



KAJIAN PENGAWASAN
**Dana Kampanye
Pemilu 2024**



BAWASLU

BADAN PENGAWAS PERILAKU UMUM



KAJIAN PENGAWASAN

Dana Kampanye Pemilu 2024

UNDANG - UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu hak cipta atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah);
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Kajian Pengawasan **Dana** **Kampanye** Pemilu 2024

**Muhammad Habibi, Anwar Fauzi, Marissa Laila Ramadhani,
Irvanus Destavino, Rizky Dwi Kusuma**



Kajian Pengawasan Dana Kampanye Pemilu 2024

Jakarta © 2025, Badan Pengawas Pemilihan Umum

Penulis: Muhammad Habibi, Anwar Fauzi, Marissa Laila
Ramadhani, Irvanus Destavino, Rizky Dwi Kusuma
Editor: Saepudin, Mustofa Hadi, Muhammad Subhan NU
Desain Cover dan Tata Letak: Dwiki C.H

Diterbitkan oleh **Badan Pengawas Pemilihan Umum**
Jl. M.H. Thamrin No.14, RT.8/RW.4, Gondangdia, Kec. Menteng,
Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350
Surel: e-lib@bawaslu.go.id
Web: www.bawaslu.go.id

Referensi | Non Fiksi | R/D
xvii+ 190 hlm. ; 14,5 x 21 cm
No. ISBN : 978-623-6188-88-0
No. ISBN (PDF) : 978-623-6188-77-4 (PDF)

Cetakan Pertama, 2025



Hak cipta dilindungi undang - undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis penerbit.

All right reserved

KATA PENGATAR

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia menandai sebuah momen krusial dalam sejarah demokrasi negara ini. Pemilu bukan hanya tentang memilih pemimpin, tetapi juga mengenai bagaimana setiap aspek dari proses pemilihan tersebut dijalankan dengan integritas dan transparansi. Salah satu aspek terpenting dalam hal ini adalah pengelolaan dan pengawasan dana kampanye. Buku "Kajian Pengawasan Dana Kampanye Pemilu 2024" ini didedikasikan untuk memberikan wawasan yang mendalam dan analitis mengenai mekanisme, tantangan, serta solusi dalam pengawasan dana kampanye. Dengan fokus pada Pemilu 2024, buku ini bertujuan untuk memberikan pandangan yang objektif dan menyeluruh tentang dinamika pengelolaan keuangan dalam politik, serta implikasi dari praktik-praktik yang dilakukan.

Bab I, yang berjudul "Pendahuluan", menyediakan latar belakang yang mendalam mengenai pentingnya pengawasan dana kampanye, serta pertanyaan-pertanyaan kajian yang mengarahkan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan metodologi kajian yang digunakan, memberikan pembaca kerangka berpikir yang jelas tentang pendekatan yang diambil dalam penelitian ini. Dengan memberikan konteks dan latar belakang yang kuat, Bab I menjadi fondasi yang kokoh untuk pembahasan lebih lanjut dalam buku ini.

Dalam Bab II, "Problematika Pelaporan Dana Kampanye Pemilu 2019", kami menggali lebih dalam ke dalam tantangan yang dihadapi selama Pemilu Legislatif 2019 dan Pemilihan Kepala Daerah 2020. Bab ini menyajikan tinjauan teoritis serta analisis kasus yang mengungkapkan kompleksitas yang terlibat dalam proses pelaporan dana kampanye. Melalui eksplorasi mendalam tentang isu-isu yang muncul, Bab ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola tertentu dan memberikan solusi terhadap masalah yang ada, yang bisa menjadi pelajaran berharga untuk pemilu yang akan datang.

Bab III, "Kebijakan Dana Kampanye Pemilihan Umum Serentak Tahun 2024", merupakan tinjauan komprehensif tentang kebijakan-kebijakan terkini yang mengatur dana kampanye. Bab ini tidak hanya membahas sumber dan bentuk dana kampanye, tetapi juga batasan-batasan dan regulasi yang berlaku. Terdapat juga pembahasan tentang pendanaan kampanye oleh negara, rekening khusus dana kampanye, mekanisme pembukaan dan penutupan rekening tersebut, serta persiapan, pembukuan, dan jenis laporan yang dibutuhkan. Bab ini juga menyoroti pentingnya transparansi dan sistem informasi dalam pengawasan dana kampanye, serta menguraikan proses penyusunan dan penyampaian laporan dana kampanye, termasuk sanksi yang berkaitan dengannya.

Bab IV, berjudul "Akuntabilitas Pelaporan Dana Kampanye Pemilihan Umum", menekankan pada pentingnya akuntabilitas dalam pelaporan keuangan kampanye. Bab ini

tidak hanya membahas peran akuntan dalam proses ini, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana akuntabilitas dapat ditingkatkan. Dengan memahami bahwa pengawasan yang efektif adalah kunci untuk pelaporan yang transparan dan akuntabel, bab ini mengusulkan berbagai metode dan strategi untuk meningkatkan akuntabilitas dalam pelaporan dana kampanye.

Terakhir, Bab V, "Modus Pelanggaran Dana Kampanye dan Pemantauan Rekening Khusus Dana Kampanye", membahas secara detail berbagai bentuk pelanggaran yang bisa terjadi dalam pengelolaan dana kampanye. Dari manipulasi anggaran hingga pelanggaran aturan yang ditetapkan, Bab ini menawarkan wawasan mendalam tentang tantangan yang dihadapi dalam memantau rekening khusus dana kampanye. Melalui analisis kasus dan studi terperinci, Bab ini berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pelanggaran ini terjadi dan cara efektif dalam memantau dan mencegahnya.

Buku ini diharapkan menjadi sumber yang berharga dan informatif bagi berbagai pihak, dari akademisi, praktisi hukum, pembuat kebijakan, hingga masyarakat umum. Dengan memberikan analisis yang mendalam dan menyeluruh, kami berharap buku ini dapat membantu memajukan pemahaman tentang pengawasan dana kampanye dan berkontribusi dalam upaya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pemilihan umum di Indonesia.

DAFTAR ISI

KATA PENGATAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN/ISTILAH	xiv
RINGKASAN EKSEKUTIF	xvi
BAB I - PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Pertanyaan Kajian	21
Metode Kajian.....	23
Pengumpulan Data.....	23
Model Analisis	24
BAB II - PROBLEMATIKA PELAPORAN DANA KAMPANYE PEMILU 2019	26
Tinjauan Teoritis Pelaporan Dana Kampanye	26
Pelaporan Dana Kampanye Pemilu Legislatif Tahun 2019 .	34
Pelaporan Dana Kampanye Pemilihan Kepala Daerah 2020	80
BAB III - KEBIJAKAN DANA KAMPANYE PEMILIHAN UMUM SERENTAK TAHUN 2024	91

Sumber dan Bentuk Dana Kampanye.....	93
Batasan Dana Kampanye Peserta Pemilu	96
Pendanaan Kampanye Oleh Negara	96
Bentuk Sumbangan Dana Kampanye (berdasarkan Pasal 329 UU 7 Tahun 2017)	99
Rekening Khusus Dana Kampanye.....	100
Mekanisme Pembukaan RKDK di Bank Umum	102
Dokumen Pendukung Pembukaan RKDK.....	103
Mekanisme Penutupan RKDK di Bank Umum	105
Persiapan, Pembukuan, dan Jenis Laporan	105
Periode Pembukaan	106
Sistem Informasi dan Transparansi.....	106
Penyusunan dan Penyampaian Laporan Dana Kampanye	107
Penerimaan Laporan Dana Kampanye Peserta Pemilu ...	107
Larangan dan Sanksi	108
Sanksi Terkait Dana Kampanye Pemilu	108
BAB IV - AKUNTABILITAS PELAPORAN DANA KAMPANYE PEMILIHAN UMUM	110
Akuntabilitas dalam Pelaporan Keuangan	110
Akuntabilitas Dana Kampanye	116
Rekening Khusus Dana Kampanye.....	120

Pelaporan Dana Kampanye	122
Peran Akuntan dalam Pelaporan Dana Kampanye	124
Penerapan Akuntabilitas Keuangan dalam Pelaporan Dana Kampanye	128
Pengawasan Dana Kampanye	133
Pemecahan Permasalahan	139
BAB V - MODUS PELANGGARAN DANA KAMPANYE DAN PEMANTAUAN REKENING KHUSUS DANA KAMPANYE ...	143
Modus Pelanggaran Dana Kampanye	143
Pemantauan Rekening Khusus Dana Kampanye	158
Manipulasi Dana Kampanye	164
Dana Kampanye Dalam Aturan Pemilu	175
Manipulasi Dana Kampanye Dalam Pemilu Indonesia	178
DAFTAR PUSTAKA	187

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengeluaran Dana Kampanye Pemilu Serentak 2019	51
Gambar 2. Pengeluaran Jasa Kampanye Calon Legislatif	52
Gambar 3. Penyebaran Bahan Kampanye.....	54
Gambar 4. Produksi Iklan	56
Gambar 5. Pembuatan Alat Peraga Kampanye	59
Gambar 6. Pertemuan Terbatas	62
Gambar 7. Sumbangan kepada Calon Legislatif.....	64
Gambar 8. Rapat Umum	67
Gambar 9. Pertemuan Tatap Muka	68
Gambar 10. LPSDK Pilkada Provinsi Tertinggi	84
Gambar 11. LPSDK Pilkada Kabupaten/Kota Tertinggi	87
Gambar 12. Contoh Surat Pengantar dari KPU Provinsi/Kabupaten/Kota	104
Gambar 13. Mekanisme Penutupan RKDK di Bank Umum .	105
Gambar 14. Periode Pembukaan	106
Gambar 15. Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye	106
Gambar 16. Tahapan Penyusunan dan Penyampaian Laporan Dana Kampanye.....	107
Gambar 17. Alur Proses Dana Kampanye Pemilihan.....	152
Gambar 18. Hasil Sectoral Risk Assessment on Corruption 2017.....	153
Gambar 19. Bentuk Masuknya Dana Kampanye.....	153

Gambar 20. Alur Tahapan Dana Kampanye Pemilu Tahun 2024	154
Gambar 21. Tahapan Pemantauan dalam Pengelolaan Dana Kampanye	162
Gambar 22. Tingkat Risiko Penyedia Jasa Keuangan Pengelola RKDK.....	163
Gambar 23. Biaya Politik Indonesia.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penerimaan Dana Kampanye Pemilu Tahun 2019 ...	21
Tabel 2. Perbandingan Batasan Sumbangan Dana Kampanye	35
Tabel 3. Pengaturan Dana Kampanye menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum	36
Tabel 4. Identitas Penyumbang Partai Politik Yang Tidak Lengkap.....	70
Tabel 5. Temuan Ketidapatuhan LPPDK Partai Politik Peserta Pemilu 2019.....	72
Tabel 6. Bentuk Dana Kampanye	119
Tabel 7. Modus Pelanggaran Dana Kampanye.....	146
Tabel 8. Sanksi Pidana Dana Kampanye	156
Tabel 9. Mekanisme Pembukaan dan Penutupan RKDK	159
Tabel 10. Titik Kerawanan Dana Pemilihan.....	160
Tabel 11. Temaun Terkait Aspek Kepatuhan Laporan Dana.	180
Tabel 12. Manipulasi Penyumbang Dana Kampanye.....	183
Tabel 13. Contoh Manipulasi Belanja Kampanye.....	185

DAFTAR SINGKATAN/ISTILAH

Bawaslu	:	Badan Pengawas Pemilihan Umum
Berkarya	:	Partai Beringin Karya
BUNP	:	Badan Usaha Non Publik
Caleg	:	Calon Anggota Legislatif
Dapil	:	Daerah Pemilihan
Garuda	:	Partai Garda Republik Indonesia
Gerindra	:	Partai Gerakan Indonesia Raya
Hanura	:	Partai Hati Nurani Rakyat
KAP	:	Kantor Akuntan Publik
KPU	:	Komisi Pemilihan Umum
LADK	:	Laporan Awal Dana Kampanye
LPPDK	:	Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye
LPSDK	:	Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye
NPWP	:	Nomor Pokok Wajib Pajak
PAN	:	Partai Amanat Nasional
Paslon	:	Pasangan Calon
PBB	:	Partai Bulan Bintang
PDIP	:	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Pemilu	:	Pemilihan Umum
Perindo	:	Partai Persatuan Indonesia
Pileg	:	Pemilihan Legislatif
Pilkada	:	Pemilihan Kepala Daerah
Pilpres	:	Pemilihan Presiden
PKB	:	Partai Kebangkitan Bangsa

PKPI : Partai Keadilan dan Persatuan
PKS : Partai Keadilan Sejahtera
PPP : Partai Persatuan Pembangunan
RKDK : Rekening Kas Dana Kampanye

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kajian "Pengawasan Dana Kampanye Pemilu 2024" menghadirkan analisis mendalam tentang praktik pengawasan keuangan dalam pemilihan umum Indonesia, dengan fokus khusus pada Pemilu 2024. Studi ini mengungkapkan bahwa meskipun telah ada peningkatan dalam regulasi pengawasan dana kampanye, masih ada celah dalam penerapannya, yang berhubungan dengan keterbatasan sumber daya dan kapasitas lembaga pengawas. Temuan utama juga mencakup praktik pelaporan dana kampanye yang bervariasi secara signifikan, termasuk beberapa kasus pelaporan yang tidak lengkap atau tidak tepat waktu. Hal ini menunjukkan kebutuhan untuk peningkatan dalam mekanisme pelaporan dan verifikasi.

Dari segi pemantauan dan akuntabilitas, studi ini menyoroti pentingnya peningkatan dalam sistem pemantauan yang lebih efektif dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan transparansi. Kajian ini merekomendasikan perlunya revisi dan penajaman aturan terkait dana kampanye untuk menutup celah yang ada dan memperjelas sanksi atas pelanggaran. Selain itu, memperkuat kapasitas lembaga pengawas, baik dalam hal sumber daya manusia maupun teknologi, adalah kunci untuk efektivitas pengawasan yang lebih baik.

Penting juga untuk melakukan kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran publik dan stakeholder tentang

pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam dana kampanye. Pemanfaatan teknologi dalam proses pemantauan dan pelaporan dianjurkan untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi. Kesimpulannya, kajian ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pengawasan dana kampanye di Indonesia. Dengan Pemilu 2024 yang semakin dekat, ada peluang yang signifikan untuk melakukan perbaikan substansial dalam sistem pengawasan dana kampanye, yang akan berkontribusi pada integritas dan keadilan dalam proses demokrasi.

BAB I - PENDAHULUAN

Latar Belakang

Demokrasi tetap berdiri sebagai bentuk pemerintahan terunggul dalam konteks negara-bangsa, dengan keistimewaannya dalam menghormati dan mempromosikan nilai-nilai kemanusiaan (Cervellati & Sunde, 2014; Mawuntu, 2012). Faktor ini menjadikan demokrasi sebagai sistem yang paling luas diterapkan di berbagai penjuru dunia. Meskipun demikian, implementasi demokrasi di setiap tempat tak lepas dari perjalanan yang berliku-liku, dihantui oleh berbagai tantangan dan hambatan yang signifikan. Oleh karena itu, tanpa adanya komitmen kolektif dari para warganegara untuk secara konsisten berjuang dan mempertahankan demokrasi, sistem ini akan terdegradasi menjadi sekedar kumpulan nilai dan norma tanpa implementasi yang konkret (Hakim, 2022).

Dalam konteks demokrasi, pemilihan umum (pemilu) merupakan elemen yang tak terpisahkan dan fundamental. Pemilu merupakan mekanisme kunci untuk membentuk pemerintahan yang benar-benar merepresentasikan kehendak rakyat, yang secara harfiah dapat diartikan sebagai "pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat". Untuk memastikan bahwa pemerintah tetap berada di bawah pengawasan efektif dari warganegara, pemilu harus diselenggarakan secara berkala dan teratur (Aspinall & Mietzner, 2019; Hajri, 2017; Sinamora, 2019).

Lebih lanjut, pemilu harus bersifat inklusif, melibatkan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat. Dalam sistem demokratis, setiap warganegara, tanpa terkecuali, memiliki posisi yang setara dalam ranah hukum dan politik. Ini berarti bahwa setiap individu memiliki hak yang sama, baik untuk memilih maupun untuk dipilih, dalam konteks pemilihan pejabat negara. Mengingat pemilu melibatkan partisipasi massal dari warganegara, proses ini secara inheren menjadi praktik politik yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit (Akhmaddhian et al., 2021; Zulkarnaen et al., 2020).

Apabila demokrasi merupakan sebuah konsep yang sulit untuk dibayangkan tanpa adanya pemilu, maka secara paralel, pemilu juga adalah sebuah proses yang tidak dapat berlangsung tanpa dukungan dana atau uang. Pemilu sebagai sebuah mekanisme vital dalam demokrasi, membutuhkan alokasi dana yang signifikan untuk menjamin penyelenggaraannya berjalan dengan lancar dan efektif (Aspinal & Berenschot, 2019; Gaffar, 2013; Wulolo & Renmaur, 2019).

Pertama, penyelenggaraan pemilu membutuhkan dana yang cukup besar. Dana ini dialokasikan untuk berbagai keperluan operasional, seperti membayar honorarium atau gaji para petugas pemilu yang bertugas, mencetak surat suara beserta perlengkapan lain yang mendukung proses pemungutan suara, hingga kegiatan publikasi dan sosialisasi hasil pemilu kepada masyarakat luas. Setiap tahapan dalam pemilu memerlukan sumber daya keuangan yang tidak sedikit untuk

memastikan bahwa proses tersebut berjalan dengan transparan, akurat, dan dapat dipercaya (Ardianto, 2019; Risal et al., 2022).

Kedua, pemilu juga menuntut para kandidat atau peserta pemilu untuk mengalokasikan dana yang cukup untuk kegiatan kampanye. Kampanye merupakan salah satu elemen penting dalam pemilu, yang berfungsi sebagai medium bagi para kandidat untuk meyakinkan dan mempengaruhi para pemilih. Melalui kampanye, para kandidat berusaha untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja mereka kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat membuat keputusan yang informasi saat memilih. Bagi para pemilih, kampanye menjadi wadah yang esensial untuk mengenal lebih dalam tentang profil, rekam jejak, dan platform dari masing-masing kandidat, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat dalam menentukan pilihan mereka (As'ad, 2016; Berenschot, 2019; Ramadhan & Oley, 2019).

Dalam konteks ini, kampanye adalah kebutuhan yang tak terelakkan dalam setiap penyelenggaraan pemilu. Kampanye membutuhkan dana untuk berbagai kegiatan, seperti membuat dan mendistribusikan materi kampanye, menyelenggarakan acara-acara kampanye, hingga kegiatan promosi lain yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan elektabilitas para kandidat di mata pemilih. Oleh karena itu, uang menjadi elemen yang krusial dan tak terpisahkan dari proses pemilu itu sendiri (Habibi, 2018).

Para peserta dalam pemilu terdiri dari berbagai entitas, meliputi partai politik, individu yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif, serta calon pejabat eksekutif. Partai politik berperan dalam mengajukan calon-calon yang akan bertarung memperebutkan kursi legislatif, sementara calon anggota legislatif sendiri berkompetisi untuk mendapatkan tempat di parlemen. Selain itu, ada juga calon pejabat eksekutif yang berlomba untuk posisi presiden, gubernur, atau kepala daerah dan kota lainnya. Keseluruhan entitas tersebut merupakan aktor kunci dalam dinamika pemilu, yang dengan bantuan tim masing-masing, merencanakan, mempersiapkan, dan melaksanakan kampanye untuk mempengaruhi pemilih (Ardianto, 2019).

Kampanye yang dilakukan harus semakin intensif dan masif sejalan dengan jumlah pemilih yang harus dijangkau dan diyakinkan (Abdillah, 2014). Logikanya, semakin luas cakupan pemilih, semakin besar pula dana yang diperlukan untuk melaksanakan kampanye yang efektif. Ini mencakup biaya untuk materi kampanye, acara, promosi, dan berbagai kegiatan lain yang dirancang untuk menarik perhatian dan dukungan pemilih.

Pada fase awal perkembangan demokrasi, ketika pemilu mulai diadakan untuk memilih anggota parlemen, sumber dana kampanye utamanya berasal dari iuran anggota partai politik. Adanya hubungan ideologis yang kuat antara anggota dengan partai politik mereka membuat anggota tersebut bersedia memberikan sumbangan secara sukarela untuk mendukung

partai dalam memenangkan pemilu. Partai yang memiliki basis massa yang luas mampu mengumpulkan dana yang signifikan meskipun sumbangan per anggota mungkin tidak terlalu besar. Sebaliknya, partai yang lebih elitist dapat mengumpulkan dana yang cukup dari sejumlah kecil donatur yang mampu memberikan sumbangan dalam jumlah besar.

Namun, seiring berjalannya waktu, hubungan ideologis antara anggota partai dengan partai politik itu sendiri mulai mengalami pelemahan. Akibatnya, dukungan keuangan dari anggota partai juga mulai menurun. Fenomena ini terjadi di saat yang bersamaan dengan peningkatan kebutuhan dana kampanye oleh partai politik. Dalam konteks ini, mencari sumber dana untuk kampanye pemilu menjadi tantangan tersendiri bagi partai politik dan calon yang berpartisipasi dalam pemilu.

Peningkatan kebutuhan dana kampanye berjalan seiring dengan dua faktor utama: pertama, evolusi dalam teknologi komunikasi massa, dan kedua, liberalisasi dalam arena politik yang memungkinkan akses yang lebih luas terhadap kekuasaan. Faktor pertama ditandai oleh kemunculan dan perkembangan metode kampanye yang memanfaatkan media massa, termasuk surat kabar, radio, dan televisi. Penggunaan platform ini untuk tujuan kampanye membutuhkan alokasi dana yang signifikan mengingat biaya operasional dan promosi di media massa yang relatif tinggi.

Faktor kedua terkait dengan transisi kelompok-kelompok kepentingan menjadi partai politik yang sah dan terorganisir.

Transformasi ini menyebabkan persaingan dalam dunia politik, khususnya dalam memperebutkan kursi parlemen, menjadi lebih intens dan kompetitif. Dalam situasi semacam ini, kampanye politik memerlukan investasi finansial yang lebih besar untuk mencapai dan mempengaruhi elektorat yang lebih luas.

Dalam kondisi di mana kontribusi finansial dari anggota partai politik tidak lagi dapat diandalkan sebagai sumber pendanaan utama, partai politik terpaksa mencari alternatif lain untuk mengumpulkan dana kampanye. Salah satu cara yang umum diadopsi adalah dengan menerima sumbangan dari individu atau entitas korporasi. Namun, pendekatan ini membawa dilema tersendiri bagi partai politik.

Di satu sisi, untuk melaksanakan kampanye yang efektif dan mencapai audiens yang luas, partai politik membutuhkan dana yang cukup besar. Di sisi lain, ketergantungan pada sumbangan besar dari pihak ketiga dapat menciptakan situasi di mana partai politik menjadi terikat dan tergantung pada kepentingan penyumbang. Dalam skenario ini, ada risiko bahwa partai politik dapat terjebak dalam melayani kepentingan penyumbang, sementara mengabaikan atau melupakan kepentingan dan aspirasi rakyat yang seharusnya mereka wakili dan perjuangkan. Dilema ini menciptakan tantangan signifikan dalam dinamika politik modern, di mana integritas dan kemandirian partai politik dapat terancam oleh pengaruh eksternal yang berasal dari sumber pendanaan kampanye mereka.

Situasi yang telah diilustrasikan sebelumnya berlaku umum di negara-negara yang menerapkan sistem pemilihan umum (pemilu) dengan metode proporsional, seperti yang terlihat di Belanda, Swiss, serta negara-negara di kawasan Skandinavia. Di negara-negara ini, partai politik memainkan peran yang sangat dominan dan krusial dalam proses nominasi calon serta dalam pertarungan untuk memenangkan kursi di parlemen. Partai politik menjadi wadah utama yang mengorganisir dan mengkoordinasikan aktivitas kampanye, serta menjadi identitas utama yang diakui oleh pemilih.

Namun, dinamika yang sedikit berbeda terjadi di negara-negara yang menerapkan sistem pemilu mayoritarian, seperti yang dapat ditemui di Inggris, Amerika Serikat, dan India. Dalam sistem ini, peran individu calon anggota legislatif menjadi lebih krusial dan signifikan dibandingkan dengan partai politik yang mereka wakili. Meski demikian, para calon ini tetap menghadapi dilema yang serupa terkait pendanaan kampanye.

Dalam konteks sistem mayoritarian, setiap calon yang berlomba untuk kursi parlemen harus berkompetisi secara intens dengan calon lainnya. Meskipun jumlah calon yang bersaing untuk satu kursi mungkin lebih sedikit (karena hanya ada satu kursi yang tersedia di setiap daerah pemilihan), namun hal ini justru membuat persaingan menjadi lebih ketat dan sengit. Dalam situasi kompetisi yang demikian tajam, kebutuhan dana kampanye cenderung meningkat secara

signifikan. Ini berarti bahwa upaya penggalangan dana harus dilakukan dengan lebih intensif dan strategis.

Namun, pengumpulan dana kampanye dalam jumlah besar dari para donor atau penyumbang membawa implikasi tersendiri. Ada kekhawatiran yang muncul bahwa calon yang berhasil terpilih nantinya akan lebih terikat dan mewakili kepentingan para penyumbang, daripada mewakili dan melayani kepentingan rakyat atau pemilih yang seharusnya menjadi prioritas utama. Dalam skenario ini, integritas dan kredibilitas calon terpilih dapat dipertanyakan, karena ada potensi konflik kepentingan yang mungkin terjadi akibat ketergantungan finansial terhadap para penyumbang kampanye.

Di negara-negara yang menganut sistem pemerintahan presidensial, di mana posisi-posisi eksekutif seperti presiden, gubernur, dan kepala daerah atau kota dipilih melalui proses pemilihan umum, calon-calon untuk posisi eksekutif tersebut juga menghadapi dilema yang mirip. Untuk meraih kemenangan dalam pemilihan, mereka harus melaksanakan kampanye yang intensif dan berskala besar, yang secara tak terhindarkan memerlukan dana yang signifikan. Penerimaan sumbangan dana kampanye dalam jumlah besar dari individu atau entitas bisnis dapat menimbulkan dilema moral dan etika bagi calon-calon ini.

Sumbangan yang diterima dari pihak-pihak tertentu dapat menciptakan ekspektasi atau tuntutan tertentu dari para donor, yang mungkin mempengaruhi keputusan dan kebijakan

yang diambil oleh calon yang terpilih nantinya. Dalam kapasitasnya sebagai pengambil kebijakan, pejabat yang terpilih dapat menjadi lebih responsif atau bahkan submisif terhadap kepentingan penyumbang, daripada melayani kepentingan publik secara umum.

Dengan demikian, masalah pendanaan kampanye adalah isu yang umum dihadapi oleh berbagai entitas politik, baik itu partai politik di negara-negara dengan sistem pemilu proporsional, calon legislatif di negara-negara dengan sistem pemilu mayoritarian, maupun calon pejabat eksekutif di negara-negara dengan sistem pemerintahan presidensial. Isu utama tidak hanya terletak pada mekanisme pengumpulan dana, tetapi lebih pada bagaimana mencegah dana kampanye mempengaruhi orientasi dan prioritas partai politik, calon legislatif, dan calon pejabat eksekutif.

Penting untuk mencari solusi agar dana kampanye yang berasal dari penyumbang tidak mengalihkan fokus dan komitmen partai politik, calon legislatif, dan calon pejabat eksekutif dari kepentingan rakyat dan pemilih ke kepentingan penyumbang. Ini merupakan titik kritis di mana regulasi dan pengawasan terhadap dana kampanye menjadi sangat penting. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa sumbangan yang diterima, baik dari individu maupun entitas bisnis, tidak menyebabkan partai politik dan calon yang terpilih melupakan atau mengabaikan kepentingan dan aspirasi rakyat yang mereka wakili.

Partai-partai politik yang beroperasi di wilayah Eropa Barat, yang dikenal sebagai tempat lahir dan berkembangnya sistem pemilihan umum (pemilu) dengan metode proporsional serta sistem pemerintahan parlementer, telah lama berhadapan dengan dilema terkait pengaruh signifikan dari sumbangan dana kampanye. Fenomena ini menjadi semakin kritis sejak era 1960-an, di mana pengaruh ideologi politik mulai memudar. Dalam periode tersebut, model partai massa dan partai elit yang sebelumnya dominan mulai mengalami penurunan popularitas dan relevansi, sehingga pengaruh dari para penyumbang dana kampanye menjadi lebih dominan dan terasa dalam proses kampanye politik.

Sebagai respons terhadap situasi ini, negara-negara di Eropa Barat telah mengimplementasikan berbagai jenis regulasi dan peraturan terkait dana kampanye. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa partai politik tetap fokus pada kepentingan rakyat dan tidak terpengaruh oleh kepentingan penyumbang. Dalam praktiknya, sumbangan dari individu dan entitas bisnis dibatasi jumlahnya, sementara subsidi untuk kampanye dari pemerintah atau negara justru ditingkatkan. Selain itu, pengeluaran atau belanja kampanye oleh partai politik juga dibatasi untuk mengontrol pengaruh dana dalam politik.

Di sisi lain, di kawasan Amerika Utara, yang merupakan tempat di mana sistem pemilu mayoritarian dan sistem pemerintahan presidensial tumbuh dan berkembang, dilema terkait pengaruh dana kampanye tidak secara langsung dirasakan

oleh partai politik. Sebaliknya, dilema ini lebih sering dihadapi oleh para calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif. Dalam konteks ini, berbagai peraturan terkait dana kampanye juga telah diterapkan.

Berbeda dengan Eropa Barat, di Amerika Utara, sumbangan dari individu dan entitas bisnis untuk kampanye tidak dibatasi. Namun, subsidi dari pemerintah untuk kampanye sangat terbatas. Dari perspektif pengeluaran, belanja kampanye yang dilakukan oleh calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif cenderung tidak dibatasi atau diatur secara ketat. Ini menciptakan dinamika yang berbeda dalam pengaruh dana kampanye terhadap proses politik dan pemilihan umum di kawasan ini.

Pembatasan terhadap sumbangan dana kampanye serta pengaturan terkait besaran belanja kampanye akan sia-sia tanpa keterbukaan dan transparansi dalam pengelolaan dana kampanye oleh partai politik, calon anggota legislatif, dan calon pejabat eksekutif. Dalam konteks ini, di kedua kawasan—Eropa Barat dan Amerika Utara—semua entitas yang terlibat dalam pemilihan umum, termasuk partai politik, calon anggota legislatif, dan calon pejabat eksekutif, diwajibkan untuk menyusun dan mempublikasikan laporan pengelolaan dana kampanye secara terbuka dan transparan. Ini merupakan upaya untuk menegakkan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye.

Laporan pengelolaan dana kampanye tersebut harus menyediakan rincian mendetail mengenai pemasukan dan

pengeluaran dana kampanye. Selain itu, laporan tersebut tidak hanya harus diaudit oleh akuntan publik yang berlisensi dan kredibel, tetapi juga harus diumumkan kepada publik secara luas agar dapat diakses dan ditinjau oleh masyarakat.

Berbicara tentang Indonesia, pada Pemilu 1955, sumber dana kampanye partai politik di negara ini masih mayoritas berasal dari iuran anggota. Situasi ini berbeda dengan kondisi yang dialami oleh partai-partai politik di Eropa Barat, yang pada waktu itu sedang berhadapan dengan dilema terkait pengaruh sumbangan dari individu dan korporasi. Partai-partai politik di Indonesia tidak mengalami dilema serupa pada periode tersebut. Hal ini disebabkan oleh dinamika politik pada era Soekarno, di mana partai politik tidak menjalani "kehidupan riil" sebagai entitas politik yang membutuhkan dukungan pemilih. Pada era tersebut, tidak ada pemilihan umum yang diadakan, sehingga tidak ada kampanye politik dan dana kampanye yang perlu dikelola.

Dinamika ini berlanjut pada era Orde Lama dan kemudian pada era Orde Baru. Selama 30 tahun berkuasa, Presiden Soeharto memang mengadakan pemilihan umum setiap lima tahun sekali. Namun, pemilihan umum tersebut lebih bersifat seremonial dan simbolis, bukan kompetisi politik yang sebenarnya. Jumlah partai politik yang diizinkan untuk berpartisipasi dibatasi secara ketat, dan kompetisi untuk memenangkan dukungan pemilih diminimalisir. Tujuan utama dari pemilihan umum pada era tersebut adalah untuk memastikan kemenangan bagi Golkar. Dalam konteks ini,

diskusi mengenai kampanye politik dan dana kampanye menjadi tidak relevan dan tidak penting.

Pasca era Orde Baru, Indonesia telah sukses menyelenggarakan serangkaian pemilihan umum yang bebas dan demokratis, termasuk tiga kali pemilihan legislatif, dua kali pemilihan presiden, serta dua fase pemilihan kepala daerah (Pilkada) yang meliputi seluruh provinsi, kabupaten, dan kota di tanah air. Sebagai hasil dari amendemen Undang-Undang Dasar 1945, sistem pemerintahan presidensial telah ditegaskan sebagai bentuk pemerintahan nasional, dan model ini kemudian diadopsi dan diterapkan pada tingkat pemerintahan provinsi dan kabupaten/kota.

Dalam konteks ini, Indonesia kini menerapkan berbagai sistem pemilihan umum yang disesuaikan dengan jenis jabatan yang akan diperebutkan dalam pemilu. Untuk pemilihan anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota, sistem pemilu proporsional menjadi pilihan. Sementara itu, pemilihan anggota DPD dilaksanakan melalui sistem pemilu mayoritarian. Adapun untuk pemilihan pejabat eksekutif, sistem yang digunakan adalah mayoritarian run off atau sistem dua putaran.

Dalam skenario pemilihan umum seperti ini, regulasi terkait pengelolaan dana kampanye menjadi hal yang krusial dan tak terhindarkan. Ada beberapa alasan utama mengapa pengaturan dana kampanye menjadi sangat penting. Pertama, dengan adanya regulasi dana kampanye yang jelas dan tegas, dapat dicegah potensi penyimpangan di mana partai politik,

anggota legislatif, dan pejabat eksekutif melupakan kepentingan masyarakat dan lebih melayani kepentingan para donor atau penyumbang dana kampanye.

Kedua, pengaturan dana kampanye dapat berfungsi sebagai instrumen untuk merehabilitasi dan memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap politisi dan partai politik, yang saat ini sedang mengalami penurunan akibat serangkaian kasus korupsi yang melibatkan mereka. Kepercayaan publik adalah aset yang sangat berharga dan krusial bagi keberlanjutan karier dan eksistensi politisi dan partai politik.

Ketiga, pengaturan dana kampanye dapat mendorong dan memastikan bahwa politisi dan partai politik beroperasi dengan cara yang akuntabel. Dengan demikian, kredibilitas dan citra positif mereka di mata publik dapat terjaga dan bahkan ditingkatkan. Kredibilitas dari politisi dan partai politik merupakan faktor yang sangat krusial dan menentukan bagi keberhasilan proses demokratisasi dan pembangunan demokrasi di sebuah negara.

Kesadaran akan pentingnya pengaturan dana kampanye telah muncul dan diakui oleh para perumus undang-undang pemilihan umum (pemilu) di Indonesia pasca runtuhnya era Orde Baru. Hal ini terbukti dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1999, yang menjadi landasan hukum penyelenggaraan Pemilu 1999. Dalam UU ini, terdapat dua pasal khusus yang mengatur mengenai sumber dana kampanye, pelarangan penerimaan dana asing, serta kewajiban pelaporan dana kampanye. Meskipun pengaturan

ini masih terbatas dan belum sepenuhnya memadai, namun jika dibandingkan dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1969 (yang menjadi dasar penyelenggaraan pemilu-pemilu di era Orde Baru), UU No. 3/1999 telah memberikan dasar yang lebih baik untuk pengaturan dana kampanye di masa mendatang.

Sebagai catatan, UU No. 15/1969 sama sekali tidak memiliki ketentuan yang mengatur mengenai dana kampanye. Pemilu kedua yang diselenggarakan pasca era Orde Baru, yaitu Pemilu 2004, terdiri dari dua bagian: pemilu legislatif (yang memilih anggota DPD, DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota) dan pemilu presiden (yang memilih presiden dan wakil presiden). Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003, yang menjadi landasan hukum penyelenggaraan pemilu legislatif, mengatur dana kampanye partai politik yang menjadi peserta pemilu DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota, serta dana kampanye calon anggota DPD.

UU No. 12/2003 telah melengkapi dan memperluas pengaturan yang telah ada dalam UU No. 3/1999. Pengaturan dana kampanye dalam UU ini mencakup beberapa aspek penting, seperti: (1) sumber dana kampanye, yang dapat berasal dari partai politik, calon, dan sumbangan yang tidak mengikat; (2) batasan sumbangan dari individu dan perusahaan; (3) jenis sumbangan yang dilarang; (4) kewajiban pelaporan daftar penyumbang; (5) audit dana kampanye; (6) mekanisme pelaporan dana kampanye; dan (7) sanksi atas pelanggaran ketentuan dana kampanye.

Sekilas, materi pengaturan dana kampanye dalam UU No. 12/2003 tampak sudah cukup lengkap. Namun, pada kenyataannya, jika dianalisis lebih mendalam, terdapat beberapa kelemahan dalam pengaturan ini. Pengaturan dana kampanye dalam UU ini belum sepenuhnya konsisten dalam menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Terdapat banyak celah dalam sumber dana, mekanisme pelaporan yang rumit dan membingungkan, tidak ada pengaturan yang jelas mengenai belanja kampanye, serta tidak ada sanksi yang tegas dan efektif bagi pelanggar ketentuan dana kampanye.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2003 menjadi peraturan perundang-undangan perdana yang mengatur mengenai pemilihan umum presiden. UU ini mengambil referensi dari pengaturan dana kampanye pemilu legislatif, mencakup hampir seluruh materi pengaturan yang diperlukan untuk mengatur dana kampanye dalam pemilihan presiden. Namun, serupa dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003, UU No. 23/2003 belum sepenuhnya serius dan konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengaturan dana kampanye.

Akibat ketidakseriusan dalam penerapan prinsip-prinsip tersebut, tujuan utama dari pengaturan dana kampanye, yaitu untuk melindungi calon presiden yang terpilih dari pengaruh dan tekanan kepentingan dari para penyumbang dana, menjadi sulit untuk direalisasikan. Dengan kata lain, ada risiko bahwa calon presiden yang terpilih dapat terjerat dalam

kepentingan penyumbang, yang dapat mengancam integritas dan kredibilitas mereka sebagai pemimpin negara.

Selanjutnya, pengaturan dana kampanye untuk pemilihan kepala daerah (pilkada), yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, pada dasarnya merupakan salinan atau duplikasi dari ketentuan yang ada dalam UU No. 23/2003. Akibatnya, berbagai masalah, kelemahan, dan kekurangan yang ada dalam UU No. 23/2003 pun turut diwariskan atau diadopsi ke dalam UU No. 32/2004. Ini berarti bahwa UU No. 32/2004 menghadapi tantangan dan hambatan yang sama dalam upaya mewujudkan pengaturan dana kampanye yang transparan, akuntabel, dan bebas dari pengaruh kepentingan penyumbang. Oleh karena itu, perlu ada upaya lebih lanjut untuk memperbaiki dan menyempurnakan pengaturan dana kampanye ini agar lebih efektif dalam mencapai tujuannya.

Salah satu kekurangan signifikan dalam pengaturan dana kampanye untuk pemilihan legislatif adalah absennya batasan dana yang dapat diterima dari partai politik dan calon anggota legislatif. Kelemahan serupa juga terlihat dalam pengaturan dana kampanye untuk pemilihan presiden dan pemilihan kepala daerah (pilkada), di mana tidak terdapat batasan dana yang dapat diterima dari calon presiden, wakil presiden, calon kepala daerah, wakil kepala daerah, serta partai politik yang mengusung mereka. Sebagai hasilnya, jumlah dana yang diterima dari partai politik dan calon, tanpa memandang jumlahnya, dianggap sah atau legal. Ini terjadi meskipun ada

kemungkinan partai politik dan calon menerima dana tersebut dari sumber yang tidak legal atau melalui cara yang tidak sah.

Di sisi lain, pengaturan dana kampanye dalam pemilu legislatif, pemilu presiden, dan pilkada, seperti yang diatur dalam UU No. 12/2003, UU No. 23/2003, dan UU No. 32/2004, juga tidak menetapkan batasan atas pengeluaran atau belanja kampanye. Absennya batasan dana masuk dari partai politik dan calon di satu sisi, serta tidak adanya batasan belanja kampanye di sisi lain, menyebabkan pengeluaran dana kampanye menjadi tidak terkendali dan sulit dipantau.

Penelitian yang dilakukan oleh Mellaz pada tahun 2018 (halaman 64) mengenai pembiayaan kampanye dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pemilu Legislatif) Tahun 2014 mengungkapkan adanya orientasi personal yang kuat dari para kandidat dalam menjalankan kampanye mereka. Dalam studi ini, terlihat bahwa pengeluaran dana kampanye mencerminkan besaran belanja yang dikeluarkan oleh masing-masing calon legislatif (caleg) di daerah pemilihan (dapil) mereka.

Sistem proporsional terbuka linier yang diterapkan dalam pemilu tersebut mengakibatkan beban pembiayaan kampanye pada umumnya ditanggung oleh para caleg secara individu. Fenomena ini menunjukkan bahwa para caleg memiliki tanggung jawab besar dalam pembiayaan kampanye mereka, yang mencerminkan orientasi personal dalam kampanye tersebut.

Situasi ini tidak mengalami perubahan signifikan pada Pemilu Legislatif Tahun 2019. Dalam pemilu tersebut, dana kampanye yang diterima sebagian besar berasal dari sumbangan para caleg, yang mencakup sekitar 84% dari total penerimaan dana kampanye. Sementara itu, sumbangan dari partai politik hanya menyumbang sekitar 13,3% dari total dana kampanye.

Selain itu, hasil audit dari Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) menunjukkan bahwa masih terdapat masalah ketidaktransparanan dan ketidakpatuhan terhadap aturan dana kampanye yang berlaku oleh mayoritas partai politik. Dari hasil audit tersebut, terdapat 8 partai politik yang masuk dalam kategori patuh terhadap aturan, sementara 8 partai politik lainnya masuk dalam kategori tidak patuh.

Masalah transparansi juga terlihat pada identitas penyumbang dana kampanye. Terdapat 9 partai politik yang memiliki masalah dengan identitas penyumbang dana kampanye mereka, di mana identitas penyumbang tersebut tidak tercatat dengan lengkap. Situasi ini menimbulkan pertanyaan dan kekhawatiran mengenai transparansi dan akuntabilitas dana kampanye, yang merupakan aspek penting dalam menjaga integritas proses pemilihan umum.

Beberapa studi penting telah dilakukan mengenai pendanaan politik dan kampanye. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Sukmajati dan Dsyacitta pada tahun 2019 mengkaji pendanaan kampanye dalam Pemilu Serentak 2019 di Indonesia. Penelitian ini menyoroti bagaimana pendanaan

kampanye terkait erat dengan penguatan pola politik klientelisme dan patronase. Selain itu, studi ini juga membahas tentang karakteristik rejim kekuasaan yang mungkin muncul pasca-Pilpres dan Pileg 2019, yang dipengaruhi oleh dinamika pendanaan kampanye tersebut.

Kedua, Mietzhner pada tahun 2015 mengungkapkan bahwa pendanaan kampanye yang disfungsi berkontribusi terhadap tingkat korupsi yang tinggi di Indonesia. Menurutnya, mekanisme pendanaan partai politik melalui iuran keanggotaan, sumbangan, dan subsidi dari negara tidak berjalan dengan efektif. Hal ini terjadi karena elit politik cenderung lebih memilih melakukan penggalangan dana secara ilegal, yang pada akhirnya memperpetuasi korupsi politik, penetrasi oligarki dalam struktur partai politik, dan penyalahgunaan anggaran negara untuk kepentingan politik.

Ketiga, sebuah studi yang dilakukan oleh Avkiran, et al. pada tahun 2015 menunjukkan bahwa pengetahuan yang mendalam mengenai peraturan dana kampanye dapat secara signifikan mengurangi persepsi masyarakat mengenai korupsi, terutama dalam hal kepercayaan terhadap politisi. Penurunan persepsi korupsi politik, yang dicapai melalui diseminasi informasi mengenai regulasi keuangan kampanye, dapat meningkatkan legitimasi demokrasi.

Keempat, Mas'ood & Savarini pada tahun 2011 mengkaji praktik-praktik pendanaan politik dari perspektif politik hingga sosio-historis. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pendanaan politik tidak lagi menjadi faktor yang relevan, sebab

modal budaya, politik, dan sosial juga memiliki peran penting dalam mendukung karier politik seseorang.

Kelima, Claessens, et al. pada tahun 2008 mengeksplorasi hubungan antara dukungan finansial yang diberikan perusahaan kepada kandidat dalam pemilihan dengan cara-cara yang mungkin digunakan politisi untuk mengembalikan "bantuan" tersebut. Keenam, Hamm pada tahun 2008 meneliti bagaimana regulasi dana kampanye mempengaruhi proses pencalonan dalam pemilihan legislatif.

Tabel 1. Penerimaan Dana Kampanye Pemilu Tahun 2019

Nama Partai	Paspol	Aksi Penerimaan					Lain-lain	Total Penerimaan
		Ekang	Perseorangan	Bataslokok	BUMF			
PKB	10.000.000	130.997.847.278	1.300.990.990	0	7.425.000.000	0	140.322.047.279	
GERINDRA	1.995.771.548	130.716.677.635	0	0	0	0	134.721.049.981	
PKP	6.876.888.661	330.339.732.438	0	0	0	0.628.760	348.033.077.817	
GOLKAR	72.010.000.000	235.531.387.519	100.000.000	0	365.000.000	2.200.948	367.038.677.706	
ANASDEF	80.810.813.863	177.883.597.781	0	0	1.000.000.000	0	258.474.077.714	
CARLIDA	0.000.000	3.844.978.047	400.000.000	0	0	0	4.245.978.047	
BERKAWA	100.000.000	106.884.990.068	1.200.000.000	0	0	0	107.184.990.068	
PKS	6.376.131.473	130.886.822.438	1.000.000.000	0	0	0	138.282.753.910	
PETROCO	86.134.888.000	122.000.000.000	0	0	0	16.407.017.400	228.238.374.400	
PPP	12.473.289.000	64.135.992.520	0	0	0	0	76.609.281.520	
PSI	0.000.000	42.697.648.880	3.800.370.548	0	6.270.303.340	87.288	54.868.130.016	
PAN	100.000.000	166.888.328.520	0	0	0	0	166.988.328.520	
HANURA	11.904.319.300	36.898.287.278	13.000.000	6.022.000.000	0	10.336	68.846.116.914	
DEMOKRAF	1.700.857.452	100.871.110.071	7.150.137.000	0	0	2.840.000	109.732.052.600	
PSB	937.834.722	117.395.000.000	0	0	0	0	117.867.634.724	
PKPI	0	1.530.743.284	4.701.954.000	0	0	0	6.232.697.284	
TOTAL	315.897.187.911	1.866.176.797.741	16.761.711.848	6.022.000.000	15.086.503.340	16.812.067.848	2.371.743.767.762	
PERSENTASE	12,31%	82%	1%	0,26%	0,66%	1%		

Pertanyaan Kajian

Kesimpulan dari pemaparan di atas adalah terdapat kesenjangan antara tujuan pengaturan dana kampanye – yakni menghindarkan partai politik, calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif dari jebakan kepentingan para penyumbang perseorangan dan atau badan usaha – dengan rumusan pengaturan dana kampanye (dalam undang-undang pemilu legislatif, undang-undang pemilu presiden, dan

undang-undang pilkada), yang mengabaikan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Pengabaian prinsip tersebut menjadikan pengaturan dana kampanye tidak berdampak apapun ketika dipraktikkan dalam proses penyelenggaraan pemilu.

Pertama, sebagai peletak dasar pengaturan dana kampanye, UU No. 7/2017 memang masih sangat terbatas dalam mengatur dana kampanye. Namun pengaturan tersebut memiliki banyak kelemahan: sumber dana banyak lubang, mekanisme pelaporan membingungkan, belanja kampanye tidak diatur, dan ketiadaan sanksi tegas bagi pelanggar.

Kedua, Spirit pencerahan mulai dirasakan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 yang mengatur pemilihan kepala daerah, dimana pada Pasal 74 ayat 9 dimuat ketentuan pembatasan pengeluaran dana kampanye di masing-masing daerah. Namun semangat keadilan ini tidak dilanjutkan pada UU Nomor 7 Tahun 2017. Perbedaan pengaturan dana kampanye pada Pemilu 2019 hanyalah batasan maksimal sumbangan, serta adanya fasilitasi negara melalui APBN untuk kegiatan kampanye Pemilu Serentak 2019. Catatan-catatan kelemahan regulasi dana kampanye dari pemilu ke pemilu tidak ditindaklanjuti oleh pembuat undang-undang. Tidak terlihat upaya serius untuk mengawal penerimaan dan pengeluaran dana kampanye dengan regulasi yang tepat demi mendorongnya pemilu jujur dan adil. Secara regulatif belum ada upaya menyusun aturan yang tegas untuk memperbaiki pengaturan dana kampanye. Praktik pengelolaan dan

pelaporan dana kampanye dalam pemilu legislatif, pemilu presiden dan pemilu kepala daerah lebih merupakan pekerjaan formalitas belaka sehingga tidak berdampak positif bagi peningkatan kredibilitas partai politik, calon anggota legislatif (terpilih) dan calon pejabat eksekutif (terpilih).

Ketiga, pasca-Pemilu 2019 berbagai kalangan menyampaikan masukan kepada pembuat undang-undang agar memperbaiki pengaturan dana kampanye demi meningkatkan kredibilitas partai politik, calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif. Namun DPR dan pemerintah mengabaikan usul saran tersebut, sehingga tidak ada perubahan signifikan pengaturan dana kampanye.

Metode Kajian

Dalam kajian "Pengawasan Dana Kampanye Pemilu 2024", kami menggunakan pendekatan metodologis yang komprehensif, menggabungkan studi kepustakaan, rapat, dan wawancara dengan narasumber. Metode ini dirancang untuk memastikan bahwa analisis kami mendalam, berbasis bukti, dan mencakup berbagai perspektif. Model interaktif Miles dan Huberman digunakan sebagai kerangka kerja dalam analisis data, memungkinkan integrasi dan interpretasi data yang efektif.

Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan: Tahap awal pengumpulan data melibatkan studi kepustakaan yang ekstensif. Kami mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen resmi, laporan keuangan pemilu sebelumnya, publikasi

- akademik, serta literatur terkait lainnya. Pendekatan ini membantu kami memahami konteks historis dan teoritis dari pengawasan dana kampanye, serta tren dan perubahan yang telah terjadi sepanjang waktu.
2. **Rapat dan Diskusi:** Kami menyelenggarakan serangkaian rapat dan diskusi dengan para ahli, akademisi, dan pembuat kebijakan. Rapat ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan tambahan mengenai praktik pengawasan dana kampanye yang sedang berlangsung, serta tantangan dan peluang yang ada. Melalui diskusi kelompok, kami dapat mengeksplorasi berbagai perspektif dan mendapatkan umpan balik yang berharga.
 3. **Wawancara Narasumber:** Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai narasumber, termasuk pejabat pemilihan, pengamat politik, dan akuntan publik. Wawancara ini membantu kami mengumpulkan data firsthand tentang pengalaman, pandangan, dan pengetahuan narasumber terkait pengawasan dana kampanye. Setiap wawancara direkam, ditranskripsi, dan dianalisis secara menyeluruh.

Model Analisis

1. Dalam analisis data, kami menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup tiga aliran aktivitas utama:
2. **Reduksi Data:** Kami memulai dengan mengorganisir dan mensintesis data yang telah dikumpulkan. Proses ini melibatkan pemilihan, pengkategorian, dan

ringkasan data untuk mengidentifikasi tema dan pola utama.

3. Penyajian Data: Langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam format yang dapat dipahami dan diinterpretasikan. Ini termasuk pembuatan diagram, tabel, dan narasi untuk membantu dalam visualisasi dan analisis data.
4. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan: Tahap terakhir melibatkan penarikan kesimpulan dari data yang telah disajikan. Kami secara terus-menerus memeriksa kesimpulan ini terhadap data untuk memastikan keakuratan dan validitasnya. Selama proses ini, kami juga terbuka untuk menemukan pola atau tema baru, memungkinkan proses analisis yang iteratif dan fleksibel.

Dengan menggunakan metode dan model ini, kajian ini bertujuan untuk memberikan analisis yang komprehensif dan terperinci tentang pengawasan dana kampanye Pemilu 2024, dengan mempertimbangkan aspek hukum, politik, dan keuangan.

BAB II - PROBLEMATIKA PELAPORAN DANA KAMPANYE PEMILU 2019

Tinjauan Teoritis Pelaporan Dana Kampanye

Falguera dan rekan-rekannya (2014: 2) memberikan definisi terhadap pendanaan politik sebagai suatu mekanisme pendanaan, baik yang dilakukan secara legal maupun ilegal, yang ditujukan untuk mendukung kegiatan berkelanjutan dari partai politik serta kampanye pemilihan umum. Pendanaan ini tidak hanya mencakup kampanye yang dilakukan oleh kandidat dan partai politik, tetapi juga melibatkan pihak ketiga yang terkait.

Sementara itu, Ohman (2014: 16-19) menyatakan bahwa upaya reformasi dalam pendanaan politik akan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tujuan politik yang ingin dicapai dan konteks spesifik tempat perubahan tersebut akan diimplementasikan. Konteks ini meliputi sistem politik yang berlaku, faktor teknis yang terkait, serta tantangan-tantangan khusus dalam mengatur aliran uang dalam dunia politik.

Dalam sistem pemilihan dengan metode proporsional tertutup, peran yang dimainkan oleh kandidat dalam kampanye pemilihan cenderung sangat terbatas. Sebaliknya, dalam sistem pemilihan distrik, kampanye pemilihan lebih terfokus pada figur kandidat itu sendiri. Selain itu, sistem pemerintahan yang diterapkan dalam suatu negara juga

menjadi faktor penting yang mempengaruhi pendanaan politik. Dalam sistem pemerintahan presidensial, partai politik umumnya memiliki peran yang tidak terlalu dominan, sedangkan dalam sistem pemerintahan parlementer, partai politik memiliki peran yang sangat sentral, sehingga pengaturan pendanaan politik menjadi hal yang krusial untuk dilakukan.

Faktor lain yang juga berpengaruh adalah sejauh mana sistem perbankan dan teknologi informasi telah meresap dan digunakan dalam masyarakat. Jika setiap warga negara memiliki akses ke rekening bank dan fasilitas internet banking, proses donasi untuk pendanaan politik dapat dilakukan secara elektronik, yang pada gilirannya akan mempermudah proses pengawasan terhadap aliran dana tersebut. Implementasi teknologi dalam pendanaan politik ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan dana kampanye.

Dalam ranah pendanaan politik, ada dua hambatan utama yang perlu dihadapi dan diatasi. Pertama, terkait dengan tantangan yang muncul dari sistem politik itu sendiri. Beberapa di antaranya meliputi ketidaksetaraan akses dalam memberikan dana bagi para pelaku politik, yang mana beberapa memiliki akses lebih mudah dibandingkan yang lain. Selain itu, terdapat juga banyak kepentingan yang berusaha untuk mempengaruhi jalannya roda politik, baik itu kepentingan individu, kelompok, maupun korporasi.

Tantangan lainnya adalah masuknya dana ilegal ke dalam sistem politik yang dapat mengancam integritas dan keadilan proses politik. Fenomena kooptasi politik oleh kepentingan bisnis juga menjadi tantangan tersendiri, di mana kepentingan bisnis berusaha mengontrol dan mempengaruhi keputusan politik. Penyalahgunaan sumber daya negara untuk kepentingan politik tertentu dan praktik jual beli suara yang semakin marak juga menjadi tantangan yang perlu diatasi dalam pendanaan politik.

Kedua, terdapat tantangan dalam upaya pengendalian dan pengawasan terhadap pendanaan politik. Beberapa di antaranya adalah adanya ketidakcocokan atau inkonsistensi dalam peraturan dan legislasi yang berlaku, yang dapat menciptakan celah untuk penyalahgunaan dana politik. Selain itu, kurangnya kemauan dari pelaku politik untuk mengawasi dan mengontrol aliran uang dalam politik juga menjadi hambatan. Praktik jual beli suara yang semakin diterima dan dianggap wajar oleh masyarakat juga menjadi tantangan dalam pengendalian pendanaan politik.

Tantangan lainnya adalah lemahnya kemandirian lembaga yang bertugas mengawasi dan menegakkan aturan terkait pendanaan politik, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai pihak untuk kepentingan tertentu. Selain itu, terdapat juga bias dalam penerapan dan penegakan peraturan pendanaan politik, serta kurangnya sumber daya, baik itu sumber daya manusia maupun finansial, untuk menegakkan peraturan dan menjaga integritas pendanaan politik (Ohman, 2014: 20).

Pendanaan politik perseorangan merupakan bentuk dari aktivitas lobi, di mana individu yang berperan sebagai donatur berupaya untuk mempengaruhi kebijakan publik. Cara yang dilakukan adalah dengan menyediakan dukungan finansial kepada para politisi atau kandidat yang berlaga dalam kontestasi politik. Dalam konteks ini, donatur memiliki harapan bahwa dukungan finansial yang diberikan dapat berdampak pada pembuatan kebijakan yang menguntungkan bagi mereka atau kelompok yang mereka wakili.

Untuk mengatur aliran dana dalam pendanaan politik perseorangan ini, terdapat serangkaian peraturan yang telah dirancang dan diterapkan. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk menciptakan sistem pendanaan politik yang lebih terbuka dan akuntabel. Salah satu ketentuan dalam peraturan ini adalah larangan terhadap donasi yang diberikan secara anonim. Ini bertujuan untuk mencegah praktik korupsi dan transaksi gelap dalam proses pendanaan politik.

Selain itu, peraturan juga menetapkan batasan terkait jumlah donasi yang dapat diberikan oleh seorang donatur kepada politisi atau partai politik. Ini dilakukan untuk mencegah dominasi oleh donatur-donatur besar yang memiliki kemampuan finansial lebih, sehingga menciptakan kesetaraan dalam proses politik. Dengan adanya batasan ini, diharapkan dapat mengurangi ketergantungan politisi atau partai politik terhadap donatur besar, dan sekaligus meminimalkan risiko korupsi dan pengaruh berlebihan dari pihak tertentu dalam politik.

Para politisi dan partai politik juga diwajibkan untuk melaporkan secara transparan mengenai penerimaan dan penggunaan dana kampanye mereka. Laporan keuangan ini harus mencakup semua sumber pendanaan, termasuk donasi dari perseorangan, serta rincian penggunaannya. Kewajiban pelaporan ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan dana kampanye, sehingga masyarakat dapat memahami dan mengawasi aliran dana dalam politik.

Menurut Pinto-Duschinsky (2002) dan Leoang et al. (2013), penerapan peraturan pendanaan politik ini penting untuk memastikan bahwa proses politik berjalan dengan cara yang lebih transparan, akuntabel, dan adil. Dengan demikian, peraturan ini diharapkan dapat membantu dalam upaya pencegahan dan pemberantasan praktik korupsi dalam politik, serta memastikan bahwa setiap individu atau kelompok memiliki akses yang setara dalam proses politik, tanpa didominasi oleh kekuatan finansial tertentu (Avkiran, et al., 2015: 4).

Dana kampanye adalah kumpulan sumber daya finansial, berupa uang, barang, atau jasa, yang diperuntukkan dan digunakan oleh para peserta pemilu, termasuk partai politik dan calon individu, untuk mendanai berbagai kegiatan kampanye mereka selama periode pemilihan. Sumber daya ini dialokasikan untuk mendukung serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan calon dan agenda mereka

kepada publik, dengan harapan untuk memenangkan dukungan dan suara dari pemilih.

Dalam rangka menciptakan sistem pemilu yang transparan dan akuntabel, hampir semua negara di dunia memiliki regulasi yang mewajibkan partai politik dan calon untuk menyampaikan laporan rinci mengenai penerimaan dan penggunaan dana kampanye mereka. Laporan ini harus diserahkan kepada badan publik, parlemen, atau entitas khusus lainnya yang bertanggung jawab atas pengawasan proses pemilu, dan informasi dalam laporan tersebut harus diakses oleh publik.

Namun, dalam praktiknya, terdapat tantangan dan masalah signifikan yang sering muncul dalam proses pelaporan dan pengawasan dana kampanye. Salah satu masalah utama adalah bahwa data finansial dari organisasi partai politik di tingkat lokal dan regional sering kali tidak dimasukkan dalam laporan, sehingga menciptakan celah untuk praktik tidak transparan dan tidak akuntabel. Selain itu, tantangan dalam pemantauan dan pengendalian aliran dana kampanye dan dana partai politik juga menjadi isu kritis yang perlu diatasi.

Menanggapi masalah-masalah ini, banyak negara telah melakukan reformasi regulasi mereka terkait dengan pendanaan politik, dengan tujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye (Nassmacher, 2014: 746-747). Sebagai contoh, Van Biezen menekankan bahwa isu pendanaan kampanye tidak hanya terkait dengan penerimaan dana, tetapi juga dengan

bagaimana dana tersebut dihabiskan oleh kandidat untuk memobilisasi dukungan dalam pemilu. Dalam konteks ini, ada dimensi penerimaan, pengeluaran, dan pengelolaan dana yang perlu diperhatikan dan diatur dengan baik untuk memastikan bahwa proses kampanye berjalan dengan adil dan sesuai dengan prinsip demokrasi (Sukmajati & Perdana, 2018: 5).

Regulasi terkait dana kampanye, yang mencakup pembatasan kontribusi, pembiayaan dari pihak publik, serta penetapan batas pengeluaran, diimplementasikan dengan berbagai tujuan yang spesifik dan berbeda-beda.

Pertama, dalam konteks batasan kontribusi, regulasi ini memiliki beberapa tujuan penting. Tujuan utama adalah untuk mengurangi persepsi masyarakat mengenai praktik korupsi dalam politik, yang dapat terjadi akibat pengaruh dominan dari kontributor-kontributor besar yang menyumbangkan dana dalam jumlah signifikan. Dengan membatasi jumlah maksimal kontribusi yang dapat diterima oleh calon atau partai politik, regulasi ini bertujuan untuk mengurangi pengaruh finansial yang tidak sehat dan menciptakan lingkungan politik yang lebih adil dan seimbang.

Selanjutnya, pembatasan kontribusi juga bertujuan untuk mendemokratisasi proses penggalangan dana kampanye. Dengan membatasi jumlah kontribusi, calon dipaksa untuk mencari dukungan finansial dari basis kontributor yang lebih luas dan lebih beragam, bukan hanya mengandalkan donatur besar. Ini mendorong partisipasi lebih luas dari masyarakat

dalam proses politik dan membantu menciptakan sistem yang lebih inklusif dan representatif.

Ketiga, peningkatan dalam batas kontribusi yang diizinkan diharapkan dapat meningkatkan daya saing dalam arena politik. Ini dilakukan dengan mengurangi beban finansial pada calon yang memiliki akses terbatas terhadap sumber daya, sehingga memungkinkan mereka untuk bersaing secara lebih efektif dengan calon lain yang mungkin memiliki akses lebih baik terhadap dana kampanye. Dengan demikian, regulasi ini membantu menciptakan lapangan bermain yang lebih merata untuk semua calon, terlepas dari latar belakang finansial mereka (Gross, 2002: 146-147).

Gross (2002: 148) mengartikulasikan bahwa pembiayaan publik dalam kampanye elektoral tidak semata-mata diintroduksi untuk mengatasi persepsi negatif masyarakat terkait "politik uang". Lebih dari itu, pembiayaan publik bertujuan untuk memperkuat dinamika persaingan dalam pemilihan umum. Ini dilakukan dengan menyediakan dukungan finansial kepada para penantang dalam kontes elektoral, sehingga mereka dapat berkompetisi secara adil dan seimbang dalam arena politik. Dalam proses distribusi dana publik ini, terdapat beberapa metode yang diterapkan oleh negara-negara. Beberapa memilih untuk menyalurkan dana secara langsung kepada kandidat, ada juga yang mengalokasikan dana tersebut kepada partai politik, atau bahkan melakukan keduanya. Batasan dalam pengeluaran kampanye juga diimplementasikan sebagai mekanisme

kontrol terhadap biaya politik. Ini, ketika dikombinasikan dengan ketentuan pembiayaan publik, secara efektif berfungsi untuk memperkuat tingkat persaingan dalam pemilihan umum.

Bussey (2000: 74-75) menyampaikan bahwa praktik pendanaan kampanye yang kurang transparan, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri, memiliki potensi untuk secara signifikan mempengaruhi hasil pemilihan umum. Dengan dana yang besar, hasil pemilu dapat dimanipulasi, dan ini membuka peluang bagi elemen kriminal untuk ikut campur dan mempengaruhi kebijakan pemerintah. Fenomena ini tidak hanya mengancam pasar ide dan gagasan yang seharusnya menjadi fondasi dari demokrasi, tetapi juga secara bertahap mengikis kepercayaan publik terhadap kekuatan suara individu dalam sistem demokratis. Dalam konteks liberalisasi ekonomi, terciptalah kelas baru dari individu-individu kaya raya yang menggunakan kekayaan mereka untuk memperoleh kekuasaan politik. Di sisi lain, seiring dengan berkurangnya peran ideologi dan dengan banyak individu yang berupaya mendapatkan posisi politik bergerak menuju tengah spektrum politik, pemilihan umum semakin berubah menjadi kontes citra yang membutuhkan biaya besar untuk menarik dukungan dari pemilih.

Pelaporan Dana Kampanye Pemilu Legislatif Tahun 2019

Aturan mengenai dana kampanye di Indonesia telah mengalami serangkaian modifikasi, khususnya berkaitan

dengan sumber dan batasan kontribusi finansial untuk kampanye. Di bawah ini disajikan perbandingan terkait batasan kontribusi dana kampanye yang ditetapkan dalam berbagai regulasi yang pernah berlaku di Indonesia:

Tabel 2. Perbandingan Batasan Sumbangan Dana Kampanye

UU No. 12/2003		UU No. 10/2008		UU No. 8/2012	
Perseorangan	Kelompok	Perseorangan	Kelompok	Perseorangan	Kelompok
100 juta	750 juta	1 Milyar	1 Milyar	1 Milyar	7,5 Milyar

Alasan utama di balik keputusan para legislator untuk meningkatkan batasan sumbangan dana kampanye adalah untuk mendorong kejujuran di antara peserta pemilu dalam melaporkan penerimaan dana kampanye. Dengan batasan yang rendah, ada kecenderungan bagi pasangan calon (paslon) atau calon legislatif (caleg) untuk tidak melaporkan dengan akurat dalam laporan dana kampanye mereka, seperti yang diungkapkan oleh Salabi (2018: 1). Untuk Pemilihan Umum Tahun 2019, pengaturan mengenai dana kampanye diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Berikut ini adalah ringkasan dari pengaturan dana kampanye yang terdapat dalam undang-undang tersebut, yang disajikan dalam bentuk tabel:

Ketika kita membandingkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012, yang mengatur tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, dengan regulasi yang lebih baru, terdapat peningkatan signifikan dalam batasan sumbangan dana kampanye. Pada regulasi sebelumnya, batasan sumbangan dana kampanye dari individu adalah sebesar 1 miliar rupiah, namun dalam regulasi yang lebih baru ini, batasan tersebut telah dinaikkan menjadi 2,5 miliar rupiah. Sementara itu, untuk sumbangan dari kelompok atau Badan Usaha Non Publik (BUNP), batasan yang awalnya ditetapkan sebesar 7,5 miliar rupiah kini telah dinaikkan menjadi 25 miliar rupiah, sebagaimana diatur dalam Pasal 331.

Tabel 3. Pengaturan Dana Kampanye menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

PERIHAL	PRESIDEN	DPR/DPRD Prov/DPRD Kab- Kota	DPD
Sumber dana yang dibolehkan	a. Pasangan calon; b. Parpol/gabungan parpol; dan/atau c. Sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain : - Perseorangan - Kelompok; dan/atau - Perusahaan atau badan usaha non pemerintah. d. Dapat didanai APBN (p. 325)	a. Parpol; b. Calon anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota parpol bersangkutan; dan c. Sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain : - Perseorangan - Kelompok; dan/atau Perusahaan (p. 329)	a. Calon anggota DPD; dan b. Sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain : - Perseorangan - Kelompok; dan/atau Perusahaan atau badan usaha non pemerintah. (p. 19)

PERIHAL	PRESIDEN	DPR/DPRD Prov/DPRD Kab- Kota	DPD
Bentuk dana kampanye	a. Uang ; b. Barang; dan/atau c. Jasa). (p. 325)	a. Uang; b. Barang); dan/atau c. Jasa). (p. 329)	a. Uang; b. Barang); dan/atau c. Jasa). (p. 20)
Batasan Sumbangan	a. Perseorangan: Rp. 2.500.000.000 b. Kelompok dan/atau badan usaha non pemerintah Rp. 25.000.000.000 (25 M). (p. 325)	a. Perseorangan: Rp. 2.500.000.000, b. Kelompok dan/atau badan usaha non pemerintah Rp. 25.000.000.000 (p. 331)	a. Perseorangan: Rp. 750.000.000 b. Kelompok dan/atau badan usaha non pemerintah Rp. 1.500.000.000 (p.333)
Sumber dana yang dilarang	a. Pihak asing; b. Penyumbang yang tidak jelas identitasnya; c. Hasil tindak pidana; d. Pemerintah, Pemda, BUMN dan BUMD; atau Pemerintah desa dan BUMDes. (p.339)		
Laporan Dana Kampanye	Paslon dan tim kampanye di tingkat pusat wajib memberikan laporan awal dana kampanye (LADK) Pemilu dan rekening khusus dana Kampanye (RKDK) Paslon paling lama 14 hari setelah paslon ditetapkan sebagai Peserta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.(p. 334)	Parpol peserta pemilu anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupate / Kota sesuai tingkatannya wajib memberikan laporan awal dana kampanye (LADK) Pemilu dan rekening khusus dana Kampanye (RKDK) Pemilu kepada KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota paling lambat 14 hari sebelum hari	Calon anggota DPD peserta pemilu wajib memberikan laporan awal dana kampanye (LADK) Pemilu dan rekening khusus dana Kampanye (RKDK) Pemilu kepada KPU Provinsi paling lambat 14 hari sebelum hari pertama jadwal pelaksanaan Kampanye Pemilu dalam bentuk rapat umum. (p. 334) - Laporan dana kampanye calon anggota DPD peserta pemilu yang meliputi penerimaan dan pengeluaran wajib

PERIHAL	PRESIDEN	DPR/DPRD Prov/DPRD Kab- Kota	DPD
	<p>- Laporan dana kampanye paslon dan tim kampanye yang meliputi penerimaan dan pengeluaran wajib disampaikan kepada akuntan publik (KAP) yang ditunjuk KPU paling lama 15 hari sesudah hari pemungutan suara. - KAP menyampaikan hasil audit kepada KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota paling lama 30 hari sejak diterimanya laporan. - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota menyampaikan hasil audit dana kampanye paling lama 7 hari setelah menerima dari KAP. - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota</p>	<p>pertama jadwal pelaksanaan Kampanye Pemilu dalam bentuk rapat umum. (p. 334) - Laporan dana kampanye parpol peserta pemilu yang meliputi penerimaan dan pengeluaran wajib disampaikan kepada akuntan publik yang ditunjuk KPU paling lama 15 hari sesudah hari pemungutan suara. - KAP menyampaikan hasil audit kepada KPU, KPU Provinsi, dan KPU kabupaten/ Kota paling lama 30 hari sejak diterimanya laporan. - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota menyampaikan hasil audit dana kampanye paling lama 7 hari</p>	<p>disampaikan kepada akuntan publik yang ditunjuk KPU paling lama 15 hari sesudah hari pemungutan suara. - KAP menyampaikan hasil audit kepada KPU, KPU Provinsi, dan KPU kabupaten/Kota paling lama 30 hari sejak diterimanya laporan. - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota menyampaikan hasil audit dana kampanye paling lama 7 hari setelah menerima dari KAP - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota mengumumkan hasil pemeriksaan dana kampanye pemilu kepada publik paling lambat 10 hari setelah diterimanya laporan hasil pemeriksaan (p 335)</p>

PERIHAL	PRESIDEN	DPR/DPRD Prov/DPRD Kab- Kota	DPD
	mengumumkan hasil pemeriksaan dana kampanye pemilu kepada publik paling lambat 10 hari setelah diterimanya laporan hasil pemeriksaan. (p 335)	setelah menerima dari KAP - KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota mengumumkan hasil pemeriksaan dana kampanye pemilu kepada publik paling lambat 10 hari setelah diterimanya laporan hasil pemeriksaan (p 335)	
Sanksi	<p>- Peserta Pemilu yang dengan sengaja memberikan keterangan tidak benar dalam laporan kampanye dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 12.000.000 (12Jt). (p. 496) - Setiap orang yang dengan sengaja memberikan keterangan tidak benar dalam laporan kampanye dipidana dengan pidana kurungan paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp. 24.000.000 (24Jt). (p. 497) - Setiap orang, kelompok, perusahaan, dan/atau badan usaha nonpemerintah yang memberikan dana Kampanye melebihi batas yang ditentukan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak Rp500.000.000 (500 Jt). (p. 525) - Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada KPU, dan/atau tidak menyerahkan kelebihan sumbangan kepada kas negara paling lambat 14 hari setelah masa Kampanye Pemilu berakhir dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak Rp500.000.000 (500 Jt).(p.525) - Setiap orang, kelompok, perusahaan, dan/atau badan usaha nonpemerintah yang memberikan dana Kampanye Pemilu melebihi batas yang ditentukan dipidana dengan pidana penjara</p>		

PERIHAL	PRESIDEN	DPR/DPRD Prov/DPRD Kab- Kota	DPD
			<p>paling lama 2 tahun dan denda paling banyak Rp500.000.000 (500 Jt). (p.526) - Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada KPU, dan/atau tidak menyerahkan kelebihan sumbangan kepada kas negara paling lambat 14 hari setelah masa Kampanye Pemilu dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak Rp500.000.000 (500 Jt). (p.526)</p> <p>- Peserta Pemilu yang terbukti menerima sumbangan dana Kampanye Pemilu dari sumber dana yang dilarang dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 tahun dan denda paling banyak Rp36.000.000, (36 Jt). (p.527) - Peserta Pemilu yang menerima sumbangan dari sumber dana yang dilarang dan tidak melaporkan kepada KPU dan/atau tidak menyetorkan ke kas negara, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan denda sebanyak 3 kali dari jumlah sumbangan yang diterima. (p.528) - Pelaksana dan tim kampanye yang menggunakan dana dari sumbangan yang dilarang dan/atau tidak melaporkan dan/atau tidak menyetorkan ke kas negara paling lambat 14 hari setelah masa Kampanye Pemilu berakhir, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan denda sebanyak 3 kali dari jumlah sumbangan yang diterima. (p.528)</p>

Selain itu, terdapat penambahan ketentuan terkait larangan sumber sumbangan dana kampanye. Sumbangan dana kampanye kini tidak hanya dilarang berasal dari sumber ilegal, tetapi juga dilarang berasal dari hasil tindak pidana, seperti yang diatur dalam Pasal 339. Ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa dana kampanye berasal dari sumber yang sah dan legal, sehingga proses demokrasi dapat berjalan dengan lebih transparan dan akuntabel.

Lebih lanjut, terdapat penambahan aturan pidana yang ditujukan untuk individu yang dengan sengaja menyampaikan keterangan atau informasi yang tidak benar dalam laporan dana kampanye. Individu yang terbukti melanggar aturan ini akan dikenakan sanksi pidana berupa kurungan dan denda yang besarnya dua kali lipat dari jumlah yang seharusnya dilaporkan oleh peserta pemilu, sebagaimana diatur dalam Pasal 497. Penambahan aturan pidana ini diharapkan dapat mendorong transparansi dan kejujuran di antara peserta pemilu dalam melaporkan dana kampanye, sehingga proses pemilihan umum dapat berjalan dengan lebih adil dan demokratis.

Dalam ketentuan hukum yang berlaku, sanksi denda telah ditetapkan bagi individu, kelompok, atau Badan Usaha Non-Pemerintah (BUNP) yang terbukti memberikan kontribusi dana kampanye yang melebihi batas yang telah ditentukan sebelumnya. Sanksi yang sama juga berlaku bagi peserta pemilu yang menggunakan dana kampanye yang melebihi batas, tidak melaporkan kelebihan dana tersebut kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU), atau tidak menyerahkan kelebihan dana tersebut ke kas negara dalam waktu paling lambat 14 hari setelah masa kampanye pemilu berakhir. Dalam hal ini, besaran denda yang dikenakan telah mengalami pengurangan signifikan, yaitu sebesar 4,5 miliar rupiah, dari denda awal sebesar 5 miliar rupiah menjadi hanya 500 juta rupiah, seperti yang diatur dalam Pasal 525.

Selain itu, terdapat penambahan aturan pidana bagi peserta pemilu yang menerima dana kampanye dari sumber yang secara eksplisit dilarang dan tidak melaporkannya kepada KPU atau tidak menyetorkannya ke kas negara. Peserta pemilu yang melanggar aturan ini akan dikenakan sanksi berupa pidana penjara dengan durasi maksimal empat tahun dan denda sebesar tiga kali jumlah sumbangan yang diterima.

Aturan pidana juga diperluas untuk mencakup pelaksana dan tim kampanye yang menggunakan dana kampanye dari sumber yang dilarang, atau yang tidak melaporkan dan/atau tidak menyetorkan dana tersebut ke kas negara dalam waktu 14 hari setelah masa kampanye pemilu berakhir. Pelanggaran ini akan dihukum dengan pidana penjara maksimal dua tahun dan denda sebesar tiga kali jumlah sumbangan yang diterima, sebagaimana diatur dalam Pasal 528. Penambahan dan perubahan dalam aturan pidana ini diharapkan dapat mencegah penyalahgunaan dana kampanye dan memastikan bahwa proses pemilu berjalan dengan cara yang adil, transparan, dan akuntabel.

Namun demikian, serupa dengan ketentuan pengelolaan dana kampanye pada peraturan-peraturan sebelumnya, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum juga tidak mencantumkan ketentuan spesifik mengenai batasan sumbangan dana kampanye yang berasal dari partai politik maupun dari calon legislatif (caleg). Selain itu, undang-undang ini juga tidak mengatur batasan pengeluaran dana kampanye. Lebih lanjut, dalam konteks pelaporan dana kampanye, objek

yang bertanggung jawab untuk melaporkan masih berada pada ranah partai politik, bukan pada individu calon legislatif itu sendiri.

Ketiadaan ketentuan yang jelas mengenai batasan sumbangan dana kampanye dari partai politik dan calon legislatif ini membuka celah atau ruang gerak bagi individu atau entitas perusahaan untuk memberikan sumbangan yang jumlahnya melebihi batas yang seharusnya. Hal ini, pada gilirannya, memungkinkan para calon legislatif untuk mencari dan mengumpulkan dana kampanye dari berbagai sumber tanpa batasan yang jelas. Dalam praktiknya, seorang calon legislatif dapat menerima sumbangan secara langsung dari individu atau perusahaan, dan kemudian sumbangan tersebut diakui sebagai kontribusi pribadi calon legislatif tersebut ketika disetorkan ke dana kampanye partai politik (Supriyanto, D & Wulandari, L, 2013:140).

Situasi ini dapat memicu terjadinya persaingan yang kurang sehat di antara para calon legislatif. Calon legislatif yang memiliki dana kampanye terbatas akan berkompetisi dengan calon lain yang memiliki akses ke dana kampanye yang lebih besar dan berlimpah. Ini menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan, di mana calon legislatif dengan dana terbatas mungkin akan menghadapi kesulitan untuk bersaing secara efektif melawan calon yang memiliki sumber daya finansial yang lebih kuat.

Ketiadaan aturan yang jelas dan tegas mengenai batasan pengeluaran dana kampanye tidak hanya meruntuhkan prinsip

kesetaraan dalam konteks pemilihan umum, tetapi juga menciptakan situasi di mana partai politik beserta calon legislatifnya terpacu untuk mengumpulkan dana kampanye sebanyak-banyaknya demi meraih kemenangan dalam kontes elektoral. Fenomena ini, pada akhirnya, dapat menumbuhkan benih-benih perilaku koruptif di kalangan partai politik dan calon legislatif.

Sebagai respons terhadap situasi ini dan dalam upaya untuk mengatur pengelolaan dana kampanye secara lebih rinci dan sistematis, Komisi Pemilihan Umum (KPU) kemudian menginisiasi penerbitan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018. Peraturan ini khusus mengatur tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum dan kemudian mengalami revisi melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 34 Tahun 2018. Selain itu, untuk memberikan panduan teknis terkait pelaporan dana kampanye, KPU juga mengeluarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1126/PL.01.6-Kpt/03/KPU/IX/2018. Keputusan ini secara khusus berisi tentang Pedoman Teknis Pelaporan Dana Kampanye Pemilihan Umum. Selanjutnya, KPU juga mengeluarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1781/PL.01.6-Kpt/03/KPU/XI/2018 yang berisi tentang Pedoman Pelaksanaan Audit Laporan Dana Kampanye Pemilihan Umum.

Dalam konteks Pemilihan Umum Tahun 2019, sumber dana kampanye yang diperbolehkan terdiri dari berbagai entitas. Sumber-sumber tersebut meliputi sumbangan yang berasal

dari partai politik, calon legislatif, individu (perseorangan), kelompok masyarakat, serta badan usaha non-pemerintah.

Dalam hal penerimaan dana kampanye, dominasi terbesar berasal dari sumbangan yang diberikan oleh calon legislatif, yang mencapai angka signifikan sebesar 1,99 trilyun rupiah, atau setara dengan 84% dari total keseluruhan dana kampanye yang diterima. Sumbangan dari calon legislatif ini menjadi pilar utama pendanaan kampanye, mengindikasikan peran sentral mereka dalam mekanisme pendanaan ini.

Selanjutnya, sumbangan dari partai politik juga memberikan kontribusi penting dengan total mencapai 315,6 milyar rupiah. Jumlah ini setara dengan 13,3% dari total penerimaan dana kampanye secara keseluruhan. Sumbangan ini menempati posisi kedua dalam hierarki kontribusi dana kampanye.

Sementara itu, sumbangan dari individu atau perseorangan tercatat sebesar 19,7 milyar rupiah, yang hanya menyumbang 1% dari total dana kampanye. Selain itu, terdapat pula sumbangan lain-lain yang mencakup komitmen dan bunga bank, dengan total mencapai 16,5 milyar rupiah. Sumbangan dari badan usaha non-pemerintah juga tercatat, meskipun nilainya relatif kecil, yakni sebesar 15 milyar rupiah atau 0,6% dari total, dan sumbangan dari kelompok masyarakat sebesar 9,5 milyar rupiah atau 0,4% dari total penerimaan dana kampanye.

Dalam konteks penerimaan dana kampanye oleh partai politik, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) mencatatkan

diri sebagai entitas dengan penerimaan sumbangan dana kampanye terbesar, dengan total mencapai 345 milyar rupiah. Menariknya, mayoritas dana yang diterima PDIP berasal dari sumbangan calon legislatifnya sendiri, yang mencapai 338 milyar rupiah atau 98% dari total penerimaan dana kampanye partai tersebut. Ini menunjukkan ketergantungan partai terhadap sumbangan dari calon legislatifnya.

Partai Golkar tidak kalah signifikan dengan total penerimaan dana kampanye sebesar 307 milyar rupiah, diikuti oleh Partai Nasdem yang menerima total dana kampanye sebesar 259 milyar rupiah. Di sisi lain, Partai Garuda tercatat sebagai partai politik dengan penerimaan dana kampanye terkecil, dengan total hanya mencapai 3,4 milyar rupiah.

PDIP dan Partai Golkar, yang telah lama berdiri dan memiliki sejarah panjang dalam kancah politik Indonesia, telah berhasil melakukan konsolidasi organisasi hingga ke tingkat akar rumput di berbagai pelosok negeri. Namun, dalam proses nominasi calon legislatif, kedua partai ini cenderung memberikan prioritas kepada individu yang memiliki kapital finansial yang cukup untuk mendukung dana kampanye secara mandiri dan menggerakkan mesin politik atau tim sukses guna mengumpulkan dukungan politik yang luas.

Dalam Pemilu Serentak Tahun 2019, seperti halnya pada Pemilu Tahun 2014, mayoritas dana kampanye yang diterima berasal dari para caleg itu sendiri. Fenomena ini dapat diatribusikan kepada desain sistem pemilihan umum yang menganut sistem proporsional terbuka. Sistem ini secara

inheren mendorong setiap caleg untuk menginvestasikan dana yang signifikan guna memenangkan kursi legislatif. Para caleg ini tidak hanya berkompetisi dengan caleg dari partai politik lain, tetapi juga harus bersaing ketat dengan kolega mereka sendiri di dalam partai.

Sistem pemilu proporsional terbuka ini memaksa para caleg untuk mengalokasikan dana yang besar untuk berbagai kegiatan kampanye. Ini mencakup penyelenggaraan pertemuan-pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dengan konstituen, produksi alat peraga kampanye, serta distribusi bahan kampanye ke masyarakat. Semua ini memerlukan pengeluaran finansial yang tidak sedikit, sehingga caleg dengan kapital finansial yang lebih besar memiliki keunggulan dalam proses kampanye ini.

Partai Perindo menempati posisi sebagai partai politik yang mendapatkan sumbangan dana kampanye terbesar dari internal struktur partainya sendiri, dengan total sumbangan mencapai 88 miliar rupiah. Di posisi berikutnya, Partai Nasdem menerima sumbangan internal sebesar 80 miliar rupiah, disusul oleh Partai Golkar dengan sumbangan internal sejumlah 72 miliar rupiah. Sementara itu, Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) merupakan entitas politik unik yang tidak mendapatkan sumbangan dari kas internal partai. Sebaliknya, PKPI mengandalkan sumbangan dari kelompok-kelompok tertentu yang menyumbang sekitar 4,7 miliar rupiah, serta sumbangan dari para calon legislatifnya yang mencapai 1,5 miliar rupiah.

Partai Perindo dan Nasdem memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan finansial kampanye mereka secara independen. Kedua partai ini mengandalkan dana yang berasal dari pendiri partai dan entitas korporat yang terkait, yang mayoritas memiliki latar belakang sebagai pengusaha. Dengan demikian, Perindo dan Nasdem tidak sepenuhnya bergantung pada sumbangan dari anggota partai secara luas. Sebaliknya, mereka lebih mengandalkan sumbangan dari individu atau kelompok orang tertentu yang memiliki kapasitas finansial kuat.

Sosok seperti Surya Paloh dan Hary Tanoesoedibjo, yang merupakan tokoh penting di balik Partai Nasdem dan Partai Perindo, mampu dengan mudah memobilisasi sumber daya dari industri media yang mereka pimpin. Mereka menggunakan jaringan bisnis media massa yang mereka miliki untuk mendukung kampanye partai politik yang mereka dirikan dan pimpin. Fenomena ini mencerminkan karakteristik dari partai-partai politik modern yang oleh Noor (2017: 115) diistilahkan sebagai "partai-partai post-democracy". Partai-partai semacam ini cenderung tidak sepenuhnya mengandalkan partisipasi demokratis anggota, melainkan lebih mengandalkan kekuatan finansial dan pengaruh dari individu atau kelompok tertentu dalam struktur partai.

Partai Hanura menonjol sebagai entitas politik tunggal yang berhasil mengakuisisi dana kampanye dari kelompok-kelompok donatur, dengan total sumbangan mencapai angka 9,5 miliar rupiah. Sementara itu, Partai Demokrat muncul

sebagai penerima utama sumbangan dana kampanye dari individu-individu, dengan total sumbangan yang diterima sebesar 7,1 miliar rupiah. Di posisi berikutnya, Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) menerima sumbangan dari individu sejumlah 4,7 miliar rupiah, dan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mendapatkan sumbangan individu sebesar 3,8 miliar rupiah.

Dari pengamatan ini, tampak bahwa partai-partai politik yang telah lama berdiri dan memiliki basis massa yang besar tampaknya mengalami kesulitan dalam menarik partisipasi finansial dari masyarakat umum dalam proses penggalangan dana kampanye. Ini bisa jadi mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat yang berkurang terhadap partai-partai besar atau bisa juga karena strategi penggalangan dana yang kurang efektif.

Selanjutnya, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) tercatat sebagai partai politik yang menerima sumbangan dana kampanye terbesar dari badan usaha non-pemerintah, dengan total sumbangan mencapai 7,4 miliar rupiah. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mengikuti di posisi kedua dengan sumbangan sebesar 6,2 miliar rupiah, disusul oleh Partai Nasdem yang menerima sumbangan sebesar 1 miliar rupiah, dan Partai Golkar dengan sumbangan sejumlah 395 juta rupiah. Menariknya, partai-partai politik lainnya tidak tercatat menerima sumbangan dari badan usaha non-pemerintah. Ini menunjukkan variasi strategi dan sumber pendanaan yang digunakan oleh masing-masing partai politik dalam proses

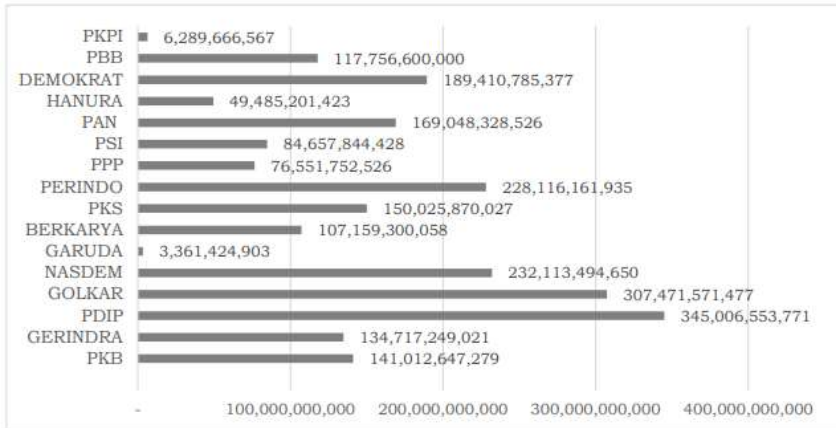
kampanye mereka, serta dinamika unik dalam politik pendanaan kampanye di Indonesia.

Dalam konteks pengeluaran dana kampanye, terdapat kecenderungan umum yang diikuti oleh seluruh partai politik, di mana dana tersebut mayoritas dialokasikan untuk sejumlah pos penting. Ini mencakup biaya jasa kampanye yang diperuntukkan bagi calon legislatif, distribusi dan penyebaran materi kampanye, produksi iklan yang bertujuan untuk mempromosikan calon dan partai, pembuatan alat peraga kampanye yang efektif, serta pemberian sumbangan finansial kepada calon legislatif untuk mendukung kebutuhan kampanye mereka.

Pengeluaran ini dirancang untuk memaksimalkan visibilitas dan daya tarik calon legislatif di mata pemilih, serta untuk memastikan bahwa pesan dan platform kampanye mereka dapat disampaikan secara luas dan efektif kepada publik. Selain itu, pengeluaran ini juga mencerminkan strategi kampanye yang diadopsi oleh partai-partai politik, yang cenderung fokus pada promosi calon legislatif dan penyebaran informasi kampanye melalui berbagai media dan format.

Berikut ini adalah rincian total pengeluaran dana kampanye yang dilakukan oleh seluruh partai politik yang berpartisipasi dalam Pemilu Serentak 2019. Data ini memberikan gambaran mengenai bagaimana dana kampanye dialokasikan dan digunakan oleh masing-masing partai politik dalam upaya mereka untuk meraih dukungan dan suara pemilih dalam konteks pemilihan umum tersebut.

Gambar 1. Pengeluaran Dana Kampanye Pemilu Serentak 2019



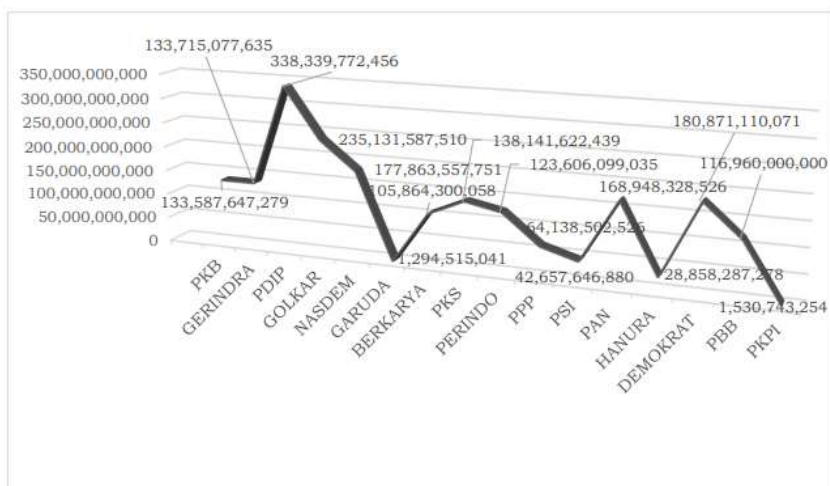
Biaya yang dikeluarkan untuk layanan kampanye mendominasi pengeluaran dana kampanye bagi sebagian besar partai politik, dengan total mencapai 1,9 triliun rupiah, atau sekitar 85,03% dari total pengeluaran dana kampanye keseluruhan yang sejumlah 2,3 triliun rupiah. Ini menunjukkan bahwa layanan kampanye merupakan elemen kunci dan prioritas utama dalam strategi pengeluaran dana kampanye oleh partai-partai politik.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) mencatatkan pengeluaran tertinggi di antara semua partai politik, dengan total pengeluaran mencapai 338,3 miliar rupiah. Angka ini mencerminkan komitmen dan investasi signifikan yang dilakukan oleh PDIP dalam layanan kampanye untuk memaksimalkan dampak dan jangkauan kampanye mereka di

kalangan pemilih. Ini juga bisa diartikan sebagai refleksi dari strategi kampanye yang agresif dan terfokus yang diadopsi oleh PDIP untuk memenangkan hati dan pikiran pemilih.

Di sisi lain, Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) memiliki pengeluaran terendah untuk layanan kampanye, dengan total hanya mencapai 1,5 miliar rupiah. Pengeluaran yang relatif rendah ini mungkin mencerminkan sumber daya keuangan yang terbatas, strategi kampanye yang lebih hemat biaya, atau kombinasi keduanya. Meskipun demikian, pengeluaran ini menunjukkan bahwa PKPI juga mengalokasikan sebagian besar dana kampanye mereka untuk layanan kampanye, mengikuti tren yang diamati di antara partai politik lainnya.

Gambar 2. Pengeluaran Jasa Kampanye Calon Legislatif



Total dana yang dikeluarkan oleh partai-partai politik untuk aktivitas penyebaran materi kampanye mencapai angka 77 miliar rupiah, yang merupakan sekitar 3,30% dari total keseluruhan pengeluaran dana kampanye. Angka ini mencerminkan seberapa penting aktivitas penyebaran bahan kampanye dalam strategi pemasaran politik mereka, meskipun proporsinya tidak sebesar pengeluaran untuk layanan kampanye.

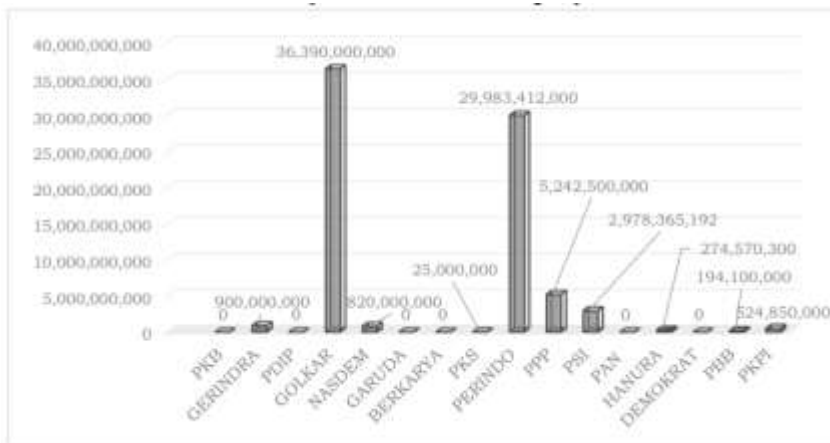
Partai Golkar tercatat sebagai partai yang paling banyak mengalokasikan dana untuk penyebaran bahan kampanye, dengan total pengeluaran sebesar 36,3 miliar rupiah. Investasi signifikan ini menunjukkan bahwa Golkar memberi prioritas tinggi pada distribusi materi kampanye sebagai bagian integral dari strategi pemasaran dan promosi mereka selama periode pemilihan.

Selanjutnya, Partai Perindo juga melakukan investasi yang cukup besar dalam penyebaran bahan kampanye, dengan total pengeluaran mencapai 29,9 miliar rupiah. Ini menandakan bahwa Perindo, seperti Golkar, melihat nilai strategis dalam penyebaran bahan kampanye untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan di antara pemilih.

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) mengalokasikan 5,2 miliar rupiah untuk kegiatan yang sama, menempatkannya di posisi ketiga dalam hal pengeluaran untuk penyebaran bahan kampanye. Meskipun jumlahnya lebih kecil dibandingkan dengan Golkar dan Perindo, angka ini masih mencerminkan

komitmen PPP untuk memastikan bahwa materi kampanye mereka tersebar luas di kalangan pemilih.

Gambar 3. Penyebaran Bahan Kampanye



Sementara itu, beberapa partai politik lain seperti Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Garuda, Partai Berkarya, Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Demokrat tidak mengalokasikan anggaran khusus untuk penyebaran bahan kampanye. Keputusan ini mungkin mencerminkan strategi kampanye yang berbeda, di mana partai-partai tersebut mungkin fokus pada metode kampanye lain yang dianggap lebih efektif atau efisien dalam mencapai pemilih.

Dalam aspek pengeluaran untuk produksi iklan, partai politik telah mengalokasikan total dana sebesar 74 miliar rupiah, yang merupakan sekitar 3,19% dari total keseluruhan

pengeluaran dana kampanye. Angka ini menunjukkan bahwa produksi iklan merupakan salah satu elemen penting dalam strategi kampanye, meskipun tidak sebesar pos pengeluaran lainnya.

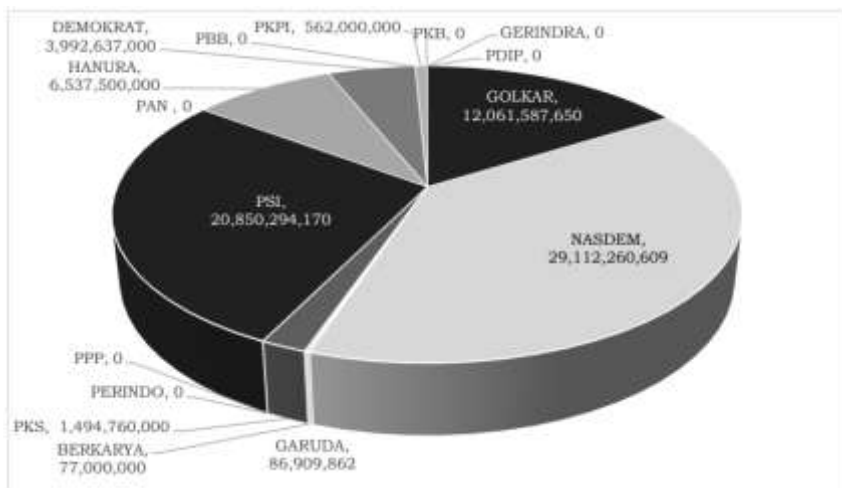
Menarik untuk dicatat bahwa terdapat penurunan signifikan dalam pengeluaran untuk produksi iklan jika dibandingkan dengan data dari Pemilihan Legislatif (Pileg) tahun 2014. Pada periode tersebut, total belanja untuk produksi iklan mencapai 343 miliar rupiah, yang setara dengan 9,56% dari total pengeluaran dana kampanye. Penurunan ini mungkin mencerminkan perubahan dalam strategi kampanye atau efisiensi dalam pengeluaran untuk produksi iklan.

Partai Hanura tercatat sebagai partai yang paling banyak menginvestasikan dana dalam produksi iklan, dengan total pengeluaran mencapai 70,5 miliar rupiah. Investasi besar ini menunjukkan bahwa Hanura sangat mengandalkan iklan sebagai alat utama untuk menjangkau dan mempengaruhi pemilih.

Partai Demokrat mengikuti dengan total pengeluaran untuk produksi iklan sebesar 56,8 miliar rupiah, menempatkannya sebagai partai kedua terbesar dalam hal belanja iklan. Sementara itu, Partai Amanat Nasional (PAN) mengalokasikan 43,8 miliar rupiah, Partai Golkar 39,8 miliar rupiah, dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) 33,5 miliar rupiah untuk produksi iklan, seperti yang dijelaskan oleh Melaz, A (2018: 87-88).

Pengeluaran ini mencerminkan seberapa penting iklan dalam strategi kampanye masing-masing partai dan seberapa besar mereka bersedia menginvestasikan dana untuk memproduksi iklan yang efektif dan menarik. Setiap partai mungkin memiliki pendekatan dan strategi yang berbeda dalam menggunakan iklan, tergantung pada target audiens, pesan kampanye, dan tujuan pemasaran politik mereka.

Gambar 4. Produksi Iklan



Pada Pemilu Serentak tahun 2019, Partai Nasdem, yang merupakan salah satu partai politik yang baru muncul di panggung politik Indonesia, telah mengalokasikan anggaran yang signifikan untuk produksi iklan, dengan total mencapai 29 miliar rupiah. Hal ini diikuti oleh Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang mengeluarkan 20 miliar rupiah, Partai Golkar dengan 12 miliar rupiah, Partai Hanura sebesar 6 miliar rupiah, Partai

Demokrat dengan 3 miliar rupiah, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sejumlah 1 miliar rupiah, Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) sebesar 562 juta rupiah, Partai Garuda sejumlah 86 juta rupiah, dan Partai Berkarya dengan total 77 juta rupiah.

Partai-partai seperti PKB, Gerindra, PDIP, Perindo, PPP, PAN, dan PBB, pada kesempatan ini, tidak mengalokasikan dana khusus untuk produksi iklan. Ini bisa jadi karena strategi kampanye yang berbeda atau alokasi dana yang difokuskan pada aspek-aspek lain dari kampanye mereka.

Adalah penting untuk mencatat bahwa bagi partai politik yang baru seperti Nasdem dan PSI, pengeluaran besar untuk iklan dianggap sebagai investasi yang penting dan strategis. Mengingat mereka adalah entitas baru di arena politik, kedua partai ini perlu membangun kesadaran merek dan popularitas di kalangan pemilih. Investasi ini bertujuan untuk memperkenalkan partai kepada publik dan menarik dukungan dari basis pemilih yang lebih luas.

Sementara itu, partai politik lain mungkin tidak mengalokasikan dana yang signifikan untuk iklan karena keterbatasan dana atau karena fokus pada strategi kampanye yang berbeda. Selain itu, daya tarik dari Pemilihan Presiden (Pilpres) juga dapat mempengaruhi alokasi dana kampanye, mengingat Pilpres seringkali menarik perhatian yang lebih besar dari publik dan media, sehingga menyerap lebih banyak iklan kampanye. Ini bisa menjadi salah satu alasan mengapa beberapa partai politik memilih untuk tidak menginvestasikan

secara besar-besaran pada iklan selama Pemilu Serentak 2019.

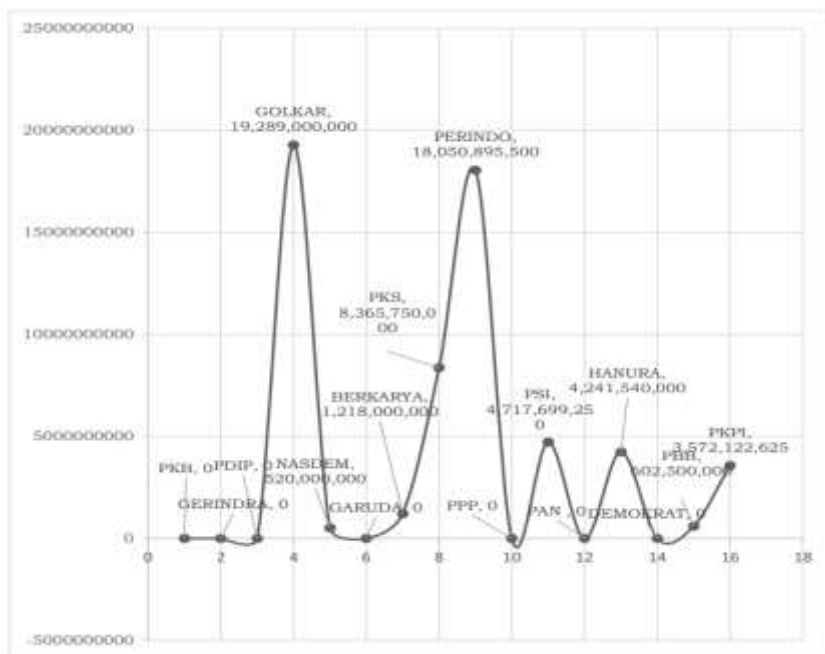
Salah satu pos pengeluaran dana kampanye yang signifikan adalah untuk pembuatan alat peraga kampanye. Total dana yang dikeluarkan oleh seluruh partai politik untuk keperluan ini mencapai angka 60,5 miliar rupiah, yang merupakan sekitar 2,59% dari total keseluruhan pengeluaran dana kampanye. Alat peraga kampanye merupakan elemen penting dalam strategi kampanye, yang berfungsi untuk meningkatkan visibilitas dan pengenalan calon kepada publik.

Partai Golkar tercatat sebagai partai yang paling banyak mengalokasikan dana untuk pembuatan alat peraga kampanye, dengan total pengeluaran mencapai 19,2 miliar rupiah. Hal ini diikuti oleh Partai Perindo yang mengeluarkan dana sebesar 18 miliar rupiah, dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dengan total pengeluaran sebesar 8,3 miliar rupiah untuk pos ini.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Hanura, dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) juga menginvestasikan dana untuk pembuatan alat peraga kampanye, meskipun dalam jumlah yang lebih kecil, berkisar antara 3 hingga 5 miliar rupiah. Sementara itu, Partai Nasdem dan Partai Bulan Bintang (PBB) mengalokasikan dana dalam kisaran 500 juta hingga 700 juta rupiah untuk keperluan yang sama.

Namun, terdapat beberapa partai politik yang tidak mengeluarkan dana sama sekali untuk pembuatan alat peraga kampanye, yaitu Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Gerindra, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Garuda, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Demokrat. Keputusan ini mungkin diambil berdasarkan strategi kampanye masing-masing partai, yang mungkin memprioritaskan pengeluaran dana kampanye untuk kebutuhan lain atau mengandalkan strategi kampanye yang tidak terlalu bergantung pada alat peraga.

Gambar 5. Pembuatan Alat Peraga Kampanye



Gambar 5 menampilkan suatu kecenderungan yang menarik terkait pengeluaran untuk alat peraga kampanye oleh berbagai partai politik. Dari data yang terpampang, tampak bahwa partai-partai politik yang telah lama berdiri dan memiliki representasi kursi di parlemen—dengan pengecualian Golkar dan PKS—cenderung mengurangi atau meminimalisir pengeluaran mereka untuk alat peraga kampanye.

Partai-partai politik yang telah lama eksis dan memiliki kursi di lembaga legislatif mungkin memiliki strategi dan prioritas pengeluaran yang berbeda. Mereka mungkin lebih fokus pada strategi kampanye lain yang dianggap lebih efektif dalam meraih dukungan, atau mungkin mereka sudah memiliki basis dukungan yang cukup kuat sehingga tidak memerlukan investasi besar pada alat peraga kampanye.

Di sisi lain, terdapat partai-partai politik yang relatif baru, seperti Perindo dan PSI, yang tampaknya mengalokasikan dana yang signifikan untuk alat peraga kampanye. Partai-partai baru ini mungkin merasa perlu untuk lebih proaktif dalam upaya meningkatkan visibilitas dan pengenalan mereka di kalangan publik, mengingat mereka belum memiliki sejarah atau rekam jejak yang panjang di dunia politik Indonesia. Investasi yang besar dalam alat peraga kampanye dapat dianggap sebagai strategi penting untuk membangun identitas partai dan menarik dukungan dari pemilih.

Dalam konteks ini, alat peraga kampanye berfungsi sebagai media promosi yang efektif untuk menjangkau pemilih, khususnya bagi partai-partai yang belum terlalu dikenal oleh

masyarakat. Dengan menggunakan alat peraga kampanye yang menarik dan informatif, partai-partai politik baru berharap dapat memperkenalkan diri dan platform mereka kepada publik secara lebih luas, sehingga mampu bersaing dengan partai-partai lama yang telah memiliki basis dukungan yang mapan.

Dalam analisis pengeluaran dana kampanye, terdapat suatu pola menarik yang menunjukkan bahwa partai-partai politik yang baru muncul atau yang belum lama berdiri cenderung mengalokasikan dana yang signifikan untuk kegiatan pertemuan terbatas. Jumlah total pengeluaran untuk pertemuan terbatas mencapai 27,8 milyar, yang setara dengan 1,19% dari total keseluruhan pengeluaran dana kampanye oleh seluruh partai politik.

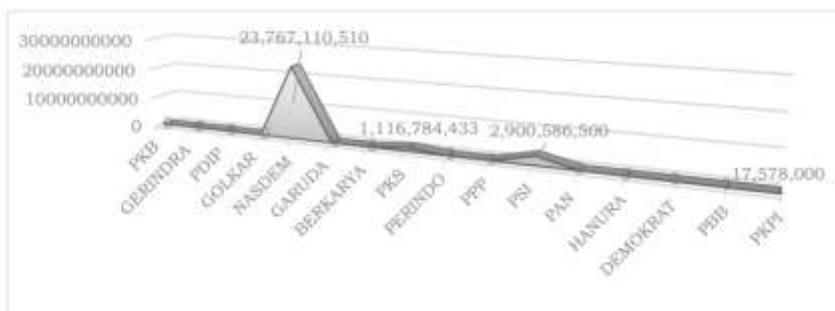
Pertemuan terbatas merupakan salah satu strategi kampanye yang efektif, terutama bagi partai-partai politik baru. Melalui pertemuan seperti ini, partai dapat berinteraksi langsung dengan sekelompok pemilih potensial dalam setting yang lebih intim dan personal. Ini memberikan kesempatan bagi partai untuk memperkenalkan diri, menyampaikan visi, misi, dan programnya, serta menjawab pertanyaan dan kekhawatiran pemilih secara langsung.

Dari gambar atau grafik yang disajikan (meskipun tidak ditampilkan di sini), kita dapat melihat distribusi pengeluaran untuk pertemuan terbatas oleh masing-masing partai politik. Kemungkinan besar, partai-partai politik baru menganggap pertemuan terbatas sebagai salah satu cara terbaik untuk

membangun hubungan dengan pemilih dan meningkatkan kesadaran publik tentang keberadaan dan platform mereka.

Dalam konteks kompetisi politik, partai-partai baru sering kali berhadapan dengan tantangan untuk menarik perhatian dan dukungan dari pemilih yang mungkin sudah memiliki loyalitas terhadap partai-partai lama. Oleh karena itu, menginvestasikan dana kampanye untuk pertemuan terbatas dapat dianggap sebagai langkah strategis yang cerdas untuk membangun basis dukungan dan meningkatkan peluang kemenangan dalam pemilihan.

Gambar 6. Pertemuan Terbatas



Partai Nasdem menempati posisi teratas dalam daftar pengeluaran terbesar untuk pertemuan terbatas, dengan total pengeluaran mencapai 23,7 milyar rupiah. Ini menunjukkan komitmen serius dari Nasdem dalam mengorganisir pertemuan-pertemuan eksklusif ini sebagai bagian integral dari strategi kampanye mereka. Di posisi kedua, Partai PSI mengalokasikan dana sebesar 2,9 milyar rupiah untuk kegiatan serupa, diikuti oleh PKS yang mengeluarkan 1,1 milyar

rupiah. Sementara itu, PKPI juga mengalokasikan dana untuk pertemuan terbatas, meskipun jumlahnya relatif kecil, yakni sebesar 17,5 juta rupiah. Menariknya, partai-partai politik lainnya tampaknya tidak mengalokasikan dana khusus untuk kegiatan pertemuan terbatas.

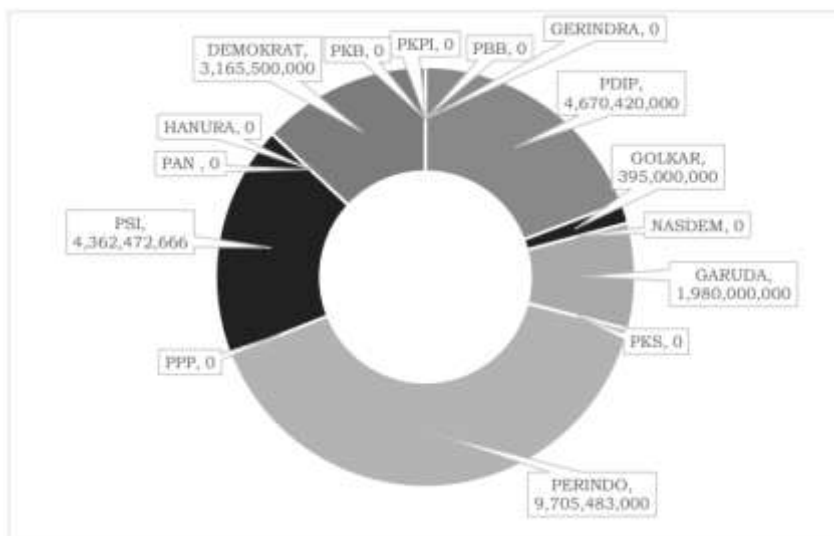
Selain itu, terdapat pola pengeluaran dana kampanye lain yang dominan di kalangan partai-partai politik yang baru, yaitu pengeluaran untuk sumbangan kepada calon legislatif. Total pengeluaran untuk kategori ini mencapai 24,2 milyar rupiah, atau sekitar 1,04% dari total keseluruhan pengeluaran dana kampanye oleh semua partai politik. Gambar atau grafik yang disertakan (meskipun tidak ditampilkan di sini) kemungkinan memberikan ilustrasi lebih detail mengenai distribusi pengeluaran ini.

Pengeluaran untuk sumbangan kepada calon legislatif ini mencerminkan dukungan finansial yang diberikan oleh partai kepada para calonnya untuk membantu membiayai kampanye mereka. Ini bisa mencakup berbagai jenis dukungan, mulai dari bantuan dana tunai hingga penyediaan sumber daya kampanye lainnya. Investasi ini penting bagi partai-partai politik baru karena membantu memastikan bahwa calon legislatif mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk bersaing secara efektif melawan calon dari partai-partai yang lebih mapan.

Dalam analisis ini, penting untuk mencatat bahwa partai-partai politik baru cenderung menginvestasikan proporsi dana kampanye yang signifikan untuk pertemuan terbatas dan

sumbangan kepada calon legislatif. Ini menunjukkan bahwa mereka mungkin melihat kedua kategori pengeluaran ini sebagai investasi strategis yang penting untuk membantu mereka membangun kehadiran dan dukungan di kalangan pemilih.

Gambar 7. Sumbangan kepada Calon Legislatif



Berdasarkan visualisasi data yang ditampilkan pada grafik yang disebutkan sebelumnya, dapat diamati bahwa Perindo menonjol sebagai partai politik yang paling dermawan dalam memberikan sumbangan kepada calon legislatifnya, dengan total sumbangan mencapai 9,7 milyar rupiah. Ini menandakan komitmen finansial yang signifikan dari Perindo untuk mendukung para calon legislatif yang mewakili partai tersebut dalam pemilihan.

Selanjutnya, PDIP juga tercatat sebagai salah satu partai yang memberikan sumbangan cukup besar kepada calon legislatifnya, dengan total mencapai 4,6 milyar rupiah. Ini mencerminkan strategi PDIP dalam mengalokasikan dana kampanye untuk mendukung para calon legislatifnya, yang merupakan bagian penting dari upaya partai untuk memenangkan dukungan dari pemilih.

PSI juga tidak ketinggalan dalam memberikan sumbangan yang signifikan kepada para calon legislatifnya, dengan total sumbangan sebesar 4,3 milyar rupiah. Ini menunjukkan bahwa PSI, meskipun tergolong sebagai partai politik baru, serius dalam memberikan dukungan finansial kepada para calon legislatifnya untuk memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk bersaing dalam pemilihan.

Demokrat, dengan total sumbangan sebesar 3,1 milyar rupiah, dan Garuda, dengan sumbangan sebesar 1,9 milyar rupiah, juga tercatat sebagai partai politik yang memberikan sumbangan kepada calon legislatifnya. Sementara itu, Golkar mengalokasikan sumbangan sebesar 395 juta rupiah untuk para calon legislatifnya.

Menarik untuk dicatat bahwa terdapat beberapa partai politik lain yang tidak mengalokasikan anggaran khusus untuk sumbangan kepada calon legislatif. Hal ini bisa jadi karena strategi pengeluaran dana kampanye yang berbeda atau karena alasan lain yang mendasari keputusan pengeluaran dana kampanye oleh masing-masing partai politik tersebut.

Pengeluaran dana kampanye yang dialokasikan untuk kegiatan rapat umum tampaknya tidak menjadi pilihan utama bagi sebagian besar partai politik yang berpartisipasi dalam Pemilu Serentak 2019. Dari keseluruhan partai, hanya ada dua partai politik veteran yang memutuskan untuk menginvestasikan sebagian dana kampanyenya untuk menyelenggarakan rapat umum, yakni Golkar dan PDIP.

Golkar, sebagai salah satu partai politik yang telah lama berkecimpung dalam dunia politik Indonesia, mengalokasikan dana sebesar 4,2 milyar rupiah untuk kegiatan rapat umum. Ini menunjukkan bahwa Golkar masih melihat pentingnya rapat umum sebagai salah satu metode kampanye untuk menggaet dukungan dari masyarakat. Melalui rapat umum, Golkar berupaya untuk berinteraksi secara langsung dengan pemilih dan menyampaikan visi, misi, serta program-program yang ditawarkan oleh partai dan calon legislatifnya.

Sementara itu, PDIP juga mengeluarkan dana untuk rapat umum, meskipun jumlahnya lebih kecil dibandingkan dengan Golkar, yakni sebesar 1,9 milyar rupiah. PDIP, yang juga merupakan partai politik dengan sejarah yang panjang di Indonesia, tampaknya masih mempertimbangkan rapat umum sebagai salah satu strategi kampanye yang efektif untuk memperkenalkan calon legislatif dan program partai kepada masyarakat luas.

Dalam arena kompetisi pemilihan umum, yang mana fokus utamanya terletak pada calon legislatif, terdapat pergeseran signifikan dalam strategi kampanye yang diadopsi oleh partai-

partai politik. Bentuk-bentuk kampanye yang konvensional, seperti rapat umum dan pertemuan tatap muka dengan pemilih, mulai ditinggalkan dan tidak lagi menjadi pilihan utama dalam strategi kampanye.

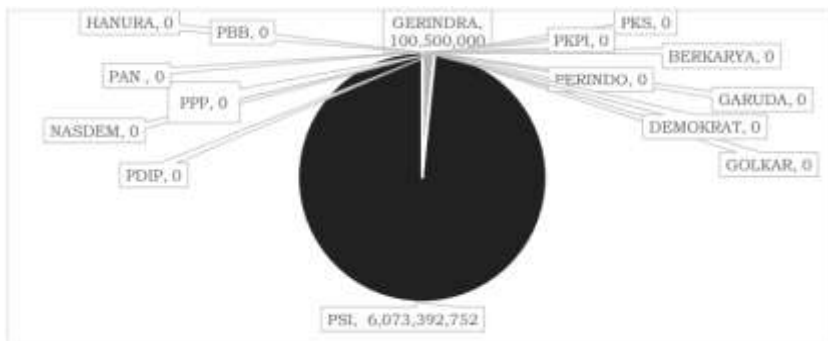
Gambar 8. Rapat Umum



Pengeluaran total yang dialokasikan oleh seluruh partai politik untuk kegiatan pertemuan tatap muka mencapai angka 6,1 milyar rupiah. Jumlah ini hanya merepresentasikan 0,2% dari total dana kampanye yang dikeluarkan oleh semua partai politik. Dalam konteks ini, hanya ada dua partai politik yang memilih untuk menginvestasikan dana kampanye mereka dalam kegiatan pertemuan tatap muka. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mengalokasikan dana sebesar 6 milyar rupiah untuk kegiatan ini, sedangkan Partai Gerindra menginvestasikan 1 milyar rupiah.

Trend ini mencerminkan perubahan dalam dinamika dan strategi kampanye pemilihan umum, di mana metode-metode kampanye konvensional mulai ditinggalkan. Partai-partai politik lebih memilih untuk menginvestasikan dana kampanye mereka dalam metode-metode lain yang dianggap lebih efektif dalam mencapai dan mempengaruhi pemilih, terutama mengingat bahwa fokus pemilihan umum kini lebih terpusat pada figur calon legislatif itu sendiri. Ini juga bisa menjadi indikasi bahwa metode kampanye tatap muka dianggap kurang efisien dan efektif dalam konteks pemilihan umum modern yang dinamis dan cepat berubah.

Gambar 9. Pertemuan Tatap Muka



Pola pendanaan yang digunakan dalam kampanye Pemilihan Legislatif (Pileg) tahun 2019 menunjukkan kesamaan signifikan dengan skema pendanaan yang diterapkan pada Pileg 2014, dimana keduanya menonjolkan karakteristik yang padat modal. Ini menandakan bahwa kampanye-kampanye tersebut

sangat bergantung pada injeksi dana yang substansial untuk beroperasi secara efektif.

Selain itu, terdapat indikasi kuat yang menunjukkan bahwa kandidat-kandidat yang berpartisipasi dalam pemilihan cenderung mengalokasikan sebagian dari dana kampanye mereka untuk melaksanakan tindakan yang mirip dengan praktik pembelian suara. Ini termanifestasi dalam distribusi uang tunai dan barang-barang kebutuhan pokok (sembako) yang intensif, terutama saat periode tenang kampanye dan menjelang hari pemungutan suara. Menurut Sukmajati, M & Disyacitta, F. (2019: 90-91), metode-metode yang digunakan dalam praktik-praktik ini tidak hanya bervariasi tetapi juga dilaksanakan secara masif dan meluas.

Transparansi terkait sumber-sumber dana kampanye juga masih menjadi isu yang belum terselesaikan. Dari total 16 partai politik yang berpartisipasi dalam Pemilu 2019, terdapat 9 partai yang memiliki masalah terkait identifikasi penyumbang dana kampanye mereka. Ketidaklengkapan data ini dapat dilihat lebih rinci pada tabel 3 yang disajikan di bawah ini. Isu transparansi ini menciptakan area abu-abu dalam akuntabilitas finansial dan integritas proses kampanye, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kredibilitas dan legitimasi dari partai-partai politik yang bersangkutan serta pemilihan umum secara keseluruhan.

Dalam arena pertarungan pemilu, di mana fokus utamanya adalah pada calon legislatif, metode kampanye yang konvensional seperti rapat umum dan pertemuan tatap muka

tampaknya mulai ditinggalkan dan tidak lagi menjadi pilihan utama. Ini mencerminkan perubahan signifikan dalam strategi kampanye yang diadopsi oleh partai-partai politik, di mana mereka cenderung menghindari pendekatan kampanye yang tradisional dan beralih ke taktik yang lebih kontemporer dan efektif.

Tabel 4. Identitas Penyumbang Partai Politik Yang Tidak Lengkap

No	Partai Politik	Identitas Penyumbang yang Tidak Lengkap			Keterangan
		Perseorangan	Kelompok	Badan Usaha Non-Pemerintah	
	PKB	6	1	-	No Telepon
	Golkar	1	-	1	No Telepon
	Nasdem	-	-	1	No Telepon
	Garuda	3	-	-	NPWP
	Berkarya	1	-	-	No Telepon
	PSI	70	2	-	No Telepon
	Hanura	1	1	-	NPWP
	Demokrat	4	-	-	No Telepon
	PKPI	3	-	-	No Telepon
	Total	89	4	2	

Pengeluaran total yang dialokasikan oleh seluruh partai politik untuk kegiatan pertemuan tatap muka hanya mencapai angka 6,1 milyar rupiah, yang hanya merepresentasikan 0,2% dari total dana kampanye yang dikeluarkan. Angka ini menunjukkan bahwa pertemuan tatap muka tidak lagi menjadi prioritas dalam strategi kampanye partai politik, mungkin karena dianggap kurang menarik atau kurang efektif dalam mencapai pemilih, khususnya generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi digital.

Dari keseluruhan partai politik yang berpartisipasi, hanya ada dua partai yang memutuskan untuk menginvestasikan sebagian dari dana kampanyenya untuk menyelenggarakan pertemuan tatap muka. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mengalokasikan dana sebesar 6 milyar rupiah untuk kegiatan ini. Sebagai partai yang relatif baru dan memiliki basis pemilih yang mayoritas muda, PSI mungkin melihat pertemuan tatap muka sebagai cara efektif untuk berinteraksi secara langsung dengan pemilih dan membangun koneksi yang lebih personal.

Sementara itu, Partai Gerindra juga mengeluarkan dana sebesar 1 milyar rupiah untuk pertemuan tatap muka. Meskipun jumlahnya lebih kecil dibandingkan dengan PSI, alokasi ini menunjukkan bahwa Gerindra masih melihat nilai dalam mengadakan pertemuan tatap muka sebagai bagian dari strategi kampanyenya, mungkin untuk menjangkau pemilih di daerah-daerah tertentu atau kelompok demografis tertentu yang lebih responsif terhadap pendekatan ini.

Namun, secara umum, pertemuan tatap muka dan rapat umum tidak lagi menjadi taktik kampanye dominan, dan partai-partai politik tampaknya lebih memilih untuk menginvestasikan dana kampanye mereka dalam metode kampanye lain yang dianggap lebih relevan dan resonan dengan pemilih masa kini.

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 5 yang telah disajikan sebelumnya, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) tampak menonjol sebagai partai politik yang memiliki catatan administrasi yang kurang rapi. Terdapat sebanyak 70 individu

yang telah memberikan sumbangan pada PSI, serta 2 kelompok penyumbang, yang gagal menyediakan informasi lengkap terkait nomor telepon dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) mereka. Kondisi ini mencerminkan adanya ketidakteraturan administratif yang terjadi dalam proses pencatatan data penyumbang pada partai tersebut.

Di sisi lain, terdapat tujuh partai politik yang berhasil menunjukkan ketaatan dan kerapian dalam administrasi pencatatan data penyumbang. Partai-partai politik tersebut meliputi Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Bulan Bintang (PBB). Selain itu, Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) juga termasuk dalam daftar partai yang memiliki administrasi yang tertib dan lengkap.

Tabel 5. Temuan Ketidakpatuhan LPPDK Partai Politik Peserta Pemilu 2019

No	Partai Poliitk	Temuan Ketidakpatuhan
1	PKB	1. Transaksi penerimaan tidak masuk RKDK namun dikeluarkan oleh pribadi calon legislatif. 2. Partai politik membiayai pengeluaran dana kampanye tidak menggunakan dana yang ditempatkan RKDK.
2	Gerindra	1. Periode LADK dibuka pada tanggal 20 Februari 2018 sedangkan RKDK baru dibuka tanggal 21 September 2018. 2. Pengeluaran dana kampanye Rp. 3.511.740.000 yang telah disampaikan dalam LADK tidak dilaporkan dalam LPPDK Partai Gerindra.
3	PDIP	1. PDIP menggunakan rekening lama untuk pembukuan RKDK, namun pengurus partai politik yang

No	Partai Poliitk	Temuan Ketidakpatuhan
		bertanda tangan di specimen telah berubah. 2. Terdapat beberapa calon legislatif yang tidak menandatangani LPSDK.
4	Berkarya	1. Pada LPSDK ditemukan nama calon legislatif dicatat dua kali, sehingga transaksi penerimaan dan pengeluaran dana sumbangan dalam bentuk jasa calon legislatif sebesar Rp. 865.500.000 dilakukan pencatatan dua kali, tidak ada bukti pendukung. 2. Saldo akhir minus sebesar Rp. 1.958.000 berdasarkan pengujian bukti pendukung, namun pada RKDK saldo akhir per 25 April 2019 sebesar 5.000.000. 3. Pada LPPDK terdapat nama calon legislatif dicatat dua kali, sehingga transaksi penerimaan dana sumbangan dalam bentuk jasa dan pengeluaran dalam bentuk jasa caleg sebesar Rp. 868.500.000 dilakukan pencatatan dua kali, tidak ada bukti pendukung. Jumlah keseluruhan dana kampanye yang tidak ada bukti pendukung sebesar Rp. 18.761.241.104. 4. Ditemukan pengeluaran dana kampanye tidak melalui RKDK.
5	PPP	1. Terdapat 159 calon legislatif yang tidak mengumpulkan LADK7- Parpol dari 554 calon legislatif. 2. Ada 159 calon legislatif yang tidak mengumpulkan LPSDK-4 Parpol, dan LPSDK4-Parpol tidak didukung oleh bukti penerimaan masing-masing calon legislatif. 3. Hanya 360 caleg yang mengumpulkan LPPDK7-Parpol. 4. Terdapat kesalahan klsifikasi pengeluaran. Pengeluaran dalam bentuk lain-lain sebesar 7.170.750.000 yang berupa sumbangan PPP dalam bentuk mobil Daihatsu Luxio (5 unit) dan Grandmax (48 unit) seharusnya bukan kategori pengeluaran, tetapi masuk dalam kategori penerimaan barang bergerak tidak habis pakai. Mobil masuk dalam kategori modal maka tidak perlu ada pengeluaran sehingga langsung menjadi saldo akhir dalam bentuk barang. 5. Dalam LPPDK7-Parpol banyak ditemukan ketidaksesuaian antara jumlah pengeluaran dan kuitansi yang dilampirkan.
6	PAN	1. RKDK hanya dibuka oleh bendahara umum DPP PAN, seharusnya specimen dilakukan bersama 2 orang

No	Partai Poliitk	Temuan Ketidapatuhan
		<p>pengurus parpol. 2. Tanggal awal periode LADK1-Parpol adalah 20 Februari 2018 seharusnya LADK dibuka sesuai dengan tanggal pembukuan RKDK, yaitu 21 September 2018. 3. Periode pembukuan LPPDK tidak sesuai ketentuan. 4. Terdapat penerimaan sumbangan dari calon legislatif yang tercatat pada LPPDK1-Parpol namun tidak tercatat pada LPPDK3-Parpol sebesar 8.099.583.250. 5. Penerimaan sumbangan partai politik tercatat sebesar Rp. 100.000.000, namun pada RKDK hanya Rp. 99.000.000. 6. Terdapat 40 aktivitas pengeluaran calon legislatif dengan nilai Rp. 2.902.553.998 yang tidak sesuai dengan bukti pengeluarannya.</p>
7	Demokrat	<p>1. Ditemukan transaksi sebesar Rp. 1.048.896.058 tidak dilengkapi dengan bukti transaksi. 2. Terdapat 120 calon legislatif tidak melaporkan LPPDK. 3. Ditemukan pengeluaran sebesar Rp. 1.200.000.000 dalam LPPDK calon legislatif untuk membiayai saksi.</p>
8	PBB	<p>1. Model LPPDK7-Parpol Maluku, Maluku Utara, Papua dan Papua Barat tidak ada dalam berkas yang diterima. 2. Terdapat selisih bukti pengeluaran dana kampanye dengan penarikan dari RKDK, sehingga saldo per-25 April 2019 di LPPDK2-Parpol lebih besar dari RKDK.</p>

Selanjutnya, untuk mendapatkan gambaran lebih mendalam mengenai temuan ketidakpatuhan yang dilakukan oleh Lembaga Pengawas Pemilu Daerah (LPPDK) terhadap sembilan partai politik, Anda dapat merujuk pada Tabel 6 yang terletak di bagian bawah dokumen ini. Tabel tersebut akan menyajikan data detil mengenai aspek-aspek ketidakpatuhan yang diidentifikasi oleh LPPDK pada masing-masing partai politik yang bersangkutan.

Mayoritas partai politik cenderung tidak patuh terhadap Lembaga Pengawas Pemilu Daerah (LPPDK) terutama disebabkan oleh absennya sanksi yang efektif dan tegas terhadap entitas yang melakukan pelanggaran. Audit yang dilakukan terhadap dana kampanye pada dasarnya bersifat kepatuhan, yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah laporan dana kampanye yang diajukan oleh partai politik telah sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks ini, Kantor Akuntan Publik (KAP) tidak memiliki kewajiban untuk melakukan investigasi mendalam guna memastikan apakah transaksi dana kampanye yang dilaporkan telah mencerminkan realitas aktivitas kampanye yang sebenarnya terjadi di lapangan.

Selain itu, tidak ada sanksi administratif yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) bagi partai politik yang tidak patuh dalam melaporkan dana kampanye. Bahkan, peraturan yang mengatur tentang dana kampanye juga tidak memberikan sanksi apapun kepada partai politik atau calon legislatif yang gagal memenangkan kursi tetapi tidak melaporkan dana kampanye. Akibatnya, prinsip akuntabilitas dan kesetaraan di antara peserta pemilu menjadi terabaikan.

Untuk mengatasi masalah ini, seharusnya diberlakukan sanksi administratif yang tegas, seperti melarang partai politik yang tidak patuh untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum berikutnya. Tanpa penerapan sanksi yang efektif dan tegas, prinsip akuntabilitas dan transparansi akan terus terkikis. Pada

akhirnya, ini akan membuka ruang bagi praktik koruptif dalam pengelolaan pemerintahan untuk terus berlangsung, yang pada gilirannya akan mengikis kepercayaan publik terhadap politisi dan partai politik.

Para legislator cenderung memiliki preferensi untuk melonggarkan regulasi terkait dana kampanye. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi beban administratif yang mereka hadapi dalam memenuhi ketentuan administrasi yang terkait dengan dana kampanye. Dengan regulasi yang lebih longgar, mereka tidak perlu lagi terbelit oleh prosedur administratif yang rumit dan memakan waktu, sehingga dapat lebih fokus pada kegiatan kampanye mereka.

Selain itu, terdapat dinamika lain yang juga mempengaruhi kecenderungan ini, yaitu dominasi pemodal dalam struktur kepengurusan partai politik. Partai politik, dalam banyak kasus, telah berada di bawah pengaruh kuat dari individu atau kelompok pemodal, baik yang secara formal terdaftar sebagai anggota kepengurusan partai maupun yang beroperasi dari luar struktur organisasi partai. Individu atau kelompok pemodal ini memiliki kepentingan finansial yang signifikan dalam operasional dan kegiatan kampanye partai, dan oleh karena itu, mereka memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan partai.

Pemodal ini cenderung menolak setiap upaya untuk memperketat regulasi dana kampanye. Pengetatan regulasi dana kampanye akan membatasi ruang gerak dan pengaruh pemodal dalam partai politik, karena akan mempersulit

mereka untuk mengalirkan dana ke partai secara tidak transparan atau tanpa melalui mekanisme pengawasan yang ketat. Oleh karena itu, mereka memiliki kepentingan yang kuat untuk mempertahankan regulasi yang longgar dan permisif terkait dana kampanye, sebagaimana dijelaskan oleh Supriyanto, D & Wulandari, L dalam karya mereka pada tahun 2013 (halaman 221).

Dalam konteks ini, upaya untuk memperketat pengaturan dana kampanye bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana dalam proses pemilihan, dan dengan demikian, mengurangi pengaruh uang dalam politik. Namun, upaya ini sering kali mendapat tentangan dari pemodal dan legislator yang tidak ingin kehilangan pengaruh dan kontrol atas partai politik.

Memperketat regulasi terkait dana kampanye memiliki potensi untuk mengurangi pandangan masyarakat yang negatif mengenai korupsi dalam ranah politik. Ini juga dapat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi partai politik serta para legislator yang terkait dengan partai-partai tersebut. Pengetatan regulasi ini dapat diwujudkan melalui serangkaian reformasi dalam pengelolaan dana kampanye.

Salah satu langkah reformasi yang dapat diambil adalah dengan mewajibkan semua transaksi yang terkait dengan sumbangan dana kampanye untuk dilakukan melalui Rekening Kas Dana Kampanye (RKDK) yang dimiliki oleh setiap peserta pemilu. Langkah ini didasarkan pada asumsi bahwa mayoritas

penyumbang dana kampanye memiliki akses ke rekening bank dan fasilitas internet banking. Dengan demikian, pengawasan terhadap aliran dana kampanye dapat dilakukan dengan lebih efektif dan transparan, sekaligus mencegah praktik pencucian uang melalui sumbangan kampanye.

Jika kita melihat praktek di beberapa negara lain yang menerapkan sistem pemilihan dengan daftar terbuka proporsional, terdapat kewajiban bagi calon legislatif (caleg) untuk melaporkan dana kampanye yang mereka terima dan gunakan. Ini merupakan sebuah praktek yang umum di negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Perancis. Di negara-negara tersebut, tidak hanya partai politik yang memiliki kewajiban untuk melaporkan dana kampanye, tetapi para caleg juga memiliki tanggung jawab yang sama. Mereka diharuskan untuk menyampaikan laporan dana kampanye secara terperinci, sebagaimana dijelaskan oleh Mellaz dalam karyanya pada tahun 2018 (halaman 68).

Dengan menerapkan langkah-langkah reformasi seperti ini, akan tercipta sistem pengelolaan dana kampanye yang lebih terbuka dan akuntabel. Ini akan membantu mengurangi praktik korupsi dan meningkatkan citra positif dari partai politik dan para caleg di mata publik, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik dapat ditingkatkan.

Penerapan pembatasan terhadap pengeluaran dana kampanye merupakan langkah krusial yang perlu diadopsi guna meminimalisir keunggulan finansial yang dimiliki oleh partai politik maupun calon legislatif (caleg) yang memiliki

dana melimpah. Ini terutama penting bagi caleg yang membiayai kampanyenya dengan dana pribadi. Berdasarkan data, sekitar 30% negara di dunia telah menerapkan batasan pengeluaran untuk partai politik, sementara proporsinya meningkat menjadi lebih dari 40% untuk pengeluaran yang dilakukan oleh caleg.

Efektivitas dari pembatasan pengeluaran ini sangat bergantung pada penetapan batas yang tepat dan adil. Batasan tersebut harus mampu mengurangi keunggulan finansial dari entitas yang memiliki dana besar tanpa menghambat pelaksanaan kampanye yang inklusif dan menarik bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Ohman pada tahun 2014 (halaman 27).

Mellaz menekankan pentingnya kesadaran kolektif dalam mengawasi aliran pembiayaan kampanye untuk mencegah infiltrasi dana ilegal yang dapat mempengaruhi integritas proses pemilihan. Dana yang disumbangkan oleh caleg dapat berasal dari sponsor tertentu yang kemudian akan menuntut pemenuhan kepentingan politiknya di masa depan. Ini menciptakan risiko terhadap independensi dan integritas caleg dan partai politik.

Sukmajati menambahkan perspektif yang senada dengan Mellaz, dengan mengungkapkan bahwa di luar pelaporan formal terkait dana kampanye, terdapat juga kebutuhan finansial informal yang signifikan yang harus dipenuhi oleh caleg. Dengan minimnya sumbangan yang diterima dari partai politik, caleg berisiko mengandalkan sumber pendanaan yang

tidak transparan atau bahkan ilegal, yang dikenal sebagai pendanaan gelap. Ini, seperti yang dijelaskan oleh Daud pada tahun 2019 (halaman 1), menimbulkan tantangan tambahan dan risiko dalam proses pemilihan yang seharusnya mewakili kehendak dan kepentingan publik secara adil dan transparan.

Pelaporan Dana Kampanye Pemilihan Kepala Daerah 2020

Dalam konteks Pilkada serentak tahun 2020 yang telah berlangsung pada 9 Desember 2020, dimana sembilan gubernur dan wakil gubernur serta 261 bupati dan wali kota terpilih, terdapat pasangan calon kepala daerah yang kini tengah mengajukan sengketa hasil pemilihan ke Mahkamah Konstitusi. Di tengah proses hukum yang masih berlangsung, analisis relasi antara dana kampanye yang dilaporkan dan perolehan suara dalam Pilkada menjadi penting untuk dilakukan, mengingat isu dana kampanye telah menjadi fokus perhatian publik dalam beberapa gelombang Pilkada serentak sebelumnya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh Litbang Kompas, data menunjukkan bahwa pasangan calon yang berhasil meraih suara terbanyak dalam Pilkada serentak 2020 adalah mereka yang memiliki dana kampanye yang relatif lebih besar. Analisis ini mengambil data dari hasil rekapitulasi perolehan suara yang telah dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Besaran atau jumlah dana kampanye yang dimiliki oleh masing-masing pasangan calon dapat diketahui melalui Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana

Kampanye (LPPDK) yang telah disampaikan oleh para calon kepada KPU sebagai bagian dari persyaratan administratif.

Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sejauh mana pengaruh dana kampanye terhadap hasil pemilihan. Apakah dana kampanye yang besar menjadi faktor dominan yang mempengaruhi keberhasilan pasangan calon dalam meraih suara? Atau apakah faktor lain seperti visi, misi, dan track record pasangan calon juga berperan penting dalam menentukan hasil pemilihan? Diskusi dan kajian lebih lanjut mengenai relasi antara dana kampanye dan perolehan suara dalam Pilkada perlu terus dilakukan untuk memastikan integritas dan kredibilitas proses pemilihan kepala daerah di Indonesia.

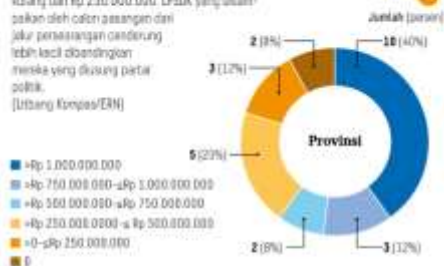
Apabila kita melakukan perbandingan antara data yang tertera pada Laporan Awal Dana Kampanye (LADK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK), terobservasi adanya kecenderungan signifikan dimana terjadi peningkatan dana kampanye yang dilaporkan dalam LPPDK, yang mana peningkatannya bisa mencapai hingga sepuluh kali lipat dari jumlah yang sebelumnya tercatat dalam LADK. Berdasarkan data LPPDK yang berhasil diakses pada tanggal 8 Januari 2021, ditemukan bahwa rentang perolehan dana kampanye yang berhasil dikumpulkan oleh para kandidat sangat variatif, dengan rentang yang dimulai dari nol rupiah hingga mencapai dua puluh satu miliar rupiah.

Dana kampanye tersebut berasal dari berbagai sumber, yang meliputi sumbangan dari partai politik, sumbangan dari

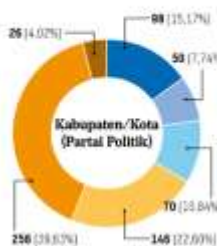
individu atau pihak perseorangan, sumbangan dari kelompok-kelompok tertentu, sumbangan dari badan hukum swasta, atau bahkan sumbangan dari pasangan calon kepala daerah itu sendiri. Dana kampanye yang terkumpul tersebut kemudian dialokasikan untuk berbagai kebutuhan yang berkaitan dengan pelaksanaan kampanye, seperti untuk membiayai pertemuan-pertemuan, produksi iklan, distribusi atau penyebaran bahan-bahan kampanye, serta kegiatan-kegiatan kampanye lainnya yang diperlukan.

LPSDK Pilkada 2020

Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK) merupakan kewajiban yang harus disampaikan oleh pasangan calon di Pilkada sebagai aspek mewujudkan proses pemilihan yang transparan. Secara umum, LPSDK yang telah disampaikan para kandidat sebagian besar berjumlah kurang dari Rp 250.000.000. LPSDK yang disampaikan oleh calon pasangan dari jalur perancangan cenderung lebih kecil dibandingkan mereka yang diusung partai politik. [Litbang Kompas/EAN]



- +Rp 1.000.000.000
- +Rp 750.000.000 -Rp 1.000.000.000
- +Rp 500.000.000 -Rp 750.000.000
- +Rp 250.000.000 -Rp 500.000.000
- 0 -Rp 250.000.000
- 0



Secara total, terdapat sekitar satu koma satu triliun rupiah yang telah dikucurkan oleh 739 pasangan calon untuk kebutuhan kampanye mereka. Dengan demikian, dapat dihitung bahwa rata-rata setiap pasangan calon telah mengeluarkan sekitar satu koma empat miliar rupiah selama periode kampanye berlangsung.

Selain itu, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, terdapat kecenderungan bahwa pasangan calon yang berhasil meraih suara terbanyak pada umumnya adalah pasangan calon yang memiliki dana kampanye yang lebih besar. Dari total 270 pilkada yang telah dilaksanakan, terdapat 265 data yang tersedia dan berhasil diolah untuk keperluan analisis tersebut.

Berdasarkan catatan yang berasal dari data Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK), terungkap bahwa total pengeluaran yang telah disalurkan oleh seluruh pasangan calon yang berhasil meraih suara terbanyak dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada) adalah sebesar Rp 459 miliar. Data ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah dari pasangan calon yang berhasil meraih suara terbanyak, tepatnya sebesar 53,2 persen, didukung oleh dana kampanye yang jumlahnya melebihi Rp 1 miliar. Bahkan, terdapat sejumlah pasangan calon yang dana kampanyenya berada dalam rentang Rp 5 miliar hingga Rp 20 miliar.

Lebih lanjut, dari kelompok pasangan calon yang memiliki dana kampanye dalam rentang tersebut, terdapat empat pasangan calon yang mendapatkan dukungan dana kampanye

yang sangat signifikan, yaitu lebih dari Rp 10 miliar. Salah satu pasangan calon bahkan memiliki dana kampanye yang hampir mencapai Rp 20 miliar. Jumlah dana kampanye yang cukup besar ini tentunya memberikan dukungan yang signifikan terhadap pasangan calon dalam melaksanakan serangkaian aktivitas kampanye mereka, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap perolehan suara terbanyak yang mereka raih dalam kontestasi Pilkada tersebut.

Gambar 10. LPSDK Pilkada Provinsi Tertinggi



LPSDK Pilkada Provinsi Tertinggi

Pilkada Wilayah	Nama Pasangan Calon	LPSDK
1 Kepulauan Riau	Ansar Ahmad dan Marlin Agustina	Rp 4.300.000.000
2 Kalimantan Tengah	Sugianto Sabran dan Edy Pratowo	Rp 4.000.000.000
3 Sumatera Barat	Mahyeldi dan Audy Joinaldy	Rp 3.940.000.000
4 Sulawesi Utara	Olly Dondokambey dan Steven OE Kandouw	Rp 3.822.440.000
5 Sulawesi Tengah	Rusdy Mastura dan Ma'mun Amir	Rp 2.605.000.000

Pasangan calon yang terdiri dari Sugianto Sabran dan Edy Pratowo, yang bertarung dalam kontestasi pemilihan gubernur

dan wakil gubernur di provinsi Kalimantan Tengah, tercatat sebagai pasangan dengan biaya kampanye terbesar di antara pasangan calon lainnya yang berhasil meraih suara terbanyak dalam Pilkada 2020. Berdasarkan data yang tertera dalam Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK), total dana kampanye yang dilaporkan oleh pasangan Sugianto Sabran-Edy Pratowo mencapai angka Rp 19,3 miliar. Jumlah ini merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan dana kampanye pasangan calon lainnya yang meraih suara terbanyak dalam serangkaian Pilkada yang diselenggarakan pada tahun 2020.

Di sisi lain, pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang melaporkan pengeluaran kampanye dengan nominal terkecil adalah Zainal Arifin Paliwang dan Yansen TP, yang berkompetisi dalam Pilkada provinsi Kalimantan Utara. Data LPPDK menunjukkan bahwa pasangan Zainal-Yansen hanya melaporkan total pengeluaran kampanye sebesar Rp 1 miliar. Meskipun dengan dana kampanye yang terbilang minimalis, pasangan ini berhasil mengungguli pasangan calon lainnya yang melaporkan memiliki dana kampanye sebesar Rp 2,5 miliar. Ini menunjukkan bahwa besaran dana kampanye tidak selalu berbanding lurus dengan hasil suara yang diperoleh dalam pemilihan. Pasangan Zainal-Yansen membuktikan bahwa strategi kampanye yang efektif dan efisien dapat membawa kemenangan meskipun dengan dana kampanye yang terbatas.

Pada pemilihan tingkat wali kota dan wakil wali kota, terdapat variasi yang cukup lebar dalam hal dana kampanye yang dilaporkan oleh para pasangan calon, dengan rentang mulai dari nol rupiah hingga Rp 15 miliar. Meski mayoritas pasangan calon yang berkompetisi dalam pemilihan kepala daerah di tingkat kota ini mengalokasikan dana kampanye kurang dari Rp 1 miliar, terdapat beberapa pasangan yang dana kampanyenya mencolok karena jumlahnya yang sangat besar.

Sebagai contoh, pasangan Bobby Afif Nasution dan Aulia Rachman yang berlaga dalam Pilkada Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, melaporkan pengeluaran dana kampanye yang sangat signifikan, yaitu sebesar Rp 15,4 miliar. Jumlah ini menonjol dan mencolok jika dibandingkan dengan dana kampanye pasangan calon lainnya pada pemilihan serupa di tingkat kota.

Di sisi lain, pada spektrum yang berlawanan, pasangan Achmad Afzan Arslan dan Salahudin, yang menjadi kontestan dalam Pilkada Kota Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah, melaporkan dana kampanye dengan nominal terendah di antara pasangan calon lainnya. Mereka hanya melaporkan total pengeluaran dana kampanye sebesar Rp 97,9 juta melalui Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) mereka. Yang menarik, meskipun dengan dana kampanye yang terbatas, pasangan Achmad Afzan Arslan-Salahudin berhasil mengungguli lawan-lawan mereka yang memiliki dana kampanye lebih besar. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam pemilihan tidak selalu ditentukan

oleh besarnya dana kampanye, melainkan strategi dan eksekusi kampanye yang tepat serta dukungan masyarakat yang luas dapat menjadi faktor penentu kemenangan.

Gambar 11. LPSDK Pilkada Kabupaten/Kota Tertinggi

Pilkada Wilayah	Nama Pasangan Calon	LPSDK
1 Kota Makassar	Munafri Arifuddin dan Abdulrahman Bando	Rp 7.692.000.000
2 Kota Surabaya	Machfud Arifin dan Mujjaman	Rp 7.250.000.000
3 Tanah Bumbu	Syafruddin H Maming dan Muh Alpiya Rakhman	Rp 5.770.000.000
4 Grobogan	Sri Sumarni dan Bambang Pujiyanto	Rp 3.400.000.000
5 Seram Bagian Timur	Fachri Husni Alkatiri dan Arobi Kelian	Rp 3.400.000.000

Selanjutnya, dalam kategori pemilihan bupati dan wakil bupati, terdapat 219 data yang berhasil dikumpulkan dan diolah untuk analisis lebih lanjut. Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat variasi yang signifikan dalam pengeluaran dana kampanye oleh pasangan calon, dengan rentang yang berkisar antara Rp 32 juta hingga Rp 9 miliar. Dalam pemilihan kepala daerah di tingkat kabupaten ini, tercatat bahwa hampir setengah dari total pengeluaran dana kampanye berada di bawah angka Rp 1 miliar. Sementara itu, setengah lainnya dari pengeluaran dana kampanye mencapai angka yang lebih dari Rp 1 miliar.

Dalam kelompok pemilihan bupati, pasangan Hanindhito Himawan Pramanda dan Dewi Mariya Ulfa, yang berkompetisi dalam Pilkada Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur, mencatatkan laporan dana kampanye terbesar. Melalui Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) yang mereka sampaikan, tercatat bahwa pasangan ini

mengeluarkan dana kampanye sebesar Rp 8,7 miliar, jumlah yang sangat signifikan dan menjadi yang tertinggi di antara pasangan calon lainnya pada pemilihan bupati.

Di sisi lain, pasangan Joko Sutopo dan Setyo Sukarno, yang menjadi peraih suara terbanyak dalam Pilkada Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah, melaporkan pengeluaran dana kampanye dengan nominal terendah, yaitu hanya sebesar Rp 32 juta. Meskipun dengan dana kampanye yang terbatas, pasangan ini berhasil mengungguli rival mereka yang melaporkan dana kampanye sebesar Rp 141 juta. Ini menunjukkan bahwa dana kampanye yang besar tidak selalu menjamin kemenangan; faktor lain seperti strategi kampanye, kepercayaan masyarakat, dan faktor lainnya juga berperan penting dalam menentukan hasil pemilihan.

Keberhasilan pasangan calon dalam meraih kemenangan meskipun dengan dana kampanye yang lebih sedikit dibandingkan lawan-lawan mereka menunjukkan bahwa besarnya dana kampanye bukanlah faktor penentu yang absolut dalam meraih kemenangan dalam pemilihan. Dalam Pilkada serentak yang berlangsung, tercatat bahwa 46,8 persen dari pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah yang berhasil meraih suara terbanyak adalah mereka yang mengeluarkan dana kampanye kurang dari Rp 1 miliar.

Fenomena ini menegaskan bahwa kemenangan dalam pemilihan tidak selalu bersinergi dengan jumlah dana kampanye yang dikeluarkan. Terdapat pasangan calon yang mampu meraih dukungan mayoritas meskipun dengan dana

kampanye yang relatif minim. Sebagai contoh, dalam Pilkada Kota Makassar yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan, terdapat pasangan calon Munafri Arifudin dan Abdulrahman Bando yang melaporkan dana kampanye sebesar Rp 20 miliar. Namun, pasangan ini harus mengakui keunggulan pasangan Moh Ramdhan Pomanto dan Fatmawati Rusdi yang hanya melaporkan pengeluaran dana kampanye sebesar Rp 2,4 miliar melalui Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) mereka.

Faktor-faktor lain seperti kepercayaan publik, citra calon, strategi kampanye yang efektif, serta dukungan masyarakat luas juga memiliki peran yang signifikan dalam membawa pasangan calon menuju kemenangan. Oleh karena itu, meskipun dana kampanye memiliki peran dalam pemilihan, namun tidak dapat diandalkan sebagai indikator pasti keberhasilan dalam kontestasi politik.

Situasi serupa juga dapat diamati pada Pilkada Kabupaten Tanah Bumbu yang terletak di Provinsi Kalimantan Selatan. Di sana, pasangan calon Syafruddin H Maming dan Muh Alpiya Rakhman yang telah melaporkan pengeluaran dana kampanye sebesar Rp 17,5 miliar melalui LPPDK mereka, harus menerima kenyataan bahwa jumlah suara yang mereka peroleh ternyata lebih sedikit dibandingkan dengan pasangan Zairullah Azhar dan Muh Rusli, yang hanya melaporkan pengeluaran kampanye sebesar Rp 6,6 miliar.

Meskipun demikian, perlu diakui bahwa data resmi yang tercatat dalam LPPDK mungkin belum sepenuhnya

mencerminkan realitas yang terjadi di lapangan, yang mencakup seluruh aktivitas kampanye yang dilakukan. Data LPPDK mungkin belum mencakup semua pengeluaran yang terlibat dalam proses kampanye, mengingat ada kemungkinan terdapat pengeluaran yang tidak dilaporkan atau dana yang digunakan secara tidak resmi. Namun, meski dengan keterbatasan tersebut, data LPPDK ini tetap dapat dijadikan sebagai indikator awal atau referensi untuk menganalisis korelasi antara kemenangan pasangan calon dengan jumlah dana kampanye yang mereka keluarkan.

Data ini setidaknya memberikan gambaran awal mengenai hubungan antara pengeluaran dana kampanye dengan hasil yang diperoleh oleh pasangan calon dalam pemilihan. Dengan mempertimbangkan data ini, dapat dilihat bahwa kemenangan dalam pemilihan tidak selalu sejalan dengan besarnya dana kampanye yang dikeluarkan. Ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga berpengaruh signifikan terhadap hasil pemilihan, dan tidak dapat hanya bergantung pada besarnya dana kampanye saja.

BAB III - KEBIJAKAN DANA KAMPANYE PEMILIHAN UMUM SERENTAK TAHUN 2024

Pemilihan umum merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi, di mana rakyat diberikan hak untuk memilih para pemimpin dan wakilnya. Agar proses demokrasi ini berjalan dengan lancar dan adil, transparansi dan integritas dalam setiap aspek pemilihan umum, termasuk dalam pengelolaan dana kampanye, menjadi hal yang sangat krusial. Pengelolaan dana kampanye yang baik dan transparan tidak hanya memastikan keadilan kompetisi antar peserta pemilu, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem pemilihan umum itu sendiri.

Dalam rangka menciptakan sistem pemilihan umum yang bersih dan akuntabel, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan serangkaian peraturan yang mengatur tentang pengelolaan dana kampanye. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum dan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 18 Tahun 2023 menjadi dua dokumen hukum yang sangat penting dalam konteks ini. Kedua peraturan ini tidak hanya memberikan pedoman mengenai bagaimana dana kampanye harus dikelola, tetapi juga menetapkan berbagai mekanisme pengawasan untuk memastikan bahwa setiap rupiah yang digunakan dalam kampanye dapat dipertanggungjawabkan.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum memberikan landasan hukum yang kuat mengenai pengelolaan dana kampanye. Pasal 325 sampai dengan Pasal 339 dalam undang-undang ini secara rinci mengatur tentang tanggung jawab peserta pemilu, batasan penggunaan dana, serta sumber-sumber dana yang sah. Hal ini menunjukkan keseriusan pemerintah dalam memastikan bahwa dana kampanye dikelola dengan cara yang transparan dan akuntabel.

Sementara itu, Peraturan KPU Nomor 18 Tahun 2023 memberikan petunjuk lebih lanjut mengenai mekanisme pelaporan dan audit dana kampanye. Peraturan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap transaksi keuangan yang terkait dengan kampanye dapat dilacak dan diaudit. Dengan demikian, potensi penyalahgunaan dana kampanye dapat diminimalkan, dan publik dapat memiliki akses terhadap informasi mengenai bagaimana dana kampanye dikelola.

Pasal 115 PKPU 18/2023 khusus mengatur tentang pembukaan dan penutupan rekening khusus dana kampanye, pelaporan dana kampanye, serta pelaksanaan audit laporan dana kampanye. Ketentuan ini memastikan bahwa ada mekanisme yang jelas dan terstruktur untuk mengelola dana kampanye, mulai dari tahap pengumpulan dana, penggunaan dana, hingga pelaporan dan audit. Ini adalah langkah konkret dalam upaya memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye, yang pada akhirnya akan

berkontribusi pada terciptanya pemilihan umum yang demokratis dan adil.

Sumber dan Bentuk Dana Kampanye

Pemilihan umum merupakan salah satu pilar demokrasi yang memberikan kesempatan kepada rakyat untuk menentukan arah kebijakan dan kepemimpinan negara. Dalam setiap pemilihan umum, kampanye memegang peranan penting sebagai sarana edukasi dan persuasi kepada pemilih. Namun, untuk melaksanakan kampanye yang efektif, dana yang cukup menjadi kebutuhan esensial. Oleh karena itu, pengaturan mengenai sumber dan pengelolaan dana kampanye menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan.

Sumber dana kampanye Pemilu di Indonesia diatur secara rinci dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 18 Tahun 2023. Peraturan ini memberikan kerangka hukum yang jelas mengenai dari mana saja dana kampanye dapat diperoleh, serta siapa saja yang berhak memberikan sumbangan. Dengan adanya regulasi ini, diharapkan dapat tercipta transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye, sehingga integritas pemilihan umum dapat terjaga.

Pentingnya pengaturan ini tidak hanya terletak pada aspek legalitas dan kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga pada dampaknya terhadap kualitas demokrasi dan kepercayaan publik terhadap proses pemilihan umum. Dana kampanye yang dikelola dengan baik dan transparan akan memberikan ruang yang sehat untuk kompetisi politik, sementara

pengelolaan dana kampanye yang buruk dapat menimbulkan persepsi negatif dan merusak kepercayaan publik.

Dalam konteks ini, pemahaman mengenai sumber dana kampanye menjadi sangat penting. Pasal 5 ayat (1) PKPU 18/2023 mengatur tentang sumber dana kampanye untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Pasal 31 ayat (1) mengatur tentang sumber dana kampanye untuk anggota legislatif, dan Pasal 54 ayat (1) mengatur tentang sumber dana kampanye untuk anggota DPD. Selain itu, peraturan ini juga menetapkan bahwa sumbangan dana kampanye yang sah dapat berasal dari perseorangan, kelompok, perusahaan, dan badan usaha nonpemerintah.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 18 Tahun 2023 memberikan kerangka hukum yang jelas dan rinci mengenai sumber-sumber dana kampanye dalam pemilihan umum di Indonesia. Melalui peraturan ini, KPU berupaya untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye, sekaligus membatasi sumber-sumber dana agar tidak berasal dari pihak-pihak yang dapat menimbulkan konflik kepentingan atau merusak integritas pemilihan umum.

Pasal 5 ayat (1) PKPU 18/2023 secara spesifik mengatur tentang sumber dana kampanye untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Dana kampanye dapat diperoleh dari tiga sumber utama, yaitu pasangan calon yang bersangkutan, partai politik dan/atau gabungan partai politik yang mengusulkan pasangan calon, serta sumbangan yang sah

menurut hukum dari pihak lain. Ketentuan ini memberikan ruang bagi pasangan calon dan partai politik untuk berpartisipasi secara aktif dalam pendanaan kampanye, sekaligus membuka peluang bagi pihak lain untuk memberikan dukungan finansial.

Sementara itu, Pasal 31 ayat (1) PKPU 18/2023 mengatur tentang sumber dana kampanye untuk Pemilu anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota. Sumber-sumber dana dalam konteks ini meliputi partai politik, calon anggota legislatif dari partai politik yang bersangkutan, serta sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain. Hal ini mencerminkan struktur pembiayaan kampanye yang lebih beragam, mengingat jumlah calon dan tingkatan pemilihan yang lebih luas.

Untuk Pemilu anggota DPD, Pasal 54 ayat (1) PKPU 18/2023 menetapkan bahwa dana kampanye dapat bersumber dari calon anggota DPD yang bersangkutan dan sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain. Ini menunjukkan bahwa calon anggota DPD memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam pendanaan kampanye mereka, meskipun masih diperbolehkan menerima sumbangan dari pihak lain.

Pasal 6 ayat (3), Pasal 32 ayat (3), dan Pasal 55 ayat (2) PKPU 18/2023 kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai sumber dana kampanye yang berasal dari sumbangan pihak lain. Sumbangan ini dapat berasal dari berbagai entitas, termasuk perseorangan, kelompok, perusahaan, dan badan usaha nonpemerintah. Ketentuan ini

memberikan fleksibilitas dalam penggalangan dana kampanye, sekaligus memastikan bahwa sumbangan yang diterima berasal dari sumber-sumber yang sah dan tidak melanggar hukum.

Melalui peraturan-peraturan ini, KPU berupaya untuk menciptakan sistem pemilihan umum yang transparan dan akuntabel, di mana sumber-sumber dana kampanye dapat dilacak dan diaudit. Hal ini penting untuk memastikan bahwa proses pemilihan umum di Indonesia berlangsung dengan integritas yang tinggi, bebas dari pengaruh dana ilegal atau tidak sah, dan mencerminkan kehendak rakyat yang sebenarnya. Sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain

Batasan Dana Kampanye Peserta Pemilu

Batasan dana kampanye peserta pemilu merupakan salah satu aspek penting dalam regulasi pemilihan umum yang bertujuan untuk menciptakan persaingan yang sehat dan adil di antara semua peserta. Batasan ini ditetapkan untuk menghindari penggunaan dana yang berlebihan yang dapat menyebabkan ketidaksetaraan di antara peserta pemilu, serta untuk mencegah praktik korupsi dan pembelian suara.

Pendanaan Kampanye Oleh Negara

Kampanye Pemilu selain didanai oleh Peserta Pemilu bersangkutan serta Pihak Lain, Berdasarkan Pasal 275 ayat (2) Undang-Undang nomor 7 tahun 2017 Kampanye Peserta Pemilu juga dapat dibiayai oleh APBN

Ketentuan terkait Penerimaan dana kampanye Paslon

Paslon Presiden dan Wakil Presiden

Dana Kampanye yang bersumber dari Pasangan Calon berasal dari harta kekayaan Pribadi Pasangan Calon yang bersangkutan (Pasal 6 ayat (1) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

Partai Politik Peserta Pemilu dan/atau Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu yang mengusulkan Pasangan Calon

Dana Kampanye yang bersumber dari Partai Politik Pengusul berasal dari keuangan Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon (Pasal 6 ayat (2) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

*Partai Politik Peserta Pemilu yang bukan merupakan Partai Politik pengusul Pasangan Calon dapat memberikan sumbangan Dana Kampanye untuk Pasangan Calon (Pasal 6 ayat (8) PKPU 18/2023)

Tim Kampanye tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota

Tim Kampanye tingkat provinsi dan kabupaten/kota tidak dapat menerima sumbangan dari pihak lain (Pasal 6 ayat (9) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

Sumbangan yang sah menurut hukum dari Pihak Lain

1. Pihak Lain :
Perseorangan
2. Pihak Lain : Kelompok
3. Pihak Lain : Badan Usaha
NonPemerintah

Sumbangan yang sah menurut hukum dari Pihak Lain yang ditujukan kepada Paslon harus melalui Paslon/Tim Kampanye Nasional yang bersangkutan sebelum dapat dipergunakan untuk keperluan Kampanye
--

Ketentuan terkait Penerimaan dana kampanye Parpol

Partai Politik Peserta Pemilu

Dana Kampanye yang bersumber dari Partai Politik berasal dari Keuangan Partai Politik bersangkutan (Pasal 32 ayat (1) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

Calon Anggota DPR dan DPRD

Dana Kampanye yang bersumber dari Calon Anggota DPR dan DPRD berasal dari harta kekayaan pribadi Calon bersangkutan (Pasal 32 ayat (2) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

Sumbangan yang sah menurut hukum dari Pihak Lain

1. Pihak Lain :
Perseorangan
2. Pihak Lain : Kelompok
3. Pihak Lain : Badan Usaha
NonPemerintah

Sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain yang ditujukan kepada calon anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota wajib melalui Partai Politik yang bersangkutan sesuai dengan tingkatannya, sebelum digunakan untuk keperluan Kampanye (pasal 32 ayat (6) PKPU 18/2023)

Ketentuan terkait Penerimaan dana kampanye DPD

Calon Anggota DPD

Dana Kampanye yang bersumber dari Calon Anggota DPD berasal dari harta kekayaan pribadi Calon Anggota DPD yang bersangkutan (Pasal 55 ayat (1) PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilu)

Sumbangan dari Pihak Lain

1. Pihak Lain : Perseorangan
2. Pihak Lain : Kelompok
3. Pihak Lain : Badan Usaha NonPemerintah

Bentuk Sumbangan Dana Kampanye (berdasarkan Pasal 329 UU 7 Tahun 2017)

Sebagai pengantar, bentuk sumbangan dana kampanye yang diatur dalam Pasal 329 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum merupakan aspek krusial dalam dinamika politik dan pemilihan di Indonesia. Pasal ini secara spesifik menjelaskan sumber dan jenis sumbangan yang diizinkan serta batasan-batasan yang diterapkan dalam proses pengumpulan dan penggunaan dana kampanye. Dengan ketentuan yang ketat dan terstruktur, UU ini bertujuan untuk menciptakan transparansi dan akuntabilitas dalam pembiayaan kampanye, serta untuk mencegah praktik korupsi dan pengaruh uang dalam politik, sebagai berikut:

1. Uang: Meliputi penerimaan uang secara tunai, cek, bilyet giro, surat berharga lainnya, uang elektronik, dan penerimaan melalui transaksi perbankan. Pasal 10 ayat (1), Pasal 36 ayat (1), Pasal 59 ayat (1) PKPU 18/2023: *Dana Kampanye Pemilu berupa uang ditempatkan pada Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) Peserta Pemilu sebelum digunakan untuk kegiatan Kampanye Pemilu (Pasal 10 ayat (2), Pasal 36 ayat (2), Pasal 59 ayat (2) PKPU 18/2023)

2. **Barang:** Meliputi benda berwujud atau tidak berwujud, bergerak atau tidak bergerak, dapat dihabiskan atau tidak dapat dihabiskan, yang dapat dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan, dan dapat dikonversikan dalam bentuk uang dicatat berdasarkan harga pasar atau nilai yang wajar pada saat sumbangan diterima Pasal 14, Pasal 39, Pasal 63 PKPU 18/2023
3. **Jasa:** Pelayanan/pekerjaan yang dilakukan oleh pihak lain yang manfaatnya dinikmati oleh Pasangan Calon sebagai penerima jasa yang dapat dinilai dengan uang berdasarkan harga pasar atau nilai yang wajar pada saat sumbangan diterima. Pasal 15, Pasal 40, Pasal 64 3PKPU 18/2023

Rekening Khusus Dana Kampanye

“Dana Kampanye Peserta Pemilu berupa uang ditempatkan pada Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) Peserta Pemilu pada Bank.” Pasal 328, 329, 332 UU 7 Tahun 2017

RKDK adalah rekening yang menampung Dana Kampanye, yang dipisahkan dari rekening keuangan Partai Politik Peserta Pemilu atau rekening keuangan pribadi Peserta Pemilu dan hanya dipergunakan untuk kebutuhan Kampanye.

- a. Peserta Pemilu wajib membuka RKDK pada bank umum. → (mengggunakan kode khusus (untuk memudahkan PPATK dalam proses analisis transaksi keuangan yang terindikasi tindak pidana pencucian uang)

- b. Dana Kampanye Pemilu yang berupa uang, wajib ditempatkan pada RKDK terlebih dahulu sebelum digunakan untuk kegiatan Kampanye Pemilu.
- c. Peserta Pemilu membuat dan melaporkan hanya 1 (satu) RKDK selama tahapan Kampanye.
- d. RKDK Peserta Pemilu tidak dapat ditarik dan/atau dilakukan penggantian.
- e. Peserta Pemilu dapat menunjuk pengelola RKDK yang bertugas khusus untuk mengelola RKDK.
- f. Salinan RKDK dan rekening koran menjadi lampiran pada Laporan Awal Dana Kampanye (LADK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK).

Jenis	Keterangan
Paslon	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan RKDK Pasangan Calon dilakukan sejak Pasangan Calon ditetapkan sebagai Peserta Pemilu sampai dengan 1 (satu) Hari sebelum penyampaian LADK • RKDK Pasangan Calon wajib ditutup pada Bank Umum paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye putaran kedua.
Partai Politik	<ul style="list-style-type: none"> • Partai Politik dapat membuka RKDK sejak Partai Politik ditetapkan sebagai Peserta Pemilu sampai

Jenis	Keterangan
	<p>dengan 1 (satu) Hari sebelum dimulainya masa Kampanye</p> <ul style="list-style-type: none"> • RKDK Partai Politik Wajib ditutup 1 (satu) Hari setelah penutupan pembukuan LPPDK sampai dengan 1 (satu) Hari sebelum penyampaian Laporan Dana Kampanye kepada KAP
DPD	<ul style="list-style-type: none"> • Calon Anggota DPD dapat membuka RKDK dilakukan sejak Calon Anggota DPD ditetapkan sebagai Peserta Pemilu sampai dengan 1 (satu) Hari sebelum dimulainya masa Kampanye • RKDK Calon anggota DPD Wajib ditutup 1 (satu) Hari setelah penutupan pembukuan LPPDK sampai dengan 1 (satu) Hari sebelum penyampaian Laporan Dana Kampanye kepada KAP.

Mekanisme Pembukaan RKDK di Bank Umum

Peserta Pemilu Membuka RKDK di Bank Umum	Dibuka atas Nama Peserta Pemilu	Spesimen
"Rekening Khusus Dana Kampanye	Paslon Presiden dan Wakil Presiden:	Paslon Presiden dan Wakil Presiden: Spesimen tanda

Peserta Pemilu Membuka RKDK di Bank Umum	Dibuka atas Nama Peserta Pemilu	Spesimen
dapat berupa tabungan atau giro”	Dibuka atas nama Paslon	tangan harus dilakukan bersama, oleh salah satu calon dari Pasangan Calon dan salah satu perwakilan dari Tim Kampanye tingkat Nasional.
	Partai Politik Peserta Pemilu: Dibuka atas nama Partai Politik Peserta Pemilu	Partai Politik Peserta Pemilu: Spesimen tanda tangan dilakukan Ketua Umum/ketua atau sebutan lain bersama dengan Bendahara Umum/Bendahara atau sebutan lain sesuai tingkatannya.
	Calon Anggota DPD: Dibuka atas nama Calon Anggota DPD yang bersangkutan	Calon Anggota DPD: Spesimen tanda tangan harus dilakukan oleh Calon Anggota DPD Bersangkutan.
<p>RKDK Jenis Pemilu Nama Peserta Pemilu Contoh:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ RKDK PILPRES Soekarno Hatta ➢ RKDK PARPOL Partai mangga ➢ RKDK DPD Manggis 		

Dokumen Pendukung Pembukaan RKDK

1. Keputusan KPU tentang Penetapan Peserta Pemilu
2. Surat pendelegasian penandatanganan spesimen rekening khusus dana kampanye (apabila ada)

3. Surat dari Peserta Pemilu tentang permohonan pengantar pembukaan RKDK kepada KPU, KPU Provinsi Aceh dan/atau KPU Kabupaten/Kota
4. Surat pengantar pembukaan RKDK dari KPU, KPU Provinsi Aceh dan/atau KPU/KIP Kabupaten/Kota

Gambar 12. Contoh Surat Pengantar dari KPU Provinsi/Kabupaten/Kota

The image shows a sample form for a letter of introduction for the opening of the RKDK (Rekening Korban Demokrasi) from the KPU (Komisi Pemilihan Umum) of a province or city. The form is divided into several sections:

- Header:** Logo of the KPU and the title "SURAT PENGANTAR PEMBUKAAN REKENING KORBAN DEMOKRASI".
- Recipient:** "Kepada: KPU Kabupaten/Kota".
- Applicant:** "Dari: Peserta Pemilu".
- Address:** "Alamat: Jl. ...".
- Statement:** A section for the applicant to state their request and provide details about their campaign and the RKDK account.
- Response:** A section for the KPU to provide a response, including a signature and stamp.

5. Dokumen persyaratan lainnya sesuai dengan ketentuan bank

Mekanisme Penutupan RKDK di Bank Umum

Gambar 13. Mekanisme Penutupan RKDK di Bank Umum



*Sisa saldo dalam Rekening Khusus Dana Kampanye menjadi tanggung jawab Peserta Pemilu

Persiapan, Pembukuan, dan Jenis Laporan

Merujuk Pasal 17, Pasal 42, Pasal 66 PKPU Dana Kampanye Pemilihan Umum Nomor 18 Tahun 2023:

1. Peserta Pemilu dapat menunjuk 1 (satu) orang Petugas Penghubung yang bertugas untuk melakukan koordinasi dengan KPU/KPU Provinsi/KPU Kabupaten/Kota dan menyampaikan Laporan Dana Kampanye.
2. Peserta Pemilu dapat menunjuk staf khusus yang mempunyai latar belakang akuntansi dan/atau kantor jasa akuntan yang bertugas untuk menyusun Laporan Dana Kampanye.

3. Penunjukan Petugas Penghubung wajib disertai dengan surat tugas dan diserahkan kepada KPU/KPU Provinsi/KPU Kabupaten/Kota sesuai dengan tingkatannya.

Periode Pembukaan

Gambar 14. Periode Pembukaan

Entitas	1. PANLOG PRESIDEN DAN WAJIL PRESIDEN	2. PARPOL	3. DPD
LADK Pembukaan LADK dimulai sejak 3 (tiga) hari setelah Pasangannya Calon ditetapkan sebagai Peserta Pemilu, dan selanjutnya 1 (satu) hari sebelum pengapitan LADK. Mulai 4 Februari 2024	Tanggal Penetapan Sebagai Peserta Pemilu 13 November 2023	Tanggal Penetapan Sebagai Peserta Pemilu 14 Desember 2022 *Perlu Uraian: 30 Desember 2023	Tanggal Penetapan Sebagai Peserta Pemilu 2 9 November 2023
LPPDK Pembukaan LPPDK dimulai sejak 2 (dua) hari setelah ditetapkan sebagai Peserta Pemilu dan selanjutnya 7 (tujuh) hari sebelum pengapitan LPPDK. Laporan KAP yang dibagikan oleh KPU. Mulai 12 Januari 2024, Pada 20 Januari 2024, dan Pada 22 Januari 2024 (Laporan dan Berita 7 Januari 2024)	Periode Pembukaan LADK dimulai 18 November 2023 s.d.26 November 2023	Periode Pembukaan LADK dimulai 17 Desember 2022 s.d.8 Januari 2024 *Perlu Uraian: 2 Januari 2023 s.d. 8 Januari 2024	Periode Pembukaan LADK dimulai 8 November 2023 s.d.8 Januari 2024
	Periode Pembukaan LPPDK dimulai 18 November 2023 s.d.22 Februari 2024	Periode Pembukaan LPPDK dimulai 17 Desember 2022 s.d.22 Februari 2024 *Perlu Uraian: 19 Januari 2023 s.d.22 Februari 2024	Periode Pembukaan LPPDK dimulai 8 November 2023 s.d.22 Februari 2024

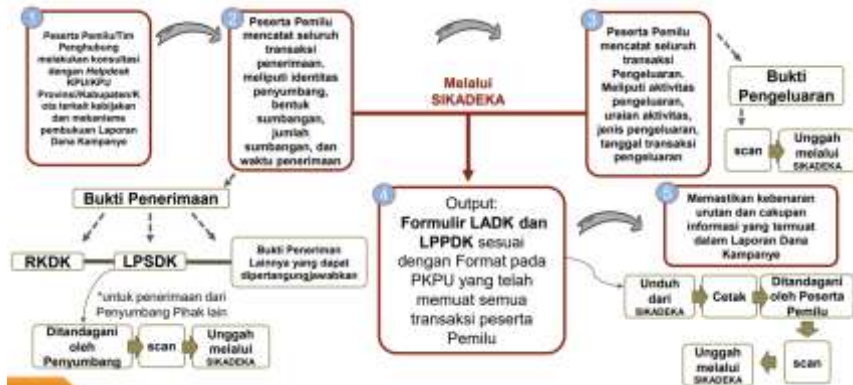
Sistem Informasi dan Transparansi

Gambar 15. Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye



Penyusunan dan Penyampaian Laporan Dana Kampanye

Gambar 16. Tahapan Penyusunan dan Penyampaian Laporan Dana Kampanye



Daily Report disampaikan oleh Peserta Pemilu setiap hari kepada KPU melalui Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye



Penerimaan Laporan Dana Kampanye Peserta Pemilu

1. KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota menerima koordinasi dan konsultasi dari Peserta Pemilu dalam proses penyusunan LADK, LPSDK, dan LPPDK.

2. KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota secara berkala memantau proses pengunggahan dan pengiriman dokumen LADK dan LPSDK yang dilakukan oleh Peserta Pemilu melalui Sikadeka.
3. KAP secara berkala memantau proses pengunggahan dan pengiriman dokumen LPPDK yang dilakukan oleh Peserta Pemilu melalui Sikadeka.

Larangan dan Sanksi

Berdasarkan Pasal 339 UU 7 Tahun 2017 dan Pasal 116 PKPU 18 Tahun 2023 disebutkan, Peserta Pemilu, Pelaksana Kampanye, dan Tim Kampanye dilarang menerima sumbangan Dana Kampanye Pemilu yang berasal dari:

1. Pihak asing
2. Penyumbang yang tidak jelas identitasnya
3. Hasil tindak pidana yang terbukti berdasarkan putusan Pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap dan/atau bertujuan menyembunyikan/menyamarkan hasil tindak pidana
4. Pemerintah, Pemerintah Daerah, BUMN, dan BUMD
5. Pemerintah Desa dan Badan Usaha Milik Desa atau sebutan lain

Sanksi Terkait Dana Kampanye Pemilu

UU 7/2017 Pasal 525 ayat (2)	Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada kas Negara paling lambat 14 hari setelah masa kampanye berakhir,
------------------------------	--

	dipidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak RP 500.000.000
UU 7/2017 Pasal 526 ayat (2)	Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada kas Negara paling lambat 14 hari setelah masa kampanye berakhir, dipidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak RP 500.000.000
UU 7/2017 Pasal 527	Peserta Pemilu yang terbukti menerima sumbangan dana kampanye dari pihak yang dilarang, dipidana penjara paling lama 3 tahun dan denda paling banyak Rp 36.000.000
UU 7/2017 Pasal 528	Peserta yang menerima sumbangan dari pihak terlarang dan tidak melaporkan kepada KPU dan/atau tidak menyetorkan ke kas Negara, dipidana penjara paling lama 4 tahun dan denda sebanyak 3 kali dari jumlah sumbangan yg diterima

BAB IV - AKUNTABILITAS PELAPORAN DANA KAMPANYE PEMILIHAN UMUM

Akuntabilitas dalam Pelaporan Keuangan

Laporan keuangan disusun untuk menyediakan informasi yang relevan mengenai posisi keuangan dan seluruh transaksi yang dilakukan oleh suatu entitas pelaporan selama satu periode pelaporan (Kerangka Konseptual SAP). Penyajian informasi yang relevan terkait keuangan pada pemangku kepentingan yang berguna untuk mengambil keputusan.

Tujuan pelaporan keuangan yaitu untuk menyajikan informasi yang bermanfaat bagi para pengguna dalam menilai akuntabilitas dan membuat keputusan ekonomi, sosial maupun politik. Disamping itu, laporan keuangan juga memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi.

Pelaporan keuangan merupakan salah satu jenis mekanisme akuntabilitas dan dasar pengambilan keputusan kepada pihak eksternal. Informasi dalam laporan keuangan berguna apabila informasi tersebut mendukung pengambilan keputusan dan dapat dipahami oleh pengguna. Oleh karena itu, para pemangku kepentingan wajib memperhitungkan informasi yang terkandung dalam laporan keuangan untuk tujuan perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan.

Jenis laporan keuangan ada 2 bentuk. Yang pertama Laporan Keuangan Bertujuan Umum, yaitu Laporan yang menyajikan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi dari semua kelompok pengguna (masyarakat umum). Laporan keuangan yang bertujuan umum lazimnya digunakan dalam dunia pasar modal dimana para investor yang merupakan masyarakat umum wajib mengetahui laporan keuangan suatu emiten. Laporan keuangan ini terdiri dari lembaran saldo, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas. Di samping itu laporan keuangan yang bertujuan umum adalah laporan keuangan penampungan dan penggunaan dana kampanye dalam suatu Pemilu. Keterbukaan laporan keuangan pada pendanaan kampanye merupakan salah satu perwujudan asas transparansi dan akuntabel dalam proses pemilu. Yang kedua adalah laporan keuangan yang bertujuan Khusus yaitu Pelaporan yang dibuat untuk tujuan tertentu, yang menyajikan informasi untuk memenuhi kebutuhan spesifik dari masing-masing kelompok pengguna.

Dalam laporan keuangan juga ada prinsip *substance over form* yaitu setiap peristiwa yang terjadi harus dicatat dan disajikan sesuai dengan substansi dan realitas ekonomi, bukan hanya mengikuti aspek formalitas. konsep bahwa laporan keuangan dan pengungkapan bisnis yang menyertainya harus mencerminkan realitas yang mendasari transaksi akuntansi. Sebaliknya, informasi yang muncul dalam laporan keuangan tidak boleh sekadar sesuai dengan bentuk hukum kemunculannya. Singkatnya, pencatatan suatu transaksi tidak boleh menyembunyikan maksud sebenarnya, yang justru akan

menyesatkan pembaca laporan keuangan suatu instansi. Prinsip ini juga harus diperhatikan dalam melihat pengawasan penggunaan dana kampanye.

Kegiatan akuntansi dan pelaporan keuangan suatu entitas perlu dibagi menjadi periode-periode pelaporan sehingga kinerja entitas dapat diukur dan posisi sumber daya yang dimilikinya dapat ditentukan. Laporan keuangan harus menyajikan secara lengkap informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Dalam penyajian dengan wajar posisi keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan suatu entitas, diperlukan pertimbangan sehat yang mengandung unsur-unsur kehati-hatian pada saat melakukan prakiraan dalam kondisi ketidakpastian sehingga aset atau pendapatan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban tidak dinyatakan terlalu rendah.

Karakteristik kualitatif laporan keuangan harus dipenuhi dalam melakukan penyajian. Ini memungkinkan kesalahan interpretasi laporan keuangan. Karakter yang perlu dipenuhi, pertama yaitu dapat dipahami atau *undestandability*. Informasi hanya akan bermanfaat untuk penerima bila dapat dimengerti. Laporan keuangan bisa terlihat rumit, karena mengandung banyak sekali angka. Oleh karenanya, laporan keuangan harus mampu menyajikan informasi keuangan dengan sederhana dan simpel. Tujuannya tidak lain agar pembaca yang tidak ahli dalam keuangan pun dapat mengerti. Lebih lanjut lagi, Anda perlu memerhatikan relevansi informasi yang tertera.

Karakteristik kedua yaitu relevansi. Informasi memiliki kualitas relevan bila informasi tersebut dapat dipakai untuk mengambil keputusan tertentu. Relevansi pada laporan keuangan berarti informasi yang tertera dalam laporan harus lengkap. Baik informasi di masa lalu maupun di masa kini, yang terpenting informasi bisa dievaluasi untuk membantu mengambil keputusan di masa depan.

Karakteristik ketiga yaitu laporan keuangan diandalkan (*reliability*) Maksudnya, informasinya harus benar, tidak menyesatkan, tidak terdapat kesalahan material, dan dapat diandalkan penyusunnya untuk menyajikan laporan yang jujur seperti yang sudah seharusnya disajikan. Selain itu, penting juga memperhatikan ketepatan waktu laporan keuangan. Bila terjadi penundaan yang tidak semestinya, informasi laporan keuangan bisa kehilangan tingkat relevansinya. Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus memenuhi beberapa unsur, di antaranya penyajian yang jujur, sesuai konteks, netral, pertimbangan yang sehat, dan lengkap.

Karakteristik yang keempat yaitu materialitas. Karakteristik ini bermaknanya besarnya nilai yang hilang atau kesalahan penyajian informasi keuangan, yang dilihat dari situasi dan kondisi perusahaan, dapat mengakibatkan perubahan keputusan ekonomi ke depannya. Artinya, keputusan bisa saja berbeda jika tidak terdapat kesalahan penyajian informasi dalam laporan keuangan. Dengan kata lain, kesalahan ini bisa menyesatkan proses pengambilan keputusan pengguna laporan keuangan. Itulah kenapa laporan keuangan perlu

dituliskan secara hati-hati dan teliti untuk memastikan tidak ada kesalahan.

Karakteristik kelima adalah laporan keuangan dapat diperbandingkan (*comparability*). laporan keuangan harus mampu diperbandingkan dengan laporan keuangan periode sebelumnya. Tujuannya, agar Anda bisa mengidentifikasi perkembangan atau penurunan keuangan dan kondisi perusahaan, sehingga lebih mampu menggambarkan prospek ke depan. Perbandingan juga diperlukan untuk memberikan masukan kepada calon investor dalam menentukan pilihan investasi. Untuk memudahkan pembaca dalam membandingkan laporan keuangan sekarang dengan periode sebelumnya, akan lebih baik jika laporan keuangan disajikan dalam bentuk perbandingan dengan periode sebelumnya. Contohnya dengan mengategorikannya ke dalam dua tabel yang bersebelahan.

Dalam laporan keuangan juga perlu diperhatikan bagaimana pengungkapan dan penyajiannya. Ada beberapa bentuk pengungkapan atau *disclosure*. Dalam konteks pembahasan dana kampanye yang memerlukan keterbukaan pada publik, maka pengungkapan yang lebih ditekankan adalah pengungkapan penuh (*full disclosure*). Pengungkapan penuh menyatakan bahwa semua informasi yang relevan dan diperlukan untuk pemahaman laporan keuangan perusahaan harus dicantumkan dalam arsip perusahaan publik. Misalnya, analis keuangan yang membaca laporan keuangan perlu mengetahui metode penilaian persediaan apa yang telah

digunakan, apakah terdapat penurunan nilai yang signifikan, bagaimana penyusutan dihitung, dan informasi penting lainnya untuk memahami laporan keuangan.

Prinsip keterbukaan penuh tidak mengharuskan pengungkapan setiap informasi yang tersedia kepada publik. Sebaliknya, peraturan tersebut akan menjadi tidak praktis karena akan membuang sejumlah besar informasi kepada user. Prinsip tersebut mendesak adanya pengungkapan informasi yang dapat mempunyai dampak material terhadap hasil keuangan atau posisi keuangan perusahaan. Prinsip ini membantu mendorong transparansi di dana kampanye dan membatasi peluang kegiatan yang berpotensi melakukan penipuan. Pentingnya prinsip pengungkapan penuh terus berkembang di tengah skandal besar yang melibatkan manipulasi hasil akuntansi.

Selain itu, penyajian dari pengungkapan itu juga harus diperhatikan. Penyajian wajar lazim digunakan dalam penyajian laporan keuangan. Dalam penyajian dengan wajar posisi keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan suatu entitas, diperlukan pertimbangan sehat yang mengandung unsur-unsur kehati-hatian pada saat melakukan prakiraan dalam kondisi ketidakpastian sehingga aset atau pendapatan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban tidak dinyatakan terlalu rendah.

Oleh karena itu, pengungkapan sangatlah penting sebagai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan agar dapat dipahami oleh para pembacanya, untuk menghindari

kesalahpahaman, harus dibuat Catatan atas Laporan Keuangan yang berisi informasi untuk memudahkan pengguna dalam memahami Laporan Keuangan. Maka, penyajian Catatan atas Laporan Keuangan dimaksudkan agar Laporan Keuangan dapat dipahami oleh pembaca secara luas, tidak terbatas hanya untuk pembaca tertentu ataupun manajemen entitas pelaporan.

Akuntabilitas Dana Kampanye

Penyalahgunaan kekuasaan yang berkaitan dengan pembiayaan partai politik dan kegiatan kampanye merupakan ancaman paling serius bagi demokrasi saat ini. Terkhususnya dana kampanye, dimana peserta pemilu jelas membutuhkan dana yang tidak sedikit dikarenakan banyaknya aktivitas dalam meyakinkan pemilih untuk memenangkan suara. Pengaturan dana kampanye ini memerlukan sebuah regulasi khusus yang menjembatani antara hak peserta pemilu untuk memaksimalkan sumber dayanya dalam upaya meraih suara dengan amanat mewujudkan proses pemilu yang berkualitas dan berintegritas.

Faktor finansial akan menciptakan peluang yang cukup bagi kandidat untuk menang dalam pemilu. Karena elemen-elemen ini dapat diubah menjadi berbagai alat untuk memenuhi kebutuhan kampanye. Dengan memenuhi kebutuhan mobilisasi, mereka yang berpartisipasi dalam pemilu dapat berkampanye lebih kuat dan masif. Dengan demikian, peserta pemilu yang bisa berkampanye lebih gencar dan populer akan mempunyai peluang yang lebih besar, karena peserta pemilu

tersebut bisa lebih banyak mempromosikan dirinya dibandingkan peserta pemilu lainnya. Jumlah dana kampanye berpotensi berbanding lurus dengan kenaikan tingkat popularitas para kandidat peserta pemilu.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai salah satu penyelenggara Pemilu berupaya mendorong terselenggaranya pemilu yang bertanggung jawab dan transparan dengan menetapkan aturan kegiatan kampanye. Aturan ini mewajibkan pelaporan Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK), dan Laporan Pendapatan dan Belanja Dana Kampanye (LPPDK). Dengan peraturan ini diharapkan tercipta struktur formal yang dapat menjadi landasan hukum penerapan transparansi dan akuntabilitas proses pemilu. Namun kenyataannya, transparansi dan akuntabilitas organisasi partai politik masih belum terlaksana dengan baik.

Pelaporan dana kampanye adalah proses yang diperlukan dalam banyak sistem politik untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam pemilihan politik. Tujuan dari pelaporan dana kampanye adalah untuk memberikan informasi kepada publik tentang sumber dan penggunaan dana yang digunakan dalam kampanye politik. Ini membantu pemilih untuk memahami siapa yang mendanai kandidat atau partai politik, sejauh mana kampanye tersebut tergantung pada dana dari sumber tertentu, dan bagaimana dana tersebut digunakan.

Setiap kandidat dalam melakukan pelaporan dana kampanye harus membuat Laporan Awal Dana Kampanye. Kewajiban

para peserta pemilu 2024 untuk membuat laporan awal kampanye sudah dituangkan dalam PKPU Laporan awal dana kampanye adalah laporan keuangan yang disusun dan diajukan oleh kandidat, partai politik, atau komite kampanye sebelum pemilihan atau sebelum periode kampanye dimulai. Laporan ini berfungsi untuk memberikan informasi awal tentang sumber dan penggunaan dana kampanye, yang memberi publik wawasan awal tentang bagaimana kampanye akan didanai dan dijalankan. Persyaratan laporan awal dana kampanye bervariasi dari yurisdiksi ke yurisdiksi, dan berikut ini adalah komponen umum yang mungkin dimasukkan dalam laporan awal.

Prinsip transparansi sangat penting dalam pengaturan dan pelaksanaan keterbukaan dana kampanye. Transparansi informasi dana kampanye memungkinkan masyarakat melihat dan memantau akuntabilitas uang yang masuk dan keluar. Selain besaran nominalnya, masyarakat juga dapat memperhatikan sumber modal dan cara pengalokasiannya. Transparansi memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif dalam melacak dana kampanye.

Bentuk dana kampanye dapat beragam, bisa dalam bentuk uang Bersumber dari Pasangan Calon yang bersangkutan, partai politik dan/atau gabungan partai politik yang mengusulkan, sumbangan perseorangan, sumbangan kelompok, sumbangan badan usaha, wajib ditempatkan pada Rekening Khusus Dana Kampanye terlebih dahulu sebelum digunakan untuk kegiatan Kampanye. Sumbangan dana

kampanye juga dapat berupa jasa atau pelayanan dilakukan pihak lain yang manfaatnya dinikmati oleh Pasangan Calon sebagai penerima jasa yang dapat dinilai dengan uang berdasarkan harga pasar yang wajar pada saat sumbangan itu diterima. Selain itu sumbangan dana kampanye dapat berupa barang bergerak maupun tidak bergerak. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Bentuk Dana Kampanye

Bentuk	Defenisi	Pengakuan	Penilaian
Uang	uang adalah alat tukar atau standar pengukur nilai yang sah dan dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak atau logam lainnya yang dicetak dalam bentuk logam lainnya	Diakui saat diterima oleh peserta pemilu baik secara tunai maupun transfer	Nilai nominal dalam bentuk rupiah
Barang	Setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan	Diakui saat diterima, akibat pemberian maupun sumbangan	Dinilai dengan harga pasar yang wajar saat barang diterima

Bentuk	Defenisi	Pengakuan	Penilaian
	dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan dimanfaatkan.		
Jasa	Suatu kegiatan atau Tindakan yang tidak berwujud, tidak bisa diraba, namun bisa diidentifikasi, direncanakan dan dilakukan untuk memenuhi suatu permintaan	Diakui saat jasa diterima	Dinilai dengan harga pasar yang wajar saat barang diterima

Rekening Khusus Dana Kampanye

Setiap kandidat peserta Pemilu diwajibkan membuat Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) dan laporan keuangan. partai politik atau gabungan partai politik yang pengusung wajib membuka RKDK pada bank umum. RKDK tersebut harus atas nama pasangan Calon dan specimen tanda tangan harus dilakukan bersama oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik dan salah satu calon dari Pasangan Calon. Secara umum, ada tiga laporan keuangan yang harus disampaikan calon selama masa kampanye, yaitu Laporan Keuangan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK), dan Laporan

Pendapatan dan Belanja Dana Kampanye (LPPDK). LADK adalah pembukuan yang memuat informasi mengenai rekening khusus dana kampanye, sumber saldo awal atau saldo awal, serta perhitungan rinci pendapatan dan pengeluaran yang diterima sebelum pembukaan rekening khusus dana kampanye, serta menerima sumbangan dari calon atau partai politik atau gabungan partai politik dan partai lainnya. dipisahkan dari rekening keuangan Partai Politik atau rekening keuangan pribadi Peserta Pemilu dan hanya dipergunakan untuk kebutuhan Kampanye.

Berdasarkan Pemilu tahun 2019 pengeluaran kampanye terbesar peserta pemilu dari partai politik sebagian besar menggunakan dana kampanye untuk memberikan bantuan kepada caleg. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap laporan audit dana kampanye peserta Pemilu 2019, dapat terlihat metode kampanye apa saja yang dilaksanakan oleh partai politik peserta pemilu. Dan ternyata, persentase paling tinggi yaitu 85% dari dana kampanye yang dilaporkan adalah untuk kegiatan kampanye lain-lain yang kemudian disalurkan kepada calon legislatif. Hal ini menjadi masalah karena peraturan terkait pembatasan dana kampanye, kewajiban pelaporan dana kampanye, serta sanksi terkait pelanggaran tidak dapat diberlakukan kepada calon legislatif yang menerima bantuan dana dari partai politik peserta pemilu, tidak ada kewajiban untuk memberikan laporan dana kampanye sama sekali.

Mekanisme Penetapan Jumlah Batasan Pengeluaran Dana Kampanye dilakukan oleh KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota berkoordinasi dengan partai politik atau gabungan partai politik atau petugas yang ditunjuk bakal pasangan calon untuk mendapatkan masukan. Pembatasan pengeluaran dana kampanye ditetapkan dengan keputusan KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota dengan memperhatikan hasil rapat koordinasi.

Pelaporan Dana Kampanye

Transparansi dalam pelaporan dana kampanye adalah kunci untuk memelihara integritas dalam pemilihan. Dengan informasi yang tepat tentang sumber dan penggunaan dana kampanye, pemilih dapat membuat keputusan yang informasi, memahami hubungan antara penerimaan dana dan tindakan politik, dan memastikan bahwa proses pemilihan tidak terpengaruh oleh pengaruh uang yang gelap. Ini juga membantu menghindari penyalahgunaan dana kampanye untuk kepentingan pribadi, yang dapat merusak integritas calon presiden dan pemilihan itu sendiri.

Pasangan calon presiden harus menjunjung tinggi prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan dana kampanye mereka. Ini melibatkan pencatatan akurat dan rinci tentang semua transaksi keuangan yang terkait dengan kampanye, termasuk donasi yang diterima dan pengeluaran yang dilakukan. Pasangan calon harus mengungkapkan sumber dana dengan jelas, termasuk nama dan alamat

pemberi donasi, dan memastikan bahwa penggunaan dana sesuai dengan aturan yang berlaku.

Pelaporan dana kampanye yang tepat memiliki dampak positif yang signifikan dalam proses pemilihan. meningkatkan kepercayaan publik terhadap calon presiden dan proses pemilu secara keseluruhan. Kedua, ini meminimalkan risiko pelanggaran hukum dan sanksi yang mungkin dikenakan jika pelaporan tidak dilakukan dengan benar. Terakhir, ini membantu menjaga integritas demokrasi dan memastikan bahwa pemilihan berlangsung secara adil dan bersih.

Berikut adalah langkah-langkah dalam pelaporan dana kampanye secara garis besar berdasarkan PKPU :

1. Pendaftaran: Kandidat, partai politik, atau komite kampanye harus mendaftar secara resmi dengan badan pengawas pemilu atau lembaga yang berwenang. Ini melibatkan pengungkapan informasi dasar tentang kampanye.
2. Pencatatan Donasi: Setiap donasi yang diterima oleh kampanye harus dicatat dengan teliti. Informasi yang harus dicatat biasanya mencakup nama donor, alamat, jumlah donasi, dan informasi tambahan yang relevan.
3. Pelaporan Berkala: Kampanye politik biasanya harus mengajukan laporan keuangan berkala kepada badan pengawas pemilu atau lembaga yang relevan. Laporan ini berisi rincian tentang sumber dan penggunaan dana kampanye, dan biasanya harus diajukan pada jadwal tertentu sepanjang kampanye.

4. **Batasan Dana:** Banyak negara memiliki batasan jumlah yang dapat diberikan oleh individu atau badan hukum kepada kampanye politik. Batasan ini harus diperhatikan dan diikuti.
5. **Pengungkapan Publik:** Informasi yang dikumpulkan dalam laporan keuangan kampanye biasanya diunggah ke situs web resmi badan pengawas pemilu atau lembaga yang relevan. Ini memberikan akses publik kepada data tersebut.
6. **Audit:** Beberapa sistem memerlukan audit independen dari laporan keuangan kampanye untuk memastikan kepatuhan dan akurasi.

Peran Akuntan dalam Pelaporan Dana Kampanye

Akuntan memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga transparansi, integritas, dan kepatuhan hukum dalam pelaporan dana kampanye dalam proses politik. Pertama, akuntan memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh transaksi keuangan kampanye dijalankan dengan benar, mencatat semua donasi dan pengeluaran dengan cermat, dan menjaga rekening khusus dana kampanye agar terpisah dari dana pribadi atau bisnis pribadi kandidat atau partai politik. Dengan keterampilan mereka dalam akuntansi, akuntan membantu meminimalkan risiko kesalahan dan kesalahan pencatatan yang dapat mengakibatkan sanksi hukum.

Kedua, akuntan membantu dalam menyusun laporan keuangan kampanye yang harus diajukan ke badan pengawas

pemilu atau lembaga yang berwenang. Laporan ini harus memenuhi persyaratan hukum dan regulasi yang ketat, dan akuntan memiliki peran kunci dalam memastikan bahwa semua informasi keuangan disusun dengan benar dan akurat. Hal ini mencakup verifikasi sumber dan penggunaan dana kampanye, sehingga pemilih dan badan pengawas pemilu memiliki akses kepada data yang akurat tentang bagaimana kampanye didanai dan dijalankan.

Akuntan juga dapat memberikan saran strategis kepada kandidat atau komite kampanye tentang cara mengelola keuangan kampanye secara efisien dan memaksimalkan penggunaan dana kampanye. Mereka dapat membantu dalam perencanaan anggaran, analisis biaya manfaat dari berbagai strategi kampanye, dan memberikan pandangan tentang pengeluaran yang dapat dioptimalkan. Dengan bantuan akuntan, kampanye politik dapat mengambil keputusan finansial yang bijak dan memastikan bahwa dana kampanye digunakan untuk mencapai tujuan politik dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian, peran akuntan dalam pelaporan dana kampanye sangat penting untuk menjaga integritas dalam proses politik.

Akuntan dapat mengurai complexity menjadi clarity dalam rangka memberikan kontribusi untuk mewujudkan prosperous society. Artinya akuntan berperan sebagai mengumpulkan data atau laporan serta perhitungan yang kompleks, rumit, serta tidak jelas menjadi sebuah laporan yang dapat dibaca dan dimengerti oleh pengguna dalam hal ini KPU dan Bawaslu.

Di sisi lain masyarakat juga akan dapat diberikan pemahaman bagaimana hasil pelaporan keuangan dana dana kampanye. Karena masyarakat juga merupakan bagian dari proses pemilu. Bahkan aspek utama dalam Pemilu sehingga perlu mendapatkan informasi yang jelas dan terbuka. Sehingga peran akuntan menjadi penting dalam mewujudkan asas akuntabilitas dalam proses penggunaan, dan pelaporan dana kampanye.

Pada UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Kantor akuntan yang ditunjuk oleh KPU selain mempunyai register dan izin dari Menteri terkait juga harus membuat surat pernyataan. Surat pernyataan pertama adalah pernyataan bahwa rekan yang bertanggung jawab atas pemeriksaan laporan dana Kampanye pemilu tidak berafiliasi secara langsung ataupun tidak langsung dengan Peserta Pemilu dan/atau tim kampanye. Surat pernyataan kedua yaitu pernyataan bahwa rekan yang bertanggung jawab atas pemeriksaan laporan dana Kampanye pemilu bukan merupakan anggota atau pengurus partai politik, atau pengurus Partai Politik yang mengusulkan pasangan Calon. Akuntan publik yang tidak memberikan informasi yang tidak sesuai dengan surat pernyataan yang dibuatnya maka KPU harus membatalkan penunjukan kantor akuntan tersebut. Peraturan ini sangat jelas mengisyaratkan independensi dan netralitas kandidat kantor akuntan yang akan ditunjuk sebagai auditor dana kampanye pasangan calon atau peserta pemilu lainnya. Independensi jelas sangat berpengaruh terhadap hasil audit atas laporan dana kampanye pasangan calon atau partai peserta Pemilu dan calon legislatif.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 18 Tahun 2023 Tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum menyebutkan bagaimana kedudukan akuntan dalam pelaporan dana kampanye. Pada Pasal 17, Pasal 42, dan Pasal 66 menyebutkan bahwa Pasangan calon dan tim kampanye Partai Peserta Pemilu ataupun calon Anggota DPD dapat menunjuk staf khusus yang mempunyai latar belakang akuntansi dan/atau kantor jasa akuntan yang bertugas untuk menyusun Laporan Dana Kampanye. Walaupun pada pasal tersebut tidak ada kata mewajibkan menggunakan jasa akuntan untuk melakukan penyusunan laporan dana kampanye namun KPU dengan jelas memberikan redaksi bahwa akuntan mempunyai peran dalam membangun akuntabilitas terhadap pelaporan dana kampanye serta memberikan validasi kepada masyarakat akan keterbukaan sebuah laporan dana kampanye.

Ada persyaratan akuntan seperti apa yang dapat ditunjuk oleh Pasangan Calon atau Partai Politik Peserta Pemilu untuk melakukan penyusunan pelaporan dana kampanye. Akuntan tersebut telah berpraktik dengan membuktikan tanda register dan telah mendapatkan izin dari Menteri untuk memberikan jasa akuntansi kepada publik melalui Kantor Jasa Akuntan. Sementara Kantor Jasa Akuntan juga harus berbentuk badan usaha yang telah mendapatkan izin dari Menteri Keuangan untuk memberikan jasa akuntansi kepada publikbagi Akuntan Berpraktik.

Penerapan Akuntabilitas Keuangan dalam Pelaporan Dana Kampanye

Penerapan akuntabilitas keuangan dalam pelaporan dana kampanye adalah fondasi penting untuk menjaga transparansi, integritas, dan kepercayaan publik dalam proses politik. Dalam konteks ini, akuntabilitas keuangan berarti menciptakan sistem dan prosedur yang memastikan bahwa dana kampanye dikelola dan dilaporkan dengan benar, sesuai dengan hukum dan regulasi yang berlaku.

Prinsip akuntabilitas memaksa kandidat untuk berani transparan. Para peserta pemilu akan diminta pertanggungjawaban atas seluruh aktivitas yang tercantum dalam laporan dana kampanye. Kandidat harus menerangkan kepada publik berapa dana yang telah masuk dan dikeluarkan, penggunaan dana untuk kegiatan apa, dan siapa saja penyumbang dana yang telah masuk ke rekening Khusus Dana Kampanye selama ini.

Peraturan mengenai pengungkapan dana kampanye paling sedikit harus mengakomodir dua aspek hukum. Satu, harus memuat aturan hukum dan etika yang mengatur hubungan antara masing-masing para kandidat dengan penyumbang dana. Lainnya adalah pengaturan tingkat makro dari total belanja kampanye dan tingkat pengaruh swasta yang dapat diterima atas sektor publik. Kedua, logika hukum ini merupakan persyaratan dasar peraturan yang kemudian dapat dikembangkan menjadi peraturan yang lebih praktis. Namun, pada tataran praktis peraturan ini, persoalan mengenai

keterbukaan dana kampanye sering kali muncul. Terdapat celah peraturan yang dapat dimanfaatkan oleh para kandidat untuk mengungkapkan dana kampanye secara curang. Hal ini sejalan dengan upaya kandidat untuk menyembunyikan sumber pendanaan dan pengeluaran politik yang tersembunyi.

Seiring dengan hal ini, kita dapat mencermati contoh kasus yang relevan yang menggarisbawahi pentingnya penerapan prinsip akuntabilitas dalam kampanye politik. Salah satu contoh kasus yang menggambarkan pentingnya akuntabilitas keuangan dalam pelaporan dana kampanye adalah Skandal Pemilihan Presiden 1996 di Amerika Serikat. Dalam kasus ini, tim kampanye Presiden Bill Clinton didakwa menerima dana ilegal dari sumber asing yang tidak sah. Penerapan akuntabilitas keuangan yang buruk dan pelanggaran hukum yang melibatkan sumber dana yang tidak diungkapkan dengan benar berujung pada investigasi dan sanksi. Ini menggarisbawahi perlunya pelaporan yang akurat dan akuntabilitas dalam mengidentifikasi sumber dana kampanye untuk menjaga integritas pemilihan.

Dalam konteks yang berbeda, Skandal "Cash for Honors" di Inggris pada tahun 2006 merupakan contoh lain yang mencerminkan pentingnya akuntabilitas dalam pelaporan dana kampanye. Skandal ini melibatkan partai politik yang diduga memberikan gelar kehormatan dalam pertukaran untuk donasi politik yang besar. Dalam kasus ini, pelaporan dana kampanye yang kurang transparan dan ketidakjujuran dalam

mengidentifikasi aliran dana kampanye mengancam integritas politik dan pemberian gelar kehormatan.

Dari kedua kasus ini, kita dapat disimpulkan bahwa penerapan akuntabilitas keuangan dalam pelaporan dana kampanye adalah kunci untuk menjaga integritas dalam politik. Ini mencakup pemisahan dana pribadi dan dana kampanye, pencatatan akurat semua transaksi keuangan, pengungkapan sumber dana, dan penggunaan dana yang dapat dipertanggungjawabkan. Tanpa akuntabilitas yang kuat, risiko skandal dan ketidakpercayaan publik dalam proses politik dapat meningkat, yang pada gilirannya merusak demokrasi dan kepercayaan masyarakat pada pemimpin mereka. Oleh karena itu, penerapan akuntabilitas keuangan dalam pelaporan dana kampanye harus menjadi prioritas utama dalam sistem politik mana pun.

Secara keseluruhan, literatur yang ada cenderung menghubungkan pengungkapan dana kampanye dengan partai politik dan pemilu legislatif dibandingkan dengan pemimpin daerah di tingkat lokal. Meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa kerahasiaan dana kampanye berhubungan dengan pengeluaran politik yang tersembunyi, hanya sedikit penelitian yang menghubungkan hal ini secara langsung dengan kebijakan moneter. Di bawah ini, ada berbagai aspek penerapan akuntabilitas keuangan dalam konteks pelaporan dana kampanye, serta menyajikan contoh kasus yang relevan.

Pertama, akuntabilitas keuangan melibatkan pemisahan yang jelas antara dana kampanye dan dana pribadi. Penerapan akuntabilitas keuangan yang buruk dan pelanggaran pemisahan dana dapat berujung pada konsekuensi hukum dan kerugian politik. Contoh kasus yang mengilustrasikan pentingnya pemisahan ini adalah kasus mantan Senator Amerika Serikat, John Edwards. Dalam pemilihan presiden 2008, ia dihadapkan pada tuduhan penggunaan dana kampanye untuk menutupi hubungan pribadi yang tidak semestinya.

Kedua, pencatatan yang akurat adalah kunci. Pada tahun 2014, Gubernur Virginia Bob McDonnell dan istrinya dihukum karena menerima hadiah mewah yang tidak dilaporkan dengan benar dalam laporan keuangan kampanye. Mereka gagal mencatat pengeluaran ini dengan jelas, dan ini menggarisbawahi pentingnya pencatatan yang cermat dan akurat dalam pelaporan dana kampanye.

Ketiga, laporan keuangan kampanye yang berkala dan tepat waktu sangat penting. Contoh kasus yang relevan adalah pemilihan presiden Zimbabwe tahun 2018. Kandidat oposisi, Nelson Chamisa, menuduh badan pengawas pemilu gagal mengunggah laporan keuangan kampanye dengan tepat waktu, menciptakan ketidakpastian dan kecurigaan dalam pemilihan.

Keempat, verifikasi sumber dana juga perlu diperhatikan. Skandal pengambilalihan data oleh Cambridge Analytica dalam pemilihan presiden Amerika Serikat 2016 adalah

contoh konkrit masalah verifikasi sumber dana. Bagaimana Politikus Partai Republik yang mendukung Donald Trump memberikan sokongan dana. Dana tersebut digunakan untuk membantu kampanye Donald Trump dengan membayar jasa Perusahaan Cambridge Analytica dalam mengambil alih data dan akun 50 Juta orang di media social. Dana yang digunakan untuk mempengaruhi pemilih melalui manipulasi data media sosial berasal dari sumber yang tidak transparan, dan ini mengungkapkan celah dalam pemantauan sumber dana kampanye.

Kelima, akuntabilitas keuangan juga mencakup pengungkapan transparan sumber dana. Contoh Skandal "Rusia-gate" dalam pemilihan presiden Amerika Serikat 2016 mencakup dugaan campur tangan Rusia dalam pemilihan melalui donasi yang tidak terungkap. Ini dapat menjadi Sebuah preseden buruk bagaimana campur tangan asing akan memberikan pengaruh terhadap proses pemilihan pasangan calon. Penerapan akuntabilitas yang kuat memerlukan pengungkapan yang jelas tentang sumber dana kampanye untuk menghindari interferensi asing.

Keenam, audit independen juga dapat meningkatkan akuntabilitas. Pada tahun 2014, Komite Nasional Partai Demokrat Amerika Serikat dihukum atas pelanggaran hukum terkait penggunaan dana kampanye. Skandal ini menyoroti pentingnya audit independen untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan regulasi dalam pelaporan dana kampanye.

Terakhir, transparansi publik adalah inti dari akuntabilitas keuangan. Ketika dana kampanye dan laporan keuangan tersedia untuk umum, ini memungkinkan pemilih untuk membentuk pandangan yang lebih baik tentang calon dan partai politik yang mereka dukung. Pada tahun 2016, kampanye Hillary Clinton dan Donald Trump di Amerika Serikat secara terbuka mengungkapkan laporan keuangan mereka, yang memberikan akses kepada publik terhadap informasi dana kampanye yang relevan.

Pengawasan Dana Kampanye

Regulasi pengawasan dana kampanye pemilu di Indonesia adalah bagian integral dalam menjaga integritas, transparansi, dan akuntabilitas dalam proses pemilihan umum. Pemerintah Indonesia telah mengembangkan serangkaian aturan dan peraturan yang ketat untuk mengatur pembiayaan kampanye dalam upaya untuk mencegah penyalahgunaan dana, meminimalkan korupsi, dan memastikan pemilihan yang adil dan bersih

Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) merupakan lembaga yang bertanggung jawab atas pengawasan dan penegakan aturan terkait dana kampanye pemilu. Bawaslu memiliki peran penting dalam memastikan bahwa semua peserta pemilu mematuhi peraturan pembiayaan kampanye dan melaporkan dengan benar sumber dan penggunaan dana kampanye. semua partai politik, kandidat, dan komite kampanye harus mendaftarkan rekening bank terpisah khusus untuk mengelola dana kampanye mereka. Dengan adanya pemisahan dana

kampanye dari dana pribadi atau bisnis, maka dana kampanye tidak disalahgunakan untuk kepentingan pribadi.

Aturan ketat mengatur batasan jumlah donasi yang dapat diterima oleh partai politik, kandidat, atau komite kampanye. Hal ini bertujuan untuk menghindari ketergantungan yang berlebihan pada satu atau beberapa donor kaya, yang dapat mempengaruhi proses politik. Aturan ini juga berlaku untuk mendukung prinsip demokrasi.

UU Nomor 7 Tahun 2017 mengatur bagaimana Pasangan Calon atau Partai Politik Peserta Pemilu melakukan pelaporan dana kampanye. Pada Pasal 337 disebutkan bahwa Laporan Dana Kampanye Pasangan Calon, Partai Politik Peserta Pemilu, DPD, dan DPR yang meliputi penerimaan dan pengeluaran wajib disampaikan kepada akuntan publik yang ditunjuk oleh KPU 15 hari sesudah pemungutan suara. Pada Pasal ini juga disebutkan kantor akuntan publik yang ditunjuk berkewajiban untuk melakukan audit dan menyampaikan hasil auditnya kepada KPU berdasarkan tingkatan paling lama 30 hari sejak laporan dana kampanye diterima.

UU 7 Tahun 2017 juga mengatur mengenai larangan menerima sumbangan dari pihak tertentu. Pada Pasal 339 menyebutkan bahwa para peserta Pemilu 2024 baik pasangan calon, Partai Politik Peserta Pemilu ataupun Caleg dilarang menerima dana dari: pihak asing; penyumbang dana yang tidak jelas identitasnya; hasil tindak pidana yang telah terbukti berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap dan/atau bertujuan menyembunyikan

atau menyamakan hasil tindak pidana; Pemerintah, pemerintah daerah, badan usaha milik, negara, dan badan usaha milik daerah; atau pemerintah desa. Dari pasal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengawasan dana kampanye tidak hanya mengawasi apakah peserta pemilu sudah melaporkan dananya ke KPU atau belum, tetapi lebih jauh harus meneliti dan melakukan investigasi benarkah dana-dana kampanye berasal dari sumber-sumber yang diperbolehkan atau dilarang.

Saat ini Bawaslu belum mengeluarkan regulasi terbaru terkait pengawasan dana kampanye, maka untuk sejauh ini regulasinya masih mengacu Peraturan Bawaslu Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pengawasan Dana Kampanye Pemilihan Umum. Dalam Perbawaslu ini menyebutkan bahwa Bawaslu mengawasi dana kampanye berdasarkan aspek kepatuhan, kebenaran, akuntabilitas, dan transparansi pelaporan Dana Kampanye yang meliputi: Sumber Dana Kampanye, RKDK, LADK, LPSDK, Batasan Dana Kampanye, LPPDK, Audit Dana Kampanye.

Bawaslu harus memastikan sumbangan yang berupa uang wajib ditempatkan pada RKDK terlebih dahulu sebelum digunakan untuk kegiatan kampanye Pemilu. Kemudian, sumbangan tidak melebihi batas termasuk pemberian diskon pembelian barang yang melebihi batas kewajaran transaksi jual beli yang berlaku secara umum. Berlaku secara umumnya ini dimaksudkan jangan sampai ada suatu transaksi yang diberikan dengan jumlah diskon yang besar atau dengan

kenaikan harga yang signifikan dari harga yang sewajarnya. Ini akan menjadi temuan bagi Bawaslu.

Selain daripada itu, Bawaslu juga wajib membandingkan kesesuaian besar daftar kekayaan pribadi dan laporan pajak dengan besaran sumbangan. Kemudian memastikan kelengkapan dokumen penyumbang. Setelah memastikan maka diperlukan pemeriksaan secara faktual terhadap identitas penyumbang, yang bertujuan untuk melihat profil penyumbang tidak melanggar ketentuan yang sudah diatur regulasi. Kemudian mengidentifikasi potensi pemecah sumbangan dari 1 sumber sumbangan. Terakhir, memastikan Dana Kampanye yang bersumber dari pihak lain tidak berasal dari tindak pidana, dan bersifat tidak mengikat.

Partai politik dan kandidat diwajibkan untuk menyusun laporan keuangan kampanye yang rinci dan akurat. Laporan ini harus mencakup sumber dana kampanye, penggunaan dana, dan jumlah yang tersisa setelah pemilihan. Ini adalah langkah penting dalam memungkinkan publik untuk memahami asal-usul dana kampanye dan bagaimana dana tersebut digunakan.

Bawaslu memiliki kewenangan untuk melakukan audit atas laporan keuangan kampanye. Audit ini bertujuan untuk memverifikasi keakuratan laporan dan memastikan kepatuhan terhadap aturan pembiayaan kampanye.

Pelanggaran aturan pembiayaan kampanye dapat berakibat pada sanksi hukum dan diskualifikasi kandidat atau partai

politik. Ini menciptakan insentif yang kuat bagi semua peserta pemilu untuk mematuhi peraturan.

Publik memiliki akses yang lebih baik ke informasi tentang pembiayaan kampanye melalui pengunggahan laporan keuangan dan audit di situs web Bawaslu. Ini memberikan transparansi yang diperlukan dan memungkinkan pemilih untuk mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang jelas tentang sumber dana kampanye.

Secara keseluruhan, regulasi pengawasan dana kampanye pemilu di Indonesia adalah elemen penting dalam menjaga integritas dan transparansi dalam politik. Hal ini membantu memastikan bahwa pemilihan umum berjalan dengan adil dan bersih, dan bahwa dana kampanye digunakan dengan benar sesuai dengan aturan yang berlaku. Selain itu, regulasi ini juga memungkinkan publik untuk memantau sumber dan penggunaan dana kampanye, yang merupakan langkah penting dalam menjaga akuntabilitas dalam proses politik.

Namun tetap ada permasalahan yang masih perlu diperhatikan dan dibenahi oleh para penyelenggara pemilu dan stakeholder terkait. Permasalahan pertama adalah sumber dana kampanye yang tidak transparan. Pasangan calon sering kali menerima donasi dari individu, badan hukum, atau kelompok yang tidak ingin identitas mereka diungkapkan. Ini dapat membuka pintu bagi pengaruh yang tidak terlihat dalam politik dan menciptakan ketidakpercayaan publik terhadap proses pemilihan. Walaupun regulasi sudah mengaturnya namun para kandidat peserta Pemilu mempunyai banyak cara

untuk mengaburkan identitas donaturnya. Di sini keseriusan Bawaslu akan berpengaruh pada hasil audit laporan dana kampanye. Apakah auditnya mendalam atau tidak atau dengan melakukan peungkapan *full disclosure*.

Permasalahan selanjutnya adalah penggunaan dana kampanye yang tidak tepat. Dana yang seharusnya digunakan untuk membiayai kampanye dan mengkomunikasikan visi calon presiden dapat disalahgunakan untuk keperluan pribadi atau tujuan yang tidak terkait dengan pemilihan. Seperti pada contoh di atas bagaimana pendukung Donald Trump menggunakan dana kampanye untuk melakukan kecurangan kecurangan pada proses kampanye, dapat kita prediksi kemungkinan itu juga ada pada Pemilu yang ada di Indonesia. Secara umum masyarakat bisa menilai bagaimana peran buzzer dalam pemilu sebelumnya. Buzzer-buzzer di media social maupun media online secara masif menggiring opini publik tanpa memperhatikan etika-etika dalam berkampanye. Hal ini menimbulkan polarisasi hingga berdampak pada aspek politik, sosial, dan kultur di masyarakat. Agak tidak masuk akal jika penggunaan buzzer secara masif dengan akun-akun media sosial yang berjumlah ratusan ribu dan pergerakannya terlihat dikomandokan tidak menggunakan dana yang besar. Maka berkaca dari itu Bawaslu perlu memberikan perhatian lebih terhadap permasalahan ini.

Dari sisi penyumbang, salah satu faktor yang mendapat perhatian adalah tingginya peran korporasi swasta sebagai pemberi sumbangan dana kampanye, hal ini ditenggarai akibat

kebutuhan biaya kampanye yang sangat besar, sehingga pelibatan korporasi swasta menjadi jalan keluar untuk mengumpulkan dana kampanye, keterlibatan korporasi swasta yang masif sebagai sponsor, tentu saja akan berdampak pada adanya persepsi investasi politik atau jasa balas budi antara partai politik, calon peserta pemilu dengan sponsornya. Adanya hubungan timbal balik pasca pemilu merupakan konsekuensi yang sulit dihindari berdampak kepada munculnya potensi lahirnya tindak pidana korupsi pada tahapan sebelum ataupun sesudah pemilu. Misalnya korupsi dalam pemberian izin di berbagai bidang, seperti bidang usaha izin tambang, properti, dan bidang usaha lainnya yang kemudian menabrak peraturan perundang-undangan misalnya aturan tata ruang. Konsekuensi dan korelasi yang demikian itu muncul, karena upaya balas jasa atau bahkan komitmen yang dibangun sebelum pemilu.

Pemecahan Permasalahan

Pemanfaatan Sistem Informasi Kampanye dan Dana Kampanye (Sikadeka) yang merupakan penyempurnaan dari aplikasi sebelumnya yakni Sistem Informasi Dana Kampanye (Sidakam). Sikadeka sendiri selain sebagai ruang pelaporan dana kampanye juga berfungsi sebagai alat bantu yang dapat memudahkan KPU, PPATK dan perbankan serta pemangku kepentingan lainnya dalam hal pencatatan/pendokumentasian secara digital pelaksanaan kegiatan kampanye dan pengelolaan dana kampanye.

Para Peserta Pemilu harus memberikan laporan keuangan kampanye yang transparan dan akurat. Laporan ini harus mencakup semua sumber dana, beserta jumlah dan identitas donornya, serta rincian penggunaan dana kampanye. Hal ini tentu membutuhkan komitmen dari seluruh jajaran Partai Politik dan Pasangan Calon. Tapi Ketua Partai mempunyai peran yang sangat besar dalam suatu partai politik sehingga, setiap ketua Umum Partai Politik perlu diberi forum untuk menyatakan komitmennya dalam mendukung akuntabilitas dan transparansi dana Kampanye.

Selanjutnya adalah peran publik dalam pengawasan dana kampanye. Masyarakat harus diberdayakan untuk memantau penggunaan dana kampanye dan melaporkan ketidaksesuaian jika ditemukan. Tapi ini tergantung pada partisipasi dan tingkat literasi masyarakat. Maka menjadi penting juga untuk meningkatkan literasi politik dan partisipasi publik dalam pengawasan adalah langkah penting untuk menjaga integritas pemilu. Keterlibatan masyarakat dalam pengawasan dana kampanye akan membantu penyelenggara Pemilu yang sumber dayanya terbatas. Sehingga para kandidat atau pasangan calon atau partai politik peserta Pemilu berpikir 2 kali untuk melakukan Pelanggaran dana kampanye.

Solusi berikutnya yaitu Pembentukan komite independen yang terdiri dari anggota masyarakat sipil, akademisi, dan praktisi hukum adalah solusi yang potensial. Komite ini dapat bertindak sebagai pengawas independen yang memantau laporan keuangan kampanye dan melaporkan ketidaksesuaian

kepada badan pengawas pemilu. Walaupun memang belum ada aturan yang mengatur Khusus mengenai komite ini, namun bisa dikombinasikan ke dalam tugas – tugas pemantauan yang dilakukan oleh pemantau Pemilu yang terdaftar dan terakreditasi di Bawaslu. Salah satu contohnya adalah JPPR yang telah menyatakan secara terbuka akan focus kepada pemantauan dana kampanye.

Saat ini belum ada regulasi yang mengatur sanksi bagi pelanggar dana kampanye secara general ataupun denda terhadap pelanggaran ketidakdisiplinan pelaporan dana kampanye, sejauh ini peraturannya hanya mengatur mengenai sanksi khusus pidana bagi penyaluran dana kampanye sebagai modus pencucian uang hasil tindak pidana. Peraturan tentang dana kampanye harus diperkuat, dan hukuman atas pelanggaran harus lebih tegas. Ini menciptakan insentif yang kuat bagi pasangan calon untuk mematuhi aturan dengan ketat dan menghindari pelanggaran. Di sisi lain, Hal ini akan membuat para peserta pemilu untuk berpikir ulang melakukan Pelanggaran dana kampanye, dan untuk selanjutnya akan membuat efek jera.

Terakhir, Media cetak maupun online memiliki peran penting dalam mengawasi dana kampanye dan mengungkapkan ketidaksesuaian. Melalui investigasi jurnalistik yang teliti, media dapat membantu memeriksa laporan keuangan kampanye dan memeriksa klaim pasangan calon. Sejak awal reformasi, media menjadi bagian penting dalam melakukan inverstigasi dan pemberitaan mengenai proses politik dan

kebijakan publik yang ada di Indonesia. Maka dari itu media proaktif akan memberikan dampak yang positif terhadap keterbukaan proses pelaporan dan penggunaan dana kampanye peserta pemilu 2024 mendatang.

BAB V - MODUS PELANGGARAN DANA KAMPANYE DAN PEMANTAUAN REKENING KHUSUS DANA KAMPANYE

Modus Pelanggaran Dana Kampanye

Pemilihan umum adalah pilar demokrasi di mana rakyat memiliki suara untuk memilih pemimpin mereka. Namun, sayangnya, proses politik sering kali ditembus oleh praktik-praktik tidak etis, termasuk pelanggaran dana kampanye. Modus pelanggaran ini merusak integritas pemilihan umum dan melemahkan kepercayaan masyarakat terhadap proses politik.

Tahapan kampanye semakin hari semakin dekat, sejalan dengan PKPU Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum 2024, masa kampanye akan dimulai pada 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2023. Sebagai penunjang dalam melakukan Kampanye, Partai Politik diamanatkan oleh Undang-Undang 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, bahwa dalam melakukan kampanye maka diperlukan suatu penunjang penyimpanan khusus berupa dana kampanye. Penyelenggara pemilu mengimbau untuk partai politik dapat membuat Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK), serta menjalankan sosialisasi secara mandiri dalam internal partai politik membahas soal pengelolaan Dana Kampanye Pemilu dan Pemilihan. Karena praktik pelanggaran dana kampanye

kerap terjadi di kalangan partai politik. Pengertian dari Dana Kampanye itu sendiri merupakan sejumlah biaya berupa uang, barang, dan jasa yang digunakan Peserta Pemilu untuk membiayai kegiatan Kampanye. Bentuk Dana Kampanye dapat di klasifikasikan terdiri dari uang, barang dan jasa.

Pelanggaran dana kampanye merujuk pada tindakan ilegal atau tidak etis yang melibatkan pengumpulan, pengelolaan, atau penggunaan dana kampanye politik dengan cara yang melanggar hukum atau norma-norma etika. Dalam Pasal 10 PKPU Nomor 18 Tahun 2023 Dana Kampanye Pemilihan Umum, menjabarkan setidaknya bentuk dana kampanye dan transaksi dana kampanye yang meliputi:

1. Dana Kampanye yang berbentuk uang meliputi penerimaan uang secara tunai, cek, bilyet giro, surat berharga lainnya, uang elektronik, dan penerimaan melalui transaksi perbankan.
2. Penerimaan Dana Kampanye yang berbentuk uang wajib ditempatkan pada RKDK terlebih dahulu sebelum digunakan untuk kegiatan Kampanye Pemilu.
3. Transaksi perbankan meliputi: a. setoran tunai ke RKDK; dan b. pemindahan dana dari rekening penyumbang ke RKDK.
4. Penerimaan Dana Kampanye melalui transaksi perbankan disertai dengan informasi identitas penyumbang.
5. Dalam hal transaksi perbankan berupa pemindahan dana dari rekening penyumbang ke RKDK tidak dapat

menyertakan informasi identitas penyumbang maka dapat menyertakan surat keterangan dari bank yang bersangkutan.

Hasil riset Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) bahwa modus pelanggaran dana kampanye dapat dikategorikan meliputi, *Kesatu*, adanya penerimaan dana kampanye yang melebihi Batasan sumbangan dana kampanye dari pihak lain perseorangan dengan teknik memecah-mecah transaksi sumbangan. *Kedua*, Adanya penerimaan dana kampanye dari pihak perseorangan kepada Caleg ke rekening pribadi calon dan tidak melalui mekanisme RKDK serta melebihi batasan sumbangan dana kampanye. *Ketiga*, Adanya penyeteroran tunai dalam jumlah signifikan sehingga tidak teridentifikasi profil pihak penyumbang dana. *Keempat*, Adanya penjualan valas dalam jumlah signifikan dari peserta pemilu maupun petugas partai. Modus yang digunakan berupa *Cash to Cash* maupun *Cash to Account*. *Kelima*, Adanya pemanfaatan sarana rekening lainnya yang tidak terdaftar sebagai RKDK dan digunakan untuk sarana penampungan dan penggunaan dana. *Keenam*, Mayoritas kondisi RKDK hanya untuk sarana penampungan dan kamuflase transaksi. *Ketujuh*, Adanya indikasi pemanfaatan sarana koperasi sebagai sarana penghimpunan dan perpindahan dana kampanye. *Kedelapan*, Penggunaan petugas partai atau pihak ketiga yang bertugas sebagai pengelola dana sumbangan dana kampanye diluar struktur tim pemenangan. Di sisi lain, modus pelanggaran dana kampanye dapat juga berupa:

Tabel 7. Modus Pelanggaran Dana Kampanye

Modus Pelanggaran Dana Kampanye	Dampak Pelanggaran Dana Kampanye	Upaya Penanggulangan Pelanggaran Dana Kampanye
<p>Penerimaan Dana Tidak Sah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak-pihak politik menerima sumbangan dari sumber yang tidak sah, seperti perusahaan asing, organisasi ilegal, atau individu dengan kepentingan tersembunyi. 	<p>Ketidaksetaraan Politik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praktik-praktik ini memperbesar kesenjangan antara kandidat yang memiliki dana melimpah dan yang tidak, menghambat persaingan yang adil. 	<p>Peningkatan Pengawasan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat lembaga pengawas pemilu dan memberikan wewenang yang cukup untuk menginvestigasi sumber dan penggunaan dana kampanye.
<p>Pemalsuan Laporan Keuangan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak-pihak politik memalsukan laporan keuangan mereka untuk menyembunyikan asal-usul dana atau mengelabui otoritas pengawas. 	<p>Merosotnya Kepercayaan Masyarakat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat kehilangan kepercayaan pada integritas politik dan demokrasi, meragukan keberpihakan para pemimpin terpilih. 	<p>Transparansi Finansial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mewajibkan partai politik dan kandidat untuk mengungkapkan dengan jelas asal-usul dan penggunaan dana kampanye mereka kepada publik.
<p>Pembiayaan Melalui “Boneka”:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dana kampanye dilewatkan melalui 	<p>Melemahkan Integritas Pemilihan Umum:</p>	<p>Sanksi yang Deterrent:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan sanksi yang tegas

Modus Pelanggaran Dana Kampanye	Dampak Pelanggaran Dana Kampanye	Upaya Penanggulangan Pelanggaran Dana Kampanye
<p>orang-orang ketiga atau entitas palsu untuk menyembunyikan identitas donor sebenarnya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggaran dana kampanye menggoyahkan integritas pemilihan umum dan merusak fondasi demokrasi yang sehat. 	<p>dan memberatkan bagi pelanggar dana kampanye, termasuk diskualifikasi kandidat yang terlibat dalam praktik-praktik ilegal.</p>
<p>Pemalsuan Pengeluaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak-pihak politik mencatat pengeluaran palsu atau menggandakan biaya untuk mendapatkan lebih banyak dana dari badan pengawas atau donor resmi. 		
<p>Pemerasan dan Intimidasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak-pihak politik memaksa bisnis atau individu untuk menyumbangkan dana dengan ancaman atau tindakan pemerasan. 		

Modus Pelanggaran Dana Kampanye	Dampak Pelanggaran Dana Kampanye	Upaya Penanggulangan Pelanggaran Dana Kampanye
<p>Penyalahgunaan Dana Kampanye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dana kampanye digunakan untuk keperluan pribadi atau bisnis yang tidak berkaitan dengan kampanye politik, seperti liburan mewah, properti, atau pembelian barang mewah. 		

Selanjutnya, potensi pelanggaran bisa ditemukan saat adanya penggunaan anggaran bantuan sosial pemerintah. Biasanya, dia melihat anggaran dipergunakan untuk mengkampanyekan pasangan calon (paslon) tertentu. Belum lagi bagaimana hubungan bansos dengan anggaran untuk disampaikan dalam laporan dana kampanye. Ini bisa jadi potensi juga dan termasuk kategori rentan. Tidak sampai disitu, potensi pelanggaran dalam penggunaan anggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan untuk kampanye. Dari hal tersebut, Bawaslu akan menelisik motif dibalik CSR apakah mendukung salah satu paslon atau tidak.

Praktik modus pelanggaran dana kampanye kerap kali muncul beberapa faktor yang mempengaruhi transaksi keuangan yang

bersifat mencurigakan, seperti praktik Penerimaan dana di rekening Petugas Penyelenggara Pemilu dan pihak terafiliasi dalam jumlah di luar kewajaran/kebiasaan, Pembukaan rekening dalam jangka pendek yang ditujukan untuk menampung dana dalam jumlah signifikan, kemudian langsung ditransaksikan keluar selama masa kampanye, Rekening tidak aktif yang hanya memiliki saldo minimal tiba-tiba menerima dana besar dan diikuti dengan transaksi penarikan tunai/transfer keluar selama masa kampanye, dan lain-lain.

Konteks pengawasan Bawaslu terkait dana Kampanye sumbangan dari sumber-sumber yang ilegal selama ini pasti tidak dicatatkan dalam laporan dana kampanye, meski potensinya cukup besar timbul dari partai, sehingga peran bawaslu dalam memperkuat instrumen pengawasan terkait dana kampanye perlu diperkuat.

Bawaslu dan KPU bekolaborasi dalam memitigasi risiko dalam transaksi keuangan yang berhubungan dengan sumbangan dana kampanye, berikut merupakan beberapa poin-poin indikator praktik transaksi keuangan yang mencurigakan, meliputi:

1. Penerimaan dana di rekening Petugas Penyelenggara Pemilu dan pihak terafiliasi dalam jumlah di luar kewajaran/kebiasaan.
2. Pembukaan rekening dalam jangka pendek yang ditujukan untuk menampung dana dalam jumlah

- signifikan, kemudian langsung ditransaksikan keluar selama masa kampanye.
3. Rekening tidak aktif yang hanya memiliki saldo minimal tiba-tiba menerima dana besar dan diikuti dengan transaksi penarikan tunai/transfer keluar selama masa kampanye.
 4. Adanya instruksi transaksi yang tidak wajar atau berindikasi politik uang.
 5. Pembelian e-money/e-wallet dalam jumlah besar.
 6. Adanya permintaan layanan atau produk khusus dari suatu parpol atau pasangan calon pada sebuah produk & layanan perbankan.
 7. Adanya permintaan penukaran uang dalam bentuk pecahan mata uang tertentu.
 8. Orang kepercayaan peserta Pemilu (yang telah dikenal oleh teller) bertransaksi sambil menunjukkan sikap/aktivitas mencurigakan atau mencoba mempengaruhi petugas PJK untuk tidak melaporkan TKM.
 9. Transaksi jual beli saham melalui pasar negosiasi yang melibatkan Penyedia Jasa Keuangan Luar Negeri sehingga pihak pembeli sulit teridentifikasi.
 10. Penerimaan dana di rekening pribadi peserta Pemilu selama masa kampanye dengan nominal di luar kewajaran/kebiasaan atau dengan berita terkait transaksi pemilu/pileg.
 11. Penerimaan dana di rekening kerabat/orang kepercayaan/pihak terafiliasi dari peserta Pemilu

- selama masa kampanye dalam nominal di luar kewajaran/kebiasaan.
12. Penarikan tunai dalam jumlah masif dalam pecahan tertentu selama masa kampanye atau menjelang tanggal pelaksanaan pemilu.
 13. Transaksi setoran tunai ke rekening pribadi peserta Pemilu yang dilakukan oleh peserta Pemilu sendiri selama masa kampanye dalam nominal di luar kewajaran/kebiasaan.
 14. Transaksi penyeteroran/transfer di teller ditujukan ke rekening peserta Pemilu yang dilakukan oleh pihak terafiliasi peserta Pemilu (kerabat dan orang kepercayaan).
 15. Transaksi penukaran uang dalam jumlah masif dalam pecahan tertentu selama masa kampanye atau menjelang tanggal pelaksanaan pemilu.
 16. Transaksi pengajuan kredit/pinjaman oleh individu/perusahaan tertentu tanpa memenuhi persyaratan yang jelas yang dilakukan selama masa kampanye atau menjelang tanggal pelaksanaan pemilu.

Tidak hanya Pemilu, bahwa Pengawasan Dana Kampanye Pemilihan menjadi tanggung jawab bersama Bawaslu dan jajaran tingkatannya. Fungsi pengawasan, pencegahan dan penindakan dilakukan dalam hal melihat sumber dana kampanye, Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK), penggunaan dan pembatasan dana kampanye, laporan dana

secara langsung ketika partai dan kandidat menerima sumbangan dana dari sumber haram atau ilegal yaitu manipulasi pelaporan dana kampanye.

Tingkat ancaman berdasarkan instrumen transaksi dapat kita lihat sebagaimana berikut:

Gambar 18. Hasil Sectoral Risk Assessment on Corruption 2017



Dapat dilihat dalam gambar di atas bahwa setoran tunai via teller menjadi yang paling tertinggi dengan memiliki indikator penilaian (9,000). Instrumen transaksi Tarikan tunai menjadi peringkat kedua setelah instrument transaksi setoran tunai, dengan indikator penilaian (6,42857), sedangkan instrument transaksi dengan menggunakan Pencairan Cek/BG menjadi indikator yang paling rendah diantara lainnya.

Gambar 19. Bentuk Masuknya Dana Kampanye

Setor Tunai via Teller	9,000
Tarik Tunai via Teller	6,42857
Pemindahbukuan	6,42857
Transfer via RTGS	5,57143
Transfer via ATM	4,71429
Pencairan Cek/BG	3,85714

Berikut merupakan alur proses tahapan dan jadwal dana kampanye pemilihan umum tahun 2024:

Gambar 20. Alur Tahapan Dana Kampanye Pemilu Tahun 2024



Larangan terkait dana kampanye pemilu diatur secara jelas pada Pasal 339 Undang-Undang 7 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Umum, berbunyi:

“Peserta Pemilu, Pelaksana Kampanye, dan Tim Kampanye dilarang menerima sumbangan Dana Kampanye Pemilu yang berasal dari:

1. Pihak Asing;
2. Penyumbang yang tidak jelas identitas nya;
3. Hasil tindak pidana yang terbukti berdasarkan putusan Pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap dan/atau bertujuan menyembunyikan/menyamarkan hasil tindak pidana;
4. Pemerintah, Pemerintah Daerah, BUMN dan BUMD;
5. Pemerintah Desa dan Badan Usaha Milik Desa atau sebutan lain.”

Pengaturan tersebut membuktikan jika Partai Politik dalam pengelolaan dana kampanye harus menghindari sumbangan-sumbangan yang dilarang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada prinsipnya modus pelanggaran dana kampanye tergolong cukup banyak jenis-jenisnya, memang akan sulit dihindarkan pada saat mendekati masa kampanye, kerap kali beberapa oknum yang memanfaatkan celah dari ketentuan regulasi yang dapat di sisipkan praktik kecurangan. Oleh karena itu, guna meminimalisir terjadinya praktik pelanggaran dana kampanye, Bawaslu menetapkan Peraturan Bawaslu Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pengawasan Dana Kampanye Pemilihan Umum. Selanjutnya, fungsi pengawasan dana kampanye pada Pemilihan Kepala Daerah, termaktub dalam Peraturan Bawaslu Nomor 11 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Pemilihan

Umum Nomor 11 Tahun 2017 Tentang Pengawasan Dana Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Serta Wali Kota dan Wakil Wali Kota. Partai Politik wajib mempedomani beberapa petunjuk teknis yang sudah dibuat oleh penyelenggara pemilu yang berkaitan dengan pembukaan dan penutupan rekening khusus dana kampanye peserta pemilu, pelaporan dana kampanye peserta pemilu, dan pelaksanaan audit laporan dana kampanye peserta pemilu.

Selain itu, bagi Partai Politik yang melanggar ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berkaitan dengan Dana Kampanye Pemilu, dapat dikenakan sanksi pidana yang mengakibatkan sebagai berikut:

Tabel 8. Sanksi Pidana Dana Kampanye

Peraturan	Penjelasan
UU 7/2017 Pasal 338 ayat (1)	Partai Politik yang tidak menyampaikan LADK, dikenakan sanksi berupa pembatalan Peserta Pemilu pada wilayah yang bersangkutan
UU 7/2017 Pasal 338 ayat (2)	Calon Anggota DPD yang tidak menyampaikan LADK, dikenakan sanksi berupa pembatalan sebagai Peserta Pemilu
UU 7/2017 Pasal 338 ayat (3)	Partai Politik tingkat Pusat, Provinsi dan Kabupaten/Kota yang tidak menyampaikan LPPDK kepada KAP, dikenai sanksi berupa tidak ditetapkannya Calon Anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kab/Kota menjadi calon terpilih

UU 7/2017 Pasal 338 ayat (4)	Calon DPD yang tidak menyampaikan LPPDK kepada KAP dikenai sanksi berupa tidak ditetapkan menjadi calon terpilih
UU 7/2017 Pasal 525 ayat (2)	Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada kas Negara paling lambat 14 hari setelah masa kampanye berakhir, dipidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak RP 500.000.000
UU 7/2017 Pasal 526 ayat (2)	Setiap Peserta Pemilu yang menggunakan kelebihan sumbangan, tidak melaporkan kelebihan sumbangan kepada kas Negara paling lambat 14 hari setelah masa kampanye berakhir, dipidana penjara paling lama 2 tahun dan denda paling banyak RP 500.000.000
UU 7/2017 Pasal 527	Peserta Pemilu yang terbukti menerima sumbangan dana kampanye dari pihak yang dilarang, dipidana penjara paling lama 3 tahun dan denda paling banyak Rp 36.000.000
UU 7/2017 Pasal 528	Peserta yang menerima sumbangan dari pihak terlarang dan tidak melaporkan kepada KPU dan/atau tidak menyetorkan ke kas Negara, dipidana penjara paling lama 4 tahun dan denda sebanyak 3 kali dari jumlah sumbangan yg diterima

Penguatan regulasi, kolaborasi dan sinergitas perlu ditingkatkan agar dapat memitigasi risiko yang mungkin akan timbul kedepannya. Sosialisasi merupakan media penyaluran informasi keilmuan yang dirasa cukup optimal dan sangat dibutuhkan saat ini. Sosialisasi terhadap regulasi yang berkaitan dengan pengelolaan Dana Kampanye seperti, UU Pemilu, Perbawaslu dan PKPU misalnya, bisa menjadi acuan

dan/atau pedoman bagi partai politik dalam melakukan pengelolaan dana kampanye. Tentunya nanti akan menekan angka risiko modus pelanggaran dana kampanye pada Pemilu dan Pemilihan Serentak Tahun 2024.

Pelanggaran dana kampanye merupakan ancaman serius terhadap demokrasi. Hanya melalui transparansi, pengawasan ketat, dan penegakan hukum yang tegas, kita dapat melindungi integritas proses politik dan memastikan bahwa suara rakyat benar-benar didengar dan dihargai dalam setiap pemilihan umum.

Pemantauan Rekening Khusus Dana Kampanye

Dalam sistem demokrasi, proses pemilihan umum merupakan pilar utama yang mendukung keberlangsungan negara dan masyarakatnya. Dana kampanye memiliki peran sentral dalam memastikan bahwa kandidat dapat memperoleh dukungan yang diperlukan untuk mencapai tujuan politik mereka. Untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam pembiayaan politik, banyak negara telah mengembangkan peraturan yang ketat terkait pengelolaan dana kampanye. Salah satu langkah penting yang diambil untuk mencapainya adalah pendirian Rekening Khusus Dana Kampanye.

Berdasarkan Pasal 1 Angka (21) PKPU Nomor 18 Tahun 2023 Tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum, berbunyi:

“Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) adalah rekening yang menampung Dana Kampanye, yang dipisahkan dari rekening keuangan Partai Politik atau rekening keuangan

pribadi Peserta Pemilu dan hanya dipergunakan untuk kebutuhan Kampanye”.

Pengelolaan Dana Kampanye Pemilu dan/atau Pemilihan wajib di catat dalam pembukuan khusus Dana Kampanye dan ditempatkan pada suatu Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) pasangan calon pada bank. Dana kampanye berupa uang wajib ditempatkan pada RKDK, sebelum digunakan untuk kegiatan kampanye Pemilu. Sumber RKDK dapat meliputi Harta kekayaan pribadi peserta pemilu, keuangan partai politik atau tabungan parpol yang mencalonkan peserta pemilu, serta sumbangan sah menurut hukum dari pihak lain: *perseorangan, kelompok, perusahaan atau badan usaha non pemerintah.*

Untuk mekanisme Pembukaan dan Penutupan RKDK telah di atur juga dalam, yakni sebagaimana berikut:

Tabel 9. Mekanisme Pembukaan dan Penutupan RKDK

Pembukaan RKDK	Penutupan RKDK
Pasangan Calon harus membuka RKDK pada Bank Umum.	Pasangan Calon wajib menutup RKDK pada Bank Umum paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye putaran kedua.
RKDK dibuka atas nama Pasangan Calon dan terpisah dari rekening pribadi Pasangan Calon.	Dalam hal Pasangan Calon masuk ke dalam Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden putaran kedua maka penutupan RKDK pada Bank

	Umum dilakukan 1 (satu) Hari sebelum Pasangan Calon ditetapkan sebagai Presiden dan Wakil Presiden.
<i>*Pasal 11 dan Pasal 13 PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum</i>	

Titik kerawanan dana pemilihan berdasarkan tahapan penyelenggaraan, meliputi:

Tabel 10. Titik Kerawanan Dana Pemilihan

No	Tahapan	Indikasi Kejahatan/TPPU
1	Pendaftaran dan Penetapan Calon	Proses pengusungan nama calon kontestasi di lingkungan internal partai (mahar politik) melibatkan pendanaan yang dapat berpotensi dari hasil tindak pidana dan/atau indikasi suap.
2	Kampanye	<ul style="list-style-type: none"> Sumber dan Penggunaan Dana Kampanye melalui Non Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK). Sumber Dana Kampanye dari hasil tindak pidana maupun termasuk dalam pelanggaran terkait dana kampanye, diantaranya pemerasan melebihi batas, menerima dana kampanye yang dilarang, laporan palsu, penyampulan pelaporan dana kampanye melebihi batas waktu pelaporan.
3	Pemungutan Suara	Dapat terindikasi politik uang (memberikan janji dan/atau uang atau materi lainnya kepada pemilih (kapitalisasi suara) dan/atau oknum penyelenggara pemilihan.
4	Penghitungan Suara	Pihak yang melakukan penghitungan suara (penyelenggara pemilihan) bersama saksi dapat menjadi target pemupusan.
5	Sengketa Persewaan Hasil Pemilihan	Indikasi adanya suap oleh kontestan yang kalah atau merasa diungkin dalam proses pemilu kepada oknum pihak penyelenggara pemilu maupun pihak penegak hukum hingga peradilan.

Jika kita melihat dari table di atas, dapat diketahui bahwa dari setiap tahapan jadwal penyelenggaraan Pemilihan umum sebagaimana di atur dalam PKPU Nomor 3 Tahun 2022 memiliki tingkat indikator kerawanannya masing-masing. Analisis risiko yang dikombinasikan dengan tindakan pencegahan secara sistematis dan masif, sangat perlu dilakukan oleh instansi penyelenggara pemilu.

Komisi Pemilihan Umum dengan gencarnya mengimbau kepada Partai Politik untuk segera dapat membuka Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK), tercatat baru hanya 12 Partai Politik (sejak bulan September) yang membuka Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) dari total 24 partai politik peserta Pemilu Tahun 2024. Tergolong masih sangat sedikit bagi partai politik akan kesadaran pentingnya membuka RKDK. Namun yang perlu diketahui bagi para partai politik peserta Pemilu Tahun 2024, untuk batas sumbangan dana kampanye di atur secara spesifik pada Pasal 327, Pasal 331, Pasal 333 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum *juncto* Pasal 8 ayat (4), Pasal 34 ayat (3), Pasal 57 Ayat 4 PKPU 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum.

Aspek *regeling* mengenai tindak pidana Pemilu merupakan satu kesatuan yang tidak pernah terpisahkan dari regulasi kepemiluan terutama tindak pidana pelanggaran dan/atau kejahatan terhadap ketentuan tindak pidana pemilu sebagaimana diatur dalam undang-undang pemilu serta undang-undang pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang berkaitan dengan Rekening Khusus Dana Kampanye.

Dalam menjalankan fungsi pemantauan Dana Kampanye merupakan tugas dan fungsi Bawaslu sebagaimana diatur dalam UU Pemilu. Disisi lain, masih acap kali beberapa oknum penyelenggara yang tetap memuluskan adanya praktik illegal dana kampanye pemilu. Evaluasi secara menyeluruh dan

memperbanyak sosialisasi terhadap penggunaan RKDK yang tepat sangat diperlukan dari setiap tingkatan jajaran kelembagaan. Di bawah ini merupakan bentuk tahapan pemantauan dalam pengelolaan dana kampanye:

Gambar 21. Tahapan Pemantauan dalam Pengelolaan Dana Kampanye



Alur proses di atas menjelaskan dari tahapan awal hingga akhir mengenai pengelolaan dana kampanye yang optimal di mana di setiap tahapannya memiliki tingkat risiko tersendiri. Dari sisi lain, problematika RKDK tidak akan selesai jika minimnya fungsi kolaborasi antar Kementerian/Lembaga. Bawaslu, KPU, PPKATK dan *stakeholder* lainnya perlu berkomitmen meningkatkan sinergitas antar kelembagaan guna dapat meminimalisir adanya laporan dan/atau temuan kecurangan dalam pengelolaan dana kampanye.

Gambar 22. Tingkat Risiko Penyedia Jasa Keuangan Pengelola RKDK



Dari hasil pemetaan tingkat kerawanan risiko penyedia jasa keuangan pengelola RKDK, bahwa Bank Pembangunan Daerah (BPD) teridentifikasi memiliki kecenderungan (likelihood) paling tinggi. Hal tersebut dikarenakan secara rata-rata BPD belum tersedianya pedoman pengelolaan rekening dana kampanye pemilu, mulai dari tahapan pembukaan, pemantauan, dan pelaporan. Selain itu, pihak BPD juga belum memiliki indikator transaksi keuangan mencurigakan yang memadai terkait pelanggaran pemilu serta masih lemahnya mengidentifikasi *Beneficiary Ownership* dari pihak pemberi sumbangan dana kampanye.

RKDK juga dapat dikatakan sebagai instrumen vital dalam memastikan integritas dalam proses politik. Dengan landasan peraturan yang kuat, dana kampanye dapat dikelola dengan transparan dan akuntabel, memperkuat kepercayaan masyarakat pada institusi politik dan pemilihan umum. Oleh karena itu, pengembangan dan penegakan aturan terkait rekening ini memainkan peran penting dalam mendukung demokrasi yang sehat dan berkelanjutan.

Manipulasi Dana Kampanye

Biaya yang harus dikeluarkan oleh calon anggota legislatif untuk berpartisipasi dalam pemilihan di Indonesia masih dianggap sangat tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pramono Anung, calon anggota legislatif diharuskan menyiapkan jumlah uang yang berkisar antara Rp. 300 juta hingga Rp. 22 miliar untuk mengikuti kontes pemilihan. Bahkan, ada kasus di mana seorang calon anggota legislatif menghabiskan sekitar Rp. 18 miliar hanya untuk membayar jasa konsultan politik.

Situasi ini mencerminkan bahwa biaya politik di Indonesia telah mencapai tingkat yang sangat signifikan, yang dapat menjadi hambatan bagi individu yang ingin terlibat dalam proses politik. Biaya yang tinggi ini mencakup berbagai aspek, termasuk kampanye, promosi, iklan, dan konsultan politik. Hal ini dapat menghasilkan ketidaksetaraan dalam kompetisi politik, di mana calon yang memiliki sumber daya finansial yang lebih besar memiliki keunggulan dalam hal mendapatkan dukungan dan eksposur yang lebih besar.

Gambar 23. Biaya Politik Indonesia

Biaya yang Diperlukan Pencalonan Anggota Legislatif Berdasarkan Sejumlah Riset



Sumber: Kompas, 2023

Selain itu, biaya politik yang mahal juga dapat memunculkan isu-isu terkait transparansi dan etika dalam politik. Calon yang menghabiskan jumlah uang yang besar dalam kampanye mereka mungkin dihadapkan pada tekanan untuk mendapatkan pengembalian investasi mereka setelah terpilih, yang dapat memicu praktik politik uang dan korupsi.

Penting untuk mencari solusi guna mengurangi biaya politik yang tinggi ini dan meningkatkan aksesibilitas dan kesetaraan dalam proses politik, sehingga individu yang memiliki

komitmen dan kapabilitas dapat berpartisipasi tanpa harus bergantung pada sumber daya finansial yang besar.

Mahalnya biaya politik di Indonesia dapat disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu kombinasi sistem pemilihan proporsional terbuka dan kurangnya pembatasan pengeluaran dana kampanye. Sistem pemilihan proporsional terbuka memungkinkan persaingan yang tinggi tidak hanya antara partai politik, tetapi juga di dalam satu partai politik. Ini berarti bahwa calon-calon dari satu partai bersaing keras untuk mendapatkan dukungan dan perhatian pemilih.

Dalam upaya untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas mereka, calon-calon ini cenderung menggunakan dana yang besar untuk mempromosikan diri mereka sendiri. Salah satu praktik yang dapat terjadi adalah membayar pemilih untuk mendapatkan dukungan mereka. Hal ini dapat menciptakan tekanan finansial yang signifikan pada calon-calon yang harus memenuhi berbagai kebutuhan kampanye mereka, termasuk iklan, promosi, dan pembayaran pemilih.

Ketika tidak ada pembatasan yang kuat terhadap pengeluaran kampanye, calon-calon dapat tergoda untuk menghabiskan jumlah uang yang besar untuk memastikan kemenangan mereka. Hal ini dapat menghasilkan biaya politik yang tidak terkendali dan merugikan integritas sistem politik.

Di sisi lain, sebagian besar partai politik dan kandidat menghadapi kendala dalam mencari sumber pendapatan yang sah untuk kampanye politik mereka. Mereka belum

memiliki sistem iuran dari konstituen atau dukungan finansial yang kuat dari masyarakat umum. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Indonesia Corruption Watch pada tahun 2012 mengenai pendanaan partai politik menunjukkan bahwa hampir semua partai politik tidak menerima donasi dari anggota mereka atau konstituen.

Karena hal ini, untuk memenangkan persaingan politik, baik partai politik maupun kandidat akhirnya mencari cara untuk mengumpulkan modal pemilu dari sumber-sumber yang dilarang oleh peraturan. Salah satu cara yang umum digunakan adalah dengan mengumpulkan donasi dari sumber-sumber yang tidak sah atau menggunakan dana dan sumber daya negara secara ilegal. Praktik ini menyebabkan peningkatan kasus korupsi oleh politisi menjelang pemilihan umum.

Beberapa kasus yang telah diungkap oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), seperti dugaan kasus suap dalam impor daging sapi, proyek Hambalang, penyalahgunaan dana cek pelawat, dan penyalahgunaan dana bantuan sosial, semuanya memiliki kaitan dengan pengumpulan modal untuk keperluan pemilu. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan finansial dalam politik seringkali mendorong politisi untuk terlibat dalam praktik korupsi guna memenuhi kebutuhan kampanye mereka. Oleh karena itu, reformasi dalam pendanaan politik dan peraturan yang lebih ketat sangat penting untuk mengurangi praktik politik yang tidak etis dan melindungi integritas sistem politik.

Salah satu cara yang paling nyata untuk mengidentifikasi bagaimana partai politik atau kandidat menerima dana dari sumber-sumber yang tidak sah adalah melalui manipulasi dalam pelaporan dana kampanye. Partai atau kandidat mungkin tidak akan mencatat dengan jelas atau mungkin bahkan mencoba untuk mengaburkan identitas donatur mereka dalam laporan keuangan mereka. Hasilnya, laporan yang disampaikan oleh partai politik kepada KPU tidak akan mencerminkan dengan akurat transaksi dan sumber dana yang sebenarnya.

Dalam jangka panjang, ketergantungan partai politik dan kandidat pada pemodal yang mungkin berasal dari sumber-sumber yang meragukan dapat memiliki dampak negatif pada tata kelola pemerintahan jika mereka terpilih. Politisi mungkin akan lebih cenderung memprioritaskan kepentingan para donatur mereka dengan memberikan konsesi, perlindungan, atau keistimewaan lainnya kepada mereka. Akibatnya, kebijakan dan peraturan yang dibuat oleh pemerintah mungkin lebih melayani kepentingan donatur daripada kepentingan masyarakat umum.

Situasi ini dapat menghasilkan ketidaksetaraan dalam pemerintahan dan mengorbankan prinsip-prinsip demokrasi yang seharusnya mendorong pemerintahan yang bertanggung jawab kepada rakyat. Oleh karena itu, penting untuk memiliki mekanisme transparansi yang kuat dalam pelaporan dana kampanye dan peraturan yang ketat untuk menghindari praktik-praktik yang merusak integritas sistem politik.

Dalam dunia politik, peran dana politik memiliki signifikansi yang penting. Dana politik tidak hanya digunakan untuk mendukung aktivitas rutin partai politik dan kandidat, seperti konsolidasi partai, rapat kerja, atau pendidikan politik kepada kader dan konstituen, tetapi juga sangat relevan dalam proses perebutan kekuasaan, khususnya dalam pemilihan umum. Semua pemasukan dan pengeluaran yang terkait dengan aktivitas politik termasuk dalam kategori dana politik.

Secara lebih rinci, dalam konteks pengeluaran, dana politik dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu dana partai politik dan dana kampanye pemilu. Cara pengaturan dana politik ini dipengaruhi oleh budaya politik dan sistem politik yang ada di setiap negara. Sistem politik yang bersifat parlementer cenderung lebih menekankan pengaturan dana partai politik karena kampanye dan pemenangan pemilu biasanya dilakukan oleh partai politik. Di sisi lain, sistem politik yang bersifat presidensial lebih cenderung berpusat pada kandidat individu, sehingga fokus utama dalam pengaturan dana politik adalah pendanaan kampanye kandidat.

Contohnya, di Amerika Utara, istilah dana politik lebih sering merujuk pada dana kampanye kandidat. Ini berarti bahwa dana politik digunakan ketika uang dikeluarkan lebih banyak untuk mendukung proses kampanye atau untuk mempengaruhi hasil pemilu. Di sisi lain, di negara-negara Eropa Barat, istilah dana politik sering digunakan sebagai sinonim dari pendanaan partai politik yang digunakan untuk

membayai aktivitas internal rutin partai politik, baik selama maupun di luar masa pemilu, guna memastikan kelangsungan partai dan persiapan untuk pemilihan.

Namun, dalam aturan pemilu di Indonesia, dana partai politik dan dana kampanye dianggap sebagai dua entitas yang berbeda. Dana partai politik mengacu pada semua pemasukan dan pengeluaran yang terkait dengan aktivitas rutin partai politik sepanjang tahun, termasuk operasional dan berbagai kegiatan partai. Di sisi lain, dana kampanye merujuk pada pemasukan dan pengeluaran yang spesifik untuk keperluan kampanye pemilihan, baik itu kampanye partai politik atau kandidat individu selama masa kampanye pemilihan.

Secara keseluruhan, dana kampanye merujuk pada seluruh aktivitas yang terkait dengan pengumpulan dana dan pengeluaran dalam konteks persaingan politik selama pemilihan. Kampanye politik memerlukan dukungan finansial yang besar, terutama untuk biaya-biaya seperti pembelian atribut kampanye, transportasi, makanan, serta kampanye media seperti membeli waktu tayang iklan di TV, radio, dan media lainnya. Terdapat empat aspek penting yang terkait dengan dana kampanye, yaitu pengumpulan dana, pencatatan, pelaporan, penggunaan (pengeluaran), dan audit terhadap laporan dana kampanye. Partai politik dan kandidat sering mengalami tantangan dalam mengelola keempat aspek tersebut.

Masalah pertama terkait dengan pengumpulan dana kampanye adalah kelangkaan sumber pendanaan, ketidaksetaraan dalam akses ke dana antara partai politik atau kandidat, dan masalah sumbangan yang dilakukan dengan motif kepentingan pribadi. Kelangkaan sumber dana dapat memicu munculnya situasi yang tidak diinginkan. Partai politik atau kandidat mungkin tergoda untuk mencari dana dari sumber yang tidak transparan atau asing, yang dapat mengancam independensi dan melemahkan legitimasi mereka di mata publik. Di sisi lain, tidak semua partai politik dan kandidat memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses dana. Ketidaksetaraan ini dapat menghasilkan ketidaksetaraan dalam arena politik, sehingga prinsip demokrasi yang melibatkan persaingan yang adil atau "kesetaraan lapangan bermain" menjadi sulit dicapai. Selain itu, dalam pengumpulan dana kampanye pemilihan, seringkali terdapat kepentingan khusus yang terlibat, dengan donasi yang diberikan oleh kekuatan ekonomi tertentu kepada partai politik atau kandidat

Nassmacher mengemukakan bahwa uang memiliki peran yang signifikan dalam persaingan politik dan menjadi sumber daya utama bagi politisi yang ingin memenangkan atau mempertahankan kekuasaan. Uang memiliki kemampuan untuk diubah menjadi berbagai jenis sumber daya, seperti membeli barang, layanan, dan keterampilan yang dibutuhkan dalam kampanye politik. Selain itu, uang juga dapat digunakan untuk melakukan transaksi langsung dengan pemilih dalam bentuk politik uang. Sebagai contoh, petahana dapat

menggunakan sumber daya publik untuk memberikan kontrak dan pekerjaan kepada pendukungnya, mengendalikan aliran informasi, dan mengambil keputusan yang menguntungkan mereka. Dengan demikian, uang dapat memperkuat pengaruh politik bagi mereka yang memiliki akses ke sumber daya finansial atau mereka yang memiliki wewenang untuk mendistribusikannya. Namun, di sisi lain, hambatan keuangan dapat menjadi penghalang bagi individu dan partai politik dalam upaya mereka untuk memperoleh akses ke kekuasaan politik.

Marcin Walecki menggarisbawahi bahwa salah satu permasalahan utama yang terkait dengan korupsi dalam pemilu adalah terkait dengan aspek keuangan, khususnya dalam pengumpulan modal untuk kampanye politik. Secara umum, korupsi dalam pendanaan politik terjadi ketika kandidat atau partai politik melakukan tindakan keuangan yang tidak benar atau tidak sah demi kepentingan partai politik, kelompok kepentingan, atau kandidat tertentu. Salah satu bentuk paling umum dari korupsi dalam pengumpulan modal kampanye adalah ketika kelompok swasta menyediakan sumber daya finansial atau sumber daya lainnya kepada partai politik atau kandidat dengan imbalan perlakuan istimewa jika kandidat tersebut terpilih. Jenis korupsi ini seringkali menghasilkan skandal dalam pendanaan politik, seperti yang telah terjadi di banyak negara dalam beberapa tahun terakhir. Bank Dunia bahkan menciptakan istilah "state capture" untuk menggambarkan situasi di mana kepentingan swasta atau para pemodal politik memiliki pengaruh yang

besar terhadap proses pembuatan hukum dan politik, terutama yang terlihat dalam negara-negara yang sedang mengalami transisi pasca-komunis.

Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan oleh kandidat untuk mengumpulkan modal pemenangan, termasuk sumbangan dalam bentuk uang atau barang, fasilitas, utang, kontribusi dari pihak ketiga, iuran anggota, pendapatan dari aset atau aktivitas bisnis, dan sumber daya negara atau publik. Beberapa bentuk sumber modal pemenangan yang memiliki potensi untuk memunculkan praktek korupsi adalah utang. Meskipun utang sejatinya akan dikembalikan, dalam banyak kasus utang ini dapat dianggap sebagai cara untuk memberikan hadiah kepada partai politik atau kandidat dengan harapan mendapatkan keistimewaan atau perlakuan khusus di masa depan sebagai imbalannya. Utang juga dapat dianggap sebagai bentuk donasi selama disertai dengan ketentuan keterbukaan dan pelaporan yang transparan.

Bantuan dari pihak ketiga mengacu pada sumbangan berupa barang dan jasa yang diberikan kepada kandidat atau kampanye secara gratis atau dengan diskon. Dalam hal ini, nilai barang dan jasa tersebut harus dianggap sebagai pemasukan sesuai dengan nilai pasar yang berlaku. Hal yang sama berlaku untuk penggunaan sumber daya negara jika digunakan untuk keperluan kampanye. Kandidat atau partai politik yang menerima sumbangan dari sumber-sumber yang dilarang oleh peraturan seringkali akan melakukan manipulasi dalam pencatatan laporan dana kampanye. Mereka mungkin

tidak mencatat donasi dan nama donatur secara lengkap, hanya mencatat sebagian kecil dari donasi yang sesuai dengan batas yang diizinkan oleh peraturan, atau bahkan sama sekali tidak mencatat donasi tersebut dalam laporan mereka.

Dalam upaya mencegah manipulasi dana kampanye, prinsip-prinsip seperti akses yang setara, keadilan, transparansi, dan akuntabilitas sangat penting untuk ditegakkan. Prinsip ini menekankan bahwa semua partai politik dan kandidat harus memiliki kesempatan yang sama untuk mengumpulkan dana kampanye, dan mereka wajib untuk mempublikasikan laporan keuangannya kepada publik.

Selain itu, untuk mencegah manipulasi, dapat dilakukan pendekatan dari sisi penawaran (supply side). Ini berarti mengatur aliran uang yang masuk ke kandidat dan partai politik. Jenis dan jumlah sumbangan yang dapat diterima oleh kandidat dan partai politik dibatasi untuk memastikan bahwa mereka tidak tergantung pada donor tertentu, terutama yang memiliki kepentingan dalam sumbangannya.

Pendekatan lain adalah dari sisi permintaan (demand side). Tujuannya adalah mengurangi kebutuhan kandidat dan partai politik untuk mendapatkan sumbangan yang tak terbatas. Ini dapat dicapai dengan membatasi jumlah pengeluaran dalam kampanye oleh kandidat dan partai politik, termasuk pengeluaran kampanye oleh pihak ketiga seperti perusahaan atau serikat dagang. Cara lain adalah dengan membatasi jenis atau cara kampanye yang diperbolehkan, serta mendorong kampanye melalui media atau penyiaran publik yang lebih

terjangkau secara biaya. Semua langkah ini bertujuan untuk menjaga integritas dan transparansi dalam pemilihan umum.

Dana Kampanye Dalam Aturan Pemilu

Kebijakan terkait dana kampanye diatur dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Selanjutnya, KPU merinci teknis pelaksanaan pasal-pasal dalam Undang-undang tersebut dengan menerbitkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 18 Tahun 2023 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum. Dalam kedua peraturan tersebut, dijelaskan secara tegas mengenai sumber dana kampanye, prosedur pencatatan dana kampanye, proses audit terhadap laporan dana kampanye, serta sanksi yang akan diterapkan bagi partai politik dan kandidat yang melanggar ketentuan terkait dana kampanye ini.

Ketentuan ini bertujuan untuk mengawasi dan mengendalikan penggunaan dana kampanye selama proses pemilihan umum, memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pembiayaan kampanye, serta memberikan sanksi kepada pelanggar guna mencegah manipulasi dan penyalahgunaan dana kampanye. Hal ini merupakan langkah penting dalam menjaga integritas dan kredibilitas proses pemilihan umum di Indonesia.

Dana kampanye yang dapat diterima untuk Pemilu 2024 berasal dari berbagai sumber, termasuk individu, kelompok, perusahaan, dan badan usaha non-pemerintah. Namun, penting untuk dicatat bahwa terdapat batasan nominal

sumbangan yang diperbolehkan dari berbagai sumber tersebut. Berikut adalah rinciannya:

1. Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres):
 - a. Sumbangan maksimal dari perorangan adalah Rp2,5 miliar.
 - b. Sumbangan maksimal dari perusahaan adalah Rp25 miliar.
2. Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan Dewan Perwakilan Daerah (DPD):
 - a. Sumbangan maksimal dari perorangan untuk calon anggota DPR adalah Rp2,5 miliar.
 - b. Sumbangan maksimal dari perusahaan untuk calon anggota DPR adalah Rp25 miliar.
 - c. Sumbangan maksimal dari perorangan untuk calon anggota DPD adalah Rp750 juta.
 - d. Sumbangan maksimal dari perusahaan untuk calon anggota DPD adalah Rp1,5 miliar.

Batasan nominal ini bertujuan untuk mengendalikan jumlah dana yang masuk ke dalam kampanye politik dan mencegah pengaruh yang berlebihan dari pihak-pihak tertentu. Hal ini juga bertujuan untuk memastikan transparansi dalam pembiayaan kampanye dan mencegah praktik politik uang yang merusak integritas pemilihan umum. Dengan adanya batasan ini, diharapkan bahwa proses pemilihan umum dapat berlangsung lebih adil dan demokratis.

Penting untuk dicatat bahwa batasan jumlah sumbangan dana kampanye untuk pemilu dan pemilihan presiden dan wakil presiden (Pilpres) telah mengalami peningkatan signifikan dibandingkan dengan periode sebelumnya, terutama jika dibandingkan dengan Pilpres 2014. Pada Pilpres 2014, terdapat batasan bahwa sumbangan dana kampanye dari individu tidak boleh melebihi Rp1 miliar, sementara badan usaha dilarang memberikan sumbangan lebih dari Rp5 miliar.

Namun, untuk Pemilu dan Pilpres 2019 hingga 2024, terdapat peningkatan yang signifikan dalam batasan jumlah sumbangan dana kampanye. Sebagai contoh, batasan sumbangan dari individu yang sebelumnya Rp1 miliar telah ditingkatkan menjadi Rp2,5 miliar untuk calon presiden (Capres) dan calon wakil presiden (Cawapres). Begitu pula, batasan sumbangan dari badan usaha telah meningkat dari Rp5 miliar menjadi Rp25 miliar untuk Capres dan Cawapres.

Pada Pemilu 2019, terdapat batasan jumlah sumbangan dana kampanye yang perlu diperhatikan. Sumbangan dana kampanye dari individu tidak boleh melebihi Rp2,5 miliar, sementara sumbangan dari non-individu seperti kelompok, perusahaan, dan badan usaha non-pemerintah dibatasi hingga Rp25 miliar.

Perlu diingat bahwa sumbangan dana kampanye dapat berbentuk uang, barang, atau jasa. Ketika sumbangan berbentuk barang atau jasa, nilainya harus dicatat sesuai dengan harga pasar yang wajar pada saat sumbangan diterima. Aturan tersebut juga mengakui bahwa sumbangan

dari individu atau perusahaan dapat akumulatif selama periode kampanye.

Jika ada pelanggaran terhadap batasan ini, dana kampanye yang melebihi ketentuan tidak boleh digunakan. Selanjutnya, sumbangan yang melampaui batasan wajib dilaporkan kepada KPU. Dana tersebut harus diserahkan ke kas negara paling lambat 14 hari setelah masa kampanye berakhir.

Aturan ini dirancang untuk mengontrol aliran dana dalam kampanye politik dan menghindari pengaruh yang berlebihan dari individu atau entitas bisnis terhadap proses politik. Dengan demikian, diharapkan proses pemilihan umum dapat berlangsung dengan lebih transparan dan adil.

Manipulasi Dana Kampanye Dalam Pemilu Indonesia

Dalam konteks penyelenggaraan pemilu di Indonesia, termasuk pemilihan anggota legislatif, presiden dan wakil presiden, serta kepala daerah, terdapat tiga masalah utama yang berkaitan dengan dana kampanye. Pertama, masalah terkait dengan sejauh mana kandidat patuh dalam mencatat dana yang diterima dan digunakan untuk kampanye mereka. Kedua, masalah yang muncul adalah manipulasi dalam mencatat pendapatan yang berasal dari pihak ketiga yang mendukung kandidat. Dan yang ketiga, terdapat masalah manipulasi dalam mencatat pengeluaran atau belanja yang dilakukan selama kampanye politik berlangsung.

Masalah-masalah ini mencerminkan tantangan dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan

dana kampanye selama proses pemilu. Ketidakpatuhan atau manipulasi dalam pencatatan dana kampanye dapat membahayakan integritas proses pemilu dan mempengaruhi keseimbangan persaingan di antara kandidat-kandidat yang bersaing. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat pengawasan dan pelaporan dana kampanye guna menjaga integritas dalam demokrasi pemilu.

Aspek Kepatuhan

Dalam peraturan, kandidat atau partai politik yang mengikuti pemilihan umum diwajibkan untuk memiliki rekening khusus dana kampanye (RKDK). Semua transaksi yang terkait dengan pendapatan dan pengeluaran selama kampanye harus dicatat dengan lengkap dan dilaporkan kepada komisi pemilihan umum untuk kemudian diaudit dan dipublikasikan agar dapat diawasi oleh publik. Namun, dalam kenyataan pelaksanaannya, seringkali terjadi pelanggaran seperti tidak mencatat semua transaksi dalam laporan dana kampanye, hanya mencatat sebagian transaksi, melakukan transaksi tanpa melalui RKDK, atau menerima dana kampanye secara langsung oleh tim pemenangan pasangan calon tanpa melalui RKDK sehingga saldo RKDK hanya memiliki nominal awal saat rekening dibuka. Bahkan dalam penelitian terkait pemilihan kepala daerah di delapan daerah, ditemukan bahwa beberapa kandidat yang dinyatakan kalah dalam pemilihan tidak melaporkan RKDK kepada Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD).

Hal ini menunjukkan adanya masalah dalam pelaksanaan aturan terkait dana kampanye, di mana beberapa pihak cenderung mengabaikan kewajiban pencatatan dan pelaporan dengan benar. Hal ini dapat mengganggu transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan dana kampanye selama proses pemilu, sehingga langkah-langkah lebih lanjut perlu diambil untuk memperkuat penegakan aturan terkait dana kampanye.

Tabel 11. Temaun Terkait Aspek Kepatuhan Laporan Dana

No	Pelanggaran
1.	Tidak melaporkan rekening khusus dana kampanye
2.	Rekening Kampanye menggunakan Rekening Bendahara Parpol atau rekening Partai Politik
3.	Pada laporan awal RKDK nama alamat penyumbang sama. Namun pada laporan akhir RKDK didapati perubahan pada identitas alamatnya. Sedangkan nama perusahaan, NPWP, nomor kontak (no hp) tetap.
4.	Seluruh penerimaan dana kampanye tidak disampaikan melalui RKDK akan tetapi diberikan langsung kepada tim pemenangan pasangan calon sehingga RKDK hanya memiliki saldo awal pada saat pembukaan rekening
5.	Transaksi tidak melalui Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK)
6.	Tidak ada transaksi melalui Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) sehingga saldo akhir RKDK sama seperti saldo awal pembukaan rekening
7.	Tidak membuat pembukuan

No	Pelanggaran
8.	Tidak mencatat sumbangan selain bentuk uang, sumbangan langsung, sumbangan fasilitas atau sumbangan dalam utang dan diskon
9.	Laporan terlambat diserahkan
10.	Laporan yang disampaikan ke KPU tidak final dan masih disusulkan atau dirobah ketika diserahkan kepada Auditor

Sumber: kompilasi hasil pemantauan ICW dalam pemilu dan pemilukada

Manipulasi Pendapatan

Aturan pemilu di Indonesia telah mengimplementasikan sejumlah pembatasan terhadap kemampuan kandidat dan partai politik untuk mengumpulkan modal kampanye. Terdapat fokus khusus dalam pembatasan terhadap sumbangan dari pihak ketiga, baik itu perseorangan maupun badan hukum. Selain itu, aturan pemilu juga dengan tegas melarang kandidat untuk mengumpulkan dana kampanye dari pihak asing, termasuk dalam kategori ini BUMN (Badan Usaha Milik Negara), BUMD (Badan Usaha Milik Daerah), dan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa).

Pembatasan ini bertujuan utama untuk mencegah kandidat atau partai politik menjadi terlalu bergantung pada sumbangan dari pihak-pihak besar atau pendonor besar. Dengan demikian, tujuan yang ingin dicapai adalah menjaga agar persaingan antar kandidat dan partai politik tetap berlangsung dalam kondisi yang seadil mungkin. Dengan

pembatasan tersebut, diharapkan bahwa setiap kandidat atau partai politik memiliki akses yang lebih merata terhadap sumber dana kampanye, dan tidak ada dominasi dari pihak-pihak tertentu yang dapat memengaruhi proses pemilu (Mellaz & Kartawidjaja, 2018).

Selain itu, larangan terhadap sumbangan dari pihak asing juga memiliki implikasi untuk menjaga kedaulatan politik dan independensi proses pemilihan di dalam negeri. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari campur tangan pihak asing dalam urusan politik dalam negeri, yang dapat membahayakan proses demokrasi dan kebijakan nasional (Ata, 2022; Chairunisa et al., 2019; Meliala, 2020).

Ketika ICW memantau beberapa pemilihan umum, mereka menemukan banyak pelanggaran yang berkaitan dengan sumbangan dari pihak ketiga, baik itu dalam bentuk perseorangan, perusahaan, atau badan usaha. Salah satu masalah yang sering muncul adalah manipulasi dalam penyumbang tersebut. Manipulasi ini bisa berupa penggunaan alamat palsu, menciptakan penyumbang fiktif, penggunaan alamat yang sama untuk beberapa penyumbang, atau mencantumkan penyumbang yang sebenarnya tidak memiliki kemampuan ekonomi untuk memberikan sumbangan sebesar yang dilaporkan.

Terdapat beberapa faktor yang mendorong kandidat atau partai politik untuk melakukan manipulasi terhadap sumber pendapatan mereka. Salah satunya adalah karena beberapa penyumbang tidak ingin namanya dicantumkan dalam daftar

penyumbang yang terpublikasi. Selain itu, ada situasi di mana nilai sumbangan melebihi batas maksimum yang diizinkan, sehingga perlu dipecah-pecah menjadi jumlah yang lebih kecil agar sesuai dengan peraturan. Yang tidak kalah pentingnya, beberapa sumbangan berasal dari sumber dana yang dilarang oleh aturan, seperti hasil dari tindak pidana.

Tabel 12. Manipulasi Penyumbang Dana Kampanye

No	Pelanggaran
1.	Tidak mencantumkan nama penyumbang pihak ketiga
2.	Nama Perusahaan yang fiktif
3.	Sumbangan pihak ketiga melebihi batas maksimal
4.	Penyumbang tidak mempunyai kemampuan ekonomi untuk menyumbang
5.	Penyumbang tidak mengakui telah menyumbang
6.	Penyumbang mengaku menyumbang tetapi tidak dapat menunjukkan bukti
7.	Penyumbang menyumbang tidak sesuai dengan nominal yang dilaporkan
8.	Penyumbang tidak dimiliki KTP dan NPWP
9.	Alamat penyumbang palsu
10.	Alamat penyumbang tidak jelas
11.	Penyumbang yang mempunyai alamat yang sama
12.	Penyiasatan lewat sumbangan jenis Utang dan saldo kas partai dan dana kampanye
13.	Sumbangan langsung dari perusahaan untuk kepentingan kampanye
14.	Transfer dari rekening dana taktis pemerintah ke rekening partai melalui rekening yayasan

No	Pelanggaran
15.	Penyumbang yang hanya digunakan namanya sebagai penyumbang

Sumber: kompilasi hasil pemantauan ICW dalam pemilu dan pemilukada

Manipulasi semacam ini menimbulkan masalah serius dalam pelaporan dana kampanye, karena melanggar prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan yang harusnya menjadi bagian integral dari proses pemilu. Hal ini juga dapat merusak integritas proses pemilihan umum dan mengurangi kepercayaan publik terhadap kandidat dan partai politik. Oleh karena itu, penting untuk mengatasi masalah ini dan memastikan bahwa semua penyumbangan dilakukan secara jujur dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Manipulasi Pencatatan Belanja

Manipulasi pencatatan belanja kampanye merupakan akibat langsung dari manipulasi dalam pencatatan sumber pendapatan oleh kandidat atau partai politik. Karena tidak semua pendapatan dicatat dengan benar atau transparan, akhirnya banyak belanja yang terkait dengan kampanye tidak tercantum dalam laporan Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK).

Dalam laporan dana kampanye pemilu, seringkali kandidat hanya mencantumkan keterangan umum dalam bagian belanja seperti "Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan" tanpa memberikan rincian yang jelas

mengenai kegiatan tersebut. Faktor politik juga dapat menjadi penyebab ketidaktransparanan dalam pencatatan, di samping masalah teknis dan minimnya kemampuan dalam melaporkan kegiatan.

Tabel 13. Contoh Manipulasi Belanja Kampanye

No	Pelanggaran
1.	Sumber dan nama penyumbang berubah-ubah (awal laporan RKDK nama perusahaan Atapi pada laporan akhir dana kampanye diubah menjadi “CV.A”
2.	Tidak ada penjelasan kegiatan, hanya dengan menyatakan “Kegiatan lain yang tidak melanggar Peraturan Perundangundangan”
3.	Laporan nilai belanja berbeda dengan riil belanja (pengeluaran)
4.	Menggunakan Dana Kampanye untuk melakukan politik uang

Sumber: kompilasi hasil pemantauan ICW dalam pemilu dan pilukada

Berkaitan dengan belanja, terutama belanja untuk jasa konsultan politik atau layanan lainnya, seringkali tidak diikutsertakan dalam laporan belanja kampanye. Hal yang sama terjadi pada belanja iklan kampanye yang mungkin mendapatkan diskon atau dibayarkan oleh pihak ketiga dan tidak dicatat dengan benar dalam laporan keuangan kampanye. Semua hal ini menciptakan ketidaktransparanan dalam penggunaan dana kampanye dan dapat mengakibatkan pelanggaran aturan pemilu.

Ketepatan Waktu Pelaporan

Partai politik memiliki kewajiban untuk menyampaikan tiga jenis laporan dana kampanye, yaitu laporan awal, laporan periodik, dan laporan akhir, sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditetapkan oleh peraturan pemilu. Terlambat dalam penyampaian laporan ini dapat berdampak pada partai politik tersebut. Salah satu sanksi yang dapat diberlakukan adalah pembatalan status partai sebagai peserta pemilu, atau dalam kasus tertentu, calon yang terpilih dari partai tersebut mungkin tidak dilantik atau diakui sebagai pejabat terpilih. Hal ini menunjukkan pentingnya ketaatan terhadap aturan dan tenggat waktu dalam pelaporan dana kampanye agar proses pemilu berlangsung dengan transparan dan akuntabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2014). Social Media as Political Party Campaign in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(12), 1–10. <http://jurnal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalatrik/article/view/248>
- Akhmaddhian, S., Yuhandra, E., & Andriyani, Y. (2021). Peran Masyarakat dalam Mewujudkan Penyelenggaraan Pemilihan Umum yang Berkualitas. *Proceeding of Conference on Law and Social Studies*. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/COLaS/article/view/1905>
- Ardianto, H. T. (2019). Uang dan Partai Politik: Urgensi Mengatur Keuangan Parpol dan Kandidat dalam Kompetisi Elektoral. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4733>
- As'ad, M. U. (2016). Kapitalisasi Demokrasi dan Jaringan Patronase Politik: Keterlibatan Pengusaha Tambang dalam Pilkada di Kalimantan Selatan. *As Siyasa*, 1(1), 34–41.
- Aspinal, E., & Berenschot, W. (2019). *Demokrasi For Sale: Pemilu, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2019). Indonesia's Democratic Paradox: Competitive Elections amidst Rising Illiberalism. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 55(3), 295–317. <https://doi.org/10.1080/00074918.2019.1690412>

- Ata, N. (2022). Praktik Ijon Politik Pada Kasus Korupsi Kepala Daerah: Study Kasus Korupsi Dana Alokasi Khusus (DAK) Pendidikan di Kabupaten Malang. *Journal of Governance Innovation*, 4(1), 65–83. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v4i1.1187>
- Berenschot, W. (2019). Informal democratization: brokers, access to public services and democratic accountability in Indonesia and India. *Democratization*, 26(2), 208–224. <https://doi.org/10.1080/13510347.2018.1512590>
- Cervellati, M., & Sunde, U. (2014). Civil Conflict, Democratization, and Growth: Violent Democratization as Critical Juncture. *The Scandinavian Journal of Economics*, 116(2), 482–505. <http://www.jstor.org/stable/43673675>
- Chairunisa, W., Putri, I. A., & Anggraini, D. (2019). Pemanfaatan Modal Sosial Dari Asta dan Zohirin Sayuti Pada Pilkada Sawahlunto Tahun 2018. *Jurnal Demokrasi Dan Politik Lokal*, 1(1), 101–113. <https://doi.org/10.25077/jdpl.1.1.101-113.2019>
- Gaffar, J. M. (2013). *Demokrasi dan Pemilu di Indonesia*. Konstitusi Press.
- Habibi, M. (2018). *Peran Uang dalam Penyelenggaraan Demokrasi Elektoral di Indonesia*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.1256963>
- Hajri, W. A. (2017). Quo Vadis Pilkada Indonesia. *UIR Law Review*, 1(2), 173–182. <https://doi.org/10.25299/uirrev.2017.1.02.562>

- Hakim, A. B. (2022). Demokrasi dan Politik Biaya Tinggi (High Cost Politics). *JOSH: Journal of Sharia*, 1(1), 12–22. <https://ejournal.insud.ac.id/index.php/josh/article/view/463>
- Mawuntu, J. R. (2012). Konsep Penguasaan Negara Berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 dan Putusan Mahkamah Konstitusi. *Fakultas Hukum Unsrat*, XX(3), 86–95. <https://doi.org/10.1016/j.actamat.2007.11.013>
- Meliala, W. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education*, 2(2), 12–24. <https://unimuda.e-journal.id/jurnalcitizen/article/view/617/491>
- Mellaz, A., & Kartawidjaja, P. R. (2018). *Tipologi Partai Politik dan Skema Pendanaan Partai Politik: Studi Literatur untuk Rekomendasi Kebijakan Pendanaan Partai Politik di Indonesia*. Sindikasi Pemilu dan Demokrasi-Yayasan TIFA.
- Ramadhan, M. N., & Oley, J. D. B. (2019). Klientelisme sebagai Perilaku Koruptif dan Demokrasi Banal. *Jurnal Antikorupsi Integritas*, 5(1), 169–180. <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.379>
- Risal, S., Herry Bajari, A., & Hergianasari, P. (2022). Sumber Daya Alam dalam Pusaran Pilkada Serentak. *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 6(02), 135–148. <https://doi.org/10.31629/kemudi.v6i02.3948>

- Sinamora, J. (2019). Menyongsong Rezim Pemilu Serentak. *Jurnal RechtsVinding*, 3(4), 1–18. [https://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART 1 JRV 3 NO 1 PROTECT.pdf](https://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART%201%20JRV%203%20NO%201%20PROTECT.pdf)
- Wulolo, C. M., & Renmaur, E. S. (2019). Meredam Konflik dalam Pusaran Siber dalam Proses Penetapan Hasil Rekapitulasi Pemilu Serentak 2019. *Jurnal Penelitian Politik*, 16(2), 111–235.
- Zulkarnaen, F., Adara, A. S., Rahmawati, A., Wartadiayu, L., & Pamungkas, M. D. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Milenial pada Pemilu di Indonesia. *Jurnal Politikom Indonesiana: Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik Dan Ilmu Komunikasi*, 5(2), 55–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4554>

Pemilihan Umum 2024 di Indonesia merupakan sebuah tonggak penting dalam perjalanan demokrasi negara ini, menyoroti pentingnya integritas dan transparansi dalam setiap aspek proses pemilihan. Buku "Kajian Pengawasan Dana Kampanye Pemilu 2024" ini menawarkan analisis mendalam tentang bagaimana dana kampanye dikelola dan diawasi, menggali mekanisme yang ada, tantangan yang muncul, dan solusi potensial untuk memastikan pengelolaan dana yang bertanggung jawab. Melalui pendekatan objektif, buku ini bertujuan memberikan wawasan yang luas tentang dinamika keuangan dalam politik Indonesia dan efeknya terhadap praktik demokrasi yang sehat.

Latar belakang yang kuat diberikan pada pembukaan untuk menekankan pentingnya pengawasan dana kampanye, sambil memperkenalkan kerangka berpikir yang digunakan untuk analisis dalam buku ini. Dengan menyediakan konteks yang mendalam, buku ini memberikan dasar yang kuat untuk membahas praktik pengawasan dana kampanye dalam konteks Pemilu Indonesia.

Analisis mengenai tantangan yang terjadi selama pemilihan legislatif 2019 dan pilkada 2020 menunjukkan kompleksitas proses pelaporan dan pengaruhnya terhadap transparansi dan akuntabilitas. Studi kasus dan tinjauan teoritis digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan menawarkan solusi yang bisa diaplikasikan untuk pemilu mendatang, dengan tujuan memperkuat integritas proses demokratis.

Pembahasan kebijakan terkini dan pentingnya akuntabilitas dalam pengelolaan dan pelaporan dana kampanye menawarkan pandangan yang mendalam tentang regulasi dan prosedur serta peran serta tanggung jawab berbagai pihak dalam memastikan transparansi. Buku ini diharapkan menjadi referensi penting untuk memahami dan meningkatkan pengawasan dana kampanye di Indonesia, mendukung fondasi demokrasi yang berintegritas dan transparan.



Badan Pengawas Pemilihan Umum
Jl. M.H. Thamrin No.14, RT.8/RW.4,
Gondangdia, Jakarta Pusat

