



Politik Hukum Pengaturan Dana Kampanye dalam Mewujudkan Pemilihan Umum yang Demokratis

Ahsan Yunus*, Andi Muhammad Aswin Anas, Khaerul Bahrhan, Yusandi Salam

Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Indonesia.

* E-mail: ahsanyunus@unhas.ac.id

Abstract

The implementation of general elections is one of the most principal means of channeling the rights of citizens. However, at a practical level, the use of campaign funds in practice uses quite large funds, so the issue of transparency arises and affects the global consensus on the importance of regulating campaign funds and the legal consequences for implementing general elections as a constitutional right. This research is normative legal research using statutory and conceptual approaches. The results of the study indicate that the nature of campaign financing in the implementation of general elections supports the realization of people's sovereignty through democratic elections. The legal politics of regulating campaign funds is a means of supporting a fair general election process. However, without a precise mechanism for regulating and limiting campaign funds, it will impact the stability of implementing the general election contestation.

Keywords: Democracy; General Election Law; Campaign

Abstrak

Pelaksanaan pemilihan umum merupakan salah satu sarana penyaluran hak asasi warga negara yang sangat prinsipil. Namun pada tataran praktis, adanya penggunaan dana kampanye pada praktiknya menggunakan dana yang cukup besar, maka isu transparansi mengemuka dan mempengaruhi konsensus global tentang pentingnya pengaturan dana kampanye beserta konsekuensi hukum terhadap pelaksanaan pemilihan umum sebagai hak konstitusional. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (normative legal research) dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hakikat pembiayaan kampanye dalam penyelenggaraan pemilihan umum merupakan sarana pendukung terwujudnya kedaulatan rakyat melalui penyelenggaraan pemilihan umum yang demokratis. Politik hukum pengaturan dana kampanye menjadi sarana dalam mendukung proses pemilihan umum yang berkeadilan. Tanpa mekanisme pengaturan dan pembatasan dana kampanye yang jelas, maka berdampak pada stabilitas penyelenggaraan kontestasi pemilihan umum.

Kata Kunci: Demokrasi; Hukum Pemilihan Umum; Kampanye

1. Pendahuluan

Pelaksanaan pemilihan umum (*general election*) merupakan salah satu sarana penyaluran hak asasi warga negara yang sangat prinsipil. Wujud implementasi dari hak berpolitik setiap orang di Indonesia adalah dengan terwujudnya pemilihan umum yang demokratis.¹ Namun pada tataran praktis, penjabaran prinsip demokrasi ketika

¹ Muhammad Siddiq Armia. 2018. "Democracy through Election: A Study on the Conflict of Norms in Aceh's Election Process." *Journal of Southeast Asian Human Rights*, Vol. 2 Issue 1: 323-335.

diterapkan pada masyarakat Indonesia yang plural, tentunya meninggalkan pelajaran akan perlunya meninjau kembali kondisi masyarakat yang relatif berbeda dalam berbagai aspek kehidupan, baik sosial, tingkat pendidikan, ekonomi maupun pandangan politiknya.

Pada prinsipnya, tujuan pemilihan umum tidak lain adalah untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip demokrasi.² Kesemuanya itu dilakukan dalam rangka mengikutsertakan rakyat dalam kehidupan ketatanegaraan. Model pemilu Indonesia memiliki karakteristik tersendiri jika dibandingkan dengan negara demokrasi lainnya.³ Sebagai negara dengan struktur pemerintahan yang berjenjang, pemilu Indonesia pun diadakan pada hampir semua level dalam struktur kekuasaan baik pada tingkat eksekutif maupun legislatif. Mulai dari pemilu tingkat presiden sebagai kepala negara hingga kepala desa yang memerintah pada tingkat terbawah dalam stuktur eksekutif. Begitu pula dengan lembaga legislatif yang dipilih pada tingkat daerah dan pusat.

Proses Pemilihan Umum untuk memilih anggota DPR, DPRD, DPD, Presiden, serta Kepala Daerah dalam mekanisme hukum telah mengadopsi adanya kegiatan kampanye⁴ sebagai salah satu kegiatan yang wajib dilakukan untuk menyampaikan visi dan misi dari peserta Pemilihan Umum. Pelaksanaan kegiatan kampanye dalam praktiknya membutuhkan biaya yang jumlahnya tidak sedikit dan melibatkan pihak ketiga yang bukan sebagai peserta Pemilu dalam proses Pemilihan Umum yang berlangsung.⁵

Sehubungan dengan adanya penggunaan dana kampanye oleh peserta Pemilu yang dalam praktiknya telah menggunakan dana yang cukup besar, maka isu transparansi mengemuka dan mempengaruhi konsensus global tentang pentingnya pengaturan dana kampanye beserta konsekuensi hukum terhadap peserta Pemilu yang melakukan pelanggaran terhadap persoalan dana kampanye tersebut. Tuntutan transparansi dana kampanye dalam praktiknya didasari atas 3 (tiga) tujuan utama: *Pertama*, menghindari manipulasi dana publik untuk membiayai kampanye; *Kedua*, mendorong terselenggaranya kompetisi yang fair dengan mengupayakan terwujudnya kesempatan yang sama antar kandidat; *Ketiga*; menghindari tunduknya pemenang Pemilu kepada kepentingan donator.⁶

Menyadari kondisi tersebut sangat terbuka untuk melakukan kesepakatan-kesepakatan politik dengan pihak-pihak tertentu, khususnya dengan pihak yang telah terlibat dalam membiayai sosialisasi dan kampanye dari peserta Pemilu. Fenomena ini telah melahirkan suatu issue penelitian dalam penelitian ini yaitu adanya kecenderungan bahwa penggunaan dana kampanye belum mengarah pada hakikat untuk menciptakan

² Abdul Aziz Hakim. 2006. *Distorsi Sistem Pemberhentian (Impeachment) Kepala daerah di Era Demokrasi Langsung*. Yogyakarta: Toga Press, hlm. 167.

³ Khairul Fahmi. 2016. "Menelusuri konsep keadilan pemilihan umum menurut UUD 1945." *Jurnal Cita Hukum*, Vol. 4, No. 2: 167-186, DOI: 10.15408/jch.v4i2.4098.

⁴ Kampanye merupakan bagian dari rangkaian Pemilu dan kampanye sebagai ajang bagi para calon dan/atau pasangan calon untuk memperkenalkan, mempromosikan dan menawarkan visi, misi, program dan langkah strategis dalam pembangunan untuk kurun waktu 5 (lima) tahun ke depan di masa jabatannya, sehingga kampanye dari calon pasangan menyampaikan isu-isu yang bisa untuk disampaikan dan dihadapi oleh masyarakat terutama yang berkaitan dengan hajat hidup masyarakat.

⁵ Dana kampanye yang dibutuhkan dalam praktiknya digunakan untuk membiayai kegiatan kampanye dalam bentuk biaya operasional berupa akomodasi, transportasi, konsumsi, alat peraga berupa antara lain spanduk, baligo, brosur, dan lainnya serta biaya iklan melalui media massa cetak dan elektronik.

⁶ Ramlan Surbakti, Didik Supriyanto, dan Topo Santoso. 2008. *Perekayasaan Sistem Pemilu untuk Tata Politik Demokrasi*. Jakarta: *Partnership for Governance Reform Indonesia*. hlm 4

system pelaksanaan Pemilihan Umum yang demokratis. Kembali pada khittah nilai demokrasi, prinsip kedaulatan rakyat harus dimaknai bahwa penyelenggaraan pemerintahan haruslah bertumpu pada kehendak, aspirasi, dan kepentingan rakyat.⁷ Sebab kenyataannya, pelaksanaan pemilihan umum kepala daerah dalam mewujudkan pemilihan umum serentak, tidak lepas dari berbagai permasalahan pada penerapannya di lapangan. Mulai dari permasalahan teknis pemilu, seperti penyalahgunaan jabatan pasangan calon serta praktik *money politics* hingga menyangkut kultur masyarakat yang berbeda-beda.⁸ Melalui penerapan kebijakan hukum pengaturan dana kampanye, diharapkan dapat bermuara pada terciptanya kontestasi pemilihan umum yang demokratis.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*normative legal research*) dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).⁹ Penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru sebagai preskripsi dalam merumuskan konsep penataan pengaturan hukum terhadap dana kampanye dalam mewujudkan pemilihan umum yang demokratis.

3. Pengaturan Hukum Dana Kampanye Dalam Mewujudkan Pemilihan Umum Yang Demokratis

Konstitusi sebagai *the highest law*, menegaskan jaminan konstitusional hak warga negara untuk memperoleh kesempatan yang sama dalam pemerintahan.¹⁰ Dengan adanya kebutuhan dana kampanye yang besar, seakan mengabaikan hak-hak yang dimiliki masing-masing peserta Pemilu untuk tampil secara adil dan seimbang di tengah masyarakat. Besaran dana kampanye ternyata secara praktis mempunyai korelasi yang positif dengan masivitas dan intensitas kampanye, yang mana hal ini tentu akan memengaruhi perilaku pemilih dalam memberikan suara.¹¹

Tiga Pemilu terakhir di Indonesia menunjukkan, bahwa partai politik yang berkampanye paling masif dan intensif, keluar sebagai pemenang.¹² Dengan demikian, kesetaraan peserta Pemilu menjadi poin penting dan harus dapat dipertanggungjawabkan agar peserta Pemilu yang mempunyai kekuatan sumber dana besar tidak mematikan kesempatan dan kreativitas berkampanye peserta Pemilu yang kurang mempunyai sumber dana atau yang sumber dananya sangat minim.

⁷ Aminuddin Ilmar. 2013. *Hukum Tata Pemerintahan*. Makassar: Penerbit Identitas, hlm. 79.

⁸ Rahmatunnisa. 2016. "Affirmative Action dan Penguatan Partisipasi Politik Kaum Perempuan di Indonesia". *Jurnal Wacana Politik*, Vol. 1 No. 2: 87-95.

⁹ Irwansyah, 2020, *Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel*, Yogyakarta: Mirra Buana Media, hlm 106

¹⁰ Baca lebih lanjut Pasal 28D ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945.

¹¹ Berdasarkan hasil wawancara Peneliti dengan salah satu calon anggota DPRD Kota Balikpapan, beliau mengatakan bahwa besarnya dana kampanye sangat mempengaruhi besaran akses calon untuk mendapatkan dukungan dari pemilih. Hal ini dikarenakan dengan dana kampanye yang besar maka akan memberikan peluang bagi calon untuk melakukan kegiatan secara langsung bertatap muka dengan masyarakat calon pemilih.

¹² Didik Supriyanti dan Lia Wulandari, *Basa-Basi Dana Kampanye: Pengabaian Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Peserta Pemilu*, Yayasan Perludem, Jakarta, 2013, halaman pengantar.

Penerimaan dana kampanye berkaitan dengan dari mana sumber dana kampanye, pembatasan sumbangan, dan larangan sumbangan yang diperoleh oleh masing-masing calon anggota Legislatif yang mengikuti Pemilu telah diatur di dalam peraturan perundang-undangan. Pengaturan penerimaan dana kampanye bertujuan untuk memastikan bahwa dana kampanye yang digunakan oleh partai politik peserta Pemilu maupun calon anggota Legislatif, benar-benar dana yang sah menurut undang-undang. Hal ini dimaksudkan karena penggunaan dana kampanye yang didapat dengan cara tidak sah adalah sebuah pelanggaran dan menimbulkan ketidaksetaraan bagi calon peserta Pemilu.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 menekankan bahwa kegiatan kampanye anggota DPR, DPRD menjadi tanggung jawab partai politik peserta Pemilu, bukan masing-masing individu calon tersebut.¹³ Sumber dana kampanye Pemilu DPR dan DPRD berasal dari partai politik, calon anggota DPR dan DPRD, serta sumbangan sah menurut hukum.¹⁴ Sumbangan itu berasal dari perseorangan, kelompok, perusahaan dan atau badan usaha non-pemerintah.¹⁵ Sementara itu dalam Pemilu DPD, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 menyebutkan bahwa sumber dana kampanye Pemilu DPD berasal dari calon anggota DPD dan sumbangan sah menurut hukum, yakni sumbangan dari perseorangan, kelompok, perusahaan dan atau badan usaha nonpemerintah.¹⁶

Berkaitan dengan sumber dana kampanye ini, peserta Pemilu dilarang menerima sumbangan dana kampanye Pemilu yang berasal dari:¹⁷

- a. pihak asing;
- b. penyumbang tidak jelas identitasnya;
- c. pemerintah,
- d. pemerintah Daerah,
- e. badan usaha milik negara dan badan usaha milik Daerah;
- f. atau pemerintah Desa dan badan usaha milik Desa.

Berdasarkan ketentuan yang mengatur tentang sumbangan dana kampanye, khususnya dalam hal adanya pengaturan larangan untuk mendapatkan sumbangan dana kampanye dari pihak-pihak tertentu tersebut, maka sumbangan dana kampanye yang berasal dari pihak asing nampaknya perlu diperjelas pengertiannya, karena akan menjadi perdebatan apa yang dimaksud dengan pihak asing, dalam hal ini dapat diberikan contoh misalnya apabila ada perusahaan dalam negeri yang sahamnya ada kepemilikan orang asing apa juga dikategorikan sebagai pihak asing.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa pada hakikatnya dana kampanye adalah salah satu instrument penting di dalam mendukung terwujudnya kedaulatan rakyat dalam proses demokrasi yang jujur dan adil. Untuk itu, keberadaan dana kampanye menjadi sangat strategis bagi peserta pemilihan umum dalam rangka membiayai kegiatan sosialisasi program yang tergambar pada visi dan misi pasangan

¹³ Baca lebih lanjut Pasal 129, ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.

¹⁴ Pasal 129, ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.

¹⁵ Baca lebih lanjut Pasal 130 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.

¹⁶ Baca lebih lanjut Pasal 132 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.

¹⁷ Pasal 139 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD.

calon serta upaya-upaya yang akan dilakukan oleh calon anggota DPR, DPD, dan DPRD ketika mereka terpilih dalam pemilihan umum yang berlangsung. Karena pentingnya keberadaan dana kampanye dalam mendukung terwujudnya proses demokrasi yang jujur dan adil, maka terhadap dana kampanye tersebut dilakukan pengaturan, yang salah satunya adalah sumber dana kampanye.

Transparansi dan akuntabilitas dana kampanye sangat erat kaitannya dengan wacana mewujudkan Pemilihan Umum (Pemilu) yang adil dan demokratis. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa peserta Pemilu di Indonesia semakin tidak transparan dan tidak akuntabel tentang pendanaan kampanyenya. Dalam Pemilu 2004 dan 2009, partai politik masih menerima dana kampanye dari sumber yang tidak jelas identitasnya dan tidak jujur pada saat pelaporan kepada publik dan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Hal ini sangat mungkin karena aktivitas pendanaan kampanye masih penuh dengan transaksi keuangan yang dilakukan secara tunai atau dengan kata lain, tidak melalui instrumen perbankan. Kondisi seperti itu, peserta Pemilu dapat dengan mudah mendapatkan dana dari non-kader perseorangan atau korporasi melebihi jumlah yang dibatasi oleh undang-undang. Hal ini bahkan lebih mengkhawatirkan jika uang yang masuk ke peserta Pemilu adalah hasil kejahatan. Dengan demikian, pilihan untuk mengurangi bahkan melarang transaksi tunai dalam pendanaan kampanye sangat relevan untuk diimplementasikan. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menutupi kelemahan dari aturan-aturan hukum yang ada dan juga untuk mendorong peserta Pemilu lebih transparan dan akuntabel dalam pendanaan kampanyenya.

Pembahasan mengenai pengeluaran dana kampanye tidak kalah pentingnya dengan pembatasan dana kampanye. Pembatasan dana kampanye bertujuan mencegah partai politik, calon anggota Legislatif dan calon pejabat eksekutif untuk mengumpulkan dana kampanye sebanyak-banyaknya dengan segala macam cara guna memaksimalkan kampanye.¹⁸ Dari situ tentu jelas terlihat bahwa pengaturan mengenai pengeluaran dana kampanye sangat dibutuhkan untuk menciptakan penyelenggaraan Pemilu yang adil. Untuk memberikan gambaran tentang pengaturan penggunaan dana kampanye dalam mewujudkan prinsip transparansi, maka dapat dikemukakan tabel perbandingan pengaturan terhadap masalah tersebut yang diatur di dalam UU No. 8 Tahun 2012, UU No. 42 Tahun 2008, dan UU No. 8 Tahun 2015.

4. Praktik Pengelolaan Dana Kampanye dalam Pelaksanaan Pemilihan Umum

Kampanye pada hakikatnya adalah kegiatan sosialisasi untuk menyampaikan visi dan misi dari peserta Pemilihan Umum agar dapat diketahui oleh calon pemilih. Dalam praktik yang berlangsung, kegiatan sosialisasi ini telah menjadi ajang bagi peserta Pemilu untuk secara maksimal mempengaruhi calon pemilih untuk memberikan suaranya kepada peserta Pemilu.

Berdasarkan Pasal 82 Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilu DPR, DPD, dan DPRD diatur mengenai bentuk-bentuk kampanye yang dapat dilakukan dengan cara:

- a. pertemuan terbatas;
- b. pertemuan tatap muka;
- c. penyebaran bahan Kampanye Pemilu kepada Umum;
- d. pemasangan alat peraga di tempat Umum;

¹⁸ Didik Supriyanto dan Lia Wulandari, *Basa-Basi Dana Kampanye: Pengabaian Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Peserta Pemilu*, Yayasan Perludem, Jakarta, hlm. 156.

- e. iklan media massa cetak dan media massa elektronik;
- f. rapat Umum; dan
- g. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye Pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam rangka melakukan kampanye sebagai kegiatan sosialisasi, maka muatan atau substansi dari segala bentuk kampanye yang dilakukan oleh peserta Pemilihan Umum berdasarkan Pasal 81 Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 maka materi kampanye Partai Politik Peserta Pemilu yang dilaksanakan oleh calon anggota DPR, anggota DPRD Provinsi, dan anggota DPRD Kabupaten/Kota meliputi visi, misi, dan program partai politik. Sedangkan materi kampanye Perseorangan Peserta Pemilu yang dilaksanakan oleh calon anggota DPD meliputi visi, misi, dan program yang bersangkutan.

Rendah dan tidak efektifnya sosialisasi yang berlangsung termasuk di dalamnya pendidikan politik dan komunikasi politik yang dilakukan kepada masyarakat yang dilakukan oleh calon Anggota DPR, DPD, dan DPRD, berkonsekuensi pada keadaan dimana masyarakat kita belum berhasil memahami dengan baik kenapa harus ikut berpartisipasi dalam Pemilihan Umum, apa makna satu suara menentukan perjalanan bangsa, apa hubungan antara Pemilihan Umum dengan aktivitas keseharian yang mereka jalani dan seterusnya. Kondisi semakin diperburuk dengan fakta bahwa masyarakat lebih dominan hanya diberikan pendidikan Pemilihan, tapi sangat minim mendapatkan pendidikan politik. Disini dapat dilihat orientasi partai politik atau institusi lainnya hanya "berniat" untuk membangun kesadaran atau lebih radikal lagi untuk memobilisasi orang untuk mengarahkan potensi suara yang ada. Berdasarkan fakta tersebut maka tampaknya Pemilihan Umum menjadi kehilangan makna substantifnya.

Proses jual beli suara tidak selalu dilakukan sendiri oleh kandidat/partai melainkan memakai jasa perantara atau *vote broker*. *Vote broker* bisa dalam bentuk tim (tim pemenangan/tim sukses) yang melakukan politik uang sebagai bagian dari strategi untuk memenangi persaingan dengan kandidat/partai lainnya. Namun *vote broker* bisa juga perseorangan, orang yang punya pengaruh atau hubungan dengan kelompok yang menjadi sasaran. *Vote broker* akan mewakili kandidat/partai mendistribusikan uang atau barang lainnya kepada kelompok sasaran. *Vote broker* sendiri punya beberapa kategori :

- a. *Vote broker aktivis*, yang menjadi perantara antara kandidat/partai dengan pemilih karena kesesuaian politik, etnik, agama atau komitmen lainnya dengan kandidat/partai.
- b. *Vote broker clientelist*, yang membantu karena ingin hubungan jangka panjang dengan kandidat/partai untuk mendapat keuntungan ekonomi di masa datang.
- c. *Vote broker oportunist*, yang murni berkegiatan dan memanfaatkan momentum untuk memperoleh penghasilan atau keuntungan jangka pendek.

Jika dilihat dari sisi fase jual beli suara yang terjadi di tengah masyarakat, maka pada dasarnya jual beli suara dilakukan dalam beberapa fase yang meliputi :

- a. **Fase setelah penetapan kandidat/partai peserta Pemilu.** Pada fase ini pemberian biasanya berupa bingkisan yang disertai dengan atribut sosialisasi atau kampanye kandidat. Bentuk lain yang Umum dilakukan adalah bakti sosial dalam bentuk pengobatan gratis, pasar murah, penyediaan sarana ambulance gratis, asuransi gratis dan sebagainya.

- b. *Fase kampanye*. Dalam fase ini pemberian bisa berupa uang untuk transport, konsumsi, rokok dan lain-lain. Dalam kampanye biasanya disediakan hadiah-hadiah, door price yang diundi.
- c. *Fase masa tenang dan pemunggutan suara*. Dalam fase ini dikenal istilah serangan fajar atau bahkan ngebom. Yaitu memberi uang atau bingkisan kepada pemilih, door to door atau secara berkelompok. Saat pemunggutan suara, pemilih dimobilisasi dengan antar jemput.
- d. *Fase pasca pemunggutan suara*. Setelah pemunggutan suara, politik uang tak juga hilang karena politik uang bisa bersifat pra dan pasca bayar. Setelah pemunggutan suara, pemenang bisa saja memberikan uang, hadiah kepada pemilihnya. Atau bahkan dalam kedudukannya kemudian memberikan bantuan hibah, bansos dan membagi proyek kepada pendukungnya.

Kebutuhan dana yang semakin besar mendorong politisi menggali dana dari berbagai sumber. Fenomena ini tidaklah khas Indonesia. Sebagai komparasi, di Negara Amerika Serikat yang kaya sekalipun seorang calon tidak dapat membiayai pengeluaran Pemilu sendirian. Pemilu, mulai dari anggota Kongres, Gubernur, dan Presiden, yang sangat kompetitif, sudah sedemikian mahalannya. Pada 1996, di Amerika Serikat, biayanya sudah mencapai US\$ 64 milyar atau sekitar Rp 150 trilyun berdasarkan nilai tukar saat itu (1996). Bagusnya Amerika Serikat memiliki mekanisme untuk meminimalisasi pengaruh uang swasta di dunia politik. *Federal Election Campaign Act of 1974* hanya membolehkan sumbangan pihak swasta ke politisi dalam jumlah yang sangat kecil. Sumbangan perorangan hanya dibolehkan menyumbang uang ke seorang politikus paling banyak US\$ 1.000. Jika menyumbang ke banyak politikus, total sumbangannya tidak boleh lebih dari US\$ 25.000 dalam satu masa Pemilihan. Sedangkan sumbangan perusahaan ke seorang kandidat dibatasi US \$ 5.000.¹⁹

Terkait dengan politik uang ini maka di Mesir, Lembaga Fatwa Mesir yang bernama Dar al-Ifta, mengeluarkan fatwa yang melarang kandidat melakukan *money politics* untuk membeli suara. Fatwa ini keluar menyusul adanya laporan pembelian suara di Kairo lama. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa “Membeli adalah semacam suap yang dilarang oleh Islam”. Fatwa itu menambahkan bahwa seorang kandidat tidak boleh menggunakan uang untuk mempengaruhi pemilih, dan menegaskan asset riil kandidat adalah kejujuran dan kemampuan untuk menghormati janji. Fatwa juga menekankan bahwa para makelar suara juga profesi haram, karena mereka memfasilitasi tindakan yang dilarang agama.²⁰

Berdasarkan studi literatur yang dilakukan mengenai batasan sumbangan kampanye, sekitar setengah dari negara-negara di kawasan eropa timur telah memperkenalkan batasan sumbangan kepada partai dan/atau kandidat dalam pemilihan. Regulasi yang ada pada pokoknya ditujukan untuk membatasi pengaruh politik dari bisnis besar, temuan yang kerap kali terjadi, menunjukkan bahwa uang cenderung menemukan jalannya ke rekening partai politik melalui sumbangan oleh pihak ketiga, atau melalui

¹⁹ Baca lebih lanjut dalam web.side www.lsi.or.id. Diakses pada 24 Maret 2015.

²⁰ Fatwa juga menyarankan untuk menjauhi perilaku seperti itu dan bersatu untuk memerangnya, juga menekankan bahwa Islam mempromosikan kejujuran. Pembelian suara biasanya menjadi perdagangan yang berkembang selama Pemilihan parlemen Mesir. Banyak pengusaha mengandalkan teknik di negeri ini, di mana 40 persen warga hidup di bawah garis kemiskinan. Baca lebih lanjut AL-RISALAH Jurnal Kajian Hukum Islam | Vol. 12, No. 1, Desember 2012

pembayaran langsung kepada pihak ketiga.²¹ Selain itu, perihal batasan belanja kampanye, hampir dua pertiga negara-negara eropa timur memiliki regulasi pembatasan belanja kampanye. Namun, sejumlah ahli berpendapat bahwa beberapa negara-negara tertentu dikawasan eropa timur menjelaskan lagi bahwa pembatasan belanja kampanye ini tidak diatur. Beberapa negara seperti Bosnia-Herzegovina, Republik Ceko, dan Slovakia bahkan telah memilih untuk melarang belanja iklan politik sebagai upaya untuk melemahkan pengaruh adanya sumber keuangan yang besar.²²

5. Penutup

Hakikat pembiayaan kampanye dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum adalah sebagai sarana pendukung terwujudnya kedaulatan rakyat, dan sebagai sarana untuk mewujudkan penyelenggaraan Pemilihan Umum yang demokratis. Kegiatan kampanye sebagai salah satu tahapan dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum telah berkonsekuensi pada adanya pembiayaan terhadap bentuk-bentuk kegiatan kampanye yang dilakukan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa besarnya dana kampanye berpengaruh positif terhadap perolehan suara, sehingga berkonsekuensi terhadap hasil pemilihan umum yang secara faktual sangat dipengaruhi oleh kekuatan uang yang dimiliki oleh peserta Pemilu.

Referensi

- Abdul Aziz Hakim. 2006. *Distorsi Sistem Pemberhentian (Impeachment) Kepala daerah di Era Demokrasi Langsung*. Yogyakarta: Toga Press.
- Aminuddin Ilmar. 2013. *Hukum Tata Pemerintahan*. Makassar: Penerbit Identitas.
- Chandranegara, Ibnu Sina, Syaiful Bakhri, and Nanda Sahputra Umara. "Optimalisasi Pembatasan Dana Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Sebagai Pencegahan Investasi Politik Yang Koruptif." *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 32, no. 1: 30-54.
- Didik Supriyanti dan Lia Wulandari, 2013. *Basa-Basi Dana Kampanye: Pengabaian Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Peserta Pemilu*, Yayasan Perludem, Jakarta.
- Irwansyah, 2020, *Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel*, Yogyakarta: Mirra Buana Media.
- Julio Bacio Terracino dan Yukihiko Hamada, 2014, *Financing Democracy: Supporting Better Public Policies and Preventing Policy Capture*, OECD, Washington.
- Khairul Fahmi. 2016. "Menelusuri konsep keadilan pemilihan umum menurut UUD 1945." *Jurnal Cita Hukum*, Vol. 4, No. 2: 167-186, DOI: 10.15408/jch.v4i2.4098.
- Muhammad Siddiq Armia. 2018. "Democracy through Election: A Study on the Conflict of Norms in Aceh's Election Process." *Journal of Southeast Asian Human Rights*, Vol. 2 Issue 1: 323-335.

²¹ Julio Bacio Terracino dan Yukihiko Hamada, 2014, *Financing Democracy: Supporting Better Public Policies and Preventing Policy Capture*, OECD, Washington, hlm. 18.

²² Chandranegara, Ibnu Sina, Syaiful Bakhri, and Nanda Sahputra Umara. "Optimalisasi Pembatasan Dana Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Sebagai Pencegahan Investasi Politik Yang Koruptif." *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 32, no. 1: 30-54.

- Rahmatunnisa. 2016. "Affirmative Action dan Penguatan Partisipasi Politik Kaum Perempuan di Indonesia". *Jurnal Wacana Politik*, Vol. 1 No. 2: 87-95.
- Ramlan Surbakti, Didik Supriyanto, dan Topo Santoso. 2008. *Perekayasaan Sistem Pemilu untuk Tata Politik Demokrasi*. Jakarta: Partnership for Governance Reform Indonesia.