkan di Bosnia dan Herzegovina, Mali, Nigeria, serta Ukraina mengatur alokasi sebesar 10%, dan Togo sebanyak 20% dari transfer dana negara untuk partai.

Selain itu, terdapat juga besaran dana negara untuk keterwakilan perempuan yang diukur berdasarkan angka representasi perempuan di partai politik atau keterpilihan perempuan di lembaga legislatif. Kroasia misalnya, ketika terdapat perempuan yang terpilih di lembaga legislatif maka partai politik tersebut mendapatkan tambahan besaran dana negara untuk partai sebesar 10%. Negara Ethiopia, Rumania, dan Korea Selatan memberlakukan semakin tinggi angka keterpilihan perempuan di lembaga legislatif maka semakin besar transfer dana negara untuk partai. Namun, jika terdapat partai politik yang gagal meningkatkan keterwakilan perempuan atau tidak mencantumkan daftar calon minimal diisi oleh perempuan, banyak negara justru menerapkan mekanisme disinsentif berupa penurunan besaran dana negara untuk partai tersebut.

Negara Honduras misalnya, ketika partai politik gagal menominasikan kandidat perempuan secara berimbang akan mengalami pengurangan dana negara sebanyak 5%. Artinya, dari sini nampak bahwa sekalipun dana negara dalam bentuk uang tidak diberikan kepada kandidat atau partai pada saat

pemilu, namun diluar tahapan pemilu peruntukannya dapat diatur sedemikian rupa dalam kerangka hukum yang ada untuk mendorong partisipasi politik perempuan di pemilu. Termasuk mendorong partai politik untuk memfasilitasi secara maksimal pelibatan perempuan dalam pencalonan di pemilu.

Dalam konteks Indonesia sayangnya dana negara untuk partai politik tidak diatur secara spesifik untuk mendorong partisipasi politik perempuan. Undang-Undang No. 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik, dalam ketentuan Pasal 34 ayat (3a) menjelaskan peruntukan bantuan keuangan bagi partai politik melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) diprioritaskan untuk pendidikan politik bagi anggota partai dan masyarakat. Meskipun ketentuan ini dapat dimaknai termasuk pendidikan politik bagi perempuan didalamnya, akan tetapi sangat tergantung pada sensitifitas atau perspektif gender yang dimiliki oleh partai politik masing-masing. Bagi partai politik yang memiliki perhatian terhadap partisipasi politik perempuan, mungkin saja akan lebih banyak mengalokasikan dana tersebut untuk pendidikan politik perempuan. Sedangkan bagi partai politik yang tidak memiliki sensitifitas gender, tidak akan terlalu banyak mengalokasikan anggaran dari negara tersebut untuk pendidikan politik perempuan.

The International Institute for Democracy and Electoral Assistance merumuskan paling tidak terdapat tiga dimensi dasar yang memiliki keterkaitan antara pendanaan dengan upaya peningkatan keterwakilan perempuan yang dapat diatur sebagai berikut:

Tabel 2.3 Pengaturan Keuangan Partai/Kandidat Pro Gender

REGULASI TERKAIT AKTIVITAS KAMPANYE NETRAL GENDER	SUBSIDY DANA PUBLIK SEBAGAI INISIATIF KESETARAAN GENDER	REGULASI YANG DIDESAIN KHUSUS UNTUK MENINGKATKAN KESETARAAN GENDER
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelarangan dan pembatasan pengeluaran bagi partai/ kandidat</li> <li>• Pelarangan dan pembatasan penerimaan donasi bagi partai/ kandidat</li> <li>• Akses media</li> <li>• Pembatasan waktu periode kampanye</li> <li>• Penyerahan dan pengawasan laporan keuangan bagi partai/ kandidat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengurangan jumlah subsidi dana publik bagi partai yang tidak memenuhi syarat kuota kandidat perempuan</li> <li>• Penarikan subsidi dana publik bagi partai yang tidak mengusung kandidat perempuan dalam jumlah tertentu</li> <li>• Tambahan subsidi dana publik bagi partai yang memenuhi persyaratan jumlah kandidat yang harus diusung</li> <li>• Tambahan subsidi dana publik bagi partai yang berhasil memenangkan sejumlah kandidat perempuan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alokasi dana untuk pelatihan dan promosi kesetaraan gender</li> <li>• Pembentukan sayap organisasi perempuan</li> <li>• Pemberian bantuan dan insentif non-uang, seperti pembuatan materi kampanye</li> </ul>

SUMBER: FLAGUERA ET.AL 2014: 343.



## BAB 3

# Potret Keterwakilan Perempuan dari Pemilu ke Pemilu

Keterwakilan perempuan menjadi suatu keniscayaan dalam iklim demokrasi. Sebagai sistem politik yang menitikberatkan pada partisipasi dan representasi, kehadiran perempuan sebagai warga negara perlu difasilitasi dengan baik untuk ikut serta dalam tata kelola penyelenggaraan pemerintahan. Ketika perempuan ingin terlibat dalam praktek politik formal seperti pemilu, seringkali menghadapi realitas lingkungan politik yang sangat maskulin ditengah dominasi laki-laki dalam model politik yang berbasikan pada kompetisi, konfrontasi, pemenang/pecundang, bukan berdasarkan pada semangat kolaborasi dan penciptaan konsensus, menjadi faktor penghambat utama perempuan masuk kedalam proses politik (Drude 1991 dalam Shedova 2002:23).

Padahal terdapat dua alasan utama mengapa perempuan penting terlibat dalam politik formal yakni the political of presence dan the politics of idea. Kehadiran perempuan dari segi fisik dan jumlah untuk duduk di kursi pemerintahan menjadi argumentasi utama dari the political of presence. Idealnya proporsi keterwakilan perempuan di lembaga pemerintahan sebanding dengan jumlah penduduk perempuan di suatu negara. Sedangkan the political of ideas adalah ketika perempuan berhasil menduduki kursi legislatif mampu menghadirkan gagasannya kedalam kebijakan berbasikan

pada pengarus utamaan gender. John Burnheim (dalam Philips 1999) menjelaskan bahwa wakil politik sudah seharusnya memiliki pengalaman dan kepentingan yang sama dengan yang diwakilinya. Artinya, kebijakan-kebijakan yang pro perempuan atau untuk merespon permasalahan yang dihadapi oleh perempuan akan hadir ketika perempuan mampu duduk di kursi legislatif atau eksekutif.

Meski demikian, persoalannya sejauh ini angka keterwakilan perempuan masih jauh dari harapan. Sejak Pemilu 1999 sampai Pemilu 2019 lalu, angka keterwakilan perempuan di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Indonesia masih dibawah 30%. Padahal 30% merupakan angka critical mass atau jumlah minimal agar kehadiran perempuan di kursi legislatif berarti dan berpengaruh dalam proses perumusan kebijakan. Meskipun kebijakan afirmasi minimal pencalonan perempuan 30% sudah diterapkan sejak Pemilu 2004, nampaknya belum memiliki pengaruh signifikan terhadap keterpilihan perempuan. Bab ini paling tidak akan membahas dua pokok bahasan diantaranya: desain afirmasi kuota pencalonan 30% di pemilu dan angka keterpilihan perempuan di pemilu.

## **KUOTA AFIRMASI MINIMAL 30% PEREMPUAN DI DAFTAR CALON**

Sebagai seperangkat variabel teknis untuk mengkonversi suara menjadi kursi, sistem pemilu dapat dibentuk sedemikian rupa sesuai dengan tujuan tertentu. Salah satunya ialah untuk meningkatkan angka keterwakilan perempuan. Dari tujuh variabel dasar sistem pemilu, variabel metode pencalonan paling berpengaruh terhadap keterwakilan perempuan. Penerapan mekanisme kuota minimal pencalonan perempuan adalah salah satunya. Melalui sistem kuota beban rekrutmen tidak hanya ditanggung oleh perempuan secara individu, tetapi pada pengontrolan proses rekrutmen di internal partai politik (Internationl IDEA 2002). Terdapat tiga latar belakang utama mengapa kuota perempuan di pemilu legislatif penting untuk diterapkan:

1. Menawarkan model peran keberhasilan politisi perempuan menuntut prinsip keadilan bagi laki-laki dan perempuan;
2. Mengidentifikasi kepentingan-kepentingan khusus perempuan yang terlihat;
3. Menekankan adanya perbedaan hubungan perempuan dengan politik, sekaligus menunjukkan kehadirannya dalam meningkatkan kualitas perpolitikan (Phillips, 1999, hal. 5-7).

Tabel 3.1 Model Kuota Perempuan

Mandated by	At What Level?	
	Candidates	Elected
Legal quotas (Constitutional or electoral law)	Candidate quotas	Reserved seats
Voluntary party quotas	Candidate quotas	Reserved seats <sup>a</sup>

SUMBER: DAHLERUP (ED.): WOMEN, QUOTAS AND POLITICS. LONDON: ROUTLEDGE 2006, P.21, UPDATED.

Ada tiga jenis kuota perempuan yang dapat diberlakukan: Pertama, kuota 30% perempuan di internal partai politik. Dalam hal ini partai politik secara sukarela atau diatur dalam undang-undang partai politik memberlakukan syarat minimal keanggotaan perempuan di partai politik, termasuk keterlibatan perempuan di struktur pengurus partai politik. Di Indonesia, ketentuan ini berlaku di UU Partai Politik dan UU Pemilu. Dalam UU 2/2011 tentang Partai Politik salah syarat untuk mendirikan partai politik ialah memperhatikan 30% keterwakilan perempuan di pengurus partai politik. Sedangkan di UU 7/2017 tentang pemilu, salah syarat partai politik dapat dijadikan peserta pemilu ialah dengan menyertakan keterlibatan perempuan sebanyak 30% di kepengurusan partai politik di tingkat pusat.

Tabel 3.2 Kuota Perempuan di Syarat Peserta Pemilu

<b>UNDANG-UNDANG PEMILU</b>	<b>SAYARAT MENJADI PESERTA PEMILU MENYERTAKAN 30% KETERWAKILAN PEREMPUAN DI KEPENGURUSAN PARTAI</b>
UU No. 3 Tahun 1999	Belum diatur dan belum menjadi syarat pendirian partai politik.
UU No.12 Tahun 2003	Belum diatur.
UU No. 10 Tahun 2008	Pasal 8 ayat (1) huruf d: Menyertakan sekurang-kurangnya 30% keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik tingkat pusat.
UU No. 8 Tahun 2012	Pasal 8 ayat (2) huruf e: Menyertakan sekurang-kurangnya 30% keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik tingkat pusat.
UU No. 7 Tahun 2017	Pasal 173 ayat (2) huruf e: Menyertakan paling sedikit 30% keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik tingkat pusat.

Kedua, kebijakan kuota pencalonan 30% di pemilu. Setiap partai politik peserta pemilu diwajibkan untuk mendaftarkan calon anggota legislatif perempuan minimal 30% dalam daftar calon. Sejak Pemilu Tahun 2004, Indonesia sudah menggunakan kuota pencalonan perempuan minimal 30% dalam sistem pemilu proporsional. Bahkan, sejak Pemilu Tahun 2014 melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) diterapkan sanksi bagi partai politik berupa diskualifikasi sebagai peserta pemilu di daerah pemilihan yang tidak mampu memenuhi kuota minimal pencalonan sebanyak 30% perempuan dalam daftar calon. Selain itu, karena sejak Pemilu Tahun 2009 Indonesia mengadopsi sistem pemilu proporsional daftar terbuka, pola pengaturan kuota 30% pencalonan perempuan tidak hanya berhenti pada aspek jumlah saja, namun diantara tiga nama calon harus terdapat satu perempuan atau zipper system. Sayangnya ketentuan ini tidak sepenuhnya menerapkan zipper system melalui selang-seling dalam daftar calon antara perempuan dengan laki-laki. Akan tetapi penempatan nomor urut selebihnya menjadi otoritas partai politik untuk menentukan.

Tabel 3.2 Pengaturan Kuota Pencalonan 30% Perempuan di UU Pemilu

<b>UNDANG-UNDANG PEMILU</b>	<b>KETENTUAN KUOTA 30% PENCALONAN</b>
UU No. 3 Tahun 1999	Belum diatur.
UU No.12 Tahun 2003	Pasal 65 ayat (1): Setiap Partai Politik Peserta Pemilu dapat mengajukan calon Anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota untuk setiap Daerah Pemilihan dengan memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30%.
UU No. 10 Tahun 2008	Pasal 53: Daftar bakal calon sebagaimana dimaksud dalam Pasal 52 memuat paling sedikit 30% keterwakilan perempuan.
UU No. 8 Tahun 2012	Pasal 55: Daftar bakal calon sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53 memuat paling sedikit 30% keterwakilan perempuan.
UU No. 7 Tahun 2017	Pasal 245 Daftar bakal calon sebagaimana dimaksud dalam Pasal 243 memuat keterwakilan perempuan paling sedikit 30%.

Ketiga, reserved seat yakni kursi legislatif dalam jumlah tertentu seperti 30% khusus untuk perempuan. Mekanisme ini memberikan jaminan keterpilihan minimal bagi perempuan untuk duduk di kursi legislatif yang tentunya berbeda dengan kuota pencalonan 30% yang keterpilihannya tergantung dari calon terkait untuk meraih suara terbanyak. Berdasarkan data IDEA, sebanyak 24 negara menerapkan mekanisme reserved seat ini. Negara Rwanda misalnya, dari 80 kursi yang tersedia 24 kursi khusus untuk perempuan. Contoh lain dari 393 kursi legislatif di Tanzania 145 kursi khusus perempuan. Namun catatan pentingnya, model reserved seat ini belum pernah diberlakukan dalam konteks pemilu di Indonesia.

### **POTRET KETERPILIHAN PEREMPUAN DI PEMILU**

Pemberlakuan kuota pencalonan perempuan minimal 30% sangat berpengaruh terhadap keterlibatan perempuan sebagai peserta pemilu di Indonesia. Terlebih lagi terdapat mekanisme diskualifikasi menjadi peserta pemilu yang mampu memaksa partai

politik untuk memenuhi kuota minimal 30% perempuan tersebut. Semenjak Pemilu Tahun 2009 sampai dengan Pemilu Tahun 2019 lalu, terjadi tren peningkatan angka pencalonan perempuan. Pada Pemilu Tahun 2009 terdapat 31,8 persen perempuan yang terdaftar sebagai calon anggota DPR. Kemudian di Pemilu Tahun 2014 dari 12 partai politik peserta pemilu terdapat 2061 orang atau 37,4 persen. Sedangkan di Pemilu Serentak Tahun 2019 lalu, tercatat sebanyak 3200 orang atau 40% dari total keseluruhan calon anggota DPR adalah perempuan.

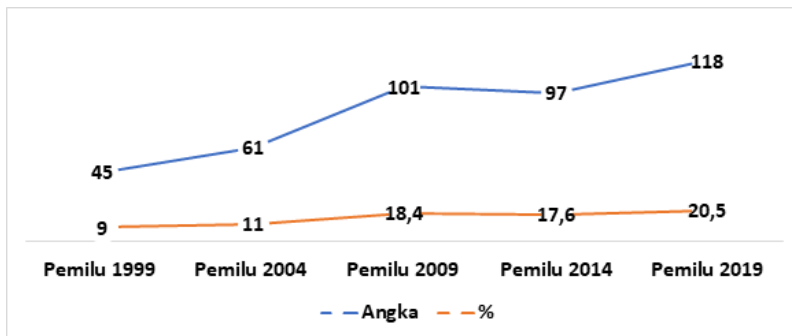
Tabel 3.3 Perbandingan Jumlah Calon Anggota DPR Laki-Laki dan Perempuan di Pemilu

TAHUN PEMILU	JUMLAH PARTAI POLITIK	JUMLAH CALON ANGGOTA DPR				
		LAKI-LAKI	%	PEREMPUAN	%	JUMLAH
Pemilu 2009	34	3405	68,2	1589	31,8	4994
Pemilu 2014	12	3451	62,6	2061	37,4	5512
Pemilu 2019	16	4785	59,9	3200	40,1	7985

SUMBER: DIOLAH DARI CETRO 2009; PUSKAPOL UI SAMOSIR, HERU DKK 2015: HLM. 13-14; PERLUDEM 2019

Meski mengalami kenaikan jumlah calon perempuan dari pemilu ke pemilu, akan tetapi realitasnya angka keterpilihan perempuan di DPR masih dibawah 30%. Dari lima kali pemilu yang sudah dilangsungkan sejak Tahun 1999, angka keterwakilan perempuan di DPR berada di angka rata-rata 84 orang. Pada Pemilu Tahun 1999 sebagai pemilu demokratis pertama pasca orde baru dan belum diadopsinya ketentuan kuota afirmasi pencalonan 30%, jumlah keterpilihan perempuan di DPR sebanyak 45 orang. Namun di Pemilu Tahun 2004 dimana kebijakan kuota 30% perempuan di daftar calon sudah mulai diterapkan untuk pertama kalinya, kenaikan angka keterwakilan perempuan tidak naik signifikan yakni hanya sebesar 2 persen atau sebanyak 61 calon anggota DPR perempuan yang terpilih. Jumlah keterpilihan perempuan di DPR tertinggi adalah di Pemilu Tahun 2019 lalu sebanyak 118 orang atau setara dengan 20,5 persen.

Grafik 3.1 Tren Keterpilihan Perempuan di DPR



DIOLAH DARI PUSKAPOL UI SAMOSIR, HERU DKK 2015: HLM. 15 DAN PERLUDEM 2019

Masih rendahnya angka keterpilihan perempuan di DPR selain disebabkan masih kuatnya budaya patriarki di masyarakat yang melihat pemimpin adalah laki-laki (Perdana et.al 2017), tidak seriusnya partai politik untuk merekrut dan mendukung keterpilihan calon anggota legislatif perempuan menjadi salah satu faktor penyebabnya. Studi Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) di Pemilu Tahun 2014 lalu menunjukkan keberadaan kebijakan afirmasi hanya dijadikan sebagai sarana untuk pemenuhan administrasi pencalonan partai politik saja, dalam rangka menghindari diskualifikasi kepesertaan pemilu jika tidak memenuhi minimal 30% daftar calon perempuan dalam satu daerah pemilihan. Sehingga dalam prakteknya, seringkali rekrutmen politik untuk calon perempuan yang dilakukan oleh partai bersifat “asal comot” semata.

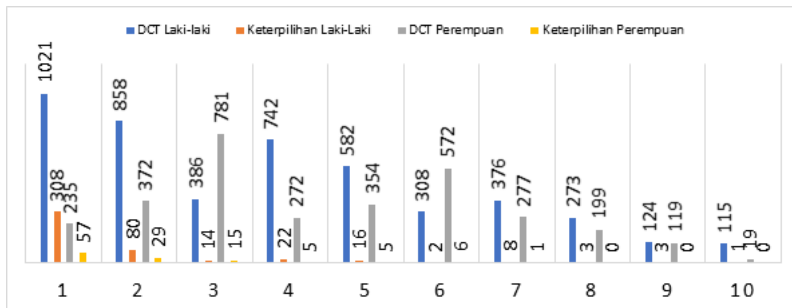
Ketidaksiuran partai untuk mendukung pencalonan perempuan terjadi pula di Pemilu Serentak Tahun 2019. Sekalipun Pemilu Tahun 2019 menjadi pemilu dengan jumlah Calon Anggota DPR perempuan terbanyak, akan tetapi faktanya hanya sebatas pemenuhan ketentuan afirmasi yang sudah diatur dalam undang-undang pemilu. Hal ini bisa dapat dengan mudah dilihat dari penempatan nomor urut calon perempuan oleh partai politik.

Terdapat fakta bahwa sebagian besaran calon anggota legislatif

terpilih ialah mereka yang memperoleh nomor urut satu dan dua, semenjak sistem pemilu proposional daftar terbuka diterapkan di Pemilu Tahun 2009. Pada Pemilu Tahun 2009, sebanyak 62,14 persen Anggota DPR yang terpilih menempati nomor urut satu dan di Pemilu Tahun 2014 sebanyak 64,96 persen Calon Anggota DPR yang ditempatkan pada nomor urut satu mampu meraih kursi (Puskapol UI 2014). Begitu pula dengan Pemilu Tahun 2019, merujuk pada pemetaan hasil pemilu yang dilakukan oleh Perludem (2019), sebanyak 63,48 Calon Anggota DPR bernomor urut satu berhasil terpilih dan sebanyak 18,96% dengan nomor urut dua. Persoalannya, hanya sedikit dari calon anggota legislatif perempuan yang ditempatkan pada nomor urut satu dan dua.

Pada Pemilu DPR Tahun 2019, dari 16 partai politik peserta pemilu sebagian besar perempuan ditempatkan pada nomor urut tiga sebanyak 781 orang dan nomor urut lima sebanyak 572. Sedangkan perempuan Calon Anggota DPR yang mendapatkan nomor urut satu sebanyak 235 orang perempuan dan nomor urut dua sebanyak 372 orang. Situasi ini menjadi fakta bahwa pencalonan perempuan lagi-lagi sebatas pemenuhan syarat ketentuan perundang-undangan yang menyebutkan minimal 30% mencalonkan perempuan dan diantara tiga daftar nama calon harus terdapat perempuan. Padahal jika memang partai politik serius untuk meningkatkan angka keterwakilan perempuan, seharusnya sebagian besar calon anggota legislatif perempuan ditempatkan pada nomor urut satu dan dua.

Grafik 3.2 Perbandingan Nomor Urut Calon dan Keterpilihannya

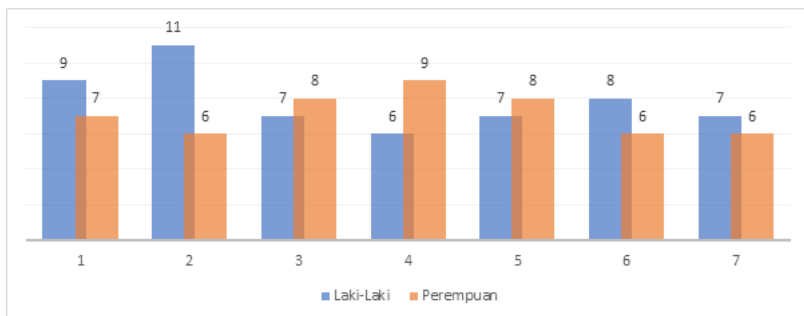


Tabel 3.4 Keterpilihan Perempuan di Dapil DKI Jakarta II

Partai Politik	Laki-Laki	%	Perempuan	%	Jumlah
PKB	4	57,1	3	42,9	7
Gerindra	4	57,1	3	42,9	7
PDIP	4	57,1	3	42,9	7
Golkar	4	57,1	3	42,9	7
Nasdem	3	42,9	4	57,1	7
Garuda	2	50,0	2	50,0	4
Berkarya	4	57,1	3	42,9	7
PKS	3	42,9	4	57,1	7
Perindo	4	57,1	3	42,9	7
PPP	3	42,9	4	57,1	7
PSI	4	57,1	3	42,9	7
PAN	4	57,1	3	42,9	7
Hanura	3	50,0	3	50,0	6
Demokrat	4	57,1	3	42,9	7
PBB	3	60,0	2	40,0	5
PKPI	2	40,0	3	60,0	5
<b>Jumlah</b>	<b>55</b>	<b>52,9</b>	<b>49</b>	<b>47,1</b>	<b>104</b>

DIOLAH DARI DAFTAR CALON TETAP ANGGOTA DPR PEMILU 2019

Grafik 3.3 Sebaran Nomor Urut Calon Anggota DPR di DKI Jakarta II



DIOLAH DARI DAFTAR CALON TETAP ANGGOTA DPR PEMILU 2019

Khusus daerah pemilihan DKI Jakarta II yang menjadi lokus penelitian ini, sebanyak 16 partai politik mampu memenuhi syarat minimal 30% pencalonan perempuan. Perbandingan total Calon Anggota DPR laki-laki dan perempuan di DKI Jakarta II adalah 52,9% (55 orang) adalah laki-laki dan 47,1% (49 orang) adalah perempuan. Rata-rata setiap partai politik mencalonkan minimal tiga orang perempuan. Partai Nasdem, PKS, dan PPP merupakan tiga partai politik yang mencalonkan perempuan paling banyak dibandingkan dengan partai politik lainnya. Sedangkan untuk nomor urut, sebagian besar perempuan ditempatkan pada nomor

urut empat sebanyak sembilan orang, nomor urut tiga dan lima dengan jumlah masing-masing sebanyak delapan orang. Adapun nomor urut satu hanya ditempati sebanyak tujuh orang perempuan dan nomor urut dua sebanyak enam orang.

=Meski demikian, daerah pemilihan DKI Jakarta II yang menjadi lokus studi dari tulisan ini mengalami kenaikan angka keterwakilan perempuan jika dibandingkan empat pemilu sebelumnya. Di Pemilu Tahun 2004 hanya dua orang perempuan yang terpilih di DKI Jakarta II. Sedangkan di Pemilu Tahun 2009 sebanyak tiga orang, kemudian pada Pemilu Tahun 2014 menurun menjadi dua orang, dan terakhir di Pemilu Serentak Tahun 2019 sebanyak empat orang perempuan terpilih dari DKI Jakarta II dengan satu orang petahana yang kembali terpilih.

## BAB 4

# Dana Kampanye Calon Anggota DPR Perempuan

Sedikit atau banyaknya jumlah uang yang dikeluarkan peserta pemilu sangat tergantung pada dua hal: metode kampanye apa saja yang dilakukan dan seberapa sering aktivitas kampanye dilaksanakan. Bab ini akan membahas dua pokok bahasan: Pertama, dari mana sumber pendanaan kampanye apakah berasal dari kantong pribadi kandidat, partai politik, atau sumbangan perseorangan atau badan usaha. Selain itu, besaran dana kampanye yang diterima oleh calon anggota legislatif laki-laki dengan calon anggota legislatif perempuan akan dilihat dan dibandingkan besarnya. Kedua, untuk apa saja dana kampanye yang diperoleh dipergunakan, dalam hal metode dan aktivitas-aktivitas kampanye yang apa saja yang dilakukan oleh calon anggota legislatif perempuan selama masa kampanye Pemilu 2019.

## **DANA KAMPANYE TANGGUNG JAWAB CALON**

### **A. Minimnya Sumbangan Dana Kampanye Partai**

Sistem pemilu proposional daftar terbuka yang diterapkan dalam pemilu legislatif faktanya berdampak pada persaingan berpusat kepada calon (candidate centric competition), termasuk sumber pendanaan kampanye yang sepenuhnya berpusat pada calon anggota legislatif. Jika merujuk pada tiga laporan dana kampanye yang diserahkan ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang terdiri dari Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK), dan Laporan Penerimaan

dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK), sumber penerimaan dana kampanye terbesar berasal dari Calon Anggota DPR itu sendiri.

Tabel 4.1 Perbandingan Sumber Penerimaan Dana Kampanye di Pemilu DPR

PARTAI POLITIK	LADK		LPSDK		LPPDK	
	PARTAI POLITIK	CALON ANGGOTA LEGISLATIF	PARTAI POLITIK	CALON ANGGOTA LEGISLATIF	PARTAI POLITIK	CALON ANGGOTA LEGISLATIF
PKB	10.000.000	13.925.981.000	-	17.707.581.614	10.000.000	133.587.647.279,00
Gerindra	1.000.000.000	74.260.112.183	3.030.868	51.038.013.282	1.006.771.946	133.715.077.635,00
PDIP	2.392.645.912	103.750.833.829	2.506.050	11.266.370.122	6.675.680.601	338.339.772.456,00
Golkar	10.000.000	-	200.405.219	19.599.271.357	72.010.000.000	235.131.587.510,00
Nasdem	5.536.250.000	-	52.269.617.170	22.708.828.512	80.610.513.963	177.863.557.751,00
Garuda	1.000.000	-	30.000.000	1.750.000.000	31.000.000	3.044.515.041,00
Berkarya	100.000.000	28.536.420.000	-	2.821.000	100.000.000	105.864.300.058,00
PKS	-	17.091.025.000	-	33.622.635.000	9.376.131.447	139.666.622.439,00
Perindo	1.000.000	-	20.535.027.000	62.101.764.919	88.134.658.000	123.606.099.035,00
PPP	510.000.000	-	12.413.250.000	-	12.413.250.000	64.138.502.526,00
PSI	1.000.000	566.561.747	-	20.315.924.664	31.922.379.050	42.657.646.880,00
PAN	50.000.000	-	50.000.000	53.491.554.750	100.000.000	168.948.328.526,00
Hanura	13.000.000	-	-	11.988.064.632	11.104.310.300	28.858.287.278,00
Demokrat	300.000.000	539.400.000	1.402.328.866	31.317.158.084	1.700.957.452	180.871.110.071,00
PBB	-	16.421.530.059	-	219.500.116	501.534.722	117.356.000.002,00
PKPI	-	-	-	726.805.251	-	1.530.743.254,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.924.895.912</b>	<b>255.091.863.818</b>	<b>86.906.165.173</b>	<b>337.856.293.303</b>	<b>315.697.187.481</b>	<b>1.995.179.797.741</b>
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>		<b>265.016.759.730</b>		<b>424.762.458.476</b>		<b>2.310.876.985.222</b>
<b>PORSI SUMBANGAN CALEG %</b>		<b>96,3</b>		<b>79,5</b>		<b>86,3</b>
<b>PORSI SUMBANGAN PARTAI %</b>		<b>3,7</b>		<b>20,5</b>		<b>13,7</b>

SUMBER: DIOLAH DARI LADK, LPSDK, DAN LPPDK PEMILU 2019

Berdasarkan LPPDK sebagai laporan akhir dana kampanye yang disampaikan ke KPU dari tiga rangkaian pelaporan menunjukkan bahwa, sebanyak 86,3 persen atau 1,9 triliun sumber penerimaan dana kampanye dari 16 Partai Politik Peserta Pemilu Tahun 2019 di sebanyak 80 daerah pemilihan berasal dari kantong pribadi calon anggota legislatif tersebut. Sumber dana kampanye yang berasal dari sumbangan partai politik hanya 13,7 persen atau setara dengan Rp. 315.697.187.481 dari total keseluruhan penerimaan dana kampanye.

Partai Persatuan Indonesia (Perindo) dan Partai Nasional Demokrat (Nasdem) menempati posisi pertama dan kedua sebagai partai politik yang memberikan sumbangan dana kampanye paling besar jika dibandingkan dengan partai politik lainnya. Meskipun sumber penerimaan yang berasal dari calon anggota legislatif masih lebih banyak dibandingkan sumbangan yang diberikan oleh Nasdem dan Perindo secara institusi. Sedangkan PKPI dan PKB

merupakan partai politik yang secara kelembagaan paling sedikit menyumbangkan uangnya untuk kampanye Pemilu Tahun 2019.

Dibebankannya dana kampanye kepada para calon anggota legislatif memang bukan fenomena baru. Pada Pemilu Tahun 2014, sumber dana kampanye yang berasal dari pribadi calon sebanyak 88,6 persen dibandingkan dengan jumlah sumbangan yang berasal dari partai politik sebanyak 11,4% atau Rp. 335.406.431.667. Namun, jika disandingkan dengan Pemilu 2019 terjadi penurunan total sumber penerimaan dana kampanye yang berasal dari partai politik ataupun calon anggota legislatif. Pada Pemilu Tahun 2014 lalu, besaran sumbangan dari kantong pribadi calon anggota legislatif mencapai Rp. 2,5 triliun, sedangkan di Pemilu Tahun 2019 menurun menjadi sebanyak Rp. 1,9 triliun.

Tabel 4.2 Perbandingan Sumber Penerimaan Dana Kampanye Pemilu 2014 & 2019

TAHUN PEMILU	SUMBANGAN PARTAI POLITIK	%	SUMBANGAN CALON ANGGOTA LEGISLATIF	%	TOTAL
Pemilu 2014	335.406.431.667	11,4	2.594.032.612.468	88,6	2.929.439.044.146
Pemilu 2019	315.697.187.481	13,7	1.995.179.797.741	86,3	2.310.876.985.236

2014: MELLAZ, A 2019: 39, 2019 LPPDK PEMILU 2019

Pola pendanaan yang berpusat pada kandidat turut berlaku juga bagi calon anggota legislatif perempuan. Di daerah pemilihan (Dapil) DKI Jakarta II yang menjadi lokus dari penelitian ini, sebagian besar sumber penerimaan dana kampanye berasal dari pribadi calon anggota legislatif. Dari 49 Calon Anggota DPR perempuan yang terdaftar di dapil DKI Jakarta II, hanya satu orang perempuan Calon Anggota DPR dari Partai Nasdem yang dalam laporan sumbangan dana kampanye mendapatkan sumbangan in-kind atau sumbangan dana kampanye dalam bentuk barang dari partai politik. Sedangkan sumbangan in-kind penerimaan dana kampanye dari partai politik untuk calon laki-laki terdapat dua

orang yang masing-masing berasal dari PDIP dan Perindo dari total calon anggota legislatif laki-laki sebanyak 55 orang.

Tabel 4.3 Perbandingan Sumber Penerimaan Dana Kampanye Calon Anggota Legislatif Perempuan dan Laki-Laki Dapil DKI Jakarta II di LPSDK

PARTAI POLITIK	JENIS KELAMIN CALON	BERASAL DARI CALON			BERASAL DARI PARTAI POLITIK			TOTAL	Keterangan
		UANG	BARANG	JASA	UANG	BARANG	JASA		
PKB	Perempuan	5.000.000	14.300.000	50.000.000				69.300.000	2 dari 3
	Laki-laki	105.550.000	193.965.500	1.200.000				300.715.500	4 dari 4
Gerindra	Perempuan	148.250.000						148.250.000	2 dari 3
	Laki-laki	120.000.000						120.000.000	2 dari 4
PDIP	Perempuan							-	
	Laki-laki				98.300.000			98.300.000	2 dari 4
Golkar	Perempuan	487.000.000						487.000.000	3 dari 3
	Laki-laki	635.000.000						635.000.000	4 dari 4
Nasdem	Perempuan	187.300.000				157.240.000		344.540.000	2 dari 4
	Laki-laki							-	
Garuda	Perempuan							-	
	Laki-laki							-	
Berkarya	Perempuan	75.000.000						75.000.000	2 dari 3
	Laki-laki	70.000.000						70.000.000	2 dari 4
PKS	Perempuan	249.592.000						249.592.000	3 dari 4
	Laki-laki	577.700.000						577.700.000	3 dari 3
Perindo	Perempuan	1.000.000.000						1.000.000.000	2 dari 3
	Laki-laki	92.000.000			30.000.000	16.920.000		138.920.000	2 dari 4
PPP	Perempuan	310.000.000						310.000.000	2 dari 4
	Laki-laki	135.000.000						135.000.000	2 dari 3
PSI	Perempuan	387.349.600	188.150.000					575.499.600	2 dari 3
	Laki-laki	395.598.000						395.598.000	2 dari 4
PAN	Perempuan	380.000.000						380.000.000	2 dari 4
	Laki-laki	670.000.000						670.000.000	4 dari 4
Hanura	Perempuan	185.100.000						185.100.000	3 dari 3
	Laki-laki	147.000.000						147.000.000	3 dari 3
Demokrat	Perempuan	710.000.000						710.000.000	2 dari 3
	Laki-laki	70.000.000						70.000.000	2 dari 5
PBB	Perempuan	4.500.000						4.500.000	2 dari 2
	Laki-laki	33.500.000						35.500.000	3 dari 3
PKPI	Perempuan	1.385.000						1.385.000	2 dari 3
	Laki-laki							-	
TOTAL		7.183.824.600	396.415.500	51.200.000	30.000.000	272.460.000	-	7.933.900.100	

SUMBER: DIOLAH DARI LPSDK PEMILU DPR 2019

**Keterangan:** merupakan jumlah caleg yang mencantumkan sumbangan dana kampanye dalam LPSDK dari total keseluruhan caleg di setiap partai politik.

Sebagian besar donasi yang diberikan partai politik kepada calon merupakan bantuan dana tidak langsung dalam bentuk bahan kampanye atau alat peraga. Salah satu caleg, Lena Maryana Mukti selaku Calon Anggota DPR dari dapil DKI Jakarta II misalnya, menceritakan di Pemilu Tahun 2004 ketika sistem pemilu masih dalam sistem proposional tertutup, kampanye lebih banyak dilakukan oleh partai. Sedangkan dalam proposional daftar

terbuka, sumber pendanaan lebih banyak dari calon (Lena, 2020, wawancara Jumat, 10 Januari). Sebagai calon petahana dari empat pemilu yang ia ikuti sejak Pemilu Tahun 2004, 2009, 2014, dan 2019 dukungan partai politik dalam kampanye lebih bersifat tidak langsung melalui bantuan logistik kampanye seperti alat peraga dan bahan kampanye bukan berbentuk uang.

Pada Pemilu Tahun 2019, ia mendapatkan kaos partai politik yang berisi logo partai dan gambar ketua umum partai. Selain itu, di dapil DKI Jakarta II untuk wilayah dalam negeri Jakarta Pusat dan Selatan, terdapat mobil keliling yang digunakan sebagai alat peraga berisikan logo PPP dalam rangka mengkampanyekan partai politik. Menurutnya, ditengah sistem proposional daftar terbuka menjadi wajar dukungan partai bersifat tidak langsung dan lebih banyak menunjukkan simbol atau gambar partai yang jauh lebih mudah dibandingkan mengkampanyekan calon yang jumlahnya banyak (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari).

Begitu pula dengan Melani Leimena Suharli selaku calon petahana yang kembali terpilih untuk ketiga kalinya dari Partai Demokrat. Ia mendapatkan dukungan partai bukan dalam bentuk uang. Pada Pemilu Tahun 2009 ketika elektabilitas Partai Demokrat masih signifikan, ia pernah mendapatkan bantuan dari partainya untuk beriklan di media cetak dan konsultasi dengan konsultan politik untuk melakukan pemetaan di daerah pemilihannya (Suharli, Melani L, 2020, Wawancara, Jumat, 24 Januari). Namun, di Pemilu Tahun 2014 dan 2019 menurutnya kandidat didorong untuk berjuang secara mandiri untuk memenangkan pemilu. Akan tetapi, strategi pemetaan daerah pemilihan yang sudah dipelajari dari konsultan politik yang diberikan Partai Demokrat di Pemilu Tahun 2009 dilakukan kembali secara mandiri oleh Calon Anggota DPR perempuan terpilih dari Partai Demokrat di dapil DKI Jakarta II ini.

Serupa dengan dua calon petahana sebelumnya, Tsamara Amani selaku Calon Anggota DPR dari partai baru yakni Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang bertarung di dapil DKI Jakarta II, memperoleh sumbangan dana tidak langsung dari partai melalui pembuatan

konten iklan kampanye di media sosial. Partai menyediakan tenaga profesional di bidang fotografi sekaligus melibatkan calon anggota legislatif untuk membuat konten iklan yang mengangkat isu atau program partai tertentu (Amany, Tsamara, 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari).

Sekedar untuk menjadi catatan, Tsamara dan Lena Maryana keduanya merupakan juru bicara dari tim kemenangan Calon Presiden Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Selain itu keduanya merupakan pengurus pusat di partai politik masing-masing. Untuk itu ketika Pemilu Serentak Tahun 2019 lalu, keduanya sering hadir di televisi nasional atau berbagai ajang diskusi publik untuk mewakili partainya masing-masing atau untuk mewakili tim kemenangan presiden. Sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai dukungan dari PSI dan PPP untuk memberikan ruang bagi Tsamara dan Lena Maryana secara tidak langsung untuk berkampanye dihadapan publik melalui siaran di media televisi secara gratis.

Sekalipun partai politik memberikan dukungan pendanaan secara tidak langsung kepada calon perempuan melalui bahan dan alat peraga kampanye. Namun demikian, dalam prakteknya calon anggota legislatif perempuan tetap mengeluarkan dana pribadinya untuk mengambil bahan dan alat peraga kampanye yang sudah disediakan oleh partai di kantor partai. Ketika bahan dan alat peraga kampanye sudah didistribusikan ke kantor partai di level kabupaten/kota di daerah pemilihan calon anggota legislatif yang bersangkutan, biaya akomodasi pengembaliannya jauh lebih murah. Namun, bagi bahan dan alat peraga kampanye yang disimpan di kantor pusat partai atau level provinsi, calon anggota legislatif harus mengeluarkan biaya transportasi yang lebih banyak untuk dibawa ke daerah pemilihannya masing-masing.

## **B. Sumbangan Pihak Ketiga Perseorangan, Kelompok, dan Badan Usaha**

Lemahnya dukungan dana untuk kampanye tercermin juga dari sumbangan pihak ketiga yakni perseorangan, kelompok, dan perusahaan. Berdasarkan laporan penerimaan dan pengeluaran

dana kampanye partai politik keseluruhan di 80 dapil Pemilu DPR, besaran sumbangan yang berasal dari perseorangan hanya 0,83% dari total keseluruhan dana yang diterima oleh 16 partai politik. Partai PKB, Golkar, Garuda, Berkarya, PKS, PSI, Hanura, Demokrat, dan PKPI merupakan sembilan partai politik yang memperoleh sumbangan dari kalangan perseorangan. Partai Demokrat, PKPI, dan PSI yang menempati urutan tiga besar perolehan dana publik tertinggi. Adapun sumber penerimaan yang berasal dari kelompok hanya 0,40 persen yang diterima oleh satu partai politik dan sumbangan yang berasal dari badan usaha non pemerintah sebanyak 0,64 persen dari keseluruhan penerimaan yang diberikan kepada empat partai politik. Sumbangan dari partai politik hanya 13,3 persen sedangkan sisanya sebanyak 84,12 berasal dari kantong pribadi calon anggota legislatif.

Tabel 4.5 Perbandingan Besaran Penerimaan Pihak Ketiga dan Peserta Pemilu di LPPDK dari 16 Partai Politik di Seluruh Dapil

PARTAI POLITIK	SUMBANGAN PIHAK KETIGA			SUMBANGAN PESERTA PEMILU		PENERIMAAN LAIN-LAIN	
	PERSEORANGAN	KELOMPOK	PERUSAHAAN	PARTAI POLITIK	CALEG	LAIN-LAIN KOMITMEN	BUNGAN BANK
PKB	1.300.000.000		7.425.000.000	10.000.000	133.587.647.279		
Gerindra				1.006.771.946	133.715.077.635		
PDIP				6.675.680.601	338.339.772.456		9.624.760
Golkar	100.000.000		395.000.000	72.010.000.000	235.131.587.510		2.290.194
Nasdem			1.000.000.000	80.610.513.963	177.863.557.751		
Garuda	400.000.000			31.000.000	3.044.515.041		
Berkarya	1.200.000.000			100.000.000	105.864.300.058		
PKS	1.000.000.000			9.376.131.477	139.666.622.439		
Perindo				88.134.658.000	123.606.099.035	16.497.617.400	
PPP				12.413.250.000	64.138.502.526		
PSI	3.809.570.046		6.270.503.540	31.922.379.050	42.657.646.880		87.269
PAN				100.000.000	168.948.328.526		
Hanura	13.000.000	9.522.500.000		11.104.310.300	28.858.287.278		19.236
Demokrat	7.158.137.000			1.700.957.452	180.871.110.071		2.449.086
PBB				501.534.722	117.356.000.002		
PKPI	4.761.004.000			-	1.530.743.254		
Jumlah	19.741.711.046	9.522.500.000	15.090.503.540	315.697.187.511	1.995.179.797.741	16.497.617.400	14.470.545
Porsi Penerimaan %	0,83	0,40	0,64	13,31	84,12	0,70	0,00
Total Keseluruhan							2.371.743.787.783

SUMBER: LPPDK PEMILU TAHUN 2019

Minimnya dukungan publik untuk membantu aktivitas kampanye calon anggota legislatif diakui oleh tiga calon anggota legislatif perempuan di dapil DKI Jakarta II tersebut. Caleg Tsamara Amani misalnya, menuturkan bahwa budaya untuk menyumbang kepada partai politik bukanlah hal yang lazim bagi masyarakat di

Indonesia. PSI dalam Pemilu Tahun 2019 lalu membuat inisiasi crowdfunding atau donasi kepada publik dalam rangka membantu aktivitas kampanye partai melalui “kartu sakti”, namun ditengah tingkat kepercayaan publik yang masih rendah tidak mudah untuk menarik minat publik mendonasikan hartanya kepada partai politik (Tsamara, Amani, 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari). Padahal, “kartu sakti” merupakan sarana bagi publik untuk membantu partai dalam menjalankan program untuk publik itu sendiri. Selain itu bagi mereka yang memegang kartu tersebut juga akan mendapatkan informasi-informasi penting dalam bentuk newsletter dan laporan keuangan PSI (Tsamara, Amani, 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari).

Meski demikian, dalam rangka memenuhi kebutuhan kampanyenya, penggalangan dana publik tetap dilakukan oleh Tsamara dengan cara mengidentifikasi individu-individu potensial yang dapat ikut serta mendonasikan uangnya. Lebih lanjut ia mencontohkan, ada pemilik restoran di salah satu pusat perbelanjaan yang ia identifikasi sebagai salah satu donatur potensial (Tsamara, Amani 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari). Menurutnya, jika terdapat 20 - 30 orang seperti ini meskipun tidak mendonasikan dengan nominal besar, akan sangat membantu aktivitas kampanyenya. Selain itu, sumbangan perseorangan secara tidak langsung ia peroleh juga dari individu yang memiliki kemampuan dibidang fotografi secara sukarela membantu membuat konten kampanyenya. Lebih lanjut Tsamara mengungkapkan, terdapat juga bantuan tidak langsung dengan cara pembuatan dan pemasangan baliho dan bantuan iklan videotron di daerah Bilangan Gatot Subroto dan Kemang (Tsamara, Amani, 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari).

Penggalangan dana publik sempat dilakukan juga oleh Lena Maryana di Pemilu Tahun 2004. Mekanisme fundraising yang ia lakukan dengan cara mengirim pesan singkat atau berkirim surat kepada beberapa orang yang dikenal dengan pesan memberikan garansi untuk bekerja secara sungguh-sungguh sebagai wakil rakyat jika terpilih kepada individu yang dimintai bantuan dana

tersebut (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari). Ia menugaskan satu orang dari tim pemenangannya untuk menjadi penanggung jawab dari pendanaan publik ini, meskipun secara keseluruhan konsep ia sendiri yang mengatur. Rata-rata besaran dana yang didonasikan oleh individu yang menerima pesan singkat atau surat tersebut sebesar 5-10 juta rupiah dan kalangan pemberi danapun beranekaragam. Ada yang berasal dari kepala daerah yang ia kenal, keluarga, sampai dengan teman-teman dekatnya (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari).

Bantuan perseorangan di Pemilu Tahun 2019 lebih banyak diperoleh secara tidak langsung melalui barang atau tenaga. Lena Maryana banyak dibantu oleh individu-individu yang tanpa harus dibayar untuk menjadi tim pemenangannya. Koordinator tim pemenangannya berasal dari tenaga ahli yang sudah lama membantunya di DPR. Selain itu, ia memperoleh dukungan dari salah satu konsultan media profesional untuk menyusun strategi kampanye di media sosial dan menjalankan media sosial yang ia miliki tanpa dibayar sepeserpun. Lebih lanjut ia menjelaskan, melalui social media manager tersebut ia dibantu untuk memetakan preferensi pemilih pengguna sosial media yang potensial untuk diberikan konten kampanyenya dengan harapan mampu meningkatkan elektabilitas (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari). Selain itu, ia dibantu juga seorang anak dari jaringan aktivitas perempuan untuk berkampanye di dapil luar negeri yang merupakan bagian dari daerah pemilihannya di DKI Jakarta II. Sebagai salah satu aktivis perempuan yang memiliki fokus isu kepada pemenuhan hak-hak perempuan, Lena Maryana pernah mengumpulkan aktivis dari kalangan masyarakat sipil yang memiliki pemahaman yang sama dengan dirinya untuk memperjuangkan isu perempuan dalam rangka ikut mensosialisasikan dirinya selama masa kampanye tersebut.

Kuatnya jejaring politik dan sosial ditambah dengan kompetensi yang ia miliki, mampu mendorong individu bahkan kelompok untuk ikut menjadi relawan dari tim pemenangan Lena Maryana. Sebagai

contoh, sebagai seorang mantan aktivis Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) ia bercerita banyak dibantu oleh rekan-rekannya di organisasi mahasiswa tersebut untuk mensosialisasikan dirinya selama masa kampanye (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari). Selain itu, ia menceritakan peran salah satu komunitas bernama Jala PRT (Pembantu Rumah Tangga) yang berinisiatif membuat pertemuan terbatas secara sukarela tanpa diminta oleh Lena dan yang menarik masing-masing anggota Jala PRT membawa konsumsi sendiri. Menurutnya, inisiasi pertemuan ini berlandaskan pada kesamaan program yang dicanangkan oleh Lena.

Bantuan dana tidak langsung untuk kampanye hadir juga dari jaringan organisasi profesi yang dimiliki oleh suaminya. Kolega dekat tersebut secara sukarela ikut serta menjadi bagian dari relawan yang selama masa kampanye aktif membuat kegiatan tanpa meminta dana dari Lena Maryana namun ia selalu diminta hadir ketika acara tersebut berlangsung (Mukti, Lena M, 2020, Wawancara, Jumat, 10 Januari). Peran suami dalam mendukung pendanaan dan aktivitas kampanye dialami pula oleh Melani Leimena Suharli melalui perusahaan swasta yang ia miliki bersama suaminya. Perusahaan ini sedikit banyak mampu meringankan beban biaya kampanyenya.

Dari sini nampak paling tidak terdapat sumbangan dana publik secara tidak langsung (in kind) dapat dilihat dalam dua bentuk utama yakni: barang dalam wujud alat peraga atau bahan kampanye dan tenaga dalam bentuk keterlibatan sebagai tim pemenang, relawan, konten kreator, termasuk tenaga profesional untuk marketing politik yang tidak dibayar sama sekali. Jika dikonversi kedalam uang besaran sumbangan dana kampanye tidak langsung, sumbangan ini mungkin memiliki besaran yang cukup signifikan.

### **C. Total Penerimaan Dana Kampanye Perempuan**

Merujuk pada laporan penerimaan dan pengeluaran dana kampanye, besaran dana kampanye calon anggota legislatif laki-laki cenderung lebih besar dari dana kampanye calon anggota legislatif

perempuan di dapil DKI Jakarta II. Dari 16 partai politik peserta pemilu, besaran dana kampanye perempuan Calon Anggota DPR perempuan di DKI Jakarta II sebesar Rp. 13.861.416.583, sedangkan Calon Anggota DPR laki-laki sebesar Rp. 24.168.999.815 (lihat tabel 4.6). Meskipun penting digarisbawahi bahwa pelaporan dana kampanye secara formal kepada penyelenggara pemilu seringkali tidak mencerminkan total pengeluaran (actual cost) kandidat yang sesungguhnya.

Tabel 4.6 Total Sumbangan Dana Kampanye Caleg Laki-Laki dan Perempuan dalam LPPDK di Dapil DKI Jakarta II

<b>PARTAI POLITIK</b>	<b>CALEG PEREMPUAN</b>	<b>KETERANGAN*</b>	<b>CALEG LAKI-LAKI</b>	<b>KETERANGAN*</b>
PKB	171.403.947	3 dari 3	2.580.040.000	4 dari 4
Gerindra	1.698.386.235	3 dari 3	771.803.300	4 dari 4
PDIP	340.697.600	3 dari 3	6.084.690.505	4 dari 4
Golkar	744.550.401	2 dari 3	1.854.689.000	3 dari 4
Nasdem	2.576.853.280	2 dari 4	2.814.700.000	1 dari 3
Garuda	-	-	-	
Berkarya	504.519.000	3 dari 3	1.175.000.000	4 dari 4
PKS	1.006.148.000	4 dari 4	2.863.706.000	3 dari 3
Perindo	1.697.867.000	2 dari 3	85.059.688	1 dari 4
PPP	217.050.000	2 dari 4	984.881.000	3 dari 3
PSI	580.911.237	2 dari 3	675.462.599	3 dari 4
PAN	380.000.000	3 dari 3	3.008.286.750	4 dari 4
Hanura	232.623.243	3 dari 3	159.315.700	2 dari 3
Demokrat	3.667.821.640	3 dari 3	1.026.215.273	2 dari 4
PBB	40.000.000	2 dari 2	80.000.000	4 dari 4
PKPI	2.585.000	1 dari 3	5.150.000	1 dari 2
Jumlah	13.861.416.583		24.168.999.815	

SUMBER: DIOLAH DARI LPPDK PEMILU DPR 2019 DAPIL DKI JAKARTA II

Meski jumlah sumbangan dana kampanye calon anggota legislatif laki-laki lebih besar jika dibandingkan dengan calon anggota legislatif perempuan di dapil DKI Jakarta II, namun angka keterpilihan perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki (lihat tabel 4.7). Hal ini paling tidak menunjukkan bahwa dana kampanye tidak menjadi satu-satunya faktor utama untuk menentukan keterpilihan calon di pemilu. Adapun empat calon anggota legislatif perempuan yang terpilih di DKI Jakarta II berasal dari empat partai politik yakni: Gerindra, Demokrat, Golkar, dan PKS. Sedangkan tiga anggota DPR laki-laki terpilih berasal dari PDIP sebanyak dua kursi dan PKS satu kursi.

Tabel 4.7 Daftar Anggota DPR Terpilih di DKI Jakarta II dan Total Penerimaan Dana Kampanye

NOMOR URUT	NAMA	PARTAI	SUARA	SUMBANGAN DANA KAMPANYE DI LPPDK
1	Hidayat Nur Wahid	PKS	281.372	1.670.000.000
1	Eriko Sotarduga	PDIP	104.468	3.046.794.000
1	Himmatul Aliyah	Gerindra	92.289	1.280.875.000
4	Masinton Pasaribu	PDIP	82.891	2.414.131.500
1	Melani Leimena Suharli	Demokrat	36.157	1.549.500.000
1	Chirstina Aryani	Golkar	26.159	469.265.401
2	Kurniasih Mufidayati	PKS	24.294	775.000.000

SUMBER: LPPDK PEMILU 2019 DAPIL DKI JAKARTA II

Sebanyak satu orang dari empat perempuan terpilih merupakan petahana sejak Pemilu Tahun 2009 dari partai Demokrat, sedangkan tiga diantaranya merupakan calon anggota legislatif perempuan baru. Sekalipun sudah terpilih di pemilu sebelumnya, faktanya tidak berpengaruh terhadap efisiensi dana kampanye. Idealnya, seorang petahana memiliki modal elektabilitas lebih besar dibandingkan caleg baru yang tentunya dapat meringankan beban dana kampanye yang dibutuhkan. Faktanya, Melani

Leimena mengungkapkan dari tiga pemilu yang ia ikuti selalu terjadi kenaikan besaran dana kampanye dan di Pemilu Tahun 2019 yang paling besar (Suharli, Melani L, 2020, Diskusi Publik, Kamis, 20 Februari). Perempuan terpilih dari Demokrat, Golkar, dan Gerindra merupakan satu-satunya kursi yang diperoleh dari tiga partai politik tersebut di DKI Jakarta II. Sedangkan salah satu perempuan dari PKS merupakan perolehan kursi kedua yang didapatkan oleh PKS dari DKI Jakarta II. Dalam hal ini kursi kedua tersebut diperoleh dari efek perolehan suara yang didapatkan oleh calon anggota legislatif petahana dengan perolehan suara yang signifikan (Hidayat Nur Wahid). Selain, itu jika dipetakan keseluruhan calon di dapil DKI Jakarta II berdasarkan nomor urut caleg, sebagian besaran penerimaan caleg di nomor urut satu paling banyak dibandingkan dengan nomor urut lainnya (lihat tabel 4.8).

Tabel 4.8 Besaran Penerimaan Dana Kampanye Caleg Laki-Laki dan Perempuan di DKI Jakarta II Berdasarkan Nomor Urut

<b>CALEG PEREMPUAN</b>					
<b>NO. URUT</b>	<b>JUMLAH CALON</b>	<b>PENERIMAAN LPSDK</b>	<b>KETERANGAN*</b>	<b>PENERIMAAN LPPDK</b>	<b>KETERANGAN*</b>
1	7 Orang	3.233.700.000	7 dari 7	6.284.917.441	7 dari 7
2	6 Orang	516.385.000	6 dari 6	1.773.133.643	6 dari 6
3	8 Orang	25.000.000	1 dari 8	2.004.218.640	5 dari 8
4	9 Orang	213.340.000	4 dari 9	627.053.235	6 dari 9
5	8 Orang	274.941.600	5 dari 8	2.516.295.077	7 dari 8
6	6 Orang	262.830.000	4 dari 6	478.613.547	5 dari 5
7	5 Orang	14.000.000	1 dari 5	177.185.000	3 dari 5
		4.540.196.600		13.861.416.583	

<b>CALEG LAKI-LAKI</b>					
<b>NO. URUT</b>	<b>JUMLAH CALON</b>	<b>PENERIMAAN LPSDK</b>	<b>KETERANGAN*</b>	<b>PENERIMAAN LPPDK</b>	<b>KETERANGAN*</b>
1	9 Orang	750.950.000	7 dari 9	9.099.080.750	6 dari 9

CALEG LAKI-LAKI					
NO. URUT	JUMLAH CALON	PENERIMAAN LPSDK	KETERANGAN*	PENERIMAAN LPPDK	KETERANGAN*
2	11 Orang	186.920.000	5 dari 11	5.138.357.393	10 dari 11
3	7 Orang	232.249.600	4 dari 7	1.210.515.500	5 dari 7
4	6 Orang	230.898.800	5 dari 6	2.739.524.773	5 dari 6
5	7 Orang	296.565.500	5 dari 7	1.637.215.000	6 dari 7
6	8 Orang	626.200.000	4 dari 8	2.427.620.550	5 dari 8
7	7 Orang	1.069.949.600	6 dari 7	1.916.685.849	6 dari 7
		3.393.733.500		24.168.999.815	

SUMBER: LPPDK PEMILU 2019 DAPIL DKI JAKARTA II

\*Keterangan merupakan jumlah caleg yang mencantumkan sumbangan dana kampanye dalam LPSDK & LPPDK dari total keseluruhan caleg di setiap partai politik

#### **D. PENGELUARAN DANA KAMPANYE**

Ketentuan Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 mengatur kurang lebih sembilan jenis kampanye yang boleh dilakukan oleh partai politik ataupun calon di Pemilu Serentak Tahun 2019. Namun, khusus untuk pemilu legislatif kurang lebih terdapat delapan jenis metode kampanye, karena debat publik hanya berlaku untuk pemilu presiden dan wakil presiden. Adapun kedelapan jenis untuk kampanye pemilu legislatif antara lain: pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, iklan di media massa cetak/elektronik, alat peraga kampanye, bahan kampanye, rapat umum, serta kegiatan lain-lain yang tidak melanggar larangan kampanye.

Berdasarkan laporan penerimaan dan pengeluaran dana kampanye (LPPDK) Pemilu DPR 2019 di 80 dapil, alokasi pengeluaran kampanye terbesar berdasarkan hasil penjumlahan dari 16 partai politik peserta pemilu ialah pengeluaran kegiatan lain-lain sebanyak 1,9 triliun. Posisi kedua ditempati biaya penyebaran bahan kampanye dengan total pengeluaran 77,3 miliar dan tertinggi ketiga ialah untuk pembuatan/produksi iklan

di media massa cetak dan elektronik sebesar 74,7 miliar (lihat tabel 4.8). Sedangkan biaya pertemuan dengan pemilih secara langsung melalui pertemuan terbatas sebanyak 26,8 miliar dan pertemuan tatap muka 6,1 miliar.

Masih tingginya alokasi pengeluaran dana kampanye untuk iklan media, bahan kampanye, dan alat peraga kampanye tidak sejalan dengan tujuan dari hadirnya subsidi dana kampanye yang bersumber dari negara untuk ketiga jenis aktivitas kampanye tersebut yakni untuk meminimalisir biaya kampanye sekaligus menciptakan ruang persaingan yang setara. Terlebih lagi, banyak dari calon anggota legislatif perempuan yang tidak tahu mengenai ketentuan tersebut dan bagaimana cara memanfaatkan iklan di media cetak/eletronik serta mengakses alat peraga yang telah difasilitasi oleh KPU melalui dana negara (Lena, 2020, Diskusi Terbatas, Selasa, 18 Februari).

Tabel 4.8 Jumlah Keseluruhan Pengeluaran Kampanye Partai Politik Peserta Pemilu 2019 di LPPDK

PENGELUARAN	2.342.184.451.968
a. Pengeluaran Operasi	2.340.050.677.968
b. Pertemuan Terbatas	26.802.059.443
c. Pertemuan Tatap Muka	6.173.892.752
d. Pembuatan/Produksi Iklan di Media Massa Cetak dan Elektronik	74.774.949.291
e. Pembuatan Desain Alat Peraga Kampanye	60.577.507.375
f. Penyebaran Bahan Kampanye Kepada Umum	77.332.797.492
g. Rapat Umum	6.198.808.278
h. Kegiatan Lain yang Tidak Melanggar Larangan Kampanye dan Peraturan Perundang-undangan	5.392.154.112
i. Lain-lain	
1. Sumbangan Kepada Calon Anggota DPR	24.278.875.666
2. Jasa Dalam Bentuk Kampanye Calon Anggota DPR	1.991.508.797.739
3. Operasi Lain-lain	66.010.734.820

Pengeluaran Modal	
a. Pembelian Kendaraan	-
b. Pembelian Peralatan	649.870.000
c. Modal Lainnya	1.484.005.000

SUMBER: LPPDK PEMILU 2019

Bagi Lena Maryana, biaya terbesar yang paling banyak dikeluarkannya selama masa kampanye adalah untuk kebutuhan alat peraga dan bahan kampanye. Sedangkan bagi Tsamara Amani dan Melani Leimena, pengeluaran dana kampanye paling besar ialah untuk biaya pertemuan dengan pemilih dan relawan. Biaya sewa tempat sebagai posko pemenangan dan biaya operasional relawan untuk “blusukan” berkampanye menjadi pos anggaran terbesar menurut Tsamara (Tsamara, Amani, 2020, Wawancara, Kamis, 16 Januari). Biaya pertemuan terbatas dengan pemilih tidak hanya bisa datang saja kemudian menjelaskan program dan mengajak pemilih untuk memilih calon, namun perlu juga disediakan biaya konsumsi seperti makan siang atau makan malam (Suharli, Melani L, 2020, Wawancara, Jumat, 24 Januari). Sehingga menurut Melani, sebetulnya ketika membuat pertemuan dengan pemilih paling tidak terdapat tiga pos pengeluaran kampanye yakni biaya konsumsi untuk makan siang dalam bentuk makanan bukan uang, kemudian alat peraga untuk dipasang disekitar lokasi pertemuan, dan biaya bahan kampanye untuk dibagikan kepada pemilih pada saat pertemuan.

## BAB 5

# Menyusun Agenda Dukungan Pendanaan Bagi Calon Anggota Legislatif Perempuan di Pemilu

Lemahnya dukungan pendanaan menjadi persoalan utama yang dihadapi oleh perempuan dalam kampanye pemilu. Alih-alih ingin semakin meningkatkan angka keterwakilan perempuan di kursi legislatif, namun faktanya ketimpangan sumber daya antara calon anggota legislatif laki-laki dan perempuan masih sangat nampak jelas terjadi. Dalam prakteknya, perempuan calon anggota legislatif diberikan tanggungjawab untuk mendanai kampanye sendiri tanpa adanya dukungan signifikan dari partai politik ataupun publik secara umum. Sekalipun partai politik diwajibkan untuk mencalonkan minimal 30% daftar nama calon anggota legislatif perempuan, akan tetapi faktanya hal ini hanya sebatas pemenuhan administrasi belaka tanpa adanya sumbangan pendanaan yang signifikan dari partai kepada calon perempuan.

Kebijakan afirmasi lagi-lagi hanya menjadi syarat administratif tapi minim substansi. Afirmasi kuota 30% hadir pada saat pencalonan semata, akan tetapi ketika bersaing meraih kursi kebijakan afirmasi lenyap ditengah arena kampanye yang sangat maskulin dan timpang antara laki-laki dan perempuan. Pada sisi lain, ditengah jumlah penduduk perempuan yang lebih

mendominasi Indonesia hari ini, partisipasi publik baik perempuan itu sendiri itu ikut mendonasikan uangnya untuk calon perempuan masih sangat minim. Sehingga paling tidak terdapat dua agenda besar yang dapat dilakukan untuk mendukung pendanaan bagi calon legislatif perempuan di pemilu yakni afirmasi alokasi dana negara dan meningkatkan inisiasi sumbangan dana publik untuk kampanye calon perempuan.

### **AFIRMASI ALOKASI DANA NEGARA**

Di Indonesia paling tidak terdapat dua sumber penerimaan partai politik dari negara yakni: dana negara bagi partai politik yang memperoleh kursi di pemilu dan dana negara secara tidak langsung untuk kampanye di media cetak/elektronik. Dana ini diperoleh bagi setiap partai politik yang mampu menempatkan wakilnya di kursi legislatif di setiap tingkatannya DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Besaran formulasi pemberian dana tersebut dihitung berdasarkan jumlah perolehan suara yang didapatkan yang satu suaranya dihargai sebesar Rp. 1.000 untuk tingkat pusat. Sebelum dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 1 Tahun 2018, besaran dana negara untuk partai politik per-suara ialah Rp. 108. Namun sesuai dengan PP No. 1/2018 terdapat peningkatan dengan rincian sebagai berikut:

1. Partai politik yang mampu meraih kursi DPR akan diberikan dana negara sebesar Rp. 1.000 per suara sah di Pemilu DPR;
2. Partai politik yang mampu meraih kursi DPRD Provinsi akan diberikan dana negara sebesar Rp. 1.200 per suara sah di Pemilu DPRD Provinsi;
3. Partai politik yang mampu meraih kursi DPRD Kabupaten/Kota akan diberikan dana negara sebesar Rp. 1.500 per suara sah di Pemilu DPRD Kabupaten/Kota.

Adapun dana negara untuk partai politik diprioritaskan untuk dua hal yakni: pendidikan politik bagi anggota partai dan masyarakat, serta diperuntukan bagi operasional sekretariat

partai politik. Sayangnya peruntukan dari dana negara ini tidak dispesifikan bagi pendidikan politik perempuan, termasuk upaya peningkatan keterwakilan perempuan. Padahal besaran yang diperoleh dari dana tersebut cukup signifikan.

Tabel 5.1 Besarana Dana Negara untuk Sembilan Partai Politik di DPR Hasil Pemilu 2019

<b>PARTAI POLITIK</b>	<b>PEROLEHAN SUARA DPR</b>	<b>RP. 1000 PER SUARA</b>
PDIP	27.053.961	27.053.961.000
Golkar	17.229.789	17.229.789.000
Gerindra	17.594.839	17.594.839.000
Nasdem	12.661.792	12.661.792.000
PKB	13.570.097	13.570.097.000
Demokrat	10.876.507	10.876.507.000
PKS	11.493.663	11.493.663.000
PAN	9.572.623	9.572.623.000
PPP	6.323.147	6.323.147.000
Total	126.376.418	126.376.418.000

Dalam praktek dibanyak negara, anggaran negara yang dialokasikan khusus partai politik bisa ditujukan untuk meningkatkan komitmen partai politik dalam memenuhi keterwakilan perempuan. Upaya reformasi pendanaan negara bagi partai politik untuk mendorong kesetaraan gender biasanya dilakukan dalam tiga model:

Model pertama, penggunaan dana publik sebagai insentif atau sanksi atas kepatuhan atau ketidakpatuhan aktor-aktor politik terhadap undang-undang kuota pemilu; dana publik bisa ditarik atau ditambah sesuai dengan jumlah kuota yang berhasil dipenuhi oleh partai politik. Dengan kata lain, dana publik digunakan sebagai alat untuk menegakkan regulasi kuota gender (Falguera et.al 2014: 352-353). Pemberlakukan insentif berupa penambahan

dana negara bagi partai yang mampu meningkatkan keterakilan perempuan di kursi legislatif dijadikan sarana untuk meningkatkan dukungan dan komitmen partai terhadap calon perempuan. Pada sisi lain bagi partai yang tidak mampu mencapai angka minimal pencalonan perempuan akan dikenakan sanksi berupa pengurangan dana negara untuk partai politik tersebut ditahun berikutnya.

Tabel 5.2 Ketentuan Instentif dan Sanksi dari Dana Negara Bagi Partai Politik untuk Peningkatan Keterwakilan Perempuan

NEGARA	KUOTA AFIRMASI	KETENTUAN INSTENTIF DAN SANKSI
Albania	30% kandidat harus perempuan	Pelanggaran akan dikenai denda 1.000.000 ALL (I\$17.000) untuk pemilu nasional dan 50.000 ALL (I\$860) untuk pemilu daerah.
Burkina Faso	30% kandidat harus perempuan	Pelanggaran akan dikenai sanksi pemotongan subsidi sebesar 50%. Jika partai mengusung lebih dari 30% perempuan, akan mendapat subsidi tambahan.
Tanjung Verde	Representasi seimbang antar kedua gender di dalam daftar kandidat	Subsidi tambahan bagi koalisi atau partai yang daftar kandidatnya (jika terpilih pada tingkat nasional) memiliki 25% politisi perempuan.
Kroasia	Representasi seimbang antar kedua gender di dalam daftar kandidat	Bagi setiap kandidat minoritas yang memenangi pemilu, partai pengusung akan mendapat subsidi tambahan sebesar 10% dari jumlah alokasi dana subsidi bagi masing-masing anggota lembaga representatif.
Prancis	Tidak boleh lebih dari 51% kandidat berasal dari salah satu gender	Jika perbedaan gender di antara kandidat mencapai 2%, dana subsidi akan dikurangi sebesar tiga-perempat.
Georgia	20% kandidat harus perempuan	Partai akan mendapat subsidi tambahan jika mengusung 20% kandidat perempuan dari setiap 10 kandidat yang diusung.
Irlandia	30% kandidat harus perempuan (akan dinaikkan menjadi 40% pada 2019)	Pelanggaran akan dikenai sanksi pengurangan subsidi hingga 50%
Kenya	30% penjabatan kursi (reserved seats)	Partai tidak akan menerima subsidi jika dua pertiga kandidat yang memenangi pemilu hanya dari salah satu gender.

<b>NEGARA</b>	<b>KUOTA AFIRMASI</b>	<b>KETENTUAN INSTENTIF DAN SANKSI</b>
Korea Selatan	50% kandidat perempuan untuk daftar representasi pemilu proporsional	Subsidi khusus untuk kandidat perempuan akan didistribusikan kepada partai berdasarkan rasio kursi di Dewan Nasional dan jumlah suara yang dimenangkan.
Niger	Penjataan kursi	Dana subsidi partai dialokasikan sebesar 30% dari total penerimaan pajak negara setiap tahunnya; 10%-nya didistribusikan sesuai proporsi politisi perempuan yang terpilih di semua level pemerintahan.
Portugal	33% kandidat harus perempuan	Subsidi akan dikurangi jika representasi salah satu gender kurang dari 20%. Jika kedua gender hanya terwakili sebesar 20% hingga 33,3%, subsidi publik akan dikurangi sebesar 25%.

SUMBER: FALGUERA ET.AL 2014: 356

Model kedua, penggunaan dana negara sebagai insentif untuk meningkatkan jumlah kandidat perempuan atau pemenang pemilu perempuan, tetapi tidak berhubungan dengan regulasi mengenai kuota perempuan (Falguera et.al 2014: 352-353). Model kedua hampir serupa dengan model pertama, namun proposi jumlah dana negara untuk partai sudah ditentukan besaran alokasinya untuk keterwakilan perempuan. Sebagai ilustrasi, jika partai politik mencalonkan perempuan sebanyak 20 persen di lembaga legislatif, maka alokasi dana negara sebanyak 20 persen untuk keterwakilan perempuan. Ketentuan ini sangat rawan dipolitisir karena bisa jadi dipenuhi oleh partai dengan motivasi utama untuk mendapatkan dana negara saja. Tetapi pada realitasnya calon anggota legislatif perempuan ditempatkan pada nomor urut bawah mencapai 30 persen misalnya. Tetapi ada juga negara yang menerapkan persentase dana negara yang sesuai dengan persentase kursi perempuan di lembaga legislatif.

Tabel 5.3 Pengaturan Dana Negara Secara Proporsional Sesuai Jumlah Kandidat Perempuan

<b>NEGARA</b>	<b>KETENTUAN REGULASI</b>
Bosnia & Herzegovina	10 persen dari total dana negara untuk partai akan didistribusikan kepada parlemen sesuai dengan proposi jumlah kursi yang diduduki oleh gender minoritas.
Kolombia	5 persen dana negara untuk partai akan dialokasikan secara merata kepada semua partai sesuai proporsi jumlah kandidat perempuan terpilih menjabat jabatan publik.
Ethiopia	Subsidi akan diberikan sesuai dengan jumlah kandidat perempuan yang dicalonkan oleh partai politik.
Haiti	Partai yang mengusung minimal 30% kandidat perempuan (dan sukses memenangkan 20% di antaranya) akan diberikan tambahan dana subsidi sebesar dua kali lipat sesuai pemilu.
Italia	Representasi kedua gender tidak boleh melebihi dua pertiga dari total kandidat yang diusung partai. Jika ketentuan ini dilanggar, dana subsidi akan dikurangi sesuai dengan jumlah kandidat yang melebihi kuota yang ditentukan (50%). Sisa dana akibat pengurangan tersebut akan diberikan kepada partai yang berhasil memenuhi ketentuan.
Romania	Jumlah alokasi subsidi akan ditambah sesuai dengan jumlah kursi yang berhasil diraih oleh kandidat perempuan.
Mali	10% dana dialokasikan kepada partai politik sesuai proporsi jumlah kandidat perempuan yang terpilih.

SUMBER: FALGUERA ET.AL 2014: 359

Model ketiga, dana negara untuk partai politik yang memang dialokasikan untuk meningkatkan kesetaraan gender dan pemberdayaan kelompok perempuan di dalam partai politik (Falguera et.al 2014: 352-353). Model ini berbeda dengan dua model lainnya, regulasi yang ada secara eksplisit mengalokasikan dana negara khusus untuk kegiatan atau aktivitas-aktivitas partai politik berkaitan dengan kesetaraan gender. Honduras dan Irlandia, sebelum partai politik mendapatkan alokasi dana negara terlebih dahulu diwajibkan untuk melaporkan pengeluaran dananya yang berkaitan dengan kesetaraan gender. Selain itu, di Finlandia dana negara untuk partai politik wajib digunakan untuk membentuk sayap-sayap organisasi perempuan (Ballington 2011: 30 dalam Falguera et.al 2014: 360).

Ketiga pilihan model ini dapat dijadikan rujukan bagi Indonesia untuk meningkatkan komitmen dan tanggung jawab partai politik terhadap keterwakilan perempuan. Model ketiga dengan mengalokasikan khusus besaran dana negara dalam jumlah tertentu untuk mendukung aktivitas pemberdayaan politik perempuan, dapat dijadikan langkah awal bagi Indonesia. Sebagai ilustrasi, jika Rp. 1.000 per-suara sah bagi partai politik peraih kursi legislatif sebanyak 30 persen dari total penerimaan diperuntukan pemberdayaan politik perempuan. Selain, itu dapat diberlakukan juga mekanisme sanksi bagi partai politik yang tidak mengalokasikan 30 persen untuk kegiatan pemberdayaan perempuan, berupa pengurangan dana negara di tahun berikutnya.

Tabel 5.4 Simulasi Alokasi 30% Dana Negara untuk Pemberdayaan Politik Perempuan

<b>PARTAI POLITIK</b>	<b>PEROLEHAN SUARA DPR</b>	<b>RP. 1000 PER SUARA</b>	<b>30% UNTUK PEMBERDAYAAN POLITIK PEREMPUAN</b>
PDIP	27.053.961	27.053.961.000	8.116.188.300
Golkar	17.229.789	17.229.789.000	5.168.936.700
Gerindra	17.594.839	17.594.839.000	5.278.451.700
Nasdem	12.661.792	12.661.792.000	3.798.537.600
PKB	13.570.097	13.570.097.000	4.071.029.100
Demokrat	10.876.507	10.876.507.000	3.262.952.100
PKS	11.493.663	11.493.663.000	3.448.098.900
PAN	9.572.623	9.572.623.000	2.871.786.900
PPP	6.323.147	6.323.147.000	1.896.944.100
Total	126.376.418	126.376.418.000	37.912.925.400

Selain dalam bentuk dana langsung/fresh money, dana negara untuk partai politik diberikan juga melalui in kind subsidy melalui pembiayaan iklan di media cetak dan elektronik dalam kampanye. Ketentuan ini dapat diatur juga secara khusus untuk calon anggota legislatif perempuan. Misalnya, terdapat durasi alokasi waktu

khusus di media elektronik untuk calon perempuan yang dibiayai oleh negara.

## **INISIASI SUMBANGAN PUBLIK UNTUK KAMPANYE KETERWAKILAN PEREMPUAN**

Sumber pendanaan yang lain yang dapat diupayakan untuk membantu secara khusus aktivitas kampanye calon perempuan ialah penggalangan dana publik (public fundraising). Sejauh ini partisipasi publik untuk ikut mendonasikan uangnya kepada partai politik ataupun calon masih sangat minim. Bukan berarti tidak ada, donasi yang dilakukan oleh publik selama ini masih bersifat pada kalangan tertentu tidak publik secara menyeluruh. Padahal dalam konteks Indonesia, jumlah penduduk perempuan tergolong lebih banyak idealnya ikut didorong juga untuk membantuk kerja-kerja calon anggota legislatif perempuan dalam pemilu. Untuk itu diperlukan inisiasi penggalangan dana publik yang lebih massif dan melibatkan banyak orang.

Inisiasi ini bisa dimulai dengan membangun public awareness (kesadaran publik) tentang pentingnya keterwakilan perempuan dan pentingnya kebijakan pro gender yang dapat dihasilkan oleh anggota legislatif perempuan. Ketika pemahaman publik tentang pentingnya keterwakilan perempuan sudah terbangun, harapannya secara sukarela publik dapat mendonasikan uangnya kepada partai politik atau calon yang menurutnya dapat memperjuangkan kebijakan sesuai dengan yang publik harapkan.

Mekanisme penggalangan dana bisa dilakukan secara internal oleh partai politik melalui organisasi sayap perempuan ataupun melalui inisiasi bersama antar calon anggota legislatif perempuan melalui kaukus misalnya. Berikut ini beberapa contoh inisiatif penggalangan dana yang dilakukan khusus untuk mendukung aktivitas kampanye calon perempuan:

1. Kanada, Partai Liberal membentuk Yayasan Judy LaMarsh untuk menggalang dan mengelola dana bantuan untuk kandidat perempuan (Falguera et.al 2014: 366);

2. Irlandia, Partai menyediakan kelas-kelas pelatihan bagi anggota perempuan dan mengorganisir aktivitas penggalangan dana untuk kandidat perempuan, dimana kesemuanya diprioritaskan untuk kandidat-kandidat muda dan baru pertama kali mengikuti kompetisi pemilu (Ferris 2013: dalam Falguera et.al 2014: 366);
3. Political Action Committee (PAC) merupakan jaringan pengumpul dana di Amerika Serikat, dimana salah satunya membentuk daftar EMILY akronim dari “Early Money is Like Yeast” yang dibentuk sejak tahun 1985 untuk membantu politisi perempuan Partai Demokrat yang berpartisipasi dalam pemilu (Falguera et.al 2014: 368);
4. Daftar WISH (‘Women in the Senate and House’ atau ‘Perempuan dalam Senat dan Dewan Perwakilan’) dibentuk pada tahun 1992 untuk menggalang dana dan dukungan bagi kandidat perempuan pro-choice dari Partai Republik (Falguera et.al 2014: 370);
5. Daftar EMILY Australia yang diinisiasi oleh Partai Buruh Australia (ALP) yang kemudian dibentuk sebagai organisasi independent yang keanggotaannya diluar Partai Buruh (Falguera et.al 2014: 370).
6. Partai Conservative di Inggris membentuk sayap partai bernama Conservative Women Organization (CWO). Salah satu program program CWO adalah CWO fundraiser club yang tujuannya untuk menggalang dana publik untuk membuat kegiatan-kegiatan pemberdayaan perempuan. Salah satunya ada pada bidang politik (lihat <https://conservativewomen.uk/cwo-fundraiser-club/>).



# BAB 6

## Penutup

### A. KESIMPULAN

Dana kampanye merupakan aspek penting dalam kontestasi elektoral, namun tidak menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keterpilihan calon anggota legislatif perempuan di Pemilu. Terlepas dari akurasi Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) di daerah pemilihan DKI Jakarta II apakah mampu mencerminkan besaran dana sesungguhnya atau tidak, namun data tersebut menunjukkan bahwa total penerimaan dana kampanye empat caleg perempuan terpilih lebih sedikit dibandingkan dengan tiga anggota DPR laki-laki terpilih.

Pola pendanaan kampanye di Pemilu Tahun 2019 lalu bersifat candidate centric yang tidak hanya berlaku bagi calon anggota legislatif perempuan, akan tetapi juga berlaku bagi calon anggota legislatif laki-laki. Beban caleg perempuan secara sosial berlipat ganda karena harus menghadapi realitas lingkungan politik yang sangat maskulin di tengah dominasi laki-laki dalam model politik yang berbasikan pada kompetisi, konfrontasi. Namun, dalam memenuhi kebutuhan dana kampanyenya calon anggota legislatif perempuan sebagian besar memanfaatkan jejaring yang dimiliki untuk membantu aktivitas kampanyenya. Sebagian besar sumbangan dana kampanye yang diperoleh dalam bentuk tidak langsung seperti barang dan jasa layaknya sumbangan yang diberikan oleh partai politik. Akan tetapi, sumbangan in-kind ini hanya berlaku bagi mereka yang memiliki akses dan jejaring politik yang cukup kuat. Sedangkan akses pendanaan dari publik dalam

bentuk uang hampir tidak berjalan secara signifikan, layaknya dukungan pendanaan dalam wujud fresh money dari partai politik yang tidak ada sama sekali.

SUMBER PENERIMAAN	BENTUK			KETERANGAN
	UANG	BARANG	JASA	
Partai Politik	rendah	tinggi	tinggi	Mengkampanyekan partai
Calon Anggota Legislatif	tinggi	tinggi	sedang	Menunjang seluruh aktivitas kampanye
Perseorangan	rendah	sedang	sedang	Berdasarkan jejaring yang dimiliki calon
Badan Usaha	rendah	rendah	rendah	Terbatas

Akses subsidi dana kampanye dari negara melalui pembiayaan kampanye di iklan media massa cetak/elektronik, alat peraga, dan bahan kampanye tidak sepenuhnya mampu meminimalisir tingginya dana kampanye yang dikeluarkan oleh calon. Selain itu, terdapat juga anggota legislatif perempuan khususnya yang tidak mengetahui akses pendanaan negara untuk beberapa jenis kampanye tersebut. Untuk itu, kedepannya dana negara untuk iklan di media massa cetak/elektronik dan alat peraga perlu diberikan ketentuan afirmasi spesifik berupa 30% dialokasikan untuk kampanye calon perempuan. Selain itu, alokasi dana negara yang diperoleh setiap tahun berbasiskan pada perolehan suara partai politik untuk mendapatkan kursi anggota legislatif kedepan perlu mengadopsi ketentuan afirmasi berupa 30% untuk pemberdayaan politik perempuan dalam rangka mempersiapkan calon perempuan di pemilu mendatang.

## **B. SARAN**

Dana kampanye masih menjadi salah satu persoalan yang dihadapi oleh calon anggota legislatif perempuan untuk ikut terlibat dalam proses politik formal. Pemenuhan dana kampanye dalam rangka bertemu dengan pemilih dan membuka ruang

keterpilihan masih menjadi salah satu faktor penghalang untuk perempuan mampu berkontestasi dengan laki-laki dalam pemilu. Berdangkan dari hal tersebut, terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan kedepan dalam rangka memenuhi kebutuhan dana kampanye perempuan diantaranya sebagai berikut:

1. Kebijakan afirmasi dalam pemilu tidak hanya berhenti pada level pencalonan minimal 30% perempuan dari daftar calon yang diajukan oleh partai politik. Afirmasi perlu hadir pada arena kampanye melalui bantuan dana negara untuk memfasilitasi kampanye perempuan melalui iklan di media massa cetak/elektronik dan alat peraga minimal 30% bagi calon anggota legislatif perempuan di setiap partai politik;
2. Dana negara untuk partai politik yang berhasil meraih kursi legislatif dan diperoleh secara rutin setiap tahunnya, minimal 30% dialokasikan untuk kegiatan pemberdayaan politik perempuan guna mempersiapkan calon-calon anggota legislatif perempuan di pemilu;
3. Penggalangan dana publik atau sumbangan perseorangan dari anggota dan non-anggota mulai perlu dilakukan oleh sayap perempuan partai politik, kaukus, dan organisasi yang memiliki fokus perhatian pada keterwakilan perempuan dalam rangka membantu kerja-kerja politik perempuan dan mendukung pendanaan perempuan di pemilu berikutnya.



# DAFTAR PUSTAKA

- Agustyati, Khoirunnisa, 2019, Masalah Transparansi Dana Kampanye Pemilu 2019, *Jurnal CSIS*, Vol. 48, No. 3.
- Dettman, S, Pepinsky, T, & Pierskalla, J 2017, Incumbency Advantage and Candidate Characteristic in Open List Proportional Representation Systems: Evidence from Indonesia, Elsevier, *Electoral Studies Journal* Vol. 48.
- Falguera et.al ,2014, Funding of Political Parties and Election Campaign, A Handbook on Political Finance, International IDEA, Stockholm.
- Hilman, Ben, 2017, Increasing Women's Parliamentary Representation in Asia and The Pacific: The Indonesia Experience, *Asia and The Pacific Studies*, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/app5.160>
- Hogan, Robert E, 2007, The Effects of Candidate Gender on Campaign Spending in State Legislative Elections, *Social Science Quarterly*, Vol. 88, No. 5, Special Issue on Women in Global Society (December 2007).
- Mellaz, August, 2020, Pembiayaan Kampanye Pemilu 2019: Personal Vote dan Candidate-Centered Politics dalam Bingkai Pemilu Serentak, Bawaslu, Jakarta.
- Mitchel, N & Monroe, B ,2014, Where Do Women Run? A Case for Study of Women District in State Legislative Primaries, *Journal of Social Science for Policy Implications*, Vol. 2 No. 4.
- Palmer, B & Dennis, S ,2008, Breaking the Glass Ceiling: Women and Congressional Elections 2nd ed, New York: Routledge.
- Perdana, Aditya et.al 2018, Pembiayaan Pemilu di Indonesia,

Jakarta: Bawaslu

Perludem, 2019, Peta Keterpilihan Anggota DPR Perempuan di  
Pemilu 2019, Bahan Presentasi, Jakarta

Pyeatt, N & Yanus, A, 2017, Increasing Women's Political  
Participation: The Role of Women Friendly Districts, Routledge,  
Journal of Representative Democracy, Vol 53.

Prihatini, Ella, 2019, Women's Views and Experiences of Accessing  
National Parliament: Evidence from Indonesia, Women's Studies  
International Forum 74.

Samosir et.al ,2015, Potret Keterpilihan Anggota Legislatif Hasil  
Pemilu 2014, Puskapol FISIP UI.

Supriyanto, Didik ,2013, Politik Perempuan Pasca-Order Baru:  
Kaolisi Perempuan dan Perjuangan Kebijakan Afirmasi dalam  
Pemilu Legislatif, Perludem.

Sukmajati, Mada & Perdana, Aditya (ed.) 2018, Pembiayaan Pemilu  
di Indonesia, Bawaslu, Jakarta.

Van Biezen, Ingrid. 2003. Financing political parties and election  
campaigns-guidelines. Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Wulandari, Lia & Agustyati, Khoirunnisa 2013, Pencomotan  
Perempuan untuk Daftar Calon: Rekrutmen Calon Anggota DPRD  
Kabupaten/Kota untuk Memenuhi Kuota 30% Perempuan dalam  
Pemilu 2014, Perludem.

## **DOKUMEN**

Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Laporan Awal Dana Kampanye Pemilu Partai Politik Peserta Pemilu  
DPR Tahun 2019

Laporan Sumbangan Dana Kampanye Pemilu Partai Politik Peserta  
Pemilu DPR Tahun 2019

Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye Pemilu  
Partai Politik Peserta Pemilu DPR Tahun 2019

## **WAWANCARA DAN DISKUSI TERFOKUS**

Lena Maryana Mukti (PPP), Jumat 10 Januari 2020, Tebet, Jakarta Selatan

Tsamara Amany (PSI), Kamis 16 Januari 2020, Blok M Plaza

Melani Leimena Suharli (Demokrat), Jumat 24 Januari 2020, Senayan Gedung DPR

Diskusi terfokus, Kamis 19 Desember 2019, D Hotel bersama: Pusat Studi Kajian Politik Universitas Indonesia (Puskapol UI), Indonesia Corruption Watch (ICW), Sindikasi Pemilu dan Demokrasi (SPD), Yayasan Persahabatan Indonesia Kanada (YAPPIKA), Koalisi Perempuan Indonesia (KPI), Kaukus Perempuan Politik Indonesia (KPPI)