

Pengusaha & Perubahan Politik



Asep Sahid Gatara

Ketua Jurusan Ilmu Politik FISIP UIN Bandung; Wakil Ketua ICMI Jawa Barat

Pada hari Kamis lalu, 21 Maret 2019, atau tepat dua hari menjelang tahapan kampanye terbuka digelar (23 Maret-13 April 2019), ada peristiwa politik menarik, yakni deklarasi dukungan dua kelompok pengusaha nasional terhadap kedua pasangan capres-cawapres. Peristiwa itu menarik karena selama ini pengusaha dalam memberikan dukungan politik biasanya tidak terbuka namun secara tertutup atau diam-diam. Dan, biasanya juga dukungan diam-diam tersebut terkadang diberikan kepada semua kontestan yang bertarung.

Deklarasi dukungan pengusaha untuk pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin, dengan nama "10.000 Pengusaha untuk Jokowi-Amin", dihelat di Istora Senayan, Jakarta Pusat. Sedangkan deklarasi dukungan pengusaha untuk pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Salahudin Uno, dengan sebutan "Aliansi Pengusaha Nasional Lintas Sektoral untuk Indonesia Menang", dihelat di Djakarta Theater XXI, Jakarta Pusat. Deklarasi dukungan pengusaha untuk nomor urut 01 dimotori oleh Rosan Perkasa Roeslani, sementara untuk nomor urut 02 dimotori oleh Erwin Aksa.

Deklarasi dukungan pengusaha terhadap kedua pasangan capres-cawapres pada hari yang sama namun lokasi yang berbeda tersebut menunjukkan adanya keterbelahan preferensi politik pengusaha nasional pada perhelatan Pilpres 2019. Meskipun sebenarnya mereka sama-sama berhimpun di Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin), Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI), dan organisasi pengusaha nasional lainnya.

Deklarasi dukungan pengusaha terhadap pasangan capres-cawapres sebenarnya bukanlah fenomena baru. Ia menjadi rangkaian panjang dari semakin maraknya pengusaha berani tampil di panggung politik praktis. Even politik pilpres-wapres 2004 menjadi

pembuka babak keterlibatan pengusaha secara masif di panggung politik terbuka. Pada pilpres-wapres, pengusaha nasional Mohammad Jusuf Kalla sukses menduduki kursi wakil presiden mendampingi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Fenomena lainnya adalah kisah sukses keberhasilan kaum pengusaha dalam gelaran perdana pilkada. Umpamanya, selama Juni 2005, dari 125 kabupaten/kota yang melaksanakan hajatan politik lokal, setidaknya terdapat 80 daerah yang calonnya dari kalangan pengusaha. Dari jumlah itu, 25 daerah (20 persen) dikuasai pengusaha. Jumlah ini merupakan peningkatan besar bila dibandingkan dengan periode sebelumnya yang hanya 5 persen dari 415 kabupaten/kota.

Dwifungsi Pengusaha

Fenomena berbondong-bondongnya kaum pengusaha tampil di gelanggang politik, baik maju sebagai kontestan maupun sekedar partisan dukungan politik, mendapatkan respon publik yang beragam. Di antara respon itu adalah mempersoalkan munculnya dwifungsi politik. Kelompok pengusaha yang berperan ganda sebagai pengambil kebijakan atau politisi.

Dwifungsi politisi tersebut dipersoalkan karena akan serta merta lebih banyak mendatangkan madharat ketimbang maslahat. Asumsi yang digunakannya bahwa pengusaha berkecenderungan selalu memposisikan diri sebagai pemburu keuntungan (*profits seeking*), sementara posisi pejabat publik adalah untuk kemaslahatan bangsa (Mustofa Muchdor, 2006).

Hal berikutnya yang menjadi titik persoalan adalah bahwa pengusaha atau saudagar itu adalah binatang ekonomi (*economic animals*). Aktivitasnya mengakumulasi modal dengan tujuan utama mencari keuntungan. Oleh karena itu, apa jadinya jika saudagar menjadi pengambil kebijakan (Makmur Keliat, 2005).

Kedua model respon di atas belakangan berhadapan dengan sejumlah pertanyaan publik lainnya, seperti apakah pandangan yang memadharatkan di atas justru sebaliknya akan lebih memadharatkan bagi kehidupan demokrasi kita, khususnya bagi pembangunan politik? Pertanyaan ini penting diperhatikan mengingat bangsa ini tengah menjalankan kehidupan demokrasi di bawah sistem dan iklim politik yang serba langsung, terbuka dan (sekarang) serentak. Selain itu, sistem, budaya dan praktik politik Indonesia tengah terus mengalami perubahan-perubahan.

Perubahan Politik

Perubahan politik itu sendiri, bila merujuk kepada pemikiran Lucian W. Pye (1966), merupakan salah satu substansi penting dari pembangunan politik dalam pengertian prasyarat politik bagi pembangunan ekonomi, ciri khas masyarakat industri, dan modernisasi politik. Perubahan politik itu adalah terselenggaranya pembinaan demokrasi melalui regenerasi dan perluasan sirkulasi aktor atau elite. Dari sini kita bisa tahu bahwa perubahan, termasuk sirkulasi aktor, merupakan kunci dari pembangunan politik.

Dari perspektif sirkulasi aktor, perubahan politik di Indonesia memang telah dan sedang berlangsung. Misalnya, sebagaimana diketahui, even-even politik saat ini tidak lagi didominasi oleh aktor dari lapisan masyarakat tertentu, melainkan seluruh aktor dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk lapisan pengusaha, dapat ikut serta terlibat di dalamnya. Hal demikian tentunya tidak dapat ditemukan di era sebelumnya.

Era Rezim Soeharto adalah contoh paling relevannya. Pada era rezim tersebut, sirkulasi jabatan politik lebih banyak digenggam secara terbatas oleh golongan militer, teknokrat sipil, dan birokrat tinggi. Pengusaha pada era itu diposisikan dalam peran-peran terbatas, khususnya dalam bidang bisnis semata. Pengusaha dikondisikan dan dipaksa untuk hanya sibuk memburu hak monopoli dagang, lisensi, subsidi dan proteksi melalui relasi pribadi dengan para pejabat teras dalam sistem patronase politik yang ada.

Dalam kehidupan politik praktis, pengusaha lebih banyak diposisikan sebagai penyandang dana atau sebagai cukong politik, dengan harapan akan terciptanya keuntungan pribadi-pribadi, berupa imbalan politik di satu sisi, dan imbalan keuntungan bisnis sisi lain.

Berdasarkan cerita di atas, kita mendapatkan gambaran bahwa sesungguhnya pengusaha, seperti lapisan warga umum lainnya, juga merupakan salah satu korban sistem politik “depolitisasi”-nya Orde Baru. Oleh karena itu, tidak relevan lagi jika kita masih merisaukan atau mempersoalkan keikutsertaan pengusaha dalam arena politik. Kita mesti bersikap demokratis dengan melapangkan kesempatan yang sama kepada semua lapisan masyarakat sipil untuk ikut berkontestasi atau berpartisipasi secara terbuka dan *fair*.

Sampai titik ini, harus diingat bahwa politik pada hakikatnya merupakan panggung publik, di mana setiap lapisan masyarakat sipil bisa memasuki sekaligus membangunnya. Dan, yang terpenting lagi kita mendorong pengusaha agar motivasi berpolitiknya adalah panggilan (*Politics as a Vocation*) untuk menghidupi politik, bukan sebaliknya malah mencari hidup dari politik. *Wallahu 'alam bishawab*.