

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Strategi**

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi merupakan sebuah keputusan dan tindakan yang berprinsip dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan pada semua tingkatan organisasi untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.<sup>1</sup> Jadi, strategi adalah keputusan yang diambil oleh otoritas yang lebih tinggi, berlaku disemua tingkatan untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan pengelolaan pencapaian tujuan, namun upaya untuk mencapai tujuan tersebut, strategi bukan sekedar peta jalan yang memberi arah, namun harus mampu menunjukkan taktik dan tindakan.

Strategi adalah rencana untuk tindakan dalam penyusunan dan pelaksanaan suatu hal. Strategi mempengaruhi sukses atau gagalnya strategi yang digunakan. Jadi, strategi disini adalah pendekatan dalam pengelolaan kegiatan, dengan mengintergrasikan komponen urutan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan secara efektif dan efisien.<sup>2</sup> Strategi merupakan sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber

---

<sup>1</sup> Ayi Hidayat, *Managemen Strategi* (Bandar Lampung: Pusat Penerbitan Lembaga Penelitian Universitas Lampung., 2018).

<sup>2</sup> Priadi, D., Harris, B., & Jumadi. Strategi Kemenangan Ahmad Eka Setyawan Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Sebetung Kecamatan Belitang Hulu Kabupaten Sekadau Tahun 2014 (Studi Kasus di Dusun Sungai Tebelian). *Jurnal S-1 Ilmu Politik*, 7(3),( 2019) 1–16.

daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.<sup>3</sup> Strategi secara umum adalah istilah yang sering diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan suatu masalah. Istilah strategi diterapkan untuk berbagai lapisan masyarakat atau organisasi (level pelaksana sampai pimpinan puncak organisasi).<sup>4</sup>

Strategi mempunyai 5 (lima) ciri-ciri, sebagai berikut:

1. Pemusatan perhatian kepada kekuatan sebagai pendekatan *strategis*.
2. Memusatkan perhatian kepada analisis dinamik, analisis gerak (operasional) dan analisis aksi (pelaksanaan).
- b. Strategi memusatkan perhatian kepada tujuan yang ingin dicapai dan gerak untuk mencapai tujuan itu.
- c. Strategi memperhitungkan faktor-faktor waktu (sejarah, masa lampau, masa kini, masa depan dan faktor lingkungan).
- d. Strategi berusaha mengidentifikasi masalah yang timbul dari peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung, kemudian mengadakan analisis tentang kemungkinan-kemungkinan dan memperhitungkan pilihan-pilihan serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencapai tujuan.

Strategi politik merupakan suatu analisis tentang bagaimana proses yang terjadi didalam kemenangan dalam satu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon pemilu presiden atau calon pimpinan daerah,

---

<sup>3</sup> Ways, Muliansyah A. 2014. Political :Ilmu Politik, Demokrasi, Partai Politik & Welfare State. Yogyakarta : Buku Litera, hlm. 78

<sup>4</sup> Firmanzah. 2017. Marketing Politik : Antara Pemahaman Dan Realitas. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Hlm.20

yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya di tengah-tengah masyarakat sebagai konsistennya. Faktor yang mempengaruhi proses ini, mulai dari kekuatan-kekuatan politik yang ada (institusi primordial baik yang bersifat keagamaan ataupun ke daerah), mesin-mesin politik yang ada (organisasi sosial politik/kelompok kepentingan baik partai politik, organisasi kepemudaan, dan media), proses pencitraan, sosialisasi politik, dan kampanye yang dilakukan. Ini pada dasarnya adalah instrument dari serangkaian usaha kemenangan dalam pemilu.<sup>5</sup>

Politik dan strategi adalah suatu mekanisme bagaimana seseorang ataupun kelompok dengan ide politik yang dipahaminya, mampu memenangkan suatu pertarungan politik disaat banyak orang yang berkepentingan menghendaki hal yang sama, ide politik yang akan menciptakan perbedaan antar masyarakat yang menjadi pendukung ide tersebut, dan dalam setiap keadaan pasti ada pihak yang dirugikan dan diuntungkan, karena hasil dari satu keputusan politik akan melahirkan perubahan ataupun kondisi yang sama disaat status yang memenangkan pertarungan itu, oleh karena itu setiap ide/pemikiran pasti memiliki pendukung dan penentang. Politik hanya akan dapat, atau diwujudkan dalam satu pertarungan melawan penentang ide tersebut, yang akan selalu bertumpu pada bagaimana kekuasaan dan pengaruh dapat diperoleh. Banyak kelompok yang menghendaki hal

---

<sup>5</sup> Imam Syarifuddin, T., Resmawan, E., & Surya, I. (2019). Strategi Kemenangan Kepala Desa Terpilih Pada Pemilihan Kepala Desa Santan Tengah Kecamatan Marang Kayu Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun 2016. (2019). 52–61

yang sama, maka untuk mampu meraih kemenangan tentunya dibutuhkanlah suatu perencanaan yang hati-hati.<sup>6</sup>

Strategi politik menurut Firmanzah merupakan suatu pendekatan komunikasi politik yang perlu dilakukan oleh para kontestan atau bakal calon untuk dapat memenangkan pemilu. Kontestan atau bakal calon perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa mengambang dan pendukung kontestan atau bakal calon yang lainnya. Identifikasi ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh pada saat pemilihan, juga untuk mengidentifikasi strategi pendekatan yang diperlukan terhadap masing-masing kelompok pemilih. Firmanzah juga mengatakan dalam buku yang lain mengatakan bahwa organisasi politik harus menerapkan strategi penentuan posisi (*positioning*) politik karena beberapa alasan.

Pertama, strategi politik akan membantu pemilih memilih calon. Posisi politik yang jelas akan memudahkan pemilih untuk mengidentifikasi partai politik dan membedakannya dari organisasi politik lainnya. Kedua, anggota partai politik akan lebih mudah menciptakan identitas mereka sendiri jika mereka memiliki posisi politik yang jelas. Ketiga, memiliki posisi yang jelas akan membantu mereka membuat rencana untuk berinteraksi dengan masyarakat. Keempat, menetapkan posisi yang jelas akan membantu menentukan jenis sumber daya politik yang dibutuhkan. (*Marketing positioning*) atau posisi pemasaran mencakup semua tindakan yang dilakukan untuk menanamkan kesan pada pelanggan sehingga

---

<sup>6</sup> Halim, R & Muhlin, L. Partisipasi Politik Masyarakat Teori dan Praktik. (Makasar: Sah Media, 2015). Hlm.26

mereka dapat membedakan barang dan jasa yang dibuat oleh organisasi yang relevan.<sup>7</sup>

Strategi politik sangat penting untuk sebuah partai politik, tanpa adanya strategi politik, perubahan jangka panjang sama sekali tidak akan dapat diwujudkan. Perencanaan strategi suatu proses dan perubahan politik merupakan analisis yang gamblang dari keadaan kekuasaan, sebuah gambaran yang jelas mengenai tujuan akhir yang ingin dicapai dan juga segala kekuatan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>8</sup> Modalitas sosial juga menjadi bagian dari kemenangan dalam Pilkadaes, optimalisasi modalitas sosial dalam keluarga inti dan relasi sosial. Eksistensi modal sosial terlembagakan dari kekeluargaan dan sosial kemasyarakatan, yang berfungsi sebagai potensial dan sumber daya aktual untuk mendapatkan dukungan dan restu untuk memimpin Desa, baik bagi keluarga, sanak saudara, kerabat, dan masyarakat merupakan bagian penting dari sumber daya ini.

Kemenangan masih menjadi fokus utama strategi. Strategi dikaitkan dengan politik, maka tujuan pembentukan strategi tentu saja adalah kemenangan politik itu sendiri. Strategi dibagi kedalam 2 (dua) aspek yakni strategi ofensif dan strategi defensif.<sup>9</sup>

#### 1. Strategi Ofensif (menyerang)

Strategi ofensif (menyerang) biasanya digunakan oleh partai apabila menginginkan peningkatan dalam jumlah pemilihnya. Berhasilnya kampanye

---

<sup>7</sup> Firmanzah. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2017), hlm:23

<sup>8</sup> Rainer Adam, *Political Marketing: Strategi Membangun Konstituen dengan Pendekatan*, (Surakarta: Sebelas Maret Press, 2018) .4-8.

<sup>9</sup> Schroder, Peter. *Strategi Politik*. (Jakarta: Nomos Baden-Baden, 2017), hlm.76

ditentukan apabila ada lebih banyak orang yang memiliki pandangan yang positif kepada partai yang sebelumnya. Strategi ofensif yang digunakan ketika kampanye pemilu juga hendaknya menampilkan suatu perbedaan yang jelas dan menarik masyarakat dan pendukung partai pesaingnya.<sup>10</sup> Prinsipnya, semua strategi ofensif yang diterapkan saat kampanye pemilu harus hadirkan perbedaan yang jelas dan meyakinkan antara kita dengan partai lawan untuk mengambil hak pilih para pemilih. Strategi ofensif yang menerapkan kebijakan, selisih antara situasi saat ini dengan keuntungan yang diharapkan harus dijual atau diperlihatkan. Strategi ofensif dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu strategi perluasan pasar dan strategi penetrasi pasar.

Menurut Peter Schrolder dalam Pito strategi menembus pasar bukan menyangkut ditariknya pemilih lawan atau warga yang selama ini tidak aktif memberikan penawaran yang lebih baik atau baru melainkan penggalan potensi yang dimiliki warga kurang maksimal, artinya bahwa program-program yang ditawarkan oleh para kandidat yang maju lebih memprioritaskan program-program yang bertujuan untuk menggali potensi warganya.<sup>11</sup> Memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh warga, strategi menembus pasar lebih menawarkan program kepada pemilih yang sudah ada dan pemilih dari lawan dengan kata lain, inisiatif yang ditawarkan oleh para calon kandidat lebih memprioritaskan inisiatif yang lebih berfokus pada potensi masyarakatnya.

---

<sup>10</sup> Ibid. Hal 186.

<sup>11</sup> Pito, Andrianus, Toni, dkk. Mengenal Teori-Teori Politik.(Nuansa. Bandung, 2018), hlm. 17

Strategi ofensif ini digunakan dalam mengimplementasikan politik, yang harus dijual atau ditampilkan adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu, serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan darinya. Strategi ofensif ini merupakan strategi perluasan pasar dan menembus pasar.<sup>12</sup> Strategi perluasan pasar ini dapat dilakukan melalui 2 (dua) cara yaitu :

1. Kampanye pemilu merupakan strategi perluasan pasar yang ofensif bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru, disamping para pemilih yang telah ada, maka harus ada penawaran baru atau penawaran yang lebih baik bagi para pemilih yang selama ini memilih partai pesaing. Jadi, yang dibahas disini adalah strategi persaingan yang faktual, yaitu berbagai partai bertarung untuk kelompok pemilih dalam kompetisi.
2. Implementasi politik dalam hal ini produk yang ditawarkan, yaitu politik baru atau lebih tepatnya keuntungan yang dihasilkan politik baru tersebut perlu diiklankan. Tema politik harus dirumuskan secara jelas, disini pihak eksekutif sering salah bertindak karena produk dan keuntungan yang ditawarkan tidak dirumuskan secara jelas sehingga tidak dimengerti oleh masyarakat luas.

## 2. Strategi Defensif (bertahan)

Strategi defensif yaitu apabila partai ingin mempertahankan dominasinya atau mempertahankan pangsa pasar agar tetap eksis dan tidak berkurang pengaruhnya, bisa juga dikatakan bahwa strategi defensif adalah strategi yang

---

<sup>12</sup> Priadi, D., Harris, B., & Jumadi. Strategi Kemenangan Ahmad Eka Setyawan Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Sebetung Kecamatan Belitang Hulu Kabupaten Sekadau Tahun 2014 (Studi Kasus di Dusun Sungai Tebelian). Jurnal S-1 Ilmu Politik. 16-18

digunakan untuk mempertahankan pasar, menutup, atau menyerahkan pasar. Strategi mempertahankan pasar, partai pendukung pemerintahan melakukan upaya untuk menjaga pemilih agar tetap teguh terhadap pilihan mereka sekaligus meyakinkan mereka yang juga pemilih musiman terdahulu agar memilih.<sup>13</sup> Strategi defensif lebih fokus pada strategi untuk menutup, mempertahankan, atau menyerahkan pasar. Strategi defensif akan muncul jika salah satu partai pemerintah atau koalisi yang terdiri dari beberapa partai ingin mempertahankan, apabila pasar tidak dapat dipertahankan atau ingin ditutup, strategi defensif juga dapat muncul. Penutupan pasar diharapkan menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin.<sup>14</sup>

Strategi ofensif cenderung menyerang, sedangkan strategi defensif cenderung untuk bertahan. Strategi defensif terjadi ketika partai berkuasa atau koalisi multi-partai berkuasa ingin mempertahankan mayoritas atau pangsa pasar. Strategi defensif dapat muncul ketika suatu pasar tidak lagi dipertahankan atau ingin ditutup, penutupan pasar tersebut diharapkan dapat mendatangkan keuntungan yang maksimal. Strategi pertahanan adalah strategi mempertahankan pemilih tetap dalam partai dengan cara melindunginya dari pengaruh partai lain/oposisi untuk meraih simpati massa.

Penerapan strategi defensif (strategi bertahan) merupakan salah satu strategi yang handal digunakan bagi calon kepala desa yang bertarung dalam merebut hati pemilih dengan cara yang berbeda-beda pula dapat dilakukan oleh calon kepala desa seperti tidak terlibat dalam kampanye hitam, politik uang, menjaga nama baik

---

<sup>13</sup> Gunawan, Bainus dan Paskarina, Strategi Politik Koalisi Partai Dalam Pemenangan Paslon Kepala Daerah : Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Nagan Raya Tahun 2017, Politea : Jurnal Pemikiran Politik Islam, Vol : 3, No. 1, (2020), 58-59

<sup>14</sup> Ibid. hlm. 16

saat masa kampanye, berperilaku sopan satun dimanapun berada dan banyak strategi lainnya, yang digunakan untuk meraih dukungan penuh dan juga bisa melumpuhkan lawan politik.<sup>15</sup>

Kandidat calon kepala desa membutuhkan perencanaan strategi dalam hubungan dengan masyarakat, dan juga terlihat bahwa kebutuhan dan keinginan yang diajukan oleh para calon pada akhirnya adalah pertanyaan tentang seluruh lapisan masyarakat, kebutuhan sosial, kebutuhan sosialisasi, kebutuhan pendapat masyarakat, perlunya kesejahteraan, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Perencanaan ini menyangkut produk politik yang akan ditampilkan atau citra yang ditampilkan, dan program kampanye yang akan dilaksanakan.<sup>16</sup>

## **2.2. Pemerintahan Desa**

Pemerintah desa sebagai penyelenggara pemerintahan dilaksanakan oleh kepala desa yang dibantu oleh perangkat desa dalam menyelenggarakan pemerintahan desa dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, menyatakan bahwa pemerintahan desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat didalam sistem kekuasaan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang tersebut dikatakan bahwa Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan bantuan menggunakan beberapa panggilan lain dibantu dengan bantuan menggunakan perangkat desa

---

<sup>15</sup> Ibid. hlm. 17. Dino Priadi.

<sup>16</sup> Budiman Adi Subiakto, "Strategi Defensif an Ofensif Parpol Berbasis Massa Islam dalam Mencapai Parliamentary Threshold pada Pemilu 2014", Vol. 1, No. 2, (2016), 143

sebagai perincian dari pemerintahan desa. Pemerintah diperlukan untuk menata masyarakat, melindungi, dan memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan rakyat, karena sifat negara yang bersifat memaksa dan eksklusif, serta mencakup keduanya. Pemerintahan seluruh wilayah dan perbatasannya dapat dikontrol, diawasi, dan diatur dengan mudah. Masing-masing daerah mempunyai struktur pemerintahannya masing-masing mulai dari Desa, Kelurahan, Kecamatan, hingga Pemerintah Pusat.<sup>17</sup>

Kepala Desa mempunyai kekuasaan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat berdasarkan hak leluhur masyarakat, adat istiadat, dan nilai-nilai sosial budaya, serta melaksanakan sebagian tugas yang dilimpahkan kepadanya oleh pemerintah Kabupaten atau Kota. Sebuah desa diperlukan seorang pemimpin yang mampu menjalankan pemerintahan desa.<sup>18</sup> Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa yang mengatur masa jabatan kepala desa adalah 6 (enam) tahun dan dapat diperpanjang lagi untuk 2 (dua) kali masa jabatan berikutnya. Saat ini Undang-Undang Desa telah secara resmi ditandatangani dan disahkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 24 April di Jakarta. Revisi Undang-Undang ini termuat dalam peraturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa yang menyebutkan bahwa; Kepala Desa memegang jabatan selama 8 tahun sejak tanggal pelantikan dan Kepala Desa dapat menjabat

---

<sup>17</sup> Sugiman, "Pemerintahan Desa, *Fakultas Hukum Universitas Suryadarma* 7, no. 1 (2018): hlm. 82–95, <https://media.neliti.com/media/publications/275406-pemerintahan-desa-bc9190f0.pdf>.

<sup>18</sup> Muslim, M. *Teori-Teori Politik*. (Bandung: Pustaka Setia, 2019), hlm.34

paling banyak 2 (dua) kali masa jabatan secara berturut-turut atau tidak secara berturut-turut.<sup>19</sup>

Kepala desa merupakan elemen terpenting yang harus ada dalam sistem pemerintahan desa selain BPD. Kepala desa adalah pemimpin tertinggi desa yang dipilih secara langsung oleh masyarakat desa. Kepala desa mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan.<sup>20</sup>

### **2.3. Pemilihan Kepala Desa**

Kepala desa merupakan pemimpin di desa, kepala desa dipilih langsung oleh penduduk desa. Prosedur dari proses pemilihan kepala desa telah diatur jelas melalui peraturan perundang-undangan. Persyaratan dalam pemilihan kepala desa ini dapat mencakup batasan usia, kewarganegaraan, kepemilikan KTP, dan tempat tinggal di desa. Pemilihan kepala desa diawali dengan proses pencalonan yang dilakukan melalui pemungutan suara, dan berlangsung secara bertahap hingga diangkat dan diberhENTikannya kepala desa.<sup>21</sup>

Pemilihan kepala desa secara langsung diatur oleh Undang-Undang nomor 6 Tahun 2014 tentang desa yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilihan kepala desa dilaksanakan melalui tahapan a. Persiapan; b. Pencalonan; c. Pemungutan suara; dan d. Penetapan. Tahapan-tahapan pemilihan kepala desa adalah a. Badan permusyawaratan desa memberitahukan kepala desa mengenai berakhirnya masa

---

<sup>19</sup> Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024 Tentang Desa. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6914.

<sup>20</sup> Ibid. Hlm, 82–92.

<sup>21</sup> Anthonius Sitepu, Studi Ilmu Politik. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), hlm. 24.

jabatan kepala desa secara tertulis 6 (enam) bulan sebelum masa jabatan berakhir.

b. Badan permusyawaratan desa membentuk panitia pemilihan kepala desa.<sup>22</sup>

Pemilihan kepala desa yang merupakan aspek penting dalam menjalankan pemerintahan desa secara demokratis. Melibatkan masyarakat dalam proses pemilu, diharapkan pemimpin desa terpilih dapat mewakili kepentingan dan aspirasi masyarakat desa secara keseluruhan, seperti yang telah diatur dalam Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, yang mana dalam Pasal 33 disebutkan syarat calon Kepala Desa sebagai berikut:

1. Warga negara Republik Indonesia
2. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
3. Memegang teguh dan mengamalkan Pancasila, melaksanakan UUD 1945, serta mempertahankan dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia dan Bhineka Tunggal Ika.
4. Berpendidikan paling rendah tamat Sekolah Menengah Pertama atau sederajat.
5. Berusia paling rendah 25 (dua puluh lima) tahun pada saat mendaftar.
6. Bersedia dicalonkan menjadi Kepala Desa.
7. Terdaftar sebagai penduduk dan bertempat tinggal di desa setempat paling kurang 1 (satu) tahun sebelum pendaftaran; tidak sedang menjalani hukuman pidana penjara.
8. Tidak sedang menjalani pidana penjara atau kurungan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

---

<sup>22</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 112 Tahun 2014 tentang Pemilihan Kepala Desa

9. Tidak pernah dijatuhi pidana penjara berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap karena melakukan tindak pidana yang diancam dengan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun atau lebih, kecuali 5 (lima) tahun setelah selesai menjalani pidana penjara dan mengumumkan secara jujur dan terbuka kepada publik bahwa yang bersangkutan pernah dipidana serta bukan sebagai pelaku kejahatan berulang-ulang.
10. Tidak sedang dicabut hak pilihnya sesuai dengan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.
11. Berbadan sehat, tidak pernah sebagai kepala desa selama 3 (tiga) kali masa jabatan.
12. Syarat lain yang diatur dalam Peraturan Daerah.

Sistem, mekanisme, dan prosedur dalam Pemilihan Kepala Desa sebagai berikut:

1. BPD membentuk panitia Pilkades secara musyawarah dan ditetapkan dengan SK BPD
2. Panitia Pilkades tingkat desa membuat program kerja dan tahapan
3. Panitia Pilkades tingkat desa melaksanakan sosialisasi
4. Pendaftaran bakal calon Kepala Desa selama 7 (tujuh) hari kerja
5. Klarifikasi berkas bakal calon kades selama 20 (dua puluh) hari kerja
6. Panitia menetapkan bakal calon menjadi calon kades
7. Ujian baca tulis dan membaca kitab suci sesuai agama yang dianutnya

8. Melaksanakan musyawarah desa (musdes) Pilkades antar waktu minimal 2 (dua) maksimal 3 (tiga) calon yang berhak dipilih
9. Pelaksanaan pemungutan suara Pilkades serentak minimal 2 (dua) maksimal 5 (lima) calon yang berhak dipilih

Berdasarkan Undang-Undang Desa, Kepala Desa dalam menjalankan pemerintahan desa memiliki beberapa tugas yang harus dilaksanakan. Pasal 26 Ayat 1 (satu) Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa disebut tugas Kepala Desa sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan Pemerintahan Desa,
2. Melaksanakan Pembangunan Desa,
3. Pembinaan Kemasyarakatan Desa, dan
4. Pemberdayaan Masyarakat Desa

#### **2.4. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini telah dilakukan oleh Saputri dkk yang berjudul “Strategi Kemenangan Arif Maksur dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan Tahun 2018-2024”. Penelitian ini melihat bahwa masyarakat tidak memilih arif dengan alasan calon lain memberi keuntungan dan tidak ada ketertarikan mereka terhadap isu sosial/politik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini Arif Maskur dan tim sukses mampu melakukan pendekatan kepada masyarakat secara menyeluruh sehingga sikap dan

konsep sosialisasi yang diterapkan Arif Maskur dan tim sukses pada saat kampanye dapat diterima dengan baik oleh para pemilih.<sup>23</sup>

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Saputri adalah pada jenis penelitiannya, yaitu menggunakan kualitatif, namun berbeda pada pendekatannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan tingkah laku.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dkk yang berjudul “Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana pada Pilkades di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur”. Penelitian ini melihat birokrasi yang cukup kuat untuk mendukung petahana dipengaruhi oleh dua hal; Pertama, dengan iming-iming naik jabatan jika nantinya dipilih. Kedua, posisi birokrasi cenderung bermasalah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran politik kepala desa Petahana di Desa Sidomukti yang mampu mempertahankan kekuasaannya selama tiga periode. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian Sutrisno birokrasi pemerintahan desa dapat dilibatkan dalam pelaksanaan kampanye dan jaringan keluarganya cukup besar di Desa Sidomukti karena ia mempunyai tiga orang istri yang ikut dalam kampanye politik untuk meraih kemenangan dalam Pilkades.<sup>24</sup>

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian Pratiwi dkk berfokus pada strategi marketing politik kepala desa pertahana pada

---

<sup>23</sup> Cindy Septiani Saputri, dkk “Strategi Kemenangan Arif Maskur Dalam Pemilihan Kepala Desa Kesuben Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal Periode Jabatan Tahun 2018-2024,” *Journal of Politic and Government Studies* 11, no. 1 (2021): 172–181, <https://fisip.undip.ac.id/>.

<sup>24</sup> Cholillah Suci Pratiwi, Faizah Bafadhal, dan Ade Siska Giovani, “Strategi Marketing Politik Kepala Desa Pertahana Pada Pilkades Di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur,” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 4, no. 4 (2020). 27

Pilkades di Desa Sidomukti Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada analisis strategi kemenangan kepala desa *incumbent* dalam Pemilihan Kepala Desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Assidqi yang berjudul Strategi Marketing Politik Desa (Studi terhadap Kemenangan Aris Nurhayati dalam Pilkades Desa Lesmana Tahun 2019). Penelitian ini bertujuan mengungkapkan strategi marketing politik yang dilakukan oleh tim sukses Aris Nurhayati dalam memenangkan ajang Pemilihan Kepala Desa di Desa Lesmana pada tahun 2019 yang tentunya berbeda dengan strategi yang dilakukan oleh calon kepala desa pada ajang Pilkades sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan marketing politik 3P, politik desa, pilihan mum kepala desa serta strategi politik. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa Aris Nurhayati sebagai pendatang baru dalam membangun citra positif di masyarakat desa Lesmana melalui 3 (tiga) metode, yaitu identifikasi populis, politik empatik atau politik keibuan, dan partisipasi melekat.<sup>25</sup>

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi dalam mencapai kemenangan, sedangkan perbedaan pada penelitian Assidqi yaitu menggunakan pendekatan marketing politik 3P, yang berfokus pada marketing politik yang dilakukan Aris Nurhayati dalam memenangkan ajang pemilihan kepala desa, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan tingkah laku, dengan menganalisis tingkah laku dari kepala desa terpilih yakni Risoleh.

---

<sup>25</sup> Latiful Anam Assidqi, "Strategi Marketing Politik Desa ( Studi Terhadap Kemenangan Aris Nurhayati Dalam Pilkades Desa Lesmana Tahun 2019 ) Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Purwokerto" (2019). 1-18

Penelitian yang dilakukan oleh Noerfani yang berjudul Strategi Marketing Politik dalam Demokrasi Desa. (Studi Kasus Kemenangan Ahmad Kartoyo dalam Pemilihan Kepala Desa 2016 di Desa Pawindan Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimanakah marketing politik yang dilakukan oleh Ahmad Kartoyo dalam pemilihan Kepala Desa di Desa Pawindan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menggunakan strategi push marketing, strategi pull marketing, strategi pass marketing.<sup>26</sup>

Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan kualitatif deskriptif, perbedaan dari penelitian ini dalam strategi politik demokrasi desa yang digunakan Ahmad Kartoyo dalam Pemilihan Kepala Desa, sedangkan fokus penelitian ini pada strategi yang digunakan Risoleh dalam kemenangannya yang ketiga periode.

Penelitian yang dilakukan oleh Sayuti dan Mukhlis yang berjudul “Strategi kemenangan Calon Kepala Desa di Desa Saukang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai”. Penelitian ini melihat Pemilihan Kepala Desa di Desa Saukang terdapat indikasi diantara beberapa calon kepala desa terkait pengalokasian politik uang tidak dapat dipungkiri adanya namun dalam Pemilihan Kepala Desa Saukang belum ada temuan laporan yang diterima oleh PPKD Saukang. Pencitraan yang dilakukan oleh masing-masing calon kepala desa sauakang berbeda-beda. Teknik penelitian adalah metode kualitatif. Tujuan untuk mengetahui strategi pemenangan

---

<sup>26</sup> Shifa Noerfani, “Strategi Marketing Politik Dalam Demokrasi Desa. (Studi Kasus Kemenangan Ahmad Kartoyo Dalam Pemilihan Kepala Desa 2016 Di Desa Pawindan Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis),” 2016

calon kepala desa dalam pemilihan kepala desa saukang kecamatan sinjai timur kabupaten sinjai teknik. Hasil penelitian ini Strategi kemenangan Calon Kepala Desa dalam Pemilihan Kepala Desa Saukang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai mayoritas menggunakan strategi ofensif dengan memperluas wilayah kampanye dan sosialisasi melalui kerja-kerja Tim Sukses.<sup>27</sup>

Pesamaan penelitian ini adalah strategi yang digunakan yaitu strategi ofensif dan metode yang digunakan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pendekatan tingkah laku dari kepala desa terpilih.

## **2.6. Kerangka Pikir**

Polancik dalam buku Putri Rahmawida, mengatakan bahwa kerangka pemikiran adalah diagram yang berperan sebagai perkembangan logis yang sistematis dari topik yang akan ditulis selanjutnya. Menurut Polancik, kerangka berpikir ini dibuat berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Pertanyaan penelitian tersebut kemudian menghasilkan konsep terkait untuk menggambarkan jalannya penelitian.<sup>28</sup>

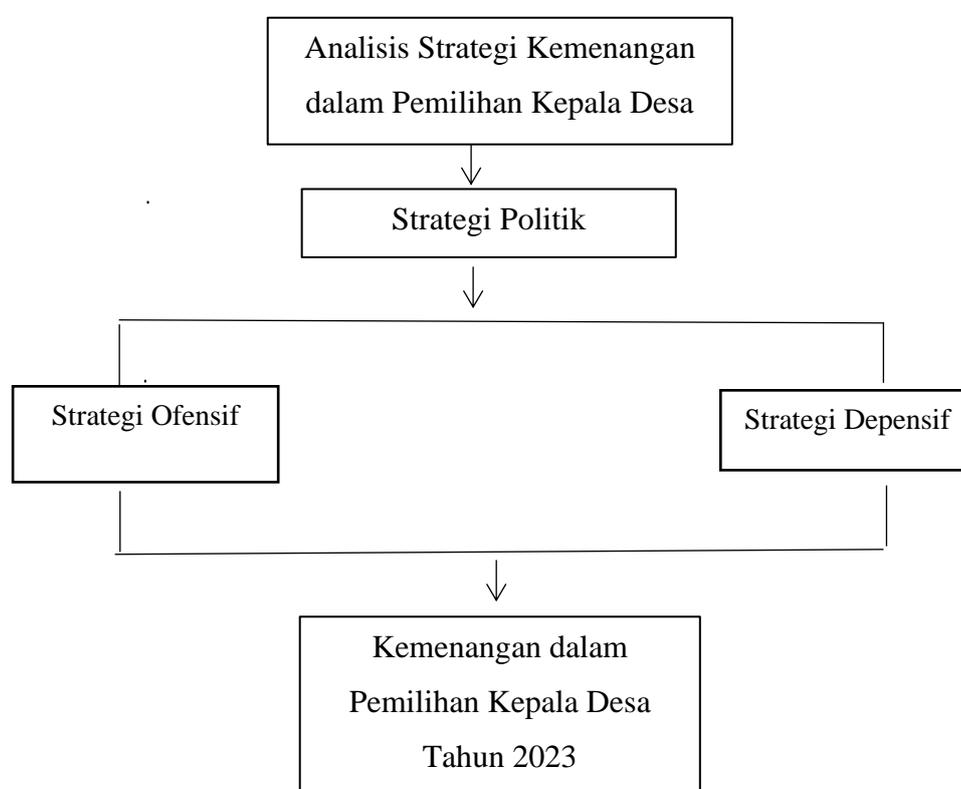
Pemilihan Kepala Desa erat kaitannya dengan sistem kekeluargaan serta faktor emosional. Berbagai upaya yang dilakukan untuk memperoleh suara terbanyak. Strategi dari dalam maupun dari luar dilakukan untuk memenangkan kontestasi tersebut. Politik dan strategi adalah suatu mekanisme bagaimana seseorang ataupun kelompok dengan ide politik yang dipahaminya mampu

---

<sup>27</sup>Suyuti, Mukhlis. Strategi Kemenangan Calon Kepala Desa Di Desa Saukang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai." *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 18(2), (2021) 153–170.

<sup>28</sup> Putri Rahmawida Dkk, "Metodologi Penelitian Sosial" (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm, 109.

memenangkan suatu pertarungan politik. Strategi Risolet yang merupakan Kepala Desa yang menjabat selama 2 (dua) periode berturut-turut yaitu periode 2011-2016 dan 2017-2023, dan sekarang mencalonkan diri lagi di Pilkades pada bulan Mei 2023 lalu, yang akan dianalisis dengan menggunakan teori strategi ofensif dan strategi defensif.<sup>29</sup>



**Bagan 2.1 Kerangka Pikir**

---

<sup>29</sup> Schroder, Peter. 2014. Strategi Politik. Jakarta: Nomos, Baden-Baden. Hlm.254-257