

## VI. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya tentang rumusan masalah dan fokus penelitian yang ditujukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan tentang penggunaan konsep *political marketing* dari Firmanzah yang dilakukan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati dalam memenangkan Pemilu Pringsewu 2011, yaitu:

1. Pada tahapan perencanaan *political marketing* yang dilakukan pasangan Sujadi dan Handitya Narapati adalah membangun mesin politik, seperti: mencari dukungan partai yang kuat dan membangun kesolidan antar jaringan tim kampanye, baik ditingkat atas sebagai (penentu kebijakan) dan ditingkat bawah sebagai (pengoperasional).
2. Pada tahap *product*, tim kampanye Sujadi dan Handitya Narapati melakukan strategi menjaga citra baik pasangan ini yang telah dibentuk pada pemilu dan memeta-metakan persaingan kekuatan dan kelemahan calon dalam persiapan pada Pemilu Pringsewu 2011.
3. Pada tahap *promotion*, perjuangan yang dilakukan tim kampanye dalam memenangkan Sujadi dan Handitya sebagai kepala daerah

Pringsewu 2011, langkah yang diambil yaitu *pertama*, membagi kelompok pemilih berdasarkan segmentasi pemilih dan menentukan metode kampanye yang tepat pada masing-masing segmen. *Kedua*, menentukan organisasi masyarakat yang tepat sebagai mitra kampanye dan melakukan pendekatan khusus dalam menjalin hubungan baik pada ormas, maupun tokoh-tokoh tersebut.

4. Pada tahap *price*, cara yang digunakan tim pemenang adalah dengan memakai biaya politik untuk mengadakan kegiatan-kegiatan pada masyarakat yang tujuannya agar masyarakat pringsewu lebih mengenalnya dan memberikan dukungan suara.
5. Pada tahap *place*, penempatan yang dilakukan tim pemenang sudah tepat, yaitu melakukan perencanaan dan pelaksanaan yang tepat untuk kampanye sosialisasi pengenalan pasangan Sujadi dan Handitya dengan tidak melanggar waktu kampanye yang telah ditetapkan KPUD Pringsewu.

## B. Saran

Saran dalam penelitian ini, yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada tahap *product*, dalam memenangkan Pemilu pada yang diperlukan tim kampanye dan pasangan calon kepala daerah adalah mampu menciptakan *image* baik, seperti menawarkan visi, misi dan program-program yang tujuannya adalah membangun kepercayaan calon kepada masyarakat.
2. Pada tahap *promotion*, tim kampanye dan pasangan calon kandidat kepala daerah dalam mensosialisasikan kepada pemilih, agar memberikan pendidikan politik atau dialog politik yang mana tujuannya adalah rangka mencerdaskan masyarakat.
3. Pada tahap *price*, mengingat biaya yang dikeluarkan dalam Pemilu pada itu tidak sedikit, sebaiknya tim kampanye dan pasangan calon kandidat agar mengoptimalkan biaya tersebut, misalnya dengan memetakan kebutuhan masyarakat dan kemudian dirumuskan menjadi strategi kampanye yang efektif dengan dana yang efisien.
4. Pada tahap *place*, upaya yang dilakukan tim kampanye dalam penempatan memasarkan atau mensosialisasikan calon kepada pemilih untuk tetap mentaati aturan waktu kampanye yang sudah ditetapkan jadwalnya oleh KPU.

5. Selain adanya usaha melalui strategi *product, price, promotion* dan *place*, kemenangan dalam Pemiluakada merupakan suatu takdir yang sudah dituliskan dari Allah SWT. Takdir adalah ketentuan Tuhan, manusia tidak tahu takdirnya maka manusia harus berusaha, nasib seseorang tergantung dari usahanya tersebut
6. Mengingat keterbatasan dan kekurangan dari penelitian ini, penulis berharap untuk kedepannya ada penelitian lain atau penelitian lanjutan untuk melihat sejauh mana implementasi *political marketing* itu begitu berperan dalam memenangkan pemiluakada.