

MEMBUKA  
KASUS 'PETRUS'

NASIB KASUS  
VIDEO ARIEL

REZEKI PILKADA  
LEMBAGA SURVEI

# TEMPO

EDISI 30 JULI-5 AGUSTUS 2012

## SENGKARUT JEMBATAN SELAT SUNDA



00022

RP 29.700

WWW.TEMPO.CO

MAJALAH BERITA MINGGUAN

ISSN: 0126 - 4273

# LEGIT BISNIS KONSULTAN POLITIK

Lembaga survei menjamur sejak pemilihan umum mulai digelar secara langsung. Bisnis tak kenal rugi.

**T**UJUH tahun setelah mendirikan Lingkaran Survei Indonesia, Denny Januar Aly tak lagi pusing dengan urusan materi. Lingkaran kini punya lima anak perusahaan yang menangani semua hal dalam pemenangan pemilihan umum: pembuatan dan pemasangan iklan, konsultasi, riset, dan survei.

Denny menyebut Lingkaran sebagai "supermarket pemilihan umum". Maksudnya, ia menerima dan menangani semua pesanan jasa konsultasi politik: membaca peta dukungan, pencitraan, strategi pemenangan, mobilisasi opini, hingga hitung cepat setelah pemilihan.

Denny menolak menyebutkan omzet Lingkaran. Tapi kantornya, yang dilengkapi kafe dan meja biliar, lumayan besar di Jalan Pemuda, Jakarta Timur. Ia mengatakan setiap tahun memberangkatkan 80 karyawannya, termasuk sopir dan pesuruh, pelesir ke luar negeri. "Tahun ini, mereka ke Hong Kong," ujarnya Selasa pekan lalu.

Urusan operasional Lingkaran kini ditangani para direktur dan karyawan, yang menurut Denny memiliki 30 persen saham perusahaan. "Sisanya, saya menulis puisi dan jalan-jalan," kata laki-laki 49 tahun ini.



**Kantor Lingkaran Survei Indonesia di Rawamangun, Jakarta.**

Lembaga survei dan konsultan politik menjadi sorotan tajam setelah hasil putaran pertama pemilihan Gubernur Jakarta berbeda dengan prediksi mereka. Semua lembaga survei memperkirakan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli bakal memperoleh suara terbanyak pada pemilihan 11 Juli lalu. Kenyataannya, pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama meraup suara tertinggi.

Menurut Denny, bisnis survei dan konsultan politik tak kenal kata rugi karena biaya diberikan di awal. "Ini bisnis sangat likuid," ujarnya. Sebagai gambaran, ia menanamkan Rp 550 juta ketika mendirikan Lingkaran Survei. Modal itu, menurut dia, kembali hanya dengan sekali survei ketika menangani Ismeth Abdullah, yang mencalonkan diri jadi Gubernur Kepulauan Riau pada 2005.

Setelah itu, Denny mengklaim, Lingkaran kebanjiran order menangani banyak calon kepala daerah. Pemilihan presiden, gubernur, wali kota, dan bupati secara langsung sejak 2004 membawa berkah bagi lembaganya. "Kini calon gubernur atau bupati mutlak memerlukan lembaga survei untuk mengetahui popularitas mereka,"

katanya.

Saat ini ada 497 kabupaten dan kota plus 33 provinsi. Setiap tahun 100 daerah menggelar pemilihan langsung. Jika setiap daerah rata-rata punya tiga calon, ada 300 klien yang membutuhkan konsultan politik. Dalam setahun, setiap calon menggelar dua-tiga kali survei. Ongkos setiap survei Rp 100-300 juta, tergantung geografinya. Makin ke pelosok atau banyak populasinya, makin mahal.

Menurut Direktur Eksekutif Cirus Surveyors Group Andrinof A. Chaniago, biaya operasional paling banyak tersedot untuk wawancara ke responden. Untuk 400 responden, misalnya, dibutuhkan 20 orang pewawancara yang mesti dilatih serta diberi biaya akomodasi plus honor sekitar Rp 50 ribu per kuesioner. Seluruh biaya survei umumnya masih menyisakan 20-30 persen keuntungan.

Selama 2005-2011, Lingkaran Survei menangani 21 calon gubernur dan 50 wali kota/bupati. Paling tidak, jumlah itulah yang diiklankan di media massa karena klien mereka menang. Calon yang gagal tak dipublikasikan. Denny menyebutkan, meski kandidat kalah, konsultan tetap meneri-

ma uang kontrak. Klien yang kalah pun tak mempersoalkan prediksi lembaganya meleset.

Idris Manggabarani, misalnya, tak menyesal ikut bertarung dalam pemilihan Wali Kota Makassar pada 2008. Pengusaha properti ini menghabiskan puluhan miliar rupiah dan hanya *finish* di urutan kedua. Idris memakai jasa Lingkaran sebagai konsultan. Meski popularitasnya naik, ia selalu nomor dua dibanding Ilham Arief Sirajuddin, kini wali kota. Akhirnya, kontrak dengan Lingkaran diputus sebelum hari pemilihan. "Ada komitmen yang tak disepakati," kata Idris.

Bisnis ini juga tak perlu biaya pemasaran melimpah. Karena butuh data dan ingin tahu tingkat kepopulerannya, para politikus yang berhasrat maju ke pencalonan datang sendiri ke lembaga-lembaga survei. Mereka yang berhasrat jadi wali kota, gubernur, atau bupati menghubungi konsultan politik satu atau dua tahun sebelum pemilihan.

Waktu dua tahun dinilai cukup untuk



**Kantor Lingkaran Survei Indonesia di Rawamangun, Jakarta.**

Lembaga survei dan konsultan politik menjadi sorotan tajam setelah hasil putaran pertama pemilihan Gubernur Jakarta berbeda dengan prediksi mereka. Semua lembaga survei memperkirakan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli bakal memperoleh suara terbanyak pada pemilihan 11 Juli lalu. Kenyataannya, pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama meraup suara tertinggi.

Menurut Denny, bisnis survei dan konsultan politik tak kenal kata rugi karena biaya diberikan di awal. "Ini bisnis sangat likuid," ujarnya. Sebagai gambaran, ia menanamkan Rp 550 juta ketika mendirikan Lingkaran Survei. Modal itu, menurut dia, kembali hanya dengan sekali survei ketika menangani Ismeth Abdullah, yang mencalonkan diri jadi Gubernur Kepulauan Riau pada 2005.

Setelah itu, Denny mengklaim, Lingkaran banjir order menangani banyak calon kepala daerah. Pemilihan presiden, gubernur, wali kota, dan bupati secara langsung sejak 2004 membawa berkah bagi lembaganya. "Kini calon gubernur atau bupati mutlak memerlukan lembaga survei untuk mengetahui popularitas mereka,"

katanya.

Saat ini ada 497 kabupaten dan kota plus 33 provinsi. Setiap tahun 100 daerah menggelar pemilihan langsung. Jika setiap daerah rata-rata punya tiga calon, ada 300 klien yang membutuhkan konsultan politik. Dalam setahun, setiap calon menggelar dua-tiga kali survei. Ongkos setiap survei Rp 100-300 juta, tergantung geografinya. Makin ke pelosok atau banyak populasinya, makin mahal.

Menurut Direktur Eksekutif Cirus Surveyors Group Andrinof A. Chaniago, biaya operasional paling banyak tersedot untuk wawancara ke responden. Untuk 400 responden, misalnya, dibutuhkan 20 orang pewawancara yang mesti dilatih serta diberi biaya akomodasi plus honor sekitar Rp 50 ribu per kuesioner. Seluruh biaya survei umumnya masih menyisakan 20-30 persen keuntungan.

Selama 2005-2011, Lingkaran Survei menangani 21 calon gubernur dan 50 wali kota/bupati. Paling tidak, jumlah itulah yang diiklankan di media massa karena klien mereka menang. Calon yang gagal tak dipublikasikan. Denny menyebutkan, meski kandidat kalah, konsultan tetap meneri-

ma uang kontrak. Klien yang kalah pun tak mempersoalkan prediksi lembaganya meleset.

Idris Manggabarani, misalnya, tak menyesal ikut bertarung dalam pemilihan Wali Kota Makassar pada 2008. Pengusaha properti ini menghabiskan puluhan miliar rupiah dan hanya *finish* di urutan kedua. Idris memakai jasa Lingkaran sebagai konsultan. Meski popularitasnya naik, ia selalu nomor dua dibanding Ilham Arief Sirajuddin, kini wali kota. Akhirnya, kontrak dengan Lingkaran diputus sebelum hari pemilihan. "Ada komitmen yang tak disepelekan," kata Idris.

Bisnis ini juga tak perlu biaya pemasaran melimpah. Karena butuh data dan ingin tahu tingkat kepopulerannya, para politikus yang berhasrat maju ke pencalonan datang sendiri ke lembaga-lembaga survei. Mereka yang berhasrat jadi wali kota, gubernur, atau bupati menghubungi konsultan politik satu atau dua tahun sebelum pemilihan.

Waktu dua tahun dinilai cukup untuk

membalikkan dukungan jika survei awal jeblok. Dalam dua tahun itu biasanya dilakukan enam kali survei. Tahun pertama dua kali dan tahun kedua empat kali. Menurut Denny, makin mendekati hari pemilihan, survei mesti terus diperbarui untuk mengamati perilaku dan kecenderungan pemilih.

Misalnya Syahrul Yasin Limpo. Gubernur Sulawesi Selatan ini mengontak Denny dua tahun sebelum pemilihan pada 2008. Sebagai wakil gubernur, popularitas awal Syahrul hanya 20 persen, sementara Amin Syam, gubernur inkumben, mencapai 40 persen.

Syahrul, yang diam-diam masih menunjukkan hasrat merebut kursi gubernur, punya semua syarat sebagai pecundang. Ia berasal dari suku minoritas di Makassar, Partai Golkar—partai terbesar—mendukung Amin, dan dananya tak banyak. "Saya tawarkan uang saya. Syaratnya, jika menang, ia bayar dua kali lipat," ujar Denny. Syahrul kemudian menang.

Syahrul mengakui Denny membantunya secara keseluruhan. Tapi ia menyangkal cerita talangan dana kampanye. "Denny tertarik pada program kerja saya, dan menurut dia saya punya potensi," kata kader Partai Golkar yang akan mempertahankan kursi gubernurnya pada pemilihan 2013 itu. Ia akan ditantang calon Partai Demokrat, Ilham Arief Sirajuddin.

Tak melulu calon yang datang ke lembaga survei. Ilham mengaku didekati banyak lembaga survei, termasuk Denny J.A., untuk pemilihan 2013. Dan ia meminta Denny melakukan survei awal menjajaki popularitasnya. Namun, untuk pemilihan tahun depan, ia sudah mengorder Lembaga Survei Indonesia pimpinan Saiful Mujani. Alasannya, "Lembaga Saiful lebih tepercaya dan prestasinya bagus."

Cara lain ditempuh Charta Politika. Lembaga ini menggelar dan memberikan Charta Politika Award kepada tokoh-tokoh politik berdasarkan nama yang paling sering disebut media. Meski awalnya hanya memberi penghargaan, acaranya jadi membuka jaringan dengan calon kepala daerah. "Setahun kami menangani 20 klien," kata Yunarto Wijaya, direktur riset.

Seperti Denny, Yunarto mengklaim 100 kliennya telah dimenangkan. Di antaranya Edhie Baskoro Yudhoyono, yang melenggang ke kursi Dewan Perwakilan Rakyat dari daerah Pacitan, Jawa Timur, pada 2009. Selain survei, kata Yunarto, yang dilakukan Charta adalah pendampingan dan strategi kemenangan.

Tarif sekali survei di Charta Rp 110-250



Denny Januar Aly

juta. Metode survei umumnya sama pada setiap lembaga: memilih responden secara acak, mewawancarinya, lalu mengolahnya jadi data sesuai dengan kebutuhan calon, dan analisis selama 14 hari. "Selain konsultasi, kami kampanye dari pintu ke pintu," kata Yunarto.

Survei menjadi basis utama strategi. Upaya mendongkrak popularitas berdasarkan data penjajakan apa yang dibutuhkan publik suatu daerah. Di sinilah etika lembaga survei kerap kali berada dalam area abu-abu. Tak adanya lembaga audit, plus lembaga survei bersatu sebagai konsultan dan tim sukses, membuat metode dan data survei sulit diakses. Ditambah lagi, kata Yunarto, biasanya calon enggan diketahui taktik dan konsultan politiknya.

Di Padang, misalnya, pada pemilihan gubernur 2008, Cirus Surveyors Group gagal mendapat order karena kandidat yang menawarinya berpaling ke lembaga lain, yang memberi nilai kontrak lebih murah. Karena belum berpengalaman, lembaga itu salah mengambil sampel: mereka pikir semakin banyak responden semakin bagus. Ditentukanlah 10 ribu responden tanpa acak. "Dan mereka hanya wawancara 6.000, datanya diinput, lalu hasilnya diumumkan," kata Andrinof Chaniago. "Ya, hasilnya pasti ngawur."

Bisnis lembaga survei kini juga merambah daerah. Asosiasi Riset Opini Publik Indonesia kini beranggotakan 37 lembaga. Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia beranggotakan 21 lembaga. Belum lagi lembaga-lembaga instan yang muncul pada saat pemilihan kepala daerah. "Banyak sekali karena mereka tak mendaftarkan," kata Andrinof, yang kini memimpin Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia.

Daya tarik bisnis survei kian legit karena biayanya tak mesti ditanggung para kandidat. Kasus Saiful Mujani Research and Consulting di Kabupaten Buol, Sulawesi Tengah, contohnya. Saiful, yang menangani kemenangan Bupati Amran Bata-lipu, mendapatkan upah dari perusahaan Hartati Murdaya, yang punya lahan sawit 26 ribu hektare di Buol. Saiful sempat dimintai keterangan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi karena suap Hartati kepada Amran. Kepada wartawan, Saiful mengatakan menjalankan bisnis secara profesional dan tak tahu-menahu soal suap itu.

Pengusaha lain umumnya punya siasat yang sama dalam memodali salah satu calon kepala daerah. Menurut seorang praktisi *public relations* yang banyak menangani calon gubernur dan wali kota, para pengusaha biasanya masuk lewat lembaga survei karena sekaligus untuk mengukur kemenangan kandidat yang didukungnya. Juga karena biayanya mahal jika ditanggung calon.

Jika surveinya menunjukkan satu calon bakal menang, baru para pengusaha ini "menyumbang" dengan uang tunai. Maka, kata sumber itu, di zaman sekarang tak ada calon yang rugi secara finansial meski kalah dalam pemilihan. "Setahu saya, malah banyak yang kasnya surplus meski kalah," katanya.

Soal etika pun menjadi perdebatan yang tak kunjung tuntas dibahas. Menurut Andrinof, semestinya lembaga survei dan konsultan dipisah—Cirius sendiri hingga kini bertahan hanya sebagai lembaga survei. Selain itu, lembaga-lembaga survei seharusnya mengumumkan pemesan dan sumber uangnya. "Soalnya, data survei itu dipakai untuk kampanye mempengaruhi pilihan publik karena lembaganya jadi tim sukses," kata Andrinof, yang jadi konsultan Jokowi di Jakarta.

Bagi Yunarto, survei sah saja meski dikomersialkan. Sebab, bisnis ini saling membutuhkan dengan keperluan kandidat dalam politik terbuka. Kata dia, "Survei boleh salah, tapi tak boleh bohong."

● BAGJA HIDAYAT, ANGGRITA DESYANI (JAKARTA), IRMAWATI, SULFAEDAR PAY (MAKASSAR)

# SURVEI MEMBUKTIKAN...



DEMOKRASI melahirkan lembaga survei. Perubahan politik pada 1998, yang ditandai dengan amendemen konstitusi, membuat presiden dan kepala daerah dipilih langsung. Kebutuhan pemetaan suara para kandidat pun muncul. Berikut ini angka, fakta, dan cerita seputar para *pollster*.

## Bisnis

Dengan 497 kabupaten dan kota, 33 provinsi, serta jadwal pemilihan gubernur, bupati, dan wali kota yang tak sama, setiap tahun 100-an pemungutan suara diselenggarakan. Jika setiap pemilihan rata-rata diikuti tiga pasang calon, perputaran uang bisnis ini per lembaga bisa Rp 90 miliar per tahun. Menurut Direktur Citrus Surveyors Group Andrinof A. Chaniago, keuntungan tiap survei 20-30 persen.

Penghasilan lembaga survei kembang jika lembaga itu merangkap sebagai konsultan dan pemenangan kandidat. Paket di luar ongkos iklan, konsultasi politik, dan pemenangan rata-rata Rp 300-400 juta per kontrak.



## Sejarah

Di Amerika Serikat, jajak pendapat dipelopori George Gallup, ahli statistik, menjelang pemilihan presiden 1932. Di Indonesia dimulai 70 tahun kemudian, ketika Denny Januar Aly mendirikan Lembaga Survei Indonesia. Kini lembaga sejenis juga berdiri di daerah. Sebagian merangkap sebagai konsultan politik.

**1999**  
Beberapa lembaga melakukan survei pemilihan menjelang pemilihan umum

pertama setelah Orde Baru tumbang. Di antaranya Komite Pemberdayaan Pemilih serta Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).

**2003**  
Berdiri Lembaga Survei Indonesia, kini dipimpin peneliti perilaku politik Kuskridho Ambardi.

**2004**  
Hitung cepat (*quick count*) pertama dilakukan LP3ES untuk hasil pemilihan presiden langsung dan ditayangkan Metro TV.

**2005**  
Denny J.A. mendirikan

Lingkar Survei Indonesia, pecahan Lembaga Survei Indonesia.

**1 Juni 2005**  
Kutai Kartanegara menggelar pemilihan bupati langsung pertama di Indonesia.

**2007**  
Terbentuk Asosiasi Riset Opini Publik Se-Indonesia, yang beranggotakan 34 lembaga, dengan ketua Denny J.A.

**2009**  
Andrinof Chaniago terpilih sebagai ketua dalam pendirian Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia, yang menghimpun 21 lembaga survei.

## Para Pemain

### Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES)

Didirikan pada 19 Agustus 1971, lembaga ini juga mengerjakan survei-survei politik di luar penelitian sosial, ekonomi, dan kebijakan. Peneliti dan ilmuwan LP3ES, sebagai lembaga penelitian tertua, kemudian menyebar ke lembaga survei yang lebih baru.

### Lembaga Survei Indonesia

Didirikan Denny J.A., Djunaedi Hadisumarto, Heri Akhmedi, T.P. Rachmat, Iman Suhirman, dan Joyo Winoto pada 2003 di bawah Yayasan Pengembangan Demokrasi Indonesia. Modalnya berasal dari Japan for International Cooperation Agency (JICA). Denny kemudian merekrut sesama alumnus Ohio State University, Saiful Mujani, sebagai peneliti utama.

### Lingkaran Survei Indonesia

Pada 2005, konflik terjadi antara Saiful Mujani dan Denny J.A. Denny kemudian memisahkan diri dan membentuk Lingkaran Survei Indonesia. Lingkaran awalnya dibentuk Lembaga Survei Indonesia, yang mengembangkan sayap bisnis jasa konsultasi politik.

### Charta Politika

Bima Arya, Burhanuddin Muhtadi, dan Yunarto Wijaya mendirikan Charta pada 2008. Selain mengerjakan pesanan survei, Charta merupakan konsultan politik. Pasangan Alex Noerdin-Nono Sampono dalam pemilihan Gubernur Jakarta adalah kliennya. Burhanuddin kemudian keluar dan bergabung sebagai Direktur Komunikasi Publik Lembaga Survei Indonesia.

### PolMark Indonesia

Didirikan pengamat politik Eep Saefulloh Fatah pada 20 Oktober 2009. Lembaga ini menyediakan layanan konsultasi politik, pemenangan pemilu, pemasaran kebijakan, dan manajemen partai. Di Jakarta, PolMark menggarap pasangan calon gubernur Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama.

### Cirus Surveyors Groups

Andrinof A. Chaniago mendirikan lembaga ini setelah ikut andil mendirikan Lembaga Survei Indonesia. Ia mengklaim Cirus satu-satunya lembaga survei yang independen dengan tak menyediakan jasa konsultasi politik.

### Indobarometer

Didirikan M. Qodari, peneliti kecenderungan dan perilaku politik lulusan Essex University, Inggris, setelah ia keluar dari Lingkaran Survei Indonesia dan Lembaga Survei Indonesia pada 2006.

## Trivia

### QUICK COUNT

Hitung cepat setelah pemungutan suara ditutup. Datanya diambil dari sampel tempat pencoblosan yang dipilih secara acak, biasanya sepuluh persen dari total jumlah tempat pemungutan suara.

### EXIT POLL

Survei dengan mewawancarai sampel acak pemilih yang baru keluar dari tempat pemungutan suara. Pertanyaannya tentang calon yang dipilih, juga data politik dan identitas responden.

### ELEKTABILITAS

Tingkat keterpilihan seseorang berdasarkan sebuah survei.

### SAMPEL

Metode paling umum dalam pengambilan sampel adalah pemilihan acak, multistrata, dan proporsional. Jumlah sampel tak ditentukan secara baku. Dalam survei politik, responden adalah individu yang dipilih secara acak dari anggota rumah tangga. Rumah tangga dipilih acak dalam satu wilayah rukun tetangga, yang diambil acak dari kelurahan.

### VERIFIKASI

Lembaga survei yang bonafide membuat metode verifikasi bagi pewawancaranya dengan menylipkan lembar cek. Satu lembar disimpan responden dan satu lembar dibawa peneliti untuk diserahkan ke supervisor. Supervisor akan mengambil ke lapangan lembar cek secara acak, biasanya 10 persen dari jumlah responden.

BAGJA HIDAYAT, INFOGRAFIS: DJUNAEDI