

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi Strategi Marketing Politik yang diterapkan oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Jepara tahun 2019. Dengan berfokus pada konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan pendekatan ofensif serta defensif, penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong keberhasilan PPP dalam memenangkan dukungan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPP berhasil membangun citra positif sebagai partai penerus ulama, dengan menekankan nilai-nilai keislaman dalam konsep, identitas, dan program-program kerja. Penerapan strategi 4P, termasuk penempatan kader yang tepat, mampu memperkuat basis pendukungnya. Selain itu, keberhasilan PPP juga terlihat dalam pendekatan ofensif, menjalin hubungan dengan berbagai organisasi dan institusi keagamaan, serta dalam strategi defensif untuk mempertahankan basis pendukung tradisional.

Partai ini aktif dalam kegiatan keagamaan, pengajian, selapanan, serta berbagai kegiatan sosial dan edukatif. PPP juga memberikan perhatian terhadap kebutuhan infrastruktur masyarakat, seperti pembuatan sumur bor dan tandon air. Keberhasilan ini mencerminkan responsibilitas dan adaptabilitas PPP terhadap kebutuhan konkret masyarakat, menjadikan partai ini sebagai kekuatan politik yang signifikan di Kabupaten Jepara. Penelitian ini memberikan wawasan penting terkait strategi marketing politik yang efektif dalam konteks pemilihan legislatif di tingkat lokal.

Kata kunci: *Pemasaran Politik, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Pemilihan Legislatif, Strategi 4P, Strategi Ofensif dan Defensif*

ABSTRACT

This research explores the Political Marketing Strategies of the United Development Party (PPP) in winning the 2019 Legislative Election in Jepara Regency. The study focuses on the application of the 4P marketing strategy (Product, Price, Place, Promotion) and assesses how PPP effectively utilizes offensive and defensive strategies.

The data collected through documentation, interviews, and observations reveal that PPP strategically positions itself as the successor of religious leaders, emphasizing Islamic values in its identity, ideology, and programs. The 4P strategies, complemented by offensive and defensive approaches, successfully capture the attention of the Jepara community.

Proper placement of strategies strengthens the existing support base, and the party's social activities, particularly in religious and cultural domains, contribute to heightened awareness. PPP's continuous engagement in routine activities, both before and after elections, underscores the party's commitment to the community. The study concludes that PPP's well-implemented strategies, encompassing religious, cultural, and infrastructural programs, have resonated positively with the Jepara electorate.

Keywords: Political Marketing, *Partai Persatuan Pembangunan* (PPP), Legislative Election, 4P Strategy, Offensive and Defensive Strategies