

Haryani Saptaningtyas

Pasar Tradisional dan Politik : Perilaku Politik dalam Strategi Pencarian Dukungan Suara oleh Amien Rais

ABSTRACT

This article bounds as a preliminary analysis on the issue of the changing from a neutral ground of work towards a more political one. The ground of work talked about is the traditional market. Amien Rais' visit to the three traditional markets nevertheless demonstrated a quite profound political agenda, that is to assemble political campaigns. What the writer is trying to highlight here is that the long-most-neutrally-perceived ground of work, like pasar, or traditional market, could at the end turn up to be a substantially important place for Amien Rais to set up his interest in getting more voters for the then upcoming general election. The writer attempts to relate the economic crisis prevailing in our society in general and the market in particular as one economic institution in local basis, which in reality acts as the women's public place/sphere towards Amien Rais' political behavior in making the place as a vote-getter strategy on women. (Keywords: traditional market, Amien Rais, campaign, gender, money politics).

Pendahuluan

“AMIEN RAIS adalah sebuah fenomena. Layaknya fenomena lain, manuver Amien di luar pakem, menantang arus, arahnya sulit ditebak. Memang itu harus dilakukan. Kalau tidak, dia tak dapat disebut fenomenal”. Begitulah penilaian Dr Riswandha Imawan, dosen Fisipol UGM mengenai Amien Rais.¹ Sehubungan dengan hal tersebut, artikel ini bermaksud untuk menelaah salah satu fenomena yang dimunculkan oleh Amien Rais dalam menghadapi Pemilu 2004.

Pasar tradisional dan politik, siapa sangka pasar tradisional menjadi barang yang berharga

bagi Amien Rais. Pasar tradisional mampu menarik perhatian Amien Rais. Dalam setengah tahun terakhir (dari bulan Februari hingga Juli 2003) Amien Rais telah berkunjung ke tiga pasar tradisional di Jawa Tengah dan Jawa Timur.² Pertanyaannya adalah mengapa pasar tradisional menjadi salah satu sasaran dan ada apa dibalik kunjungan Amien Rais ke tiga pasar tradisional itu? Artikel ini menganalisis awal ketertarikan Amien Rais pada pasar-pasar tersebut. Apakah hanya sekedar mampir, seperti yang disampaikan istrinya ketika berkunjung ke Pasar Bekonang Kabupaten Sukoharjo. Tentu kunjungan tersebut sangat bermakna lebih dari

¹ *Suara Merdeka*, (12 Maret 1999). “Memahami Manuver Prof Dr Amien Rais”.
² Tiga pasar tradisional yang dikunjungi oleh Amien Rais dkk adalah (1). Pasar Bekonang, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah hari Sabtu (1/3 2003). (2). Pasar Tanjung. Jember, Jawa Timur (13-15 Juni 2003). dan (3). Pasar

pada hanya sekedar bernostalgia, apalagi terjadi dalam waktu menghadapi Pemilu 2004.

Pasar sebagai Sasaran Perolehan Suara bagi Amien Rais - PAN

Tidak dipungkiri, bahwa tulisan ini berkaitan erat dengan posisi Amien Rais sebagai salah satu tokoh nasional yang juga calon presiden dari Partai Amanat Nasional (PAN). Dalam rangka Pemilu 2004, partai-partai akan berlomba untuk mendapatkan sebanyak mungkin dukungan suara. Hal yang sama juga akan terjadi pada calon presiden. Apalagi presiden 2004 akan dipilih secara langsung oleh rakyat, sehingga sangat penting agar calon dikenal oleh pemilihnya.

Tersedianya media telekomunikasi, tentu sangat mendukung kegiatan kampanye para calon presiden. Namun sangat disadari pula bahwa tidak semua rakyat Indonesia mampu mengakses informasi dari media tersebut, utamanya oleh masyarakat kelas bawah yang juga adalah pemilih aktif. Terlebih lagi persaingan bakal semakin ketat. Munculnya beberapa nama calon presiden baik muka lama maupun muka baru menunjukkan pertanda persaingan tersebut. Dibutuhkan strategi kampanye yang efektif dan cerdas untuk memenangkan persaingan dan mendapatkan dukungan suara sebanyak mungkin.

Dalam proses pemilihan, semua pemilih apapun status sosialnya mempunyai bobot suara yang sama. Suara seorang tukang becak sama nilainya dengan suara seorang ilmuwan, dan sama dengan suara satu aktivis pemuda/pemuda. Maka penting bagi partai politik untuk menetapkan sasaran kampanye yang strategis dengan strategi kampanye yang baik dan media kampanye yang tepat. Dalam Rakernas PAN di Makassar bulan Juni 2003, PAN menetapkan

target 20 persen suara dalam Pemilu 2004 mendatang, setelah sebelumnya dalam Pemilu tahun 1999 hanya memperoleh suara sebanyak 7 persen.

Untuk merealisasikan targetnya itu, dalam rakernas tersebut ditetapkan PAN akan berusaha maksimal untuk menerapkan strategi mengeruk suara agar perolehannya naik dibanding Pemilu 1999. Caranya antara lain, dengan menggaet pemilih pemula, petani, dan nelayan. Menurut Ketua DPP PAN, Mohammad Askin, pihaknya kini serius membidik segmen pemilih pemula dan kaum tani-nelayan. Hal ini juga terkait dengan *image* PAN selama ini sebagai partai kelas menengah ke atas. Padahal, menurut Askin hal itu sangat tidak betul. Dilihat dari visi dan misinya, PAN sangat berpihak kepada keberadaan kelompok masyarakat pinggiran.³

Nampaknya Amien Rais – dalam Pemilu 2004 ini - akan lebih banyak mencari dukungan suara dari lapisan *grassroot*. Untuk itu dipillihlah pasar tradisional sebagai representasi *grassroot*, dengan harapan akan mampu mengubah citra PAN menjadi partai dari seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya partai kelas menengah atau partai orang terpelajar, orang kota atau malahan partai orang Muhammadiyah. Strategi itu diharapkan akan berdampak positif terhadap perolehan suara.

Blusukan di Pasar : Sekadar nostalgia, belanja, atau

Dalam harian lokal *Solopos* (3/2/03) ditulis bahwa sejumlah pedagang di Pasar Bekonang, Mojolaban, ibarat mendapat durian runtuh. Karena pada hari Sabtu tanggal 1/3/03 itu, pedagang di pasar kebanggaan *wong* Bekonang, Kabupaten Sukoharjo, kedatangan tokoh nasional, Ketua MPR yang juga Ketua Umum DPP PAN, Prof Dr H.M Amien Rais, MA

bersama Wakil Ketua DPR AM Fatwa dan rombongan. Memang kunjungan Amien ke Pasar Bekonang tersebut terjadi di luar jadwal. Amien dijadwalkan hanya pergi ke Bekonang Sabtu malam untuk melihat pertunjukan wayang kulit semalam suntuk dengan dalang Ki Manteb Sudharsono, Ki Joko Edan, dan GPH Benowo. Sementara itu, Ny Amien Rais Sabtu pagi dijadwalkan memberikan 6.000 paket sembako kepada warga sekitar. Kabarnya, kunjungan Amien Rais ke Pasar Bekonang ini sekadar untuk bernostalgia ke tempat itu mengingat sebelum pindah ke Yogyakarta ia sering mampir untuk berbelanja di pasar tersebut.

Di pasar itu Amien juga memborong beberapa barang dagangan. Dengan bahasa Jawa Kromo,⁴ Amien sempat berdialog dengan beberapa pedagang. Bahkan Amien juga membeli makanan kesukaannya yaitu *lenth*. Dalam kesempatan tersebut Amien membungkus 10 *lenth* seharga Rp 2.000. Namun, Amien langsung menyodorkan uang Rp 50.000. "*Mboten sah susuk* (tidak perlu kembali)," ujar Amien sembari menyodorkan uang. Kedatangan Amien di pasar tersebut memang tidak diduga oleh para pedagang. Kebanyakan pedagang merasa heran, karena ada pejabat negara yang mau masuk ke pasar tradisional yang diidentikkan dengan kekumuhan. Sementara itu beberapa pedagang berrebutan untuk berjabat tangan dengan Amien Rais.

"*Waduh gethuknya mungkin enak ya,*" ujar Amien sembari menghampiri pedagang *gethuk*. Namun, Amien urung membeli *gethuk*, lantaran isterinya sudah membeli sepuluh bungkus. Amien juga menyempatkan diri membeli es dawet. Es dawet yang tinggal sepuluh bungkus dengan harga Rp 2.000 pun

dibayar Rp 50.000. Mantan Ketua PP Muhammadiyah tersebut juga membeli sayur-sayuran (seperti kacang panjang, daun singkong, dan petai), tahu serta ikan asin. Lagi-lagi Amien menyodorkan uang Rp 50.000 untuk beberapa ikat sayuran. Tak segan-segan Amien pun kemudian menenteng sayuran yang baru saja dibelinya, sebelum beberapa anggota pengurus DPD PAN Sukoharjo membawakannya. Sedangkan Ny. Amien Rais juga tak kalah untuk borong-memborong, berbagai jenis makanan dibelinya. Bahkan ia juga memborong daging sapi yang selanjutnya diberikan kepada beberapa warga. "Silakan kalau mau ambil," ujar Ny Amien Rais kepada beberapa pengunjung pasar.

Menurut Ny Amien Rais, suaminya memang suka makan *lenth* dan sayur-sayuran. Nampaknya hafal betul dengan lorong-lorong pasar, Amien Rais lalu menuju ke bagian timur pasar dan menghampiri pedagang soto. Di warung itulah Amien beserta rombongan langsung memesan sejumlah mangkok soto dan es teh. "Pak Amien mau pesan soto atau pecel," ujar salah satu anggota rombongan. Amien langsung menjawab, "Ya soto, ya pecel. Silakan saja yang mau pesan." Sementara itu beberapa warga pun juga dipersilakan menyantap makanan yang tersedia. Setelah menghabiskan soto dan pecel, Amien pun langsung menyodorkan uang kepada penjualnya. Tak tanggung-tanggung, sejumlah mangkok soto serta makanan kecil yang telah dinikmati pun dibayar Rp 700.000. Penjualnya langsung terperanjat. "*Matur nuwun Pak Amien, mugimugi Pak Amien saget klakon dados presiden* (terimakasih Pak Amien, semoga Pak Amien berhasil menjadi Presiden)," ujar penjualnya. Beberapa warga yang mengikuti Amien Rais

juga heran. "Wah Pak Amien lagi bagi-bagi duit," celetuk warga Bekonang.

Istri Amien Rais mengaku "sudah tidak berbelanja di pasar ini sejak tahun 1970 dan baru kali ini lagi belanja bersama Pak Amien Rais," sambil menambahkan bahwa kunjungannya tersebut merupakan pulang kampung sambil bernostalgia.

Selanjutnya pada pertengahan bulan Juni 2003 Amien Rais kembali *blusukan* ke pasar tradisional. Kali ini ia mengunjungi pedagang di Pasar Tanjung Jember. Meski tidak ada data yang cukup banyak mengenai kunjungannya ke pasar ini, kunjungan Amien ke pasar Tanjung Jember menjadi satu acara dalam rangkaian kunjungannya ke beberapa daerah di Jember seperti ke Pondok Pesantren *Madinatul Ulum* di Cangkring-Jenggawah, Jember, dan kunjungan ke acara yang diselenggarakan oleh Forum Kebangkitan Kyai Muda dan Cendekiawan Muda Indonesia [FKKCM].

Ketua DPD Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Jember, Lutfi Achmad, mengatakan bahwa kedatangan Ketua Umum DPP PAN Amien Rais ke pondoknya, Minggu (15/6/2003) adalah untuk menyerap aspirasi dan persoalan masyarakat bawah yang selama ini dipinggirkan. "Kedatangan Pak Amien bukan sebagai Ketua MPR RI melainkan sebagai anggota DPR yang berkewajiban mendengarkan aspirasi rakyatnya," kata Lutfi Achmad di Pondok Pesantren *Madinatul Ulum*, Cangkring-Jenggawah, Jember, Jumat (13/6/2003). Meski demikian, Lutfi, yang juga anggota DPR RI ini, menolak pendapat yang mengatakan bahwa kedatangan Amien Rais itu digunakan untuk melakukan sosialisasi terhadap keberadaannya sebagai calon presiden yang diajukan oleh PAN. "Bahwa pak Amien

sebagai capres dari PAN ya, tapi kedatanganannya bukan untuk acara kampanye," katanya⁶.

Akhirnya kurang lebih sebulan berikutnya, pada hari Sabtu tanggal 12 Juli 2003, Amien Rais beserta istri berkunjung ke Pasar Rejowinangun, Kabupaten Magelang, bersama sejumlah anggota rombongan yang terdiri dari fungsionaris Partai Amanat Nasional (PAN) Kota dan Kabupaten Magelang serta Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang, Mashuri Maschab. Mereka berada di pasar itu sejak sekitar pukul 11.00 WIB hingga 12.30 WIB. Kedatangan Amien Rais itu tidak diketahui sebelumnya oleh para pedagang pasar, pejabat Pemda, dan aparat keamanan setempat. "Berpencar saja, berpencar, biar tidak mencolok," kata Amien Rais meminta anggota rombongannya agar tidak bergerombol di pasar kota itu. Beberapa pedagang yang mengetahui kedatangan Amien Rais segera meneriakan namanya sehingga menarik perhatian orang-orang di Pasar Rejowinangun di Jl Pemuda Kota Magelang itu. Saat berada di pasar itu Amien mengenakan baju denim tipis warna biru dan celana panjang hitam. Ia mengendarai mobil sedan Honda CRV H 8707 WH warna hitam dan diparkir di depan Kantor Kas BPD Shopping Kota Magelang. Selama berada di pasar itu Amien Rais berbelanja sejumlah barang, antara lain *ampyang* atau gula kacang, jajanan pasar, sapu, buku tulis, sendok sayur, bumbu dapur, dan sandal jepit. Seperti kunjungan Amien Rais ke pasar Bekonang, ia juga langsung membayar barang-barang yang dibelinya itu dengan uang dari saku celananya. Uang pembayaran yang diserahkan kepada para pedagang semuanya berupa lembaran Rp 20.000 dan Amien tidak meminta pengembalian uang sisa. Selama berada di tempat itu Amien juga disuguhi nyanyian

dua orang pengamen. Dua pengamen itu pun kemudian mendapatkan selebar uang Rp 20.000 dari Amien Rais.

Setelah sekitar satu jam berkeliling di pasar itu, ia kemudian meminta tolong seorang buruh gendong untuk membawakan barang-barang belanjannya ke mobil yang diparkir di depan pasar. Selama berada di pasar itu, Amien Rais dikerubuti orang-orang yang ingin berjabat tangan.⁷

Pasar Tradisional dan Kampanye

Fenomena Amien yang berkunjung ke beberapa pasar tradisional tersebut menjadi menarik karena sejauh ini belum ada tokoh penting, terutama calon presiden, yang berkampanye di pasar. Sebaliknya, Amien Rais dan pendukungnya tidak mengaku bahwa kunjungan ke pasar tradisional itu adalah sebuah kampanye, seperti dikemukakan oleh Ketua DPD Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Jember, Lutfi Achmad. Meski dengan "bungkus" bernostalgia atau sekadar mampir, apa yang dilakukan Amien Rais adalah sebuah kampanye untuk mencari simpati, yang antara lain dilakukan dengan, membagi-bagi uang di pasar tradisional. Apa yang dilakukan Amien justru bertentangan dengan kebiasaan pasar. Jika harga satu mangkok soto adalah Rp. 3.000,00 maka siapapun pembelinya seharusnya membayar sesuai harga jual, jikalau lebih pun itu tidak sampai Rp.14.000,00 per mangkok. Dengan uang sebanyak Rp.700.000,00 untuk membeli soto bagi 50 orang anggota rombongannya Amien bukan lagi membeli tapi sedang menjalankan kampanye.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh World Bank, pasar adalah lembaga lokal yang paling efektif bagi orang miskin karena pasar adalah tempat yang paling mudah untuk mencari bantuan, untuk memenuhi kebutuhan, termasuk pula memberi pinjaman kredit disaat krisis atau untuk mengatur kebutuhan harian⁸. Dengan demikian pilihan berkampanye di pasar adalah pilihan strategis dan tepat pada saat situasi sulit ekonomi bagi masyarakat miskin.

Atas dasar itu maka seperti dikatakan juga oleh Riswanda Imawan, manuver Amien itu di luar pakem dan menantang arus. Dan apa yang dilakukan oleh Amien Rais dalam kancah perpolitikan Indonesia didasarkan pada pembacaan situasi perpolitikan rakyat Indonesia. Ia sadar bahwa hingga saat ini motivasi politik yang dilakukan oleh warga masyarakat Indonesia berorientasi pada pertimbangan jangka pendek, yaitu siapa yang diuntungkan dengan apa, apa lagi pada situasi sulit secara ekonomi, ditambah pula adanya kejenuhan masyarakat Indonesia terhadap perilaku politisi yang tidak mempunyai kepekaan atas penderitaan seorang rakyat. Pada situasi itu, Amien turun dari singgasana dan mencoba menjadi Sinterklas, mencoba mendengarkan aspirasi rakyat dan menolongnya. Tetapi apakah ini akan berhasil, masih perlu terus diamati lebih lanjut.⁹

Pasar sebagai Arena Kampanye

Pasar tradisional sebagai sasaran merupakan arena kampanye yang baru. Justru ada nilai plus berkampanye di pasar. *Pertama*, pasar tradisional adalah tempat bertemu banyak or-

⁷ Solopos, 14 Juli 2003. "Amien Rais berakrab ria dengan bakul Pasar Rejowinangun."

⁸ Lihat Deepa Narayan, *et al*, *Voices of the Poor, Crying out for Change*. Oxford University Press, 2000 :hal.216. Merupakan hasil diskusi kelompok partisipan di Desa Genengsari (Indonesia) dan beberapa daerah lain di dunia.

⁹ Kritik terhadap perilaku anggota MPR pada acara penutupan ST-MPR tahun 2003, yang menyanyikan beberapa

ang dari berbagai komunitas, berbagai daerah, tanpa membedakan agama, jenis kelamin, asal, dan sebagainya. Pasar adalah simbol perjumpaan.

Selama ini orang mempersepsikan bahwa pasar sebagai tempat orang mencari kebutuhan ekonominya; ada pedagang dan ada pembeli. Pasar dipisahkan dari banyak kepentingan lain, termasuk juga kepentingan politik. Oleh karenanya pasar kemudian disebut sebagai arena netral dari kepentingan politik. Pandangan pasar sebagai arena netral justru memberi ruang bagi siapa pun untuk menggunakannya demi kepentingannya. Amien Rais melakukan kunjungan ke tiga pasar tersebut, bukan sekadar untuk bernostalgia melainkan sebuah kunjungan politis. Dan ini menjadi salah satu langkah strategis Amien Rais untuk menjaring suara dari komunitas di pasar, utamanya kelompok *grass root*. Simak saja ketika pedagang soto di pasar Bekonang, setelah menerima uang Rp. 700.000,00 untuk sejumlah mangkok soto yang dibeli oleh Amien dan rombongan, kemudian berucap "*Matur nuwun Pak Amien, mugi-mugi Pak Amien saget klakon dados presiden*". Tentu saja ini ucapan yang mengungkapkan dukungan, karena secara riil pedagang soto juga mendapat keuntungan, sedangkan Amien berharap do'a itu akan diikuti dengan dukungan riil untuk memilih dirinya pada saat pemilihan presiden secara langsung terjadi.

Kedua, ada kepentingan untuk menggarap suara perempuan. Di Jawa, pasar tradisional adalah wilayah publik kaum perempuan, yang paling dekat dengan perempuan dan yang paling populer.

Kenyataannya, sebagian besar orang yang beraktifitas di pasar tradisional adalah kaum perempuan. Ini merupakan gejala yang tak terlepas dari konteks budaya Jawa yang *Patriarkhi*¹⁰, yang membatasi aktivitas perempuan hanya di ruang-ruang domestik (rumah tangga), walaupun perempuan bergiat di luar wilayah domestik ke wilayah publik, maka wilayah publik yang di luar domestik tersebut tidak lepas seluruhnya dari domain domestik. Seorang perempuan yang menjadi ibu rumah tangga atau yang telah bekerja, dituntut untuk tetap menyelesaikan pekerjaan rumah tangganya, seperti memasak, dan sebagainya. Pasar, sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, mengharuskan perempuan berkunjung untuk mendapatkan bahan-bahan bagi keperluan domestik di samping untuk bekerja mencari nafkah sebagai pedagang. Dari hasil refleksi pengalaman lapang Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK), justru perempuan pengusaha kecil yang tetap bertahan untuk melanjutkan hidup keluarganya terutama pada saat krisis moneter tahun 1997.¹¹

Selain itu, kunjungan Amien Rais ke pasar-pasar tradisional jelaslah bertujuan untuk mendapat dukungan suara kaum perempuan. Dengan harapan akan muncul anggapan bahwa meskipun, Amien Rais adalah laki-laki ia menunjukkan kepedulian terhadap perempuan dengan mengunjungi pasar tradisional, wilayah publik dari kaum perempuan.

¹⁰ Istilah ini digunakan untuk menyebut struktur sosial yang menunjukkan dominasi kekuasaan laki-laki, hubungan kuasa ketika laki-laki menguasai perempuan dan untuk menyebut sistem yang membuat perempuan tetap dikuasai melalui berbagai macam cara. (Kamla Basin, 1996).

Penutup

Secara umum, pada saat situasi ekonomi sulit, pasar sangat berperan sebagai institusi lokal yang menyokong kehidupan ekonomi masyarakat terutama *grassroot*. Dari pasar pula rumah tangga mengandalkan diri untuk tetap bertahan hidup dengan cara berdagang, membeli barang kebutuhan, atau justru meminjam uang/kredit. Dengan demikian pasar berperan sebagai jantung dari sistem perekonomian. Di wilayah

yang selama ini dianggap netral itu, Amien Rais justru menjadi politikus pertama di negeri ini yang menjadikannya arena kampanye politik. Dengan cara itu ia menunjukkan kepeduliannya kepada kaum perempuan sebagai kelompok yang potensial untuk direbut dukungannya. Pasar menjadi arena strategis untuk kampanye selain juga murah. ■

DAFTAR PUSTAKA

- Basin, Kamla. 1996. *Menggugat Patriarkhi*. Yayasan Bentang Budaya. Yogyakarta.
- Murniati, Nunuk P. Indiyah, Ruth. Zulminarni, Nani. Hartini, Titik. *Gerakan Ekonomi Perempuan sebagai Basis Ekonomi Rakyat*, PT. Bina Rena Pariwisata, 2001 (hal 1-5).
- Narayan, Deepa. Chambers, Robert. Shah, Meera. Petesch, Patti. *Voices of the Poor, Crying out for Change*. Oxford University Press, 2000. (hal 216).
- Solopos, "Blusukan di Pasar Bekonang, Amien Bagi-bagi Duit". (3 Februari 2003).
- Solopos, "Amien Rais Berakrab Ria dengan Bakul Pasar Rejowinangun". (14 Juli 2003).
- Suara Merdeka, "Memahami Manuver Prof Dr Amien Rais" (12 Maret 1999).

