

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH OLEH GENERASI MILLENNIAL KABUPATEN BOGOR

Fonny Meta Fernanda¹, Lindawati Kartika²

IPB University, Bogor, Indonesia^{1,2}
E-mail: fonnymf9794@gmail.com

ABSTRAK

Pada 27 Juni 2018 diadakan pemilihan kepala daerah (pilkada) di seluruh Indonesia, termasuk kabupaten Bogor. Di kabupaten Bogor generasi millennial mencapai 58 persen dari 5 587 390 jiwa, sehingga suara generasi millennial dapat memengaruhi suara pilkada Bupati kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik generasi millennial, persepsi kepengikutan generasi millennial dan model kepemimpinan, analisis faktor – faktor memengaruhi generasi millennial dalam keputusan pemilihan Bupati kabupaten Bogor. Sumber data didapatkan melalui kuisioner, wawancara, dan kajian literatur. Metode penarikan sampel menggunakan snowball dan quota sampling. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor, dan net promoter score. Hasil penelitian menunjukkan faktor yang memengaruhi keputusan pemilihan adalah faktor pribadi dengan indikator penyediaan lapangan kerja baru untuk masyarakat dan hasil net promoter score adalah detractor.

Kata kunci: *analisis faktor, generasi millennial, net promoter score, pilkada, snowball sampling*

ABSTRACT

On 27 June 2018 regional head elections (pilkada) were held throughout Indonesia, including the Bogor district. In Bogor district, the millennial generation reaches 58 percent of 5 587 390 people, so that the votes of the millennial generation can influence the vote for the Bogor regency Regent election. The purpose of this study was to analyze the characteristics of the millennial generation, perceptions of the participation of the millennial generation and leadership models, to analyze the factors affecting the millennial generation in the decision to elect the Regent of Bogor regency. Sources of data obtained through questionnaires, interviews, and literature review. The sampling method uses snowball and quota sampling. Data analysis used descriptive analysis, factor analysis, and net promoter score. The results showed that the factors that influence the election decision are personal factors with the indicator of the provision of new jobs for the community and the net promoter score is the detractor.

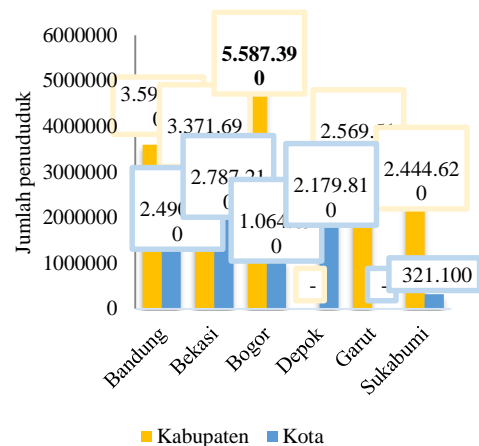
Keywords: *factor analysis, millennial generation, net promoter score, pilkada, snowball sampling*

PENDAHULUAN

Indonesia, merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 261 890 900 jiwa. Sehingga Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk pertama di ASEAN (BPS, 2018). Sistem politik yang diterapkan di Indonesia adalah demokrasi pancasila. Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang tata cara pelaksanaan pemilihan kepala daerah (pilkada) Gubernur, Bupati, dan Walikota yang dipilih langsung oleh masyarakat dengan jujur dan adil.

Pada 27 Juni 2018 telah dilaksanakan pilkada secara bersama di Indonesia, seperti di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat. Tahun 2016 jumlah penduduk Jawa Barat sebanyak 47.38 juta jiwa, sehingga menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia (BPS, 2017). Luas provinsi Jawa Barat mencapai 35 377.76 km² yang terdiri delapan belas kabupaten dan sembilan kota. Jumlah penduduk terbesar pada daerah provinsi Jawa Barat dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1 Jumlah penduduk kabupaten dan kota di provinsi Jawa Barat



Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat dalam angka (2017)

Keterangan: Cetak tebal adalah objek yang diamati

Gambar 1 menjelaskan bahwa jumlah penduduk terbanyak dikabupaten dan kota provinsi Jawa Barat. Jumlah penduduk terbanyak adalah kabupaten Bogor, sejumlah 5 587 390 jiwa. Penduduk di Kabupaten Bogor diharapkan menjadi daerah dengan partisipasi politik terbaik pada pelaksanaan pilkada serentak tahun 2018.

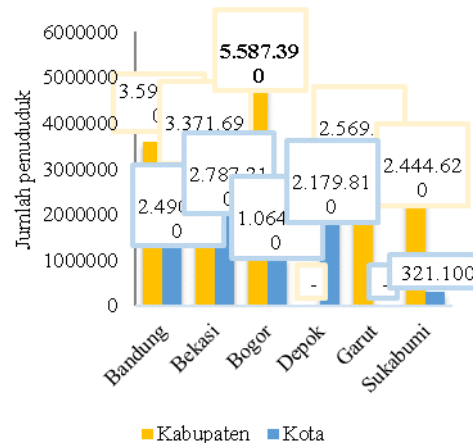
Partisipasi politik, ialah masyarakat yang ikut serta dalam pemilihan umum (pemilu) dan pemilihan kepala daerah (pilkada), menjadi anggota aktif dalam suatu partai politik atau organisasi masyarakat. Partisipasi politik penuh dari masyarakat sangat diharapkan dalam kesuksesan penyelenggaraan pemilu dan pilkada. Namun, adapula masyarakat yang tidak menjadi

partisipasi politik dengan cara tidak menggunakan hak suara dalam penyelenggaraan pemilu dan pilkada. Gerakan ini disebut abstain atau secara umum disebut golongan putih.

Berdasarkan data KPU kabupaten Bogor, tingkat partisipasi politik di kabupaten Bogor mengalami peningkatan pada tahun 2013. Sedangkan yang tidak menggunakan hak pilihnya mengalami penurunan dibanding periode pemilu sebelumnya yaitu tahun 2008. Oleh sebab itu kabupaten Bogor dapat dijadikan sebagai percontohan daerah dengan partisipasi politik yang baik.

Masyarakat kabupaten Bogor yang dapat menjadi partisipasi politik diatur dalam Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017 menjelaskan, warga Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah genap berusia 17 tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah kawin, berhak menjadi partisipasi politik dalam pemilihan umum (pemilu) atau pilkada (pemilihan kepala daerah). Tahun 2018 Generasi *baby boomers*, X, dan Y (*millennial*) merupakan generasi yang berpartisipasi dalam pemilu dan pilkada, karena ketiga generasi tersebut sudah berada diatas 17 tahun. Jumlah penduduk kabupaten Bogor yang berdasarkan generasi dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 2 Jumlah penduduk kabupaten Bogor berdasarkan generasi



Sumber : Kabupaten Bogor dalam angka (2017)

Keterangan: Cetak tebal adalah objek yang diamati

Gambar 3 menunjukkan jumlah penduduk kabupaten Bogor berdasarkan generasi sebanyak 3 335 275 jiwa. Generasi Y (*millennial*) memiliki jumlah penduduk paling banyak mencapai 58 persen (1 951 830 jiwa). Partisipasi politik dari generasi *millennial* besar, dapat memengaruhi perolehan suara untuk kandidat, sehingga perlu diperhatikan oleh pemerintah dan calon pemimpin kabupaten Bogor.

Pilkada 27 Juni 2018 diikuti oleh 3 294 825 jiwa daftar pemilih tetap, jumlah yang besar sehingga perlu diperhatikan oleh pemerintah dan calon pemimpin kabupaten Bogor. Pasangan calon pemimpin Bupati dan Wakil Bupati harus bisa menyampaikan bagaimana visi dan misi, program kerja, kampanye yang dilakukan, serta prestasi kerja yang sudah dicapai kepada masyarakat. Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor terdiri dari lima pasang yang mana setiap

pasangan memiliki visi dan misi untuk menjejahterakan masyarakat dan daerah kabupaten Bogor. Lima pasangan tersebut tidak secara keseluruhan memiliki dukungan dari partai politik. Terdapat dua pasangan yaitu nomor empat dan lima yang bersifat independen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu adanya analisis persepsi tipe kepengikutan serta faktor-faktor yang memengaruhi generasi millennial dalam keputusan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor mengingat generasi tersebut memiliki jumlah penduduk terbesar di kabupaten Bogor.

KAJIAN PUSTAKA

Terdapat beberapa kajian yang menjadi Pustaka penelitian terdahulu dalam penelitian ini. Helmi (2017) dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa generasi C dan generasi Y memiliki kebiasaan yang berbeda dalam pengalaman emosional dan loyalitas. Irfan (2017) mengungkapkan faktor-faktor baru yang memengaruhi keputusan pembelian suatu produk di Kota Bogor. Faktor-faktor tersebut seperti kualitas produk, kehandalan operasional, gengsi, lingkungan fisik, tampilan produk, gaya hidup, psikologis, promosi dan citra. Sedangkan faktor paling memengaruhi adalah kualitas produk.

Kajian selanjutnya yaitu dilakukan oleh Rifky R., *et al* (2016) tentang tipe *Followership* (Kelley's Model) Pada Karyawan PT Sinar Niaga

Sejahtera. Dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa pada karyawan PT Sinar Niaga Sejahtera memiliki tipe pengikut yang berbeda dari kelima subjek. A termasuk tipe *sheep followers*. B tipe *pragmatics follower*. Subjek C,D, dan E tipe *the yes people*.

Haryadi D., *et al* (2015) melakukan penelitian deskriptif tentang melek politik (*Political Literacy*) dalam Pemilu DPR, DPD dan DPRD tahun 2014 di Kabupaten Sukabumi. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif antara kemampuan melek politik dengan partisipasi politik. Kemampuan melek politik yang semakin baik maka partisipasi politik akan semakin meningkat.

Studi terakhir yaitu dilakukan oleh (Arifin & Trinas, 2015) yang menunjukkan adanya faktor masyarakat dalam keputusan Pemilu Presiden 2014 yaitu: (1) kesadaran rasional yang tinggi, maka berpartisipasi aktif sebagai pemilih. (2) Tingkat pendidikan dan ekonomi tidak memengaruhi perilaku pemilih, (3) Masyarakat sudah memiliki informasi dan pengetahuan politik, sehingga memilih berdasarkan program kerja yang ditawarkan

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer ini diperoleh dengan cara memberikan kuisioner dan wawancara langsung kepada responden. Data sekunder

merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung dari responden. Sumber data sekunder ini diperoleh dari buku, jurnal, data dari badan pusat statistik kabupaten Bogor dan Jawa Barat, dan website resmi Komisi Pemilihan Umum.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Agustus 2018. Daerah yang dipilih merupakan delapan kecamatan terbesar, yakni Cibinong, Gunung Putri, Bojong Gede, Cileungsi, Citereup, Sukaraja, Ciampea, dan Pamijahan. Penentuan sampel dilakukan dengan metode survei dan Teknik pengumpulan data kuesioner. Populasi pada penelitian ialah masyarakat *millennial* kabupaten Bogor, berusia 18 sampai 36 tahun, status pekerjaan Bekerja (wirausaha, manajer, *self preneur*, atau ketua organisasi) dengan tingkat pendidikan minimal Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 3 294 825 jiwa. Penentuan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dengan nilai kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah responden sebanyak 100 responden. Metode penarikan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Siregar 2013). Metode penarikan sampel menggunakan metode *snowball sampling*, yakni teknik penentuan

sampel yang semula jumlahnya kecil kemudian membesar hingga memenuhi ukuran sampel. Kuisisioner disebarakan secara online.

Metode pengolahan data menggunakan aplikasi *software* microsoft excel dan SPSS 23. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis faktor dan *Net Promoter Score* (NPS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Pilkada Kabupaten Bogor 2018

Pilkada serentak telah dilaksanakan pada 27 Juni 2018, kabupaten Bogor menjadi salah satu daerah yang ikut serta dalam penyelenggaraan pilkada. Hal ini menunjukkan pilkada Bupati sudah diselenggarakan sebanyak tiga kali. Pilkada Bupati dan Wakil Bupati diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) bekerjasama dengan Pemerintah kabupaten Bogor (Pemkab). Kabupaten Bogor memiliki 7635 tempat pemungutan suara (TPS), serta 3 294 825 jiwa yang sudah menjadi daftar pemilih tetap (DPT). KPU kabupaten Bogor menetapkan hasil perolehan suara pilkada Bupati dan Wakil Bupati dimenangkan oleh pasangan Ade Yasin dan Iwan Setiawan, SE dengan jumlah suara sah 912 221 atau 41.12 persen. Hal ini menunjukkan dalam periode 2018 sampai 2023 kabupaten Bogor akan dipimpin oleh Bupati Ade Yasin dan Wakil Bupati Iwan Setiawan, SE. KPU kabupaten bogor pada menetapkan target partisipasi politik 74.9 persen.

Jumlah suara sah pada pilkada kabupaten Bogor sebanyak 2 218 296 atau 67.3 persen dan jumlah suara tidak sah sebanyak 1 076 529 surat suara atau 32.6 persen. Jumlah suara dari pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Bogor 2018

| No | Nama kandidat | Jumlah suara sah | Persen (%) |
|----|--|------------------|--------------|
| 1 | H. Fitri Putra Nugraha, S.Sos H.R. Bayu Syahjohan | 177 153 | 7.99 |
| 2 | Ade Yasin H.Iwan Setiawan, SE | 912 221 | 41.12 |
| 3 | H. Ade Ruhandi – Jaro Ade, SE Ingrid Maria Palupi Kansil, S.Sos | 859 444 | 38.74 |
| 4 | Ir. H. Gunawan Hasan Ficky Rhoma Irama | 100 745 | 4.54 |
| 5 | Ade Wardhana Adinata, SE, MM H. Asep Ruhiyat, S.Sos, MM | 168 733 | 7.61 |

Sumber: KPU kabupaten Bogor (2018)

Keterangan: Cetak tebal adalah hasil terbesar

1. Hasil Identifikasi Analisis Deskriptif Persepsi Konsumen

Analisis deskriptif pada persepsi responden dilakukan untuk menunjukkan bagaimana persepsi responden masyarakat kabupaten Bogor. Analisis deskriptif ini terdiri dari proses keputusan pemilihan, diantaranya yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pemilihan.

Pengenalan Kebutuhan

Proses keputusan pemilihan dimulai dengan pengenalan kebutuhan masyarakat. Pengenalan kebutuhan berdasarkan bauran pemasaran jasa terdiri dari beberapa faktor, diantaranya adalah *direct marketing*, *personal selling*, promosi penjualan, distribusi, dan lingkungan fisik. Proses pengenalan kebutuhan dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2 Pengenalan kebutuhan

| Faktor / Variabel | Pernyataan | Indikator | Orang | % |
|-------------------------------------|--|--|-----------|-----------|
| Promosi (<i>Personal selling</i>) | Persepsi masyarakat dengan pendekatan dari Paslon yang paling memengaruhi dalam pilbup 2018 | Mengadakan forum diskusi bersama warga | 60 | 60 |
| Promosi (<i>Direct marketing</i>) | Persepsi masyarakat metode komunikasi dilakukan kandidat yang paling memengaruhi dalam pilbup 2018 | Interaksi secara langsung | 77 | 77 |
| Promosi (Promosi penjualan) | Persepsi masyarakat dalam metode memperkenalkan kandidat paling efektif dalam pilbup 2018 | Kunjungan ke daerah (blusukan) | 75 | 75 |
| Distribusi (Tempat) | Persepsi masyarakat Interaksi paling efektif dari kandidat dalam pilbup 2018 | Kunjungan politik ke daerah (blusukan) | 75 | 75 |
| Lingk. Fisik | Persepsi masyarakat terhadap persaingan antara kandidat dalam pilbup 2018 | Tidak tahu | 50 | 50 |

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 2 menunjukkan pengenalan kebutuhan masyarakat yang paling banyak dipilih responden, berdasarkan bauran pemasaran jasa adalah promosi (*direct marketing*) dengan indikator interaksi secara langsung yang dilakukan oleh kandidat dengan masyarakat sejumlah 77 persen. Selain itu indikator kunjungan politik ke daerah (blusukan) menjadi potensi suara terbesar, menjadi metode yang paling tepat dilakukan oleh kandidat untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan kandidat dirasakan kehadirannya di masyarakat kabupaten Bogor.

Pencarian Informasi

Pencarian informasi dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran jasa ini diantaranya terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, manusia, lingkungan fisik, dan proses. Proses pencarian informasi dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Pencarian informasi

| Faktor / Variabel | Pernyataan | Indikator | Oran % | % |
|-------------------|---|-------------------------------------|--------|----|
| Produk | Persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan produk yang paling memengaruhi dari kandidat dalam pilbud 2018 | Program kerja | 58 | 58 |
| | Faktor utama dalam memutuskan pilihan paslon Bupati dan Wakil Bupati | Rekam jejak (<i>Track record</i>) | 57 | 57 |

| | | kabupaten Bogor 2018 | | |
|-------------------------|---|-------------------------------|----|----|
| Promo (Iklan) | Media kampanye iklan yang paling memengaruhi dalam keputusan pemilihan Bupati kabupaten Bogor 2018 | Iklan televisi | 34 | 34 |
| Promo (Public relation) | Media sosial yang paling memengaruhi dalam melakukan keputusan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018 | Televisi (Acara debat publik) | 58 | 58 |
| People | Karakter paling utama yang harus dimiliki paslon Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018 | Jujur dan amanah | 69 | 69 |
| Proses | Persepsi masyarakat berdasarkan sumber informasi pertama kali tentang paslon Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018 | Teman | 21 | 21 |

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 3 menjelaskan pencarian informasi bauran pemasaran. Data menunjukkan dalam factor/variable produk mayoritas responden memilih indikator program kerja dengan jumlah 58 persen sebagai produk utama. Hal ini

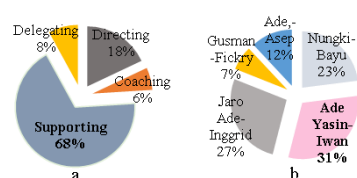
menunjukkan program kerja yang baik dan dapat direalisasikan kandidat menjadi faktor utama masyarakat dalam memutuskan pilihan. Sedangkan pada faktor harga, mayoritas responden memilih rekam jejak (*track record*), dengan jumlah 57 persen. Hal ini menunjukkan pemimpin dengan rekam jejak prestasi kerja dan perilaku yang baik menjadi faktor utama dalam memutuskan pemilihan. Variabel selanjutnya yaitu promosi periklanan dipilih oleh responden dengan jumlah 34 persen yang berasal dari iklan televisi. Variabel Hubungan masyarakat (*public relation*) dari kandidat yang paling memengaruhi masyarakat adalah televisi dalam acara debat publik dengan jumlah 58 persen. Hal ini menunjukkan masyarakat akan lebih mengenal para kandidat dengan cara melihat dan mendengar jawaban dari setiap kandidat dalam menjawab pertanyaan, dan menyatakan program kerja, yang di janjikan untuk direalisasikan, jika terpilih sebagai pemimpin. Responden (*People*) menyatakan karakter paling utama harus dimiliki oleh seorang pemimpin berdasarkan jawaban responden adalah jujur dan amanah dengan jumlah 69 persen. Proses pencarian informasi mayoritas responden menjawab pertama kali mendapatkan informasi mengenai pilkada Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018 berasal dari teman dengan jumlah 21 persen Hasil ini menunjukkan semua faktor dominan diatas menjadi salah satu perhatian penting bagi masyarakat untuk mencari

informasi kandidat pemimpin kepala daerah.

Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif pada penelitian ini menggambarkan bagaimana responden berdasarkan pada tipe kepengikutan dan karakteristik generasi *millennial* dari masyarakat kabupaten Bogor. Hasil pengenalan kebutuhan generasi *millennial* dapat dilihat pada Gambar 3

Gambar 3 Tipe kepengikutan masyarakat kabupaten Bogor

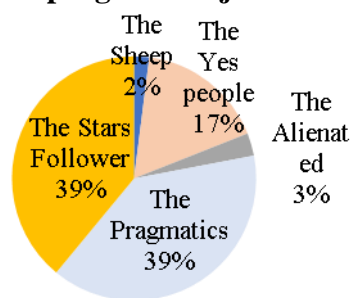


Sumber: Kelley (2008), Data diolah (2018)

Gambar 3 menjelaskan bahwa mayoritas responden adalah masyarakat yang memiliki tipe kepengikutan *The Pragmatics* dan *The Stars Follower* dengan nilai 39 persen atau masing-masing berjumlah 39 orang. Hal ini menunjukkan masyarakat kabupaten Bogor merupakan pengikut yang aktif dalam mengeluarkan pendapat atau ide, mampu dan mau akan mengerjakan suatu tugas, serta akan mendukung program kerja dari pemimpin yang terpilih. Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat generasi *millennial* yang berusia dari 18 tahun sampai 36 tahun. Berdasarkan jawaban dalam kuisisioner karakteristik generasi *millennial* mayoritas menjawab adalah kritis, aktif, berpikir secara terbuka, mandiri, kreatif, dan memanfaatkan

teknologi dalam mencari informasi. Persepsi masyarakat berdasarkan model kepemimpinan yang diinginkan dan program kerja ini dapat dilihat pada Gambar 4

Gambar 4 Model kepemimpinan dan program kerja



Sumber: Data diolah (2018)

Keterangan: a. Model Kepemimpinan
 b. Program kerja Cetak tebal merupakan hasil paling dominan

Gambar 4 adalah evaluasi alternatif dari model kepemimpinan yang dibutuhkan oleh masyarakat kabupaten Bogor yakni, model kepemimpinan, responden mayoritas memilih jawaban *supporting* dengan karakter dari pemimpin ini adalah pemimpin yang senang melibatkan anggota dalam pembuatan dan pengambilan keputusan, serta mendengarkan dan memberikan. Program kerja yang diinginkan memilih pemimpin yang memiliki program kerja dari kandidat nomor dua, ialah Ade Yasin dan H. Iwan Setiawan, SE dengan jumlah 31 persen menjadikan kabupaten Bogor yang nyaman dan menjadi daerah yang maju, serta menciptakan dan menyediakan tenaga handal, kualitas pelayanan baik, cepat dan transparan.

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan pada penelitian ini berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, diantaranya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

Faktor budaya dalam pengambilan keputusan memperoleh hasil dari banyaknya modus setiap pertanyaan pada masing-masing indikator memiliki nilai yang berbeda. Dalam faktor budaya ini, indikator yang paling mendominasi adalah indikator *gender*. Mayoritas responden menjawab setuju memilih pemimpin berdasarkan persamaan gender. Hal ini menunjukkan kesetaraan gender di lingkungan masyarakat tidak bisa disamakan antara laki-laki dan perempuan. Responden menganggap yang pantas sebagai pemimpin adalah laki-laki. Karena sesuai dengan ajaran agama dan kebiasaan masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh, persepsi masyarakat dalam mengambil keputusan berdasarkan faktor sosial tidak dipengaruhi oleh indikator keluarga, teman, kelompok organisasi dan partai politik. Hal ini disebutkan dalam pertanyaan terbuka faktor yang memengaruhi selain faktor yang disebutkan. Responden menjawab hal yang paling memengaruhi dalam mengambil keputusan adalah kepribadian atau karakter dari kandidat pemimpin itu sendiri.

Selanjutnya pada persepsi masyarakat dalam melakukan proses pengambilan keputusan berdasarkan faktor pribadi, mayoritas responden

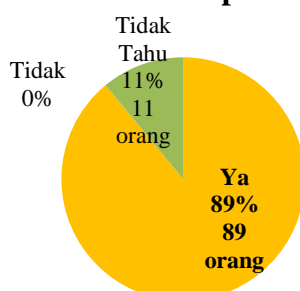
menjawab setuju. Indikator dalam faktor pribadi diantaranya pekerjaan, kebutuhan, citra pribadi, dan kepribadian dari kandidat Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018. Hal ini menunjukkan faktor pribadi menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memutuskan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor.

Sedangkan pada persepsi masyarakat dalam melakukan proses pengambilan keputusan faktor psikologi mayoritas responden menjawab setuju. Indikator dari faktor psikologi ini diantaranya adalah motivasi, persepsi, kepercayaan dan keyakinan. Hal ini menunjukkan faktor psikologi memiliki peran penting dalam memutuskan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018.

Perilaku Pasca Pemilihan

Perilaku pasca pemilihan pada penelitian ini berupa pernyataan jawaban dari responden, jika pasangan calon pemimpin yang mereka pilih ternyata tidak menang. Apakah akan mendukung program kerja dari pasangan calon yang terpilih. Perilaku pasca pemilihan dapat dilihat pada Gambar 5

Gambar 5 Perilaku pasca pemilihan



Sumber: Data diolah (2018)

Keterangan: Cetak tebal merupakan hasil paling dominan

Gambar 5 perilaku pasca pemilihan Bupati yang dilakukan responden menunjukkan hasil 89 persen atau 89 orang akan terus mendukung program kerja pasangan Bupati dan Wakil Bupati yang terpilih sebagai pemenang. Hasil ini menunjukkan respon dari masyarakat yang positif untuk mendukung program kerja siapapun pemimpinnya.

2. Hasil Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pilkada

Faktor-faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor perilaku konsumen yang terdiri dari empat variabel yang membentuk enam belas indikator. Pada tahap pertama dalam penelitian ini nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* di *KMO and Bartlett's test* menunjukkan hasil senilai 0.765 yang menunjukkan analisis faktor pada penelitian layak dilakukan karena nilai berkisar pada nilai 0.5 sampai 1.

Tahap kedua melihat nilai di tabel *anti-image matrices* dalam penelitian ini yang menunjukkan terdapat enam indikator yang memiliki nilai dibawah 0.5 sehingga perlu dieliminasi/tidak dimasukkan dalam tahap analisis selanjutnya. Indikator yang dihilangkan diantaranya adalah popularitas, agama, faktor sosial dari keluarga, teman, kelompok organisasi, dan partai politik.

Tahap ketiga dalam analisis faktor yaitu dengan ekstraksi *principal components analysis* (PCA) dihasilkan nilai *communalities* yang terdiri dari

initial dan *extraction*. Metode ini menghasilkan nilai *total variance explained* yang menunjukkan nilai *eigenvalues*. Nilai *eigenvalues* lebih dari 1 menunjukkan pada setiap faktor mampu mewakili indikator yang dianalisis dan ditunjukkan oleh besarnya *varians* yang dijelaskan. Pada penelitian ini terdapat empat faktor baru yang memiliki nilai *eigenvalues* lebih dari satu. Tahap ke empat adalah rotasi, hasil akhir pada dari keseluruhan tahap analisis faktor terdapat tiga faktor baru yang terbentuk yaitu budaya, pribadi dan psikologi. Faktor budaya yang paling mendominasi adalah persamaan ideologi antara masyarakat dengan kandidat, dengan *loading factor* 0.787. Hal ini menunjukkan kandidat yang memiliki persamaan ideologi dengan masyarakat dapat memenangkan suara pilkada. Persamaan ideologi ini diantaranya pemahaman politik, program kerja yang disediakan kandidat yang mampu menjawab masalah di masyarakat. Faktor pribadi indikator yang paling dominan adalah kemampuan pemimpin dalam menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat n nilai *loading factor* 0.839. Hal ini menunjukkan masyarakat akan memilih kandidat dengan program kerja membuka lapangan pekerjaan baru, untuk masyarakatnya yang juga akan meningkatkan perekonomian kabupaten Bogor dan menurunkan tingkat pengangguran di kabupaten Bogor. Faktor psikologi yang mendominasi adalah motivasi dengan nilai *factor loading* 0.788. Hal ini menunjukkan

antusias dari masyarakat mengikuti pilkada karena kandidat yang mereka pilih akan membawa perubahan yang lebih baik.

3. Hasil Evaluasi Pilkada dengan Metode Net Promoter Score

Evaluasi dalam pelaksanaan Pilkada Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor 2018. Penelitian ini menggunakan nilai *NPS* untuk mengetahui apakah responden akan merekomendasikan kandidat yang mereka pilih, bersifat pasif atau tidak merekomendasikan kandidat yang mereka pilih. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4 Hasil net promoter score (NPS)

| No | Kategori | Jumlah responden |
|----|------------------|------------------|
| 1 | <i>Promoter</i> | 2 |
| 2 | <i>Passive</i> | 78 |
| 3 | <i>Detractor</i> | 20 |

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 4 *Net promoter score* pada penelitian dari 100 responden menjawab pada kategori *passive* dengan jumlah 78 persen, *detractor* 20 persen, dan *promoter* 2 persen. Hal ini menunjukkan hasil *net promoter score* adalah 20 persen (*detractor*), hasil tersebut menjelaskan responden yang merasa tidak puas dan tidak akan merekomendasikan calon pemimpin daerah manapun dan cenderung mengajak untuk tidak berpartisipasi dalam pilkada (*abstain*).

4. Hasil Persepsi Responden Pada Pertanyaan Terbuka

Pertanyaan terbuka yang dibuat oleh peneliti untuk mendapatkan

jawaban responden yang lebih mendalam. Pertanyaan terbuka ini terdiri satu buah pertanyaan berupa tanggapan dari masyarakat kabupaten Bogor mengenai deskripsi atau kriteria pemimpin yang diinginkan untuk memimpin kabupaten Bogor. Jawaban responden pada pertanyaan terbuka ini dibebaskan tidak terikat pada faktor kriteria yang dicantumkan sebelumnya oleh peneliti. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5 Hasil persepsi responden pada pertanyaan terbuka

| No | Persepsi responden | Jumlah Orang | Jumlah Persen |
|----------|--|--------------|---------------|
| 1 | Realisasi janji dan program kerja selama masa kampanye | 52 | 52 |
| 2 | Religius | 10 | 10 |
| 3 | Berpikiran visioner dan cerdas dalam menyelesaikan masalah | 11 | 11 |
| 4 | Memiliki kepribadian yang adil dan tegas | 12 | 12 |
| 5 | Mampu meningkatkan perekonomian kabupaten Bogor dengan cara menyediakan lapangan kerja baru untuk masyarakat diberbagai sektor | 15 | 15 |
| Subtotal | | 100 | 100 |

Sumber: Data diolah (2018)

Tabel 5 menjelaskan persepsi responden terhadap kriteria pemimpin yang diinginkan, yakni sebanyak 52 responden menginginkan pemimpin yang terpilih untuk realisasi janji-janji yang diberikan selama masa kampanye,

dan melaksanakan program kerja yang dibuat sebaik-baiknya. Hal ini menunjukkan program kerja yang dibuat haruslah bisa menyelesaikan masalah dimasing-masing daerah kabupaten Bogor dan dapat hasil positif yang dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat di kabupaten Bogor.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diungkapkan berdasarkan hasil penelitian diantaranya yaitu karakteristik dari generasi *millennial* masyarakat kabupaten Bogor kritis, aktif, berpikir secara terbuka, mandiri, kreatif, dan memanfaatkan teknologi dalam mencari informasi.

Tipe kepengikutan masyarakat generasi *millennial* mayoritas termasuk dalam tipe *the pragmatics* dan *the star followership*. Hal ini juga mengungkapkan masyarakat menginginkan tipe pemimpin yang berperan serta (*participating* atau *supporting*) dengan karakter dari pemimpin ini adalah pemimpin yang senang melibatkan anggota dalam pembuatan dan pengambilan keputusan, serta mendengarkan dan memberikan solusi pada bawahan.

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemilihan dalam pilkada Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor terdiri dari tiga faktor baru, yakni faktor pribadi, psikologi, dan budaya. Indikator utama dalam keputusan pemilihan adalah kandidat dengan program kerja menyediakan

lapangan kerja baru untuk masyarakat terdapat pada faktor pribadi.

Pembelian Sate Maranggi di Kota Bogor. Skripsi tidak Diterbitkan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Trinas, D. (2015). *Perilaku Pemilih Pemilihan Umum Presiden Tahun 2014 di Kabupaten Kediri*. *Journal Diversi*, 114-253.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Indonesia*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka Bandung* (ID) : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Kabupaten Bogor Dalam Angka Bogor* (ID) :Badan Pusat Statistik.
- Haryadi, D *et al.* (2015). *Studi Deskriptif Tentang Melek Politik (Political Literacy) dalam Pemilu DPR, DPD, dan DPRD, tahun 2014 di Kabupaten Sukabumi*. *Jurnal Komisi Pemilihan Umum*
- Irfan, F. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan*
- Kelley, RE. (2008). *The Art of Followership: Rethinking Followership*. Riggio RE *et al*, editor. San Fransisco (US) : Jossey-Bass
- Komisi Pemilihan Umum. *Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati kabupaten Bogor*. Diakses pada 28 April 2018. Tersedia pada: <https://kab-bogor.kpu.go.id/berita/kpu?start=5>
- Rifky, R., Indi, D., Rini, N. (2016). *Pemetaan Tipe Followership (Kelley's Model) Pada Karyawan PT Sinar Niaga Sejahtera*. *Tesis tidak Diterbitkan*, Semarang: Thesis Program studi Magister Manajemen Fakultas ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Siregar S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta (ID) : Kencana.