

Aloysius Gunadi Brata*

Pesona (Palsu?) Kebijakan Ekonomi Populis

Abstract

In so many political ads in the period of Indonesia elections in 2009, socio-economic topic became one of the prominent issues. because it contains the promise of welfare of the people. The advertisements was then labeled as populist economic policies. The problem, in the debate about economic policy, especially in the Latin American context, what is recognizable as a populist economic policy does not seem exactly the same as the contents of the campaign that brought the party or the political elite here. In addition, the benefit of populist economic policies were not immune from controversy. Based on these things, this paper intend to look back on what is perceived as a populist economic policies and whether it is a kind of economic policies can address the needs of development and real democracy, or even just spreading the false charm.

(Keywords: populist, economic, campaign, election)

"... there are no short cuts on the path toward development and democracy, and populism is precisely, almost by definition, a short cut: the promise of immediate satisfaction of social demands." ¹

Pengantar

Ketika pemilihan umum (pemilu) makin dekat, upaya para politisi dan partai politik untuk merebut suara pemilih pun makin gencar. Ini termasuk dilakukan dengan menggunakan beragam iklan politik yang total biayanya bisa bernilai triliunan rupiah. Sekedar gambaran, menurut hasil survei Nielsen Company yang mengamati iklan di puluhan surat kabar dan 16 stasiun televisi di Indonesia, pengeluaran iklan partai politik pada Pemilu Legislatif (Pileg) lalu berkisar Rp 40,439 miliar (PPP) sampai Rp 277,292 miliar (Partai Golkar). Tabel berikut menunjukkan pula bahwa total pengeluaran iklan dari delapan partai papan atas mencapai lebih dari Rp 976 miliar. Angka ini rupanya juga lebih besar daripada laporan resmi partai-partai tersebut ke KPU per 24 April 2009.² Sedangkan pada kampanye Pilpres, hitungan kasar Dewan Pers menyebutkan bahwa penerimaan iklan media cetak maupun

* Penulis adalah pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

¹Ignatio Walker, "The Three Lefts of Latin America", *DISSENT*/Fall 2008: 5-12.

²<http://www.pemiluindonesia.com/berita-pemilu/survei-nielsen-biaya-iklan-pks-pdip-lampau-laporan-ke-kpu.html>

elektronik hingga minggu ketiga Juni 2009 sudah mencapai Rp 3 triliun.³ Di luar itu, tentu masih banyak anggaran kampanye yang tidak terdata, seperti peraga-peraga kampanye berupa spanduk, papan iklan yang dipasang oleh para calon legislatif (caleg) di waktu kampanye Pileg yang lalu.

Tabel 1. Pengeluaran Iklan Partai Politik pada Pemilu Legislatif

Laporan ke KPU		Hasil Survei Nielsen Co	
Partai	miliar rp	Partai	miliar rp
1 Gerindra	308	1 Golkar	277,292
2 Demokrat	243,8	2 Demokrat	214,439
3 Golkar	164,5	3 Gerindra	151,211
4 PKS	36,5	4 PDIP	102,891
5 Hanura	19	5 PKS	74,647
6 PAN	18	6 PAN	71
7 PBB	10,9	7 Hanura	44,796
8 PDIP	10,6	8 PPP	40,349
9 PPP	4,1		
10 PKB	3,6		
	819		976,625

Sudah pasti adalah bahwa semua iklan itu dipajang untuk meraih kemenangan, memperoleh suara sebanyak-banyaknya. Bagi partai yang masih berkuasa (*the ruling party*), praktis memajang “neraca naik-turun”, atau menonjolkan bahwa yang disodorkan adalah bukti (keberhasilan)-bukan sekedar janji. Yang lain melakukannya dengan cara menggugat “neraca bukti” yang dinilai sebenarnya “tanggung”, ada pula yang menonjolkan rakyat, terutama nasib buruknya selama ini, maupun meminjam “kejujuran rakyat” untuk diusung, serta tentu saja menggarisbawahi janji mereka.

Oleh karena itu, secara umum, target berbagai macam iklan itu adalah rakyat yang mempunyai hak suara yang karena itu isi iklan umumnya dalam bentuk mengingatkan apa yang sudah dilakukan untuk menyenangkan rakyat ataupun menyodorkan janji akan menyenangkan rakyat. Itulah sebabnya banyak yang melihat bahwa partai maupun elit politik itu sedang menyodorkan kebijakan populis.

Yang menjadi soal, sebetulnya apa yang disebut sebagai kebijakan ekonomi populis itu? Apa pula kontroversi kemaslahatan kebijakan ekonomi populis? Tulisan ini bermaksud melihat kembali apa yang secara teoretis dikategorikan sebagai kebijakan ekonomi populis dan apakah memang kebijakan ekonomi semacam ini dapat menjawab kebutuhan pembangunan dan demokrasi yang sebenarnya, ataukah

³<http://nasional.kompas.com/read/xml/2009/06/19/1355172%20/wuih....nilai.iklan.kampanye.pilpres.r.p.3.triliun>

justro hanya menebarkan pesona yang palsu.⁴ Pada tataran global dewasa ini, kebijakan ekonomi populis (atau bahkan sudah sampai tahap neo-populis) begitu erat dihubungkan dengan fenomena kontemporer di Amerika Latin yang dikenali memiliki pemerintahan populis (*populist government*). Oleh sebab itu, perdebatan soal ekonomi populis dari kawasan ini kiranya menarik untuk sedikit disimak.

Soal Populisme, Sekilas Amerika Latin

Perbincangan soal kebijakan ekonomi populis erat kaitannya dengan perkembangan yang terjadi di wilayah Amerika Latin beberapa dekade terakhir. Hal ini karena di wilayah tersebut yang ketimpangan antara kaya dan miskin sangat parah memang banyak muncul pemerintahan yang sering dikategorikan sebagai pengusung kebijakan populis atau populisme. Oleh sebab itu, apa yang dimaksud dengan kebijakan ekonomi populis kiranya dapat berangkat dari konteks Amerika Latin.

Sekilas, seperti adanya liberalisme dan neoliberalisme, perbincangan soal populisme di Amerika Latin pun sudah sampai pada soal neopopulisme.⁵ Secara umum, misalnya merujuk Ronchi, bila populisme di Amerika Latin tak lain adalah respon terhadap perkembangan industrialisasi, maka neopopulisme tumbuh karena krisis modernisasi yang telah menandai akhir abad ke 20 ini. Baik populisme maupun neopopulisme selalu ditandai dengan adanya personalisasi tokoh, namun pada neopopulisme pemanfaatan perangkat komunikasi massa seperti televisi dan radio jauh lebih intensif. Secara lebih ekstrim, Cordoso yang mantan presiden Brasil 1995-2002, bahkan menyebutkan bahwa manipulasi dan propaganda sehubungan dengan penggunaan komunikasi massa sangatlah penting di sini, terlebih karena sebagian besar tokohnya adalah komunikator yang bagus walaupun kebenarannya tipis saja dimana pidatonya panjang dan penuh retorika kosong.⁶ Lebih jauh dikatakannya bahwa probabilitas keberhasilannya tinggi jika pendengarnya adalah orang-orang yang miskin dan tak terdidik dan karenanya lebih mudah menerima janji-janji surga. Inilah yang menurutnya terjadi di Amerika Latin. Secara ringkas maka dapat dikatakan bahwa pada neopopulisme, upaya membangun persepsi ketokohan menjadi jauh lebih kuat ketimbang pada populisme yang sekaligus ”melangkahi” jalur-jalur atau bentuk mediasi formal yang ada. Dan karena itu dapat pula menjangkau

⁴Karangka Acuan seminar ini adalah soal Pemilu Legislatif, namun karena relative sulit untuk mengidentifikasi kampanye populis caleg sementara iklan-iklan caleg pun banyak yang “meminjam” iklan partai maka tulisan ini memilih untuk melepaskan pengamatan pada level caleg. Namun demikian dapat dicatat bahwa para caleg pun pada dasarnya melakukan praktik-praktik populis yang mungkin lebih telanjang, antara lain berupa pemberian bantuan-bantuan (=politik uang) kepada para calon pemilih.

⁵Kurt Weyland 2003, “Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: How Much Affinity”; Victor Armony 2005, “Populism and neo-populism in Latin America”; Veronica Ronchi, 2007, “Populism and Neopopulism in Latin America: Clientilism, Trade Union Organization and Electoral Support in Mexico and Argentina in the ‘90s”.

⁶Fernando Henrique Cordoso 2006, “More than Ideology: The Conflation of Populism with the Left in Latin America,” *Harvard International Review* Summer 2006, pp. 14-17.

kelompok-kelompok sosial yang berpenghasilan tinggi dan relatif makmur yang bukan menjadi sasaran populisme.

Lebih jauh, seperti disampaikan oleh Weyland, ada pendapat bahwa pemimpin (presiden) yang populis dapat saja kemudian mencampurkan diri dengan neoliberalisme ketika kemudian ada tekanan-tekanan seperti dari IMF untuk melakukan reformasi pasar secara drastis yang merupakan salah satu ciri neoliberalisme. Oleh karena itu, Weyland pun sampai menyebutkan bahwa pada dasarnya antara neoliberalisme dan neopopulisme memiliki sejumlah sinergi dan persamaan. Percampuran antara keduanya ditandai dengan istilah "populis neoliberal".

Mengenai hal ini, ada kecurigaan bahwa tokoh yang mengusung populisme atau menggunakan taktik populis ketika kampanye dapat berubah dengan mengabaikannya ketika sudah duduk di kekuasaan. Namun menurut Weyland, hal ini tidaklah selalu demikian karena taktik-taktik populis masih juga sering dipergunakan oleh tokoh populis yang duduk di kekuasaan, sehingga baginya neopopulis liberal masih dapat digolongkan sebagai populis.

Walaupun demikian tampak bahwa ada gejala bahwa populis yang juga menerapkan neoliberalisme akan melemah karena "penyesuaian-penyesuaian ekonomi" apalagi di tengah kinerja ekonomi yang tidak terlalu bagus, akan membatasi sumber daya yang dapat didistribusikan oleh presiden populis kepada para massa pendukungnya. Dan sebaliknya, luasnya penerimaan akan model pasar akan mengurangi konflik politik yang tajam dan memungkinkan para tokoh populis untuk memperoleh dukungan dengan cara menyatukan rakyat dan lalu memusatkan diri pada solusi pragmatis untuk mengatasi persoalan yang konkret dihadapi masyarakat.

Secara lebih tajam, koneksi antara neopopulis dan neoliberalisme ditunjukkan oleh Armony. Menurutnya, kaitan antara keduanya adalah signifikan. Ini bukan hanya karena pemimpin populis mengambil manfaat dari perangkat-perangkat populis demi meraih dukungan massa untuk reformasi ekonomi, tetapi juga karena neoliberalisme itu sendiri memang cenderung membawa tendensi populis di masyarakat. Namun, dalam hal ini Armony tidak membatasi neoliberal semata-mata sebagai kenyataan ekonomi belaka melainkan bagian dari kebijakan ekonomi yang menurutnya telah sangat berbeda dengan liberalisme klasik. Maka dalam kesimpulannya antara lain disebutkan keyakinannya akan hipotesis bahwa neoliberalisme pada dasarnya sudah menjadi sifat populis. Mengapa demikian? Karena menurutnya, neoliberalisme juga mendukung keyakinan akan hubungan empati yang spontan, empiris, non-mediasi antara akar rumput secara keseluruhan (yang merupakan tulang punggung yang nyata dan amat besar dari suatu bangsa) dan pemimpin yang memuja nilai-nilai kesederhanaan, ketepatan, dan akal sehat.

Uraian ringkas di atas menunjukkan bahwa pemahaman soal populisme pun ada kontroversi, apalagi ketika dihadapkan dengan (neo)liberalisme. Jauh sebelumnya, sejumlah penulis memang juga telah mengakui bahwa ada persoalan dalam mendefinisikan populisme. Dornbusch dan Edward menyebutkan bahwa populisme secara tradisional adalah konsep yang kabur, walaupun ilmuwan politik

telah bertahun-tahun mencoba menyajikan definisi yang bermakna dan tepat.⁷ Sedangkan Mejia dan Posada mengakui sulitnya mendefinisikan populisme, khususnya dalam konteks Amerika Latin abad 20.⁸ Begitu pula disebutkan oleh Ronchi bahwa mendiskusikan populisme adalah urusan yang rumit.⁹

Dengan sudut pandang ekonom, Dornbusch dan Edward yang mengamati populisme di Amerika Latin tahun 1980-an lebih melihat populisme sebagai sebuah reaksi terhadap kebijakan-kebijakan ekonomi paham monetaris. Pada masa itu, lawan dari monetaris sendiri adalah strukturalis. Artinya, populisme adalah buah dari ketidakpuasan terhadap pendekatan-pendekatan konservatif yang dianut kaum monetaris yang dalam banyak hal sering terkait dengan lembaga internasional seperti IMF. Dornbusch dan Edward menyebutkan bahwa program-program populis menekankan tiga elemen utama, yaitu reaktivasi, redistribusi pendapatan, dan restrukturisasi ekonomi. Dalam hal ini, rekomendasi kebijakannya adalah penggunaan kebijakan ekonomi makro secara aktif untuk redistribusi pendapatan, yang biasanya dengan meningkatkan upah riil secara berarti.

Pemahaman Dornbusch dan Edward di atas, dalam kategorisasi Mejia dan Posada tidak lain adalah dari pendekatan substantive yang menurutnya memang banyak dianut oleh para ekonom. Dalam hal ini, populisme disebutkan sebagai seperangkat kebijakan ekonomi (atau janji-janji) yang diarahkan untuk mendapatkan dukungan massa, dengan tiga tujuan politis.

Tujuan pertama adalah mobilisasi dukungan di dalam kelompok-kelompok buruh dan kelas menengah-bawah; kedua, mendapatkan dukungan yang melengkapi dari kalangan bisnis yang berorientasi domestik; dan ketiga pengisolasian secara politis oligarki perdesaan, perusahaan-perusahaan asing, dan elite industri skala besar. Mejia dan Posada sendiri dalam tulisannya mendefinisikan populisme secara substantive, yaitu upaya mendapatkan dukungan politik dengan menggunakan kebijakan-kebijakan yang paternalistik, dalam bentuk redistribusi pendapatan, yang tidak meningkatkan kapasitas produktif para pekerja maupun tingkat pendidikan mereka. Dengan kata lain, populisme atau kebijakan populis adalah harga yang harus dibayar oleh elite yang berkuasa untuk membeli dukungan (dan mungkin secara temporer), perdamaian politik, ketimbang menggunakan represi militer.

Selain menggunakan pendekatan substantif, populisme menurut Mejia dan Posada, juga bisa dilihat dari sudut ekstrim lainnya, yaitu pendekatan formalistik. Berdasarkan pendekatan formalistik, populisme (di Amerika Latin khususnya) sangat erat kaitannya dengan cara untuk mendapatkan (dan memelihara) kekuatan politik. Di antara kedua sudut pandang itu, ada definisi yang disodorkan oleh di Tella yang menyebutkan bahwa paternalisme adalah komponen penting dari populisme yang

⁷Rudiger Dornbusch dan Sebastian Edwards 1989, *The Populism of Macroeconomics Populism in Latin America*.

⁸Daniel Mejia dan Carlos Esteban Posada 2005, "Populist Policies in the Transition to Democracy".

⁹Veronica Ronchi 2007.

dicirikan oleh sebuah gerakan politik yang gemar akan dukungan massal dari kelas pekerja dan/atau kaum petani, namun hal ini tidak berasal dari kekuatan organisasi pekerja atau petani yang otonom.

Yang menarik, seperti diakui Mejia dan Posada, definisi populisme secara substantif itu memiliki kelemahan yaitu ketika hal ini diidentifikasi sebagai kebijakan ekonomi yang anti-liberal. Terlepas dari itu, bila dipersempit lagi, kebijakan ekonomi populis cenderung dilihat dari pemanfaatan pengeluaran pemerintah untuk membeli simpati massa. Namun perlu digarisbawahi bahwa ketimpangan ekonomi sering menjadi pemicu munculnya kebijakan ekonomi populis. Dan, seperti dikatakan oleh Walker, populisme secara definitif hanyalah menawarkan janji akan memuaskan *social demands* (seperti pengangguran, kelompok-kelompok marginal, petani miskin) secara seketika.¹⁰

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada banyak cara pandang terhadap populisme dan ekonomi populis hanyalah salah satu cara pandang. Ronchi¹¹ menyebutkan pula bahwa dengan perspektif ekonomi, populisme dibatasi hanya pada soal ketidakdisiplinan anggaran dan serangkaian kebijakan yang ekspansionis atau redistributif yang diadopsi sebagai respon terhadap tekanan dari konsumsi massal. Kendati demikian, tampak bahwa populisme maupun neopopulisme adalah upaya meraih dukungan massa tanpa menggunakan instrumen militeristik. Sementara kebijakan ekonomi populis sendiri adalah bentuk dari populisme yang menekankan pada pemakaian atau melansir janji-janji kebijakan ekonomi yang bernuasa menyenangkan masyarakat banyak terutama masyarakat marginal dengan tujuan meraih dukungan mereka utamanya seringkali demi kepentingan politik pihak yang mengusung kebijakan ekonomi itu sendiri.

Populisme dan Pemilu Indonesia

Bila diterapkan di Indonesia, definisi manakah yang lebih tepat? Tampaknya bila melihat isu-isu yang berkembang atau dikembangkan pada masa kampanye, baik pada pileg maupun pilpres, kebijakan populis yang dimaksudkan lebih mendekati pengertian populisme secara substantive yang memang kental nuasa ekonominya. Eep Saefulloh Fatah misalnya menyebut hal itu sebagai fenomena terbitnya musim semi kebijakan populis secara dadakan.¹²

Penurunan harga bahan bakar minyak (BBM) yang dilakukan secara bertahap, walaupun sebenarnya bisa dilakukan sekali saja, adalah contoh yang disodorkannya sebagai bentuk kebijakan populis yang dimanfaatkan untuk iklan dan kampanye politik. Iklan partai Demokrat memang secara eksplisit menonjolkan bahwa pemerintahan Presiden SBY, yang Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat, telah

¹⁰Ignatio Walker 2008.

¹¹ Salah satu pengertian demagog adalah “a political agitator who attempts to win support by appealing to the prejudice and passions of the mob.” Demagog berasal dari bahasa Yunani *dēmagōgos* yang berarti “people's leader”

¹² Eef Saefulloh Fatah, 2009, “Menyoal Kebijakan Populis Dadakan”, *Kompas* 20/1/2009.

menurunkan harga BBM hingga tiga kali (18,2 persen). Disebutkan pula harga komoditas lain yang disebutkan telah turun penurunan, yakni angkutan umum (10 persen), minyak goreng (menjadi Rp 7.000), belum lagi klaim-klaim keberhasilan dalam program-program lain seperti bantuan langsung tunai (BLT) atau kredit usaha rakyat (KUR) yang bagi sejumlah pihak tidaklah bisa diklaim hanya sebagai keberhasilan partai Demokrat semata.¹³

Menjelang Pilpres, indikasi kebijakan ekonomi populis semakin tampak dari janji dan kontrak politik para capres-cawapres yang sebagian besar memang masuk pada aspek-aspek ekonomi dan sosial (ekonomi dan kesejahteraan rakyat, pendidikan, tenaga kerja, dan pertanian) sebagaimana dapat dilihat beberapa di antaranya pada Tabel 2 berikut ini. Untuk empat bidang lainnya adalah Penegakan Hukum, HAM, Pemerintahan, Pertahanan dan Keamanan, janji-janji politik itu tidak tampak detail sehingga secara umum dapat dikatakan bahwa yang banyak “dijual” memang adalah janji-janji pada bidang ekonomi (dan sosial secara umum). Artinya, yang menonjol memang adalah kebijakan ekonomi populis atau tidak terlalu keliru untuk mengatakan bahwa isu sosial-ekonomi mendominasi kampanye.

Tabel 2. Beberapa Janji dan Kontrak Politik Capres-Cawapres yang Bernuansa Populis

Bidang	Mega-Prabowo	SBY-Boediono	JK-Wiranto
Ekonomi dan Kesejahteraan Rakyat	Memperjuangkan sembako murah* Mempertahankan subsidi BBM Menurunkan harga kebutuhan pokok Menyediakan susu untuk anak-anak miskin, dan telur secara teratur untuk anak sekolah dasar	Melanjutkan BLT Mempertahankan subsidi BBM	Mempertahankan subsidi BBM
Pendidikan	Kredit kuliah untuk mahasiswa* Asuransi kesehatan untuk mahasiswa* Laptop murah bagi mahasiswa dan dosen*	Meningkatkan kesejahteraan guru dan dosen	Mempercepat proses sertifikasi guru honorer
Tenaga kerja	Penghapusan sistem kontrak (outsourcing)*	Menaikkan upah buruh	Jaminan untuk buruh Bantuan usaha untuk pemuda Kredit bank untuk rakyat, terutama kaum perempuan
Pertanian	Menyediakan bibit dan pupuk bersubsidi*	Subsidi benih dan pupuk	Menghidupkan kembali KUD dan koperasi

¹³*Kompas* 14/1/2009, “Klaim Keberhasilan untuk Kampanye”

Menjamin penjualan hasil pertanian*	Menaikkan harga hasil panen pertanian	lainnya untuk menyalurkan pupuk bersubsidi kepada para petani
Reformasi agrarian dengan pembagian lahan bagi petani*		
Melindungi produk petani*		

Sumber: dikutip sebagian dari *Kompas* 30 Juni 2009

*) kontrak politik

Di luar itu, dapat diidentifikasi pula beberapa janji yang lebih spesifik yang disebutkan oleh para kandidat. SBY-Boediono misalnya menyebutkan soal "Pemerintahan Bersih untuk Rakyat". sedangkan Mega-Prabowo Pro Rakyat antara lain menyebutkan soal pemberian subsidi desa Rp 1 miliar/tahun dan pemberian modal maksimal Rp 250 juta/desa utk koperasi/bdan usaha milik desa (Bumdes). Adapun JK-Wiranto menonjolkan antara lain akan mengurangi pengangguran melalui program MAMPU (Modal Usaha Mandiri untuk Pemuda).

Yang menarik, pihak yang beriklan dengan isi seperti itu tak mau serta-merta dikatakan tengah mengusung populisme. Kalaupun ada yang mengaku, itu dilakukan dengan malu-malu. Jadilah kesan bahwa argumen bagi penurunan harga BBM adalah "rasionalitas" ekonomi, sementara pencegahan kenaikan harga BBM adalah lebih dilandasi "rasionalitas" politik. Pun, perlu diingat kembali bahwa pihak yang disorot melansir kebijakan atau gagasan populis bukanlah semata-mata pihak *incumbent* melainkan juga pihak penantang. Perdebatan soal neoliberal dan ekonomi rakyat misalnya, adalah juga mencerminkan adanya nuansa mengangkat isu kebijakan ekonomi populis. Hal ini mengingatkan pada apa yang diungkapkan Mejia dan Posada di atas soal mudahnya kebijakan ekonomi populis dikategorikan sebagai anti neoliberal.

Di satu sisi, iklan populis sendiri sudah terkesan sebagai jalan pintas untuk merebut suara. Sementara secara bersamaan, apa yang dijanjikan pun sarat dengan prinsip jalan pintas yang bisa manipulatif. Contoh sederhana, penurunan harga BBM langsung diasosiasikan dengan berkurangnya beban hidup rakyat. Kenyataannya, biaya transportasi tak bisa turun seketika, kalaupun turun itu belumlah memadai. Sementara itu warga yang masih memakai minyak tanah secara relatif justru merasa kian diperlakukan dengan tidak adil. Mencari minyak tanah begitu sulit, harganya pun tinggi, namun bensin yang harganya lebih murah tidak bisa dipakai mensubstitusi minyak tanah untuk menyalakan kompor minyak. Berkaitan dengan penurunan harga BBM misalnya, alasan yang dikemukakan adalah bahwa pertimbangannya adalah bukan lagi soal populis atau tidak populis, melainkan semua itu adalah sebuah keharusan yang rasional. Secara ekonomis, ketika harga BBM mengikuti harga pasar, maka manakala harga BBM dunia turun memang sudah seharusnya harga jual BBM di dalam negeri pun turun. Pada sisi ini adalah wajar jika harga BBM lantas diturunkan. Namun argumen semacam ini tidak cukup menjelaskan mengapa penurunan itu harus dilakukan secara bertahap, dan mengapa ketika harga BBM

dunia bergerak naik di sini tidak diikuti juga dengan kenaikan harga BBM. Memang, sudah "kebiasaan" bahwa menjelang adanya hajatan politik akbar, pemerintah enggan meluncurkan kebijakan yang "merusak" popularitasnya. Dan, menaikkan harga jual BBM menjelang Pemilu jelaslah dipahami akan merusak popularitas itu.

Hampir semua isu populis itu disampaikan secara masif di media baik cetak maupun elektronik. Seperti diungkap di awal, ini melibatkan biaya yang tidak sedikit. Pada titik ini, ciri-ciri neopopulisme seperti disebutkan oleh Ronchi di atas menjadi tampak, yaitu upaya pemanfaatan media komunikasi massal untuk membangun persepsi populis para tokoh. Bahkan, kampanye "Satu Putaran" pun mungkin dapat dilihat sebagai bagian dari cara-cara neopopulisme. Pasalnya, yang dipropagandakan adalah penghematan budget negara yang kemudian bisa dialihkan untuk hal-hal lain berupa beragam bentuk bantuan.

Sebagai strategi kampanye, dapat dikatakan bahwa secara umum para calon mengusung isu populisme dengan caranya masing-masing. Masalahnya, seperti tampak dari pernyataan Ignatio Walker—yang mantan Menteri Luar Negeri Chile (2004-2006)—di atas, populisme tidaklah mampu menjawab kebutuhan pembangunan dan demokrasi yang sebenarnya. Tak ada jalan pintas untuk itu, sedangkan kebijakan populis secara definitif justru menawarkan janji akan memuaskan *social demands* (seperti pengangguran, kelompok-kelompok marginal, petani miskin) secara seketika.¹⁴ Memang, sudah jamak bahwa kebijakan populis, di mata ekonom (apalagi yang *mainstream*), hanya akan mendatangkan malapetaka justru bagi mereka yang dijanjikan akan menerima maslahatnya, bahkan pada tahap-tahap awal eksperimentasi kebijakan populis. Rudiger Dornbusch dan Sebastian Edwards menyimpulkan demikian dari kasus Chile di bawah Salvador Allende dan Peru di masa Alan Garcia, sembari menambahkan bahwa supaya kebijakan populis bisa berhasil, paling penting adalah bahwa kebijakan yang ekspansif perlu menyadari kendala kapasitas dan harus menyandarkan pembiayaannya pada kebijakan fiskal ortodoks secara ekstrim dan administrasi perpajakan yang tepat. Jeffry Sach dan Fillipe Larrain ketika bicara kebijakan fiskal, juga menyebutkan soal tendensi negara-negara Amerika Latin menuju kebijakan-kebijakan populis, yaitu pemerintahnya mencoba membangun popularitas dengan beraninya melakukan program-program belanja skala besar, pun ketika biayanya melampaui kapasitas keuangan pemerintah.¹⁵

Namun dalam konteks Indonesia, pendapat seperti itu juga menjadi rancu ketika salah satu kandidat yang diberi label pengusung neoliberal ternyata juga mengkampanyekan isu-isu yang berbau populis. Hal ini menyisakan pertanyaan apakah ini juga indikasi bahwa yang terjadi sebetulnya neoliberalisme bercampur neopopulisme? Dengan tetap mengingat pertanyaan ini, hal yang jauh lebih perlu ditekankan adalah apa yang sebetulnya penting bagi masyarakat?

Apa yang Penting?

¹⁴Ignatio Walker 2008.

¹⁵ Jeffry Sach dan Fillipe Larrain (*Macroeconomics in the Global Economy*, 1993)

Walker dalam tulisannya menunjukkan ketidaksetujuan terhadap populisme maupun neopopulisme yang lahir kemudian, baik dari aliran kiri maupun kanan. Alberto Fujimori di Peru, Fernando Collor de Mello (Brasil) dan Carlos Menem (Argentina) di tahun 1990-an, menurut Walker masuk neoliberal neopopulisme, yang karena kegagalannya kemudian melahirkan neopopulisme aliran kiri. Baginya, *leftist neopopulism* ini juga menegaskan adanya ketegangan yang melekat antara populisme dan demokrasi di Amerika Latin dalam proses luas “*desoligarquización*”.

Dia justru hendak menunjukkan adanya peran aliran kiri lain di Amerika Latin (selain Marxist dan populis), yaitu “*social democratic*” kiri yang cirinya punya komitmen kuat pada keadilan sosial dan penyokong kuat *representative democracy*. Aliran ini makin *market friendly*, dengan bersikap baik terhadap globalisasi yakni waspada tidak hanya terhadap ancaman yang ditampilkan oleh globalisasi, tetapi juga peluang-peluang yang disajikan oleh globalisasi. Keberhasilan Chile mencapai stabilisasi tahun 1990-2007, menurut Walker sebagian adalah salah satu bukti dari peran aliran demokrat sosial.

Yang menarik, sekian tahun sebelumnya, Luiz Carloz Bresser-Pereira malah mengatakan bahwa praktik dan ideologi populis, developmentalis maupun ortodoks semuanya adalah penghambat utama bagi kebijakan ekonomi yang konsisten dan rasional di Brasil, dan juga di Amerika Latin.¹⁶ Lebih jauh, menurut mantan Menteri Keuangan Brasil ini, kebijakan ekonomi yang dibutuhkan Brasil tidaklah dari paham kiri ataupun kanan, karena untuk bisa memakai kebijakan ekonomi yang konsisten, rasional dan pragmatis, tokoh publik haruslah memiliki keberanian politik, kompetensi teknis dan visi.

Bila demikian, mudah dibayangkan apa yang terjadi dengan rakyat di sini kalau sejatinya pesona kebijakan populis begitu mudah berubah menjadi kepalsuan, sementara tokoh pengusungnya di sini hanya jago pidato politik, dan tak hendak merinci proses mencapainya karena visinya berjangka waktu begitu pendek. Yakni hanya karena dipicu dan dipacu kehendak untuk menang dalam pertarungan politik belaka.***

¹⁶ Luiz Carloz Bresser-Pereira (“Populism and Economic Policy in Brazil”, *Journal of Interamerican Studies and World Affairs* 33(2), Summer 1991: 3-21),

Daftar Pustaka

Ignatio Walker, "The Three Lefts of Latin America", *DISSENT*/Fall 2008: 5-12.

<http://www.pemiluindonesia.com/berita-pemilu/survei-nielsen-biaya-iklan-pks-pdip-lampau-laporan-ke-kpu.html>

<http://nasional.kompas.com/read/xml/2009/06/19/1355172%20/wuih....nilai.iklan.kampanye.pilpres.rp.3.triliun>

Kurt Weyland 2003, "Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: How Much Affinity";

Victor Armony 2005, "Populism and neo-populism in Latin America";

Veronica Ronchi, 2007, "Populism and Neopopulism in Latin America: Clientilism, Trade Union Organization and Electoral Support in Mexico and Argentina in the '90s".

Fernando Henrique Cardoso 2006, "More than Ideology: The Conflation of Populism with the Left in Latin America," *Harvard International Review* Summer 2006, pp. 14-17.

Rudiger Dornbusch dan Sebastian Edwards 1989, *The Populism of Macroeconomics Populism in Latin America*.

Daniel Mejia dan Carlos Esteban Posada 2005, "Populist Policies in the Transition to Democracy".
Veronica Ronchi 2007.

Eef Saefulloh Fatah, 2009, "Menyoal Kebijakan Populis Dadakan", *Kompas* 20/1/2009.

Kompas 14/1/2009, "Klaim Keberhasilan untuk Kampanye"

Jeffrey Sach dan Fillipe Larrain (*Macroeconomics in the Global Economy*, 1993)

Luiz Carloz Bresser-Pereira ("Populism and Economic Policy in Brazil", *Journal of Internamerican Studies and World Affairs* 33(2), Summer 1991: 3-21),