

INKOMPATIBILITAS REGULASI DANA KAMPANYE PADA SISTEM PROPORSIONAL TERBUKA DALAM PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF INDONESIA

*(Campaign Finance Regulations Incompatibility with Open-List Proportional
Representation in Indonesia's Legislative Election)*

Daffa Athaillah Maulana dan Feyla Qintara Andafi

Universitas Indonesia

Jl. Prof. Mr Djokosoetono, Pondok Cina, Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

e-mail: daffa.athaillah@ui.ac.id, feyla.qintara@ui.ac.id

Abstrak

Indonesia telah mengalami perubahan fundamental dalam hal sistem pemilihan umum legislatif dari sistem proporsional daftar tertutup (*Close-List Proportional Representation/CLPR*) menjadi sistem proporsional daftar terbuka (*Open-List Proportional Representation/OLPR*). Sayangnya, transisi sistem pemilihan umum legislatif tersebut tidak diiringi oleh regulasi dana kampanye yang sesuai. Tulisan ini akan berfokus pada permasalahan regulasi dana kampanye dan sistem OLPR dalam pileg di Indonesia dengan metode penelitian hukum normatif. Tulisan ini sampai pada kesimpulan bahwa regulasi dana kampanye di Indonesia saat ini tidak cocok dengan sistem OLPR. Regulasi yang ada cenderung berfokus pada partai politik, padahal aktor utama dalam OLPR adalah caleg itu sendiri. Hal tersebut tercermin dalam pengaturan mengenai batasan dana kampanye, kewajiban pelaporan, hingga audit dana kampanye yang cenderung berfokus pada partai politik. Hal ini membuka celah hukum bagi caleg yang dapat berujung pada adanya *veiled political spending* hingga disparitas dana kampanye. Oleh karena itu, regulasi dana kampanye saat ini masih memerlukan kajian dan perbaikan untuk menyesuaikan sistem OLPR yang berlaku pada pemilihan umum legislatif di Indonesia.

Kata kunci: Regulasi Dana Kampanye, Sistem Perwakilan Proporsional Daftar Terbuka, Pemilu Legislatif

Abstract

Indonesia has undergone a fundamental change in terms of the legislative election system from a closed proportional representation system (*Close-List Proportional Representation/CLPR*) to an open proportional system (*Open-List Proportional Representation/OLPR*). Unfortunately, the transition to the legislative general election system was not accompanied by appropriate campaign finance regulations. This article will focus on the issue of campaign finance regulations and the OLPR system in the general election in Indonesia through a normative legal research method. This paper comes to the conclusion that current campaign finance regulations in Indonesia are not compatible with the OLPR system. Existing regulations tend to focus on political parties, even though the main actors in OLPR are the candidates themselves. This is reflected in arrangements

regarding limits on campaign funds, reporting obligations, and audits of campaign funds which tend to focus on political parties. This opens legal loopholes for legislative candidates which can lead to veiled political spending and disparities in campaign funds. Therefore, current campaign finance regulations still require study and improvement to adapt the OLPR system that applies to general legislative elections in Indonesia.

Keywords : Campaign Finance Regulations, Open List Proportional Representation (OLPR), Legislative Elections

A. Pendahuluan

Kampanye merupakan serangkaian proses dalam pemilihan umum yang pasti dilalui oleh semua calon, termasuk di dalamnya calon anggota legislatif. Rogers dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu.¹ Dalam konteks pemilihan umum legislatif, kampanye dilakukan sebagai sebuah upaya untuk mendapatkan dukungan massa agar dapat terpilih menjadi pejabat di tingkat legislatif. Salah satu faktor yang dapat mendukung pelaksanaan dan kesuksesan kampanye adalah tersedianya berbagai sumber daya, termasuk di dalamnya sumber daya finansial. Hal ini dikatakan demikian karena tanpa uang, seorang calon anggota legislatif tidak dapat menggerakkan kegiatan operasionalnya untuk kampanye, tidak dapat menemui konstituennya, tidak dapat mengongkosi sumber daya manusia yang terlibat, dan tidak dapat membeli berbagai logistik yang perlu disediakan.²

Berdasarkan kerangka hukum pemilu saat ini, dana kampanye dapat bersumber dari berbagai pihak seperti dari dana pribadi calon anggota legislatif, dari partai politik, maupun dari pihak-pihak lain yang sah menurut hukum.³ Jumlah dana yang dikeluarkan untuk proses kampanye tiap calon pun bervariasi, ada calon yang hanya mengeluarkan ratusan juta, tetapi ada juga calon lainnya yang mengeluarkan biaya hingga puluhan miliar. Prajna Research Indonesia mengungkapkan dalam risetnya terkait dengan modal calon anggota legislatif bahwa modal yang dibutuhkan untuk menjadi anggota DPR RI ada di angka Rp 1,15 miliar hingga Rp4,6 miliar per calon.⁴ Besarnya biaya politik dalam pemilu legislatif tersebut mendorong negara untuk hadir dan menunjukkan perannya dalam memastikan terciptanya pemilu yang menjamin persamaan hak dan keadilan untuk para calon. Namun, adanya celah hukum yang terdapat dalam hukum pemilu dan ketidaktegasan aparat dalam menindak pelanggaran menyebabkan dana kampanye ini kerap kali disalahgunakan dan

1 E. M. Rogers dan Storey J. D., "Communication Campaign," dalam *Handbook of Communication Science*, (Newbury Park : Sage, 1987), 817.

2 Fadli Ramadhanil, "Problematika Pengaturan Pembatasan Sumbangan Dana Kampanye Di Pemilihan Kepala Daerah Untuk Mewujudkan Integritas Pilkada," *Jurnal Keadilan Pemilu*, vol.2 (2020), hlm. 1

3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Ps. 329 Ayat (2).

4 Wiji Nurhayat, "Fantastis! Modal Jadi Caleg Bikin Syok, Butuh Segini," dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230824112116-4-465755/fantastis-modal-jadi-caleg-bikin-syok-butuh-segini>, pada 17 September 2023.

berujung pada praktik *money politics* atau bahkan praktik korupsi.⁵

Undang-Undang pemilu sejatinya telah mengalami beberapa kali revisi dan pergantian dengan harapan undang-undang ini dapat menjadi payung hukum yang sempurna untuk segala kondisi pada pemilu. Namun, perubahan undang-undang ini justru mencerminkan bahwa legislator tidak memandang serius isu terkait dengan dana kampanye. Hal ini dikatakan demikian karena tidak adanya perubahan yang signifikan dalam undang-undang pemilu yang terbaru. Aspek dalam dana kampanye yang berubah hanya terkait dengan jumlah perubahan maksimal yang diperbolehkan dari badan usaha / perusahaan / kelompok kepada partai politik peserta pemilu, batas waktu pelaporan awal dana kampanye, dan pemotongan waktu kampanye melalui iklan media cetak dan elektronik.⁶

Regulasi ini tentu menjadi tidak sesuai apabila disandingkan dengan kondisi yang ada dalam pemilihan umum saat ini, terutama terkait dengan perubahan sistem pemilihan umum yang semula sistem proporsional daftar tertutup menjadi sistem proporsional daftar terbuka. Perubahan sistem ini tentu akan melahirkan perilaku yang berbeda pada para calon anggota legislatif, terutama dalam menjalani proses kampanye. Pada sistem proporsional tertutup, keterpilihan calon anggota legislatif didasarkan pada besaran suara yang diterima partai politik dan berdasarkan nomor urut calon mulai dari yang terkecil.⁷ Pada sistem ini, partai politik memainkan peranan penting dalam penentuan calon yang terpilih dan sistem ini juga membuat pemilih tidak dapat mengungkapkan suatu preferensi terhadap calon legislatif tertentu yang ia sukai.⁸ Dengan demikian, persaingan yang terjadi dalam sistem proporsional tertutup lebih dititikberatkan pada persaingan antar partai politik. Sehingga, menjadi logis ketika kondisi tersebut menjadi dasar untuk Undang-Undang 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum memposisikan partai politik menjadi subjek yang wajib melaporkan dana kampanye.

Menjadi sebuah perdebatan ketika MK telah mengeluarkan putusan No. 22–24/PUU-VI/2009 yang mengubah sistem pemilu menjadi proporsional terbuka secara murni, tetapi regulasi dana kampanye tidak turut mengalami penyesuaian. Penyesuaian yang dimaksud dalam hal ini tidak terbatas pada siapa yang menjadi subjek dalam kewajiban melaporkan dana kampanye, melainkan beberapa aspek lainnya seperti sumber dan bentuk dana kampanye, batasan dana kampanye, serta laporan dana kampanye. Padahal, sistem yang berbeda akan melahirkan pola persaingan yang berbeda pula yang akan mengakibatkan pada ketidakcocokan regulasi dana kampanye yang ada dengan kondisi terkini dari pemilu legislatif di Indonesia. Maka untuk dapat menganalisa lebih

5 Adnan Topas Husodo, "Pengaturan Dana Kampanye dan Implikasinya terhadap Praktek Korupsi Pemilu," *Jurnal Pemilu dan Demokrasi 3* (Mei,2012), hlm.29

6 Veri Junaidi, "Dana Kampanye: Pengaturan Tanpa Makna," *Jurnal Pemilu dan Demokrasi 3* (Mei, 2012), hlm. 9.

7 Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, *Buku Saku Dana Kampanye oleh Komisi Pemilihan Umum*, (Jakarta: Komisi Pemilihan Umum), hlm. 10.

8 *Ibid.*

lanjut terkait dengan fenomena tersebut, tulisan ini akan menganalisis bagaimana kompatibilitas status quo regulasi kampanye terhadap sistem pemilu proporsional terbuka yang ada di Indonesia. Analisis tulisan ini akan berawal dari bagaimana perkembangan dan kondisi terkini terkait dengan pengaturan dana kampanye di Indonesia. Selanjutnya, tulisan ini akan menganalisis bagaimana dinamika dan dampaknya dari perubahan sistem pemilu terhadap pola perilaku calon anggota legislatif. Kemudian, tulisan ini akan dilanjutkan dengan analisis mengenai faktor-faktor apa saja yang membuat ketidakcocokan antara regulasi dana kampanye dengan sistem pemilu legislatif saat ini.

B. Metode Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah yang ada, tulisan ini akan menggunakan bentuk metode penelitian normatif. Penelitian hukum normatif ditujukan dalam rangka mengkaji suatu permasalahan dengan didasarkan pada penjelasan hukum positif dan turut mengakomodasi hukum sebagai kaidah maupun dasar.⁹ Penelitian ini berfokus dalam kajian hukum positif dan teori hukum yang dikhususkan dalam inkompatibilitas regulasi dana kampanye dalam *Open-List Proportional Representation* di Indonesia. Di samping itu, penelitian ini juga mencakup perbandingan hukum berkenaan dengan regulasi dana kampanye di negara lainnya dalam upaya menciptakan unsur kebaruan hukum di dalam pengaturan dana kampanye di Indonesia.¹⁰

Data-data yang dikumpulkan dalam tulisan ini akan dikaji menggunakan metode studi pustaka (*bibliography study*) yakni metode pengumpulan data yang didasarkan pada penelaahan informasi dari berbagai literatur hukum yang telah tersebar secara luas di masyarakat. Metode pengumpulan data ini selaras dengan metode penelitian yuridis normatif yang juga diterapkan dalam tulisan ini. Bentuk data yang dihasilkan dari studi pustaka nantinya adalah data sekunder yakni data yang mencakup bahan hukum primer, yakni hukum positif berupa perundang-undangan dan putusan pengadilan yang sifatnya mengikat serta memaksa; bahan hukum sekunder, yang terdiri dari buku, artikel ilmiah, skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian, dan lain sebagainya.¹¹

C. Pembahasan

1. Status Quo Regulasi Dana Kampanye Pemilu Legislatif

Saat ini, pengawasan dana kampanye pileg secara umum diatur melalui Pasal 329 – Pasal 339 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). Selain itu, sebagai peraturan pelaksana, Komisi Pemilihan Umum (KPU) juga mengeluarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye sebagaimana terakhir diubah dengan PKPU Nomor 34 Tahun 2018 (PKPU Dana Kampanye). Pada intinya, kedua instrumen regulasi ini mengatur lima hal terkait dana kampanye, yaitu¹²:

9 Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 52.

10 *Ibid*, hlm. 50.

11 Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), 65.

12 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Ps. 329 - Ps. 339.

- a. sumber dan bentuk dana kampanye;
- b. batasan dana kampanye;
- c. mekanisme penerimaan dana kampanye;
- d. laporan dan audit dana kampanye; dan
- e. sanksi

Sebelum membahas kelima substansi regulasi tersebut, tulisan ini akan memaparkan terlebih dahulu terkait definisi dana kampanye. Definisi dana kampanye tidak dapat ditemukan dalam UU Pemilu, melainkan terdapat dalam peraturan pelaksanaannya, yaitu PKPU Dana Kampanye. Berdasarkan PKPU Dana Kampanye, dana kampanye didefinisikan sebagai "...sejumlah biaya berupa uang, barang, dan jasa yang digunakan Peserta Pemilu untuk membiayai kegiatan Kampanye."¹³ Dengan demikian, sejatinya dana kampanye memiliki arti yang lebih luas, bukan sekadar uang, melainkan juga hal material lainnya seperti barang dan jasa. Berdasarkan regulasi ini pula, dana kampanye harus dikelola serta dipertanggungjawabkan berdasarkan prinsip legal, akuntabel, dan transparan.¹⁴ Sejatinya, prinsip ini sudah sejalan dengan rumusan yang dicanangkan oleh Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) International, bahwa salah satu standar yang diakui secara internasional terkait dengan *legal framework* pengawasan dana kampanye adalah adanya sistem yang terbuka guna mengetahui dana yang diterima oleh setiap parpol maupun kandidat.¹⁵ Akan tetapi, prinsip-prinsip ini justru tidak diejawantahkan ke dalam regulasi pengawasan dana kampanye pileg .

Dari segi sumber dan bentuk kampanye, regulasi dana kampanye di Indonesia mengatur mengenai siapa saja dan dalam bentuk apa saja dana kampanye yang diperbolehkan. Berdasarkan Pasal 329 ayat (2) UU Pemilu dan Pasal 6 PKPU Dana Kampanye, dana kampanye pileg DPR dan DPRD bersumber dari:

- a. parpol;
- b. calon anggota DPR dan DPRD parpol bersangkutan; dan/atau
- c. sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain.

Sumbangan dari parpol sebagaimana yang dimaksud tersebut berasal dari keuangan parpol, sedangkan sumbangan dari caleg adalah bersumber dari kekayaan pribadi caleg tersebut. Sumbangan dari pihak lain yang dimaksud mencakup sumbangan dari perseorangan, kelompok, dan/atau perusahaan atau badan usaha non pemerintah. Sumbangan ini ditujukan kepada caleg melalui parpol, sehingga sumbangan tersebut dikategorikan sebagai

13 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum, Ps. 1 angka 20.

14 *Ibid.*, Ps. 4.

15 Ade Alifya, "Quo Vadis Pengaturan Dana Kampanye: Catatan Evaluasi Regulasi Dana Kampanye Pemilu Serentak Tahun 2019," *Electoral Research* (September 2009), hlm. 4.

sumbangan parpol untuk caleg. Berdasarkan Pasal 14 PKPU Dana Kampanye, seluruh sumbangan tersebut dapat diberikan dalam bentuk uang, barang, dan/atau jasa. Khusus dalam bentuk uang, sumbangan tersebut harus ditempatkan dalam Rekening Khusus Dana Kampanye (RKDK) terlebih dahulu.

Regulasi dana kampanye di Indonesia juga mengatur terkait batasan dana kampanye. Dalam hal ini, batasan dana kampanye dapat berarti dua hal, yaitu batasan pemasukan (atau sumbangan) dan batasan pengeluaran.¹⁶ Dalam hal pemasukan, UU Pemilu maupun peraturan pelaksanaannya tidak mengatur batasan dana kampanye secara akumulatif bagi sebuah partai, melainkan hanya menentukan batasan sumbangan dari masing-masing pihak penyumbang. Sumbangan individu tidak boleh melebihi Rp2.500.0000 dan sumbangan pihak lain kelompok; perusahaan; dan/atau badan usaha non pemerintah tidak boleh melebihi Rp25.000.000.000 sebagaimana diatur dalam Pasal 331 UU Pemilu. Sedangkan, dalam hal batasan pengeluaran, baik UU Pemilu maupun peraturan pelaksanaannya tidak mengatur seberapa banyak sebuah partai dapat mengeluarkan dananya untuk kampanye, peraturan ini hanya mengatur bahwa sumbangan dalam bentuk barang dan/atau jasa dicatat berdasarkan harga pasar yang wajar pada saat sumbangan itu diterima. Di lain sisi, sejumlah peraturan yang lebih teknis mengatur batasan wajar untuk sejumlah *item* pengeluaran.¹⁷ Sebagai contoh, Keputusan KPU Nomor 2768/PL.02.4- Kpt/06/KPU/I/2019 tentang Biaya Makan, Minum, dan Transportasi Peserta Kampanye yang mengatur komponen pengeluaran tersebut berdasarkan standar biaya daerah yang ditetapkan oleh pemerintah daerah, serta larangan untuk memberikan dalam bentuk uang.

Kemudian, dari segi pertanggungjawaban dana kampanye, regulasi dana kampanye di Indonesia juga mengatur kewajiban pelaporan dan audit dana kampanye pileg. Berdasarkan Pasal 36 PKPU Dana Kampanye, laporan dana kampanye meliputi:

- a. Laporan Awal Dana Kampanye (LADK);
- b. Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK); dan
- c. Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK).

Dalam konteks pileg, berdasarkan Pasal 5 ayat (2) PKPU Dana Kampanye, laporan dana kampanye ini merupakan tanggung jawab parpol peserta pemilu. Laporan dana kampanye tersebut kemudian akan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang ditetapkan oleh KPU, yang akan diselesaikan selambat-lambatnya 30 hari. Pendekatan audit yang dilakukan KAP terhadap laporan dana kampanye tersebut adalah audit kepatuhan dengan menggunakan

16 Mada Sukmajati dan Fikri Disyacitta, "Pendanaan Kampanye Pemilu Serentak 2019 di Indonesia: Penguatan Demokrasi Patronase?" *Jurnal Antikorupsi Integritas* 5 (2019): 78, <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.398>.

17 *Ibid.*

Standar Perikatan Asurans (SPA) 3000 Perikatan Asurans Selain Audit atau Reviu atas Informasi Keuangan Historis yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia.¹⁸

Terakhir, regulasi dana kampanye di Indonesia juga mengatur terkait sanksi administratif maupun pidana dalam konteks pileg, yaitu sebagai berikut:

- a. parpol yang tidak menyampaikan LADK sampai dengan batas waktunya dikenai sanksi berupa pembatalan sebagai peserta pemilu pada wilayah yang bersangkutan;
- b. parpol yang tidak menyampaikan LPPDK kepada KAP sampai dengan batas waktunya dikenai sanksi berupa tidak ditetapkannya caleg menjadi calon terpilih;
- c. Peserta pemilu yang melanggar ketentuan penerimaan sumbangan dikenai sanksi pidana sesuai UU Pemilu;
- d. KAP yang tidak memberikan informasi yang benar dikenai sanksi berupa pembatalan pekerjaan dan tidak berhak mendapatkan pembayaran jasa, dengan terlebih dahulu diberikan kesempatan klarifikasi.

2. **Dinamika *Open-List Proportional Representation* di Indonesia**

Menurut Titi Anggraini, Indonesia secara bertahap telah menerapkan OLPR pada pemilihan umum legislatifnya. Penerapan OLPR bermula ketika berlakunya Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2003 Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (UU 12/2003). Hal ini diatur dalam Pasal 107 ayat (2) UU 12/2003 yang mengatur bahwa caleg yang mencapai angka Bilangan Pembagi Pemilih (BPP)¹⁹ akan ditetapkan sebagai calon terpilih, sementara caleg yang tidak mencapai BPP akan dipilih berdasarkan nomor urut pada daftar calon di daerah pemilihan tersebut. Titi Anggraeni berhemat bahwa model ini merupakan sistem proporsional terbuka yang relatif tertutup (*relatively closed open list system*).²⁰ Model *relatively closed open list system* tersebut kemudian diubah dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (UU 10/2008) yang mencabut UU 12/2003. Pasal 214 UU 8/2010 mengubah persyaratan perolehan suara bagi caleg terpilih. Dalam hal ini, caleg hanya perlu memperoleh sekurangnya 30% dari BPP. Titi Anggraini menyebut model ini sebagai sistem proporsional yang lebih terbuka (*a 'more open' list system*).²¹

18 Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1781/PL.01.6-Kpt/03/KPU/XI/2018 tentang tentang Pedoman Pelaksanaan Audit Laporan Dana Kampanye Pemilihan Umum.

19 Bilangan Pembagi Pemilihan (BPP) adalah bilangan yang diperoleh dari hasil pembagian jumlah suara sah dengan jumlah kursi di daerah pemilihan untuk menentukan jumlah perolehan kursi partai politik peserta Pemilu dan terpilihnya anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.

20 Titi Anggraeni, MK dan Pilahan Sistem Pemilu, <https://perludem.org/2023/02/04/mk-dan-pilihan-sistem-pemilu-oleh-titi-anggraini/>, diakses 18 September 2023.

21 *Ibid.*

Pada tahun yang sama, norma Pasal 214 UU 8/2010 tersebut dinyatakan inkonstitusional berdasarkan Putusan MK Nomor 22-24/PUU-VI/2008.²² Dalam *ratio decidendi*-nya, MK berpandangan bahwa ketentuan bahwa caleg harus memperoleh minimal 30% dari BPP telah merugikan hak konstitusional pemilih dan caleg dalam pemilihan umum legislatif. Ketentuan tersebut dianggap kontraproduktif dengan kedaulatan rakyat secara substantif dan prinsip keadilan Pasal 28D ayat (1) UUD 1945. Pasal 214 UU 8/2010 dianggap tidak mengindahkan kehendak rakyat atas caleg yang telah dipilihnya. Menurut MK, besarnya suara yang diperoleh oleh caleg terpilih, meskipun tidak mencapai jumlah 30% dari BPP, telah menunjukkan tingginya legitimasi politik.²³ Oleh karena itu, keterpilihan anggota legislatif tidak boleh bergeser dari kehendak rakyat kepada kehendak pengurus parpol.²⁴

Sistem proporsional (perwakilan berimbang) atau yang juga dikenal sebagai *proportional representation system* adalah suatu sistem pemilihan dimana kursi yang tersedia di parlemen dibagikan kepada partai-parpol sesuai dengan imbalan perolehan suara yang didapat parpol bersangkutan.²⁵ Artinya, rasio perolehan suara antar parpol sama dengan rasio perolehan kursi dalam parlemen.²⁶ Sementara yang dimaksud dengan OLPR adalah sistem yang memungkinkan pemilih untuk dapat memilih secara langsung caleg yang diusung oleh parpol.²⁷ Hal ini dapat dilakukan dengan mencoblos nama caleg peserta pemilu yang telah tertera di surat suara. Nama-nama anggota legislatif yang lolos ke parlemen ditentukan berdasarkan jumlah suara terbanyak yang diperoleh masing-masing kandidat anggota legislatif, dimana penentuannya sendiri tidak memuat campur tangan parpol pengusung caleg tersebut.²⁸

Kendatipun sistem proporsional terbuka memiliki banyak kelebihan, tetapi tidak dapat dinafikan bahwa sistem ini melahirkan persaingan yang sangat kompetitif untuk memperebutkan kursi parlemen. Persaingan tersebut bahkan lahir bukan hanya antar para caleg yang berbeda parpol, melainkan juga para caleg yang tergabung dalam satu parpol yang sama. Mereka berlomba-lomba, baik dalam konteks positif maupun negatif, untuk dapat menarik simpati dan dukungan rakyat agar mengantarkan mereka pada kemenangan. Di satu sisi, lahirnya sistem ini menguatkan kedaulatan rakyat sebagaimana amanat dalam konstitusi, tetapi di sisi lain sistem ini pula yang akhirnya membuat caleg melakukan pendekatan finansial kepada rakyat untuk akhirnya meloloskan mereka ke dalam parlemen.

22 Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 22 – 24/PUU-VI/2008, 108.

23 *Ibid.*, 102.

24 *Ibid.*, 103.

25 Jimly Asshiddiqie, *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 422.

26 Dhurorudin Mashad, *Reformasi Sistem Pemilu dan Peran Sospol Abri*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1998), 22.

27 Ni'matul Huda dan Imam Nasef, *Penataan Demokrasi & Pemilu Di Indonesia Pasca Reformasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2017), 46.

28 Khoirul Muslimin, *Buku Ajar Komunikasi Politik* (Jepara: Unisnu Press, 2020).

Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh parpol ataupun caleg sejatinya merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat yang jika dilakukan secara intens seharusnya dapat menanamkan nilai, norma, dan simbol politik yang didasarkan pada prinsip demokrasi. Akan tetapi, alih-alih menanamkan hal-hal tersebut, realita saat ini justru lebih menggambarkan kampanye sebagai proses untuk jual-beli suara antara caleg dengan konstituennya. Proses demikian juga berjalan beriringan dengan lahirnya pemilih yang pragmatis, dimana pertimbangan rakyat untuk memilih caleg lebih dititik beratkan pada pertimbangan matematis-ekonomis yang menjadikan rakyat akan memilih para caleg yang kuat secara finansial.

Proses jual-beli suara yang berlangsung berulang kali akhirnya dapat menimbulkan pemikiran bahwa pemilu adalah sebuah momentum, yaitu momen rakyat untuk akhirnya berpeluang mendapatkan uang sebesar-besarnya dari para caleg. Hal tersebut dapat berjalan dengan pemikiran transaksional, dimana rakyat berpikir bahwa mereka memiliki *bargaining position* yang kuat sebagai penentu caleg dapat menduduki kursi di parlemen dan caleg berpikir bahwa uang yang mereka keluarkan akan berbanding lurus dengan hasil perolehan suara yang mereka dapat. Contoh kasus nyata dapat terlihat dalam wawancara yang dilakukan oleh Abd. Halim terhadap Hama yang merupakan salah satu anggota timses caleg pada Pemilu 2014. Ia menyatakan bahwa "*Orang-orang di sini memanfaatkan momen-momen pileg. sama seperti halnya pemilihan kepala desa. Akan dipilih jika ada uangnya yang penting cukup buat beli cemilan saat pergi ke tempat pemungutan. Kalau tidak ada uangnya, buat apa dipilih, hanya bikin mulut hambar* (suatu ungkapan orang Mandala untuk menyebut seseorang yang tidak punya uang makan).²⁹

Pemilih yang pragmatis dengan pendekatan matematis-ekonomis akan berujung pada mahalannya biaya politik yang perlu dikeluarkan oleh seorang individu, dalam hal ini caleg, untuk mendapatkan kursi di parlemen. Biaya politik tersebut juga lebih dibebankan pada caleg dibandingkan pada parpol karena kembali pada hakikat semula, bahwa persaingan dalam sistem proporsional terbuka tidak hanya terjadi antar parpol, melainkan juga terjadi dalam internal parpol, yaitu sesama caleg. Laporan Awal Dana Kampanye (LADK) untuk Pemilihan Umum Legislatif 2019 menunjukkan dominasi kontribusi caleg terhadap penerimaan dana kampanye. Calon legislatif berkontribusi dalam sumbangan dana kampanye sebesar Rp1,99 triliun atau 84% dari seluruh jumlah dana kampanye. Sementara itu, partai politik hanya berkontribusi sebanyak Rp315,6 miliar atau 13.3%.³⁰

29 Abdul Halim, "Dampak Sistem Proporsional Terbuka terhadap Perilaku Politik (Studi Kasus dalam Masyarakat Sumenep Madura pada Pemilu Legislatif 2014), *Jurnal Humanity* 9, No. 2 (Maret, 2014): 7, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2387>

30 Rudi Hermanto, "Problematika Pelaporan Dana Kampanye pada Pemilu Legislatif Tahun 2019," *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 1 (Mei 2020): 3, <https://journal.kpu.go.id/index.php/TKP/article/view/85/85>.

3. Faktor-Faktor Inkompabilitas Regulasi Dana Kampanye dalam OLPR di Pemilu Legislatif Indonesia

Sebagaimana telah dijabarkan sebelumnya, transisi dari CLPR menuju OLPR berimplikasi juga pada berubahnya skema pendanaan kampanye. Sayangnya, perubahan sistem CLPR menjadi OLPR tersebut tidak diiringi dengan penyesuaian regulasi dana kampanye. Hal ini tampak jelas Dalam laporan dana kampanye Pileg 2019. Berdasarkan data dari KPU, parpol hanya berkontribusi sebesar 13,31% dari total dana kampanye. Sedangkan, caleg berkontribusi signifikan sebesar 84% dari keseluruhan dana kampanye.³¹ Data tersebut menunjukkan disparitas komposisi pendanaan kampanye pileg di Indonesia. Sekali lagi, hal ini menunjukkan bahwa pileg saat ini berfokus pada caleg sebagai kontributor utama, termasuk dalam aspek finansial. Namun sayangnya, regulasi dana kampanye di Indonesia masih berfokus pada parpol. Kerangka regulasi demikian sejatinya hanya cocok diimplementasikan dalam CLPR, bukan OLPR.³²

Ketidakcocokan tersebut didasari oleh beberapa faktor. *Pertama*, tanggung jawab hukum atas dana kampanye berada pada parpol masing-masing.³³ Hal ini berimplikasi pada berbagai hal, salah satunya adalah ketiadaan kewajiban pelaporan dari caleg secara individual ke KAP dan KPU. *Kedua*, tidak adanya regulasi batasan kontribusi dana kampanye. Kondisi ini memperparah persaingan individu antar caleg, bahkan dalam satu partai. Dalam berkampanye, caleg bersama timnya akan cenderung membangun ‘mesin politik’ sendiri yang terlepas dari organisasi politiknya.³⁴ *Ketiga*, mekanisme audit laporan dana kampanye yang tidak efektif. Sebagaimana disampaikan sebelumnya, pendekatan audit yang dilakukan untuk mengaudit laporan dana kampanye hanyalah audit kepatuhan, yang tentunya tidak mencerminkan realita belanja kampanye. Hal ini kontradiktif dengan perkembangan OLPR yang mendorong kuatnya sumbangan dari dan untuk caleg yang berujung pada belanja politik terselubung. Terkait faktor ketiga ini akan dijabarkan lebih lanjut pada bagian tersendiri.

Ketidakcocokan regulasi dengan sistem OLPR ini membuka celah hukum dalam penerimaan dan penggunaan dana kampanye oleh caleg. Garret dan Smith berhemat bahwa pemanfaatan celah tersebut merupakan belanja politik terselubung (*veiled political spending*). Menurut Wegik Prasetyo, *veiled political spending* merupakan belanja kampanye yang dapat dideteksi eksistensinya, tetapi tidak dapat dibuktikan maupun diungkap dengan regulasi

31 Data oleh KPU disadur dari Rudi Hermanto, “Problematika Pelaporan Dana Kampanye pada Pemilu Legislatif Tahun 2019,” *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 1, no. 2 (Mei 2020): 3, <https://doi.org/10.46874/tkp.v1i2.85>.

32 Ahsanul Minan, “Parpol, Sistem Proporsional Terbuka, dan Pembiayaan Kampanye Pada Pileg 2014,” dalam *Pembiayaan Pemilu di Indonesia*, ed. Mada Sukmajati dan Aditya Perdana (Jakarta: Bawaslu, 2018), hlm. 50.

33 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Ps. 329 ayat (1).

34 Edward Aspinall and Ward Berenschot, *Democracy for sale: elections, clientelism, and the state in Indonesia* (Ithaca: Cornell University Press, 2019).

pelaporan dana kampanye yang ada.³⁵ Selain itu, adalah hal yang sangat mungkin bila caleg secara individual melakukan belanja kampanye tanpa menyetor atau melaporkannya terlebih dahulu kepada parpol. Caleg bisa saja mendapatkan sumbangan dari perseorangan ataupun perusahaan, kemudian “mencuci”-nya seolah-olah dana tersebut bukanlah sumbangan, kemudian disetorkan ke RKDK milik parpol peserta pileg.³⁶ Sebab, tidak ada pengawasan maupun audit individual terhadap belanja kampanye caleg.

4. Laporan dan Audit Dana Kampanye: Formalitas Administratif Belaka

Sebagaimana telah dijelaskan di muka, bahwa parpol memiliki kewajiban untuk menyampaikan tiga jenis laporan dana kampanye, yaitu LADK, LPSDK, dan LPPDK. Kemudian, ketiga laporan tersebut akan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang ditunjuk oleh KPU. Audit ini merupakan audit kepatuhan dengan menggunakan Standar Perikatan Asurans (SPA) 3000 Perikatan Asurans Selain Audit atau Reviu atas Informasi Keuangan Historis yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia.³⁷ Dalam Keputusan KPU Nomor 1781/PL.01.6-Kpt/03/KPU/XI/2018 tidak terdapat definisi mengenai audit kepatuhan. Artikel ini akan merujuk pada definisi audit kepatuhan berdasarkan pendapat ahli. Menurut Mulyadi, audit kepatuhan adalah suatu pendekatan audit yang bertujuan untuk menentukan kesesuaian dengan kondisi atau peraturan tertentu.³⁸ Berdasarkan regulasi dana kampanye yang ada, audit kepatuhan tersebut hanya dilakukan terhadap parpol calon anggota DPD.³⁹ Padahal, sebagaimana yang telah disampaikan di muka, aktor utama dalam OLPR adalah caleg itu sendiri. Tidak adanya kewajiban pelaporan secara individual ini dapat membuka celah bagi caleg untuk melakukan *veiled political spending*. Bahkan, caleg juga bisa ‘menggelapkan’ identitas penyumbang dana yang ia setorkan ke RKDK, seolah dana tersebut miliknya, padahal dana tersebut berasal dari pihak lain yang diserahkan secara langsung kepadanya.

Sejatinya masih terdapat berbagai celah yang membuat regulasi laporan dana kampanye ini hanyalah formalitas belaka. Baik LADK, LPSDK, maupun LPPDK hanya memuat informasi yang bersifat umum saja, contohnya adalah besarnya total sumbangan, pengeluaran, dan masing-masing jumlah sumbangan per kategori penyumbang. Sedangkan, informasi yang lebih vital seperti sumber-sumber dan penggunaan faktual dana kampanye justru tidak tercantum di dalamnya. Bahkan, nama-nama penyumbang dana kampanye hanya dapat diakses oleh KAP, penyelenggara pemilu, dan *non governmental organization*

35 Wegik Prasetyo, “Optimalisasi Bekerjanya Pengungkapan Dana Kampanye sebagai Strategi Pencegahan Politik Uang,” *Jurnal Antikorupsi Integritas* 5 (2019)I: <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.336>.

36 Hermanto, “Problematika Pelaporan Dana,” 9.

37 Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1781/PL.01.6-Kpt/03/KPU/XI/2018 tentang tentang Pedoman Pelaksanaan Audit Laporan Dana Kampanye Pemilihan Umum.

38 Mulyadi, *Auditing*, ed. 6 (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 30.

39 Alifya, “*Quo Vadis* Pengaturan,” 9.

(NGO) kepemiluan saja.⁴⁰ Selain itu, pada Pemilu 2019 terdapat sembilan parpol yang tidak mengungkapkannya identitas penyumbang secara lengkap.⁴¹

Hal ini kemudian diperparah dengan sistem audit dana kampanye pileg yang kurang menyeluruh. Seperti yang sudah disampaikan di muka, bahwa pendekatan yang dilakukan dalam audit dana kampanye pileg adalah audit kepatuhan yang memeriksa tiga hal, yaitu waktu pelaporan, sumber dana kampanye, dan batas dana kampanye.⁴² Dalam hal ini, tidak terdapat audit yang bersifat investigatif dan komprehensif yang mewajibkan auditor untuk memeriksa validitas antara laporan dana kampanye yang disampaikan dengan belanja riil yang dilakukan oleh caleg maupun parpol.⁴³ Dengan demikian, sekali lagi, laporan dan audit dana kampanye ini memang hanya formalitas belaka. Peserta pileg bisa saja membuat laporan dana kampanye yang tidak sesuai belanja riil. Sepanjang masih tepat waktu dan tidak melebihi batasan dana kampanye, maka peserta pileg dapat dinyatakan patuh.

Potensi pelanggaran juga terdapat dalam proses penunjukkan KAP oleh KPU. Penunjukkan KAP ini dilakukan melalui mekanisme tertutup sehingga bisa saja KAP yang ditunjuk tersebut tidak kompeten.⁴⁴ Selain itu, penunjukkan secara tertutup juga memungkinkan adanya transaksi politis maupun konflik kepentingan di dalamnya. Contohnya adalah KPU Kota Madiun yang menunjuk KAP yang ternyata dimiliki oleh Ketua KPU Kota Madiun itu sendiri.⁴⁵ Tidak hanya sampai di situ, penunjukkan KAP juga memiliki permasalahan terkait anggaran yang dimiliki KPU. KPU bukan menunjuk KAP terbaik, melainkan menunjuk KAP yang sesuai dengan anggaran yang sudah ditetapkan. Tidak ada regulasi pula yang mengatur terkait batasan klien yang dapat diaudit oleh masing-masing KAP sehingga membuka kemungkinan KAP tersebut melimpahkan pekerjaan auditnya kepada akuntan lepas (subkontrak).⁴⁶ Hal tersebut tentu akan mempengaruhi kualitas hasil audit yang diharapkan.

5. Studi Komparasi: Bulgaria

Regulasi dana kampanye merupakan hal yang wajib ada dalam setiap perhelatan pemilu di negara manapun, termasuk di negara Bulgaria. Dengan mengacu pada *The Election Code Chapter Eleven : Election Campaign Financing* dapat terlihat jelas perbedaan-perbedaan

40 *Ibid.*, hlm. 6-7.

41 Rudi Hermanto, "Problematika Pelaporan Dana Kampanye pada Pemilu Legislatif Tahun 2019," *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 1 (Mei 2020): 3, <https://journal.kpu.go.id/index.php/TKP/article/view/85/85>.

42 Amalia Salabi, "Audit Kepatuhan dalam Laporan Dana Kampanye," <https://rumahpemilu.org/audit-kepatuhan-dalam-laporan-dana-kampanye/>, diakses 11 November 2022.

43 Wegik, "Optimalisasi Bekerjanya,"

44 *Ibid.*

45 *Ibid.*

46 *Ibid.*, 21.

yang terdapat dalam pengaturan dana kampanye di Bulgaria dan di Indonesia. Untuk sumber dana kampanye, Bulgaria menyatakan secara tegas bahwa setidaknya terdapat sumber 3 dana kampanye yang diperbolehkan, yaitu (1) dana yang berasal dari uang pribadi caleg, (2) sumbangan perseorangan kampanye yang diterima oleh caleg, dan (3) kontribusi kampanye dari uang partai politiknya.

Dalam hal subjek yang dibebankan untuk melakukan pelaporan terhadap dana kampanye, Bulgaria dalam *Article 172 (2) The Election Code* menyatakan bahwa seorang yang menjadi calon anggota legislatif atau dalam hal ini disebut sebagai representasi partai, memiliki kewajiban untuk melaporkan dana kampanye selama 30 hari setelah pemungutan suara. Hal ini berbeda dengan Indonesia, dimana sistem yang digunakan adalah sama-sama OLPR, akan tetapi Indonesia belum membebaskan laporan dana kampanyenya terhadap masing-masing calon anggota legislatif.

Kemudian, terkait dengan pembatasan dari sumbangan dana kampanye juga Bulgaria memiliki pengaturan yang lebih tegas dan jelas. Bulgaria secara tegas memlimitasi jumlah sumbangan yang dapat diberikan oleh seorang individu terhadap kampanyenya sendiri. Dalam *Article 161 (1 –5) The Election Code* mengatur batasannya sebagai berikut :

Saat pemilihan <i>national representatives for national assembly</i>	a. BGN 3.000.000 untuk partai dan koalisi b. BGN 200.000 untuk individu atau calon legislatif
Setelah pemilihan	a. BGN 4.000.000 untuk partai dan koalisi b. BGN 200.000 untuk individu atau calon legislatif

Bahkan regulasi dana kampanye di Bulgaria tidak membatasi jumlah dana kampanye hanya berdasarkan waktu dan kategori sumbangan, melainkan juga membatasinya berdasarkan besaran wilayah dan jumlah penduduk. Hal ini berbanding terbalik dengan regulasi dana kampanye di Indonesia, dimana regulasi tersebut masih terdapat celah, yaitu tidak adanya pembatasan terhadap jumlah sumbangan dari individu atau calon anggota legi

D. Penutup

Tulisan ini memperlihatkan bahwa sejatinya, regulasi dana kampanye di Indonesia masih belum sesuai dengan kondisi sistem pemilu Indonesia saat ini, yaitu sistem proporsional terbuka atau OLPR. Regulasi dana kampanye di Indonesia masih menitikberatkan perannya pada partai politik dibanding dengan peran dan tanggung jawab dari masing-masing individu caleg. Hal ini tidak sesuai dengan perubahan pola persaingan yang terjadi ketika berpindah ke sistem OLPR. Dalam sistem ini, aktor utama dalam kampanye adalah caleg itu sendiri. Bahkan, caleg dapat membuat mesin politiknya sendiri terlepas dari organisasi politik asalnya.

Indonesia harus segera mereformasi regulasi dana kampanyenya untuk menyesuaikan sistem OLPR. Hal ini dapat dimulai dengan mengubah paradigma pertanggungjawaban dana kampanye menjadi berfokus pada caleg secara individual. Dalam hal ini, Indonesia dapat mengadopsi konsep regulasi dana kampanye Bulgaria. Kemudian, regulasi dana kampanye juga harus memberikan batasan kontribusi bagi caleg. Dengan adanya batasan ini, kompetisi individu yang tidak sehat antar caleg dapat diredam. Terakhir, regulasi dana kampanye juga harus mengubah pendekatan audit dana kampanye, yang semula hanya audit kepatuhan menjadi audit investigatif. Dengan ini, pengungkapan dana kampanye akan menjadi lebih transparan dan akuntabel untuk mencegah adanya *veiled political spending*.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Asshiddiqie, Jimly. *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Huda, Ni'matul dan Imam Nasef, *Penataan Demokrasi & Pemilu Di Indonesia Pasca Reformasi*, Yogyakarta: Kanisius, 2017.
- IDEA. *Desain Penyelenggaraan Pemilu: Buku Pedoman International IDEA*, Stockholm: International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2005.
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. *Buku Saku Dana Kampanye oleh Komisi Pemilihan Umum*, Jakarta: Komisi Pemilihan Umum.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 52.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, 2020.
- Muslimin, Khoirul. *Buku Ajar Komunikasi Politik*, Jepara: Unisnu Press, 2020.
- Riwanto, Agus. *Korelasi Pengaturan Sistem Pemilu Proporsional Terbuka Berbasis Suara Terbanyak dengan Korupsi Politik di Indonesia*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2015.
- E.M, Rogers dan Storey J. D. "Communication Campaign," dalam *Handbook of Communication Science*, Newbury Park : Sage, 1987.

B. Makalah dan Artikel Jurnal

- Alifya, Ade. "Quo Vadis Pengaturan Dana Kampanye: Catatan Evaluasi Regulasi Dana Kampanye Pemilu Serentak Tahun 2019." *Electoral Research*. 2009. <https://journal.kpu.go.id/index.php/ERE/article/view/126/3>.
- Halim, Abdul. "Dampak Sistem Proporsional Terbuka terhadap Perilaku Politik (Studi Kasus dalam Masyarakat Sumenep Madura pada Pemilu Legislatif 2014)." *Jurnal Humanity* 9, No. 2. 2014. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2387>.
- Hermanto, Rudi. "Problematika Pelaporan Dana Kampanye pada Pemilu Legislatif Tahun 2019." *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 1, no. 2 (Mei 2020): 3, <https://doi.org/10.46874/tkp.v1i2.85>.
- Prasetyo, Wegik. "Optimalisasi Bekerjanya Pengungkapan Dana Kampanye sebagai Strategi Pencegahan Politik Uang." *Jurnal Antikorupsi Integritas*, (2019), <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.336>.
- Sukmajati, Mada dan Fikri Disyacitta. "Pendanaan Kampanye Pemilu Serentak 2019 di Indonesia: Penguatan Demokrasi Patronase?" *Jurnal Antikorupsi Integritas* 5. 2019. <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.398>.
- Ramadhanil, Fadli. "Problematika Pengaturan Pembatasan Sumbangan Dana Kampanye Di Pemilihan Kepala Daerah Untuk Mewujudkan Integritas Pilkada," *Jurnal Keadilan Pemilu*, vol.2 (2020), hlm. 1

Husodo, Adnan Topas. "Pengaturan Dana Kampanye dan Implikasinya terhadap Praktek Korupsi Pemilu," *Jurnal Pemilu dan Demokrasi* 3 (Mei,2012).

Junaidi, Veri. "Dana Kampanye: Pengaturan Tanpa Makna," *Jurnal Pemilu dan Demokrasi* 3 (Mei, 2012).

C. Internet

Salabi, Amalia. "Menyudahi Korupsi Politik Lewat Pemilu, Adopsi Regulasi Lewat Studi Komparasi." *Perludem*, 24 Maret 2023. <https://perludem.org/2018/11/23/menyudahi-korupsi-politik-lewat-pemilu-adopsi-regulasi-lewat-studi-komparasi/>.

Wiji Nurhayat, "Fantastis! Modal Jadi Caleg Bikin Syok, Butuh Segini," *CNBC Indonesia*, 17 September 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230824112116-4-465755/fantastis-modal-jadi-caleg-bikin-syok-butuh-segini>.

D. Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 29 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 34 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum

Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 22 – 24/PUU-VI/2008

Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1781/PL.01.6-Kpt/03/KPU/XI/2018 tentang tentang Pedoman Pelaksanaan Audit Laporan Dana Kampanye Pemilihan Umum.

BIODATA PENULIS

Daffa Athallah Maulana adalah seorang mahasiswa tahun kedua Fakultas Hukum Universitas Indonesia dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) sementara 3,52. Daffa juga memiliki sejumlah pengalaman magang sebagai Staf Magang Kejaksaan Negeri Depok (2023) dan sebagai *Legal Compliance Intern* Asosiasi Layanan Urun Dana Indonesia (2022). Selain itu, Daffa juga mengikuti sejumlah organisasi non akademik, yaitu sebagai *Deputy Director of Research and Development* Amnesty International Indonesia Chapter Universitas Indonesia (2022–2023), Staf Riset Divisi Keuangan Perbankan *Business Law Society* Fakultas Hukum Universitas Indonesia (2022–2023), dan Staf Magang Bidang Sosial Politik Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Indonesia (2022). Selain itu, Daffa juga pernah tergabung dalam Program Hibah Pengabdian Masyarakat Fakultas Hukum Universitas Indonesia ke Pulau Untung Jawa (2022). Daffa juga merupakan penerima Beasiswa Ikatan Alumni Fakultas Hukum UI 1992 (2022). Selama berkuliah, Daffa juga berhasil meraih prestasi di berbagai kompetisi, antara lain adalah Nominasi Kehormatan pada *Model Indonesian Parliament Universitas Indonesia* (2022), Peringkat Kedua pada *National Law Student Conference* Fakultas Hukum Universitas Airlangga (2022), dan Peringkat Kedua pada *Business Law Society Internal Legal Opinion Competition* (2022).

Feyla Qintara Andafi adalah seorang mahasiswi tahun kedua hukum di Universitas Indonesia dengan IPK sementara 3,65. Sebelumnya, ia menempuh pendidikan di SMA Negeri 28 Jakarta. Feyla memiliki pengalaman magang di bidang hukum, yaitu sebagai Staf Magang Kejaksaan Negeri Jakarta Selatan (2023) yang ditempatkan di bagian Penuntutan. Selain itu, Feyla juga mengikuti sejumlah organisasi non akademik, diantaranya sebagai Staf Divisi Kajian, Literasi, dan Riset Indonesian Law Debating Society FH UI (2021 – 2022), Staf Departemen Pemberdayaan Mahasiswa dan Badan Semi Otonom BEM FH UI 2022 (2021 – 2022), dan Staf magang Divisi Internal Affairs Asian Law Student Association. Feyla juga pernah menjadi relawan dalam Yayasan Perlindungan Perempuan dan Anak (2020). Adapun pencapaian Feyla dalam beberapa kegiatan lomba adalah sebagai juara 2 Gebyar Konstitusi VII Piala Bergilir Mahkamah Konstitusi (2023), Duta Konstitusi (pembicara terbaik) dalam lomba Gebyar Konstitusi VII Piala Bergilir Mahkamah Konstitusi (2023), dan juara 2 Lomba Debat Hukum Nasional Red Colony Law Fair V.