

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi pasca-reformasi di Indonesia ditandai oleh terbukanya ruang partisipasi politik yang lebih luas bagi berbagai kelompok masyarakat. Salah satu fenomena mencolok dalam dua dekade terakhir adalah meningkatnya jumlah pengusaha yang terjun langsung ke dalam dunia politik, baik sebagai calon legislatif, kepala daerah, maupun pemimpin partai politik. Pergeseran ini menunjukkan adanya pertautan antara kekuatan ekonomi dan kekuasaan politik yang semakin erat. Menurut Simarmata (2020), transformasi elite ekonomi menjadi elite politik merupakan bagian dari dinamika demokrasi elektoral yang pragmatis, di mana modal dan jejaring sosial menjadi instrumen penting dalam kompetisi politik.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai motif, strategi, serta dampak dari keterlibatan para pelaku bisnis dalam arena kekuasaan negara. Di satu sisi, pengusaha kerap dianggap membawa nilai efisiensi, inovasi, dan manajerial ke dalam pemerintahan. Namun, di sisi lain, terdapat risiko munculnya konflik kepentingan dan penyalahgunaan kekuasaan untuk melindungi kepentingan ekonomi pribadi. Sebagaimana dikemukakan oleh Rachman (2021), keterlibatan pengusaha dalam politik tidak jarang menyebabkan terjadinya bias kebijakan publik yang berpihak pada elite tertentu.

Lebih lanjut, studi oleh Oktaviani (2022) mengungkap bahwa keberhasilan politikus berlatar belakang pengusaha tidak lepas dari kekuatan kapital dan akses

media yang mereka miliki. Hal ini mengindikasikan bahwa demokrasi di Indonesia semakin dikuasai oleh logika pasar, di mana popularitas dan kemampuan finansial lebih menentukan daripada ideologi dan kapasitas kepemimpinan.

Melihat kompleksitas tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji fenomena transisi peran dari pengusaha menjadi politisi secara lebih komprehensif, termasuk pengaruhnya terhadap struktur kekuasaan dan praktik demokrasi di Indonesia.

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia mencatat fenomena yang menarik perhatian, yaitu meningkatnya jumlah pengusaha yang terjun langsung ke dunia politik sebagai calon legislatif maupun eksekutif. Perpindahan dari dunia bisnis ke dunia politik bukanlah hal baru, namun kecenderungan ini semakin terlihat signifikan dalam satu dekade terakhir, khususnya pada Pemilu 2024. Fenomena ini menimbulkan berbagai pertanyaan mengenai motivasi, strategi, hingga dampaknya terhadap demokrasi dan tata kelola pemerintahan.

Para pengusaha yang masuk ke arena politik umumnya membawa modal besar, jaringan luas, serta kemampuan manajerial yang mumpuni. Di satu sisi, hal ini dianggap sebagai peluang untuk menghadirkan efisiensi dan profesionalisme dalam birokrasi. Namun di sisi lain, keterlibatan mereka juga menimbulkan kekhawatiran akan konflik kepentingan, kooptasi ekonomi terhadap politik, serta risiko oligarki dalam sistem demokrasi.

Dalam konteks Pemilu 2024, tren ini semakin menguat dengan banyaknya tokoh dari kalangan pebisnis yang mendapatkan dukungan partai atau bahkan mencalonkan diri secara independen. Media massa dan masyarakat pun aktif

membahas hal ini sebagai bagian dari dinamika politik elektoral yang berubah cepat. Namun, belum banyak kajian ilmiah yang secara mendalam menganalisis motivasi, strategi, dan pengaruh para pengusaha-politisi ini terhadap proses demokrasi dan representasi publik.

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami secara lebih komprehensif fenomena pergeseran peran dari pengusaha menjadi politisi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana latar belakang bisnis memengaruhi perilaku politik, serta bagaimana masyarakat merespons kehadiran figur-figur semacam itu dalam kontestasi politik nasional, khususnya pada Pemilu 2024.

Hubungan antara kalangan pengusaha dan dunia politik di Indonesia telah berlangsung sejak lama. Secara historis, keterkaitan antara pengusaha dan aktor politik di tanah air sudah terjalin sejak dahulu. Fenomena wirausahawan yang beralih menjadi politisi merupakan hal yang lazim terjadi di Indonesia. Perpindahan peran dari dunia usaha ke ranah politik telah berlangsung sejak lama, di mana para pengusaha yang memiliki wawasan, kompetensi, latar belakang pendidikan politik, kekuatan ekonomi, serta jaringan dalam dunia politik, cenderung lebih mudah memasuki arena politik.

Seorang pengusaha memiliki keterkaitan yang erat dengan dunia bisnis, dan bisnis sendiri dapat berperan dalam mendukung aktivitas politik demi menjaga kedaulatan suatu negara. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pelaku usaha atau pengusaha memiliki kedekatan dengan dunia politik, bahkan beberapa di antaranya memilih untuk terlibat langsung sebagai politisi. Hubungan antara politik dan bisnis memang tidak dapat dipisahkan karena faktanya konteks politik

ini sebagai pengusaha adalah ladang bagi mereka untuk memperoleh keuntungan bisnis, jadi perubahan atau transformasi profesi dari seorang pengusaha yang menjadi politisi adalah hal yang wajar karena kekuasaan yang diperoleh dari politik bias berdampak pula kepada kepentingan bisnis para pengusaha (Bintoro, 2020).

Pola hubungan antara dunia bisnis dan politik pada era reformasi merupakan bentuk perkembangan dari hubungan serupa yang terjadi pada masa Orde Baru. Hubungan ini melibatkan berbagai aktor dari sektor politik dan ekonomi yang berperan dalam pembagian sumber daya negara, di mana praktik pencarian rente dilakukan secara lebih terbuka dalam sistem demokrasi. Dalam masa reformasi, proses pencarian rente mengalami perubahan seiring dengan pergeseran dari rezim otoriter Orde Baru menuju rezim demokratis. Transformasi ini menyebabkan praktik rente tidak hanya terjadi di antara pelaku ekonomi dan politik di tingkat pusat, tetapi juga meluas hingga ke tingkat daerah, mengubah pola korupsi yang sebelumnya tersentralisasi menjadi lebih tersebar. Perubahan ini juga disertai dengan penataan ulang peran aktor-aktor bisnis dari era Orde Baru agar dapat beradaptasi dan mempertahankan kontrol atas sumber daya ekonomi dalam konteks politik yang baru.

Menjadi seorang pengusaha yang berhasil secara tidak langsung dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan negara, terutama di bidang ekonomi. Apalagi, pengusaha umumnya memiliki karakter yang visioner serta jiwa kepemimpinan yang kuat. Pola semacam ini telah terlihat sejak era Orde Lama hingga masa kini. Hubungan antara pengusaha dan dunia politik pun tidak hanya terbatas di tingkat nasional, tetapi juga meluas hingga ke tingkat daerah.

Sekalipun hubungan antara penguasa (politisi) dengan pemilik modal (pengusaha) sangat umum terjadi. Hubungan semacam ini umumnya berkaitan dengan dukungan finansial atau pendanaan yang diberikan kepada salah satu calon selama masa kampanye. Namun, persoalan sebenarnya justru muncul setelah kampanye usai. Terdapat semacam jebakan berupa kewajiban balas budi kepada para pemodal atau pengusaha yang telah mendukung kampanye calon terpilih baik di tingkat kepala daerah maupun legislatif dalam bentuk pemberian kemudahan untuk menjalankan bisnis serta memperoleh proyek-proyek yang selaras dengan kepentingan modal mereka.

Para pengusaha juga tersebar di berbagai partai politik, karena partai menjadi salah satu pintu masuk utama mereka ke ranah politik. Oleh sebab itu, keterkaitan antara dunia usaha dan politik sudah sangat erat. Dari sudut pandang politik, para pengusaha tentu memiliki kepentingan tertentu dalam keterlibatan mereka, tidak hanya semata-mata untuk mengabdikan kepada negara, tetapi juga demi meraih tujuan-tujuan lain yang bersifat strategis dan ekonomis. Sejak lama, hubungan timbal balik antara pengusaha dan dunia politik telah tercatat dalam sejarah, di mana kolaborasi antara pelaku usaha dan pemegang kekuasaan kerap melahirkan kebijakan-kebijakan yang menguntungkan. Salah satunya adalah kebijakan “Ali Baba” atau “Baba Ali” pada era 1950-an yang mendorong pertumbuhan usaha pribumi. Konsep ini oleh Yahya Muhaimin disebut sebagai *Client Businessmen*, yaitu pengusaha-pengusaha yang berkembang berkat dukungan serta perlindungan dari jaringan kekuasaan pemerintahan.

Selama kelompok oligarki masih menguasai sumber daya yang memadai, keberadaan mereka akan tetap bertahan meskipun terjadi pergantian rezim. Hal

ini terbukti pasca reformasi 1998, di mana dominasi oligarki masih tampak jelas dalam panggung politik nasional hingga saat ini. Dari hasil studinya, Winters berhasil memetakan beberapa politisi yang menguasai bisnis khususnya bisnis dibidang media dan bisnis-bisnis lainnya. Seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Contoh pengusaha menjadi politisi di Indonesia

Pengusaha	media	Perusahaan	Afiliasi partai politik
Aburizal bakrie	TVONE ANTV Visi media asia Vivanews.com	Bakrie Group	Golkar
Surya Paloh	Metro tv Media indonesia	Papandayan hotel bali intercontinent al hotel, seraton media hotel, PT. Surya persindo. Dll	Nasdem
Jusuf Kalla	-	Kalla group: PT bumi karsa PT Bumi sarana utama PT kalla	Golkar
Djan Faridz	-	PT Dizmatara Powerindo	PPP
Sandiaga Uno	-	PT Saritoga	GERINDRA
Joko Widodo	-	PT. Toba Sejahtera	PDI-P

Sumber: *Jeffry Winters (2014)*

Tabel 2
Latar belakang anggota DPRD Kabupaten Langkat periode 2024-2029

No.	NAMA	PARTAI	LATAR BELAKANG PROFESI
1.	Sribana Perangin Angin	GOLKAR	Pengusaha
2.	Jhon Binsar A. Ketaren	GOLKAR	Tokoh Masyarakat
3.	Ahmad Senang	GOLKAR	Pengusaha
4.	Riki Sapariza	GOLKAR	Pengusaha
5.	Nazlan	GOLKAR	Pengusaha
6.	H. Munhasyar	GOLKAR	Pendidik
7.	Sedarita Ginting	GOLKAR	Pengusaha
8.	Edi Bahagia	GOLKAR	Pengusaha
9.	Surialam	GOLKAR	Tokoh Masyarakat
10	Sarno	GOLKAR	Pengusaha
11	H. Ajai Ismail	NASDEM	Pengusaha
12	Muhammad Rio	NASDEM	Tokoh Pemuda
13	Edison Tarigan	NASDEM	Pengusaha
14	Ristya Chayani	NASDEM	Tokoh Pemuda
15	Aga Satria Purba	NASDEM	Tokoh Masyarakat
16	Mardanta Sitepu	NASDEM	Pengusaha
17	Meja Sembiring	NASDEM	Tokoh Masyarakat
18	Eddi Wijaya	NASDEM	Pengusaha
19	Indra Bakti Surbakti	PAN	Pengusaha
20	Sisanol Fahmi	PAN	Tokoh Masyarakat
21	Antoni	PAN	Tokoh Masyarakat
22	M. Rifqi Aulia	PAN	Pengusaha
23	M. Rizki Rifai	PAN	Tokoh Pemuda
24	Elfa Susana	PAN	Tokoh Masyarakat
25	Syamsul Rizal	PAN	Tokoh Masyarakat
26	Ralin Sinulingga	PDIP	Pengusaha
27	Romelta Ginting	PDIP	Pengusaha

No.	NAMA	PARTAI	LATAR BELAKANG PROFESI
28	Matthew Diemas Bastanta Sinulingga	PDIP	Tokoh Pemuda
29	Juriah	PDIP	Tokoh Masyarakat
30	Pimanta Ginting	PDIP	Pengusaha
31	Joni Sitepu	PDIP	Pengusaha
32	Hermansyah	PDIP	Pengusaha
33	Rahmanuddin Rangkuti	GERINDRA	Tokoh Masyarakat
34	Zulhijar	GERINDRA	Tokoh Masyarakat
35	Dedek Pradesa	GERINDRA	Pengusaha
36	Sunarman	GERINDRA	Pengusaha
37	Donny Seta	GERINDRA	Pengusaha
38	Jul 'Aidi Syam	GERINDRA	Pengusaha
39	Purwanto	PKS	Tokoh Masyarakat
40	Safitri Harianto	PKS	Tokoh Masyarakat
41	Zulkarnain	PKS	Tokoh Masyarakat
42	Mahalli Hakim	PKS	Tokoh Masyarakat
43	M. Bahri	PBB	Tokoh Masyarakat
44	Siti Nurhayati	PBB	Tokoh Masyarakat
45	Juli Fitriyadi	PBB	Tokoh Masyarakat
46	Mhd. Ilwa Herija	DEMOKRAT	Tokoh Masyarakat
47	Martono	DEMOKRAT	Pengusaha
48	Husein Sidik Tarigan	PPP	Tokoh Pemuda
49	Rahmat Rinaldi	PPP	Tokoh Pemuda
50	Arifuddin	PKB	Pengusaha

Nama-nama yang tercantum dalam tabel tersebut merupakan sejumlah politisi yang berlatar belakang pengusaha, dan kerap muncul sebagai kandidat dalam daftar pemilih pada pemilu presiden.

Fakta ini semakin mempertegas bahwa keterlibatan dunia usaha dalam ranah politik kita sangatlah kuat dan tak terpisahkan. Bahkan pada pemilihan presiden (PILPRES) 2014 dimenangkan oleh pasangan pengusaha Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Sebelum hijrah dalam dunia politik, Jokowi berasal dari Kota Solo dan memiliki latar belakang sebagai pengusaha di bidang furnitur atau mebel, sedangkan Jusuf Kalla merupakan pengusaha sukses asal Sulawesi yang membangun jaringan bisnis luas di berbagai wilayah Indonesia. Selain itu, keberadaan pengusaha juga cukup dominan di lembaga legislatif. Berdasarkan data dari *Beritamometer* (3 Oktober 2015), tercatat bahwa 44,6% anggota DPR RI memiliki latar belakang sebagai pengusaha. Fenomena pengusaha yang terjun ke dunia politik di Indonesia semakin mencolok dalam beberapa dekade terakhir. Data menunjukkan bahwa lebih dari 50% anggota DPR-RI periode 2014–2019 memiliki latar belakang sebagai pengusaha. Hal serupa juga terlihat pada periode 2019–2024, di mana sekitar 55% anggota DPR berasal dari kalangan pengusaha (Yulius, 2024). Faktor Pendorong hal tersebut bias terjadi diantaranya :

1. Kekuatan Finansial dan Jejaring, dimana pengusaha memiliki modal finansial yang kuat dan jaringan luas, yang memudahkan mereka dalam menjalani kampanye politik yang memerlukan biaya tinggi,

2. Dukungan dari Elite Politik, dimana elite politik cenderung mendukung politisi berlatar belakang pengusaha karena dapat membantu operasionalisasi partai, dan

3. Kesempatan dalam Sistem Demokrasi, reformasi membuka peluang bagi pengusaha untuk mengisi posisi publik, mengingat sebelumnya banyak diisi oleh aparatur negara .

Fenomena berbondong-bondongnya kaum pengusaha tampil di gelanggang politik, baik maju sebagai kontestan maupun sekedar partisan dukungan politik, mendapatkan respons publik yang beragam. Di antara respons itu adalah mempersoalkan munculnya kontroversi dari fungsi politik itu sendiri. Kelompok pengusaha yang berperan ganda sebagai pengambil kebijakan atau politisi. Penyalahgunaan fungsi politik tersebut dipersoalkan karena akan serta merta lebih banyak mendatangkan madharat ketimbang maslahat. Asumsi yang digunakannya bahwa pengusaha berkecenderungan selalu memposisikan diri sebagai pemburu keuntungan (*profit seeking*), sementara posisi pejabat publik adalah untuk kemaslahatan bangsa (Mustofa Muchdor, 2006). Hal berikutnya yang menjadi titik persoalan adalah bahwa pengusaha itu dikatakan binatang ekonomi (*economic animals*). Aktivitasnya mengakumulasi modal dengan tujuan utama mencari keuntungan.

Kabupaten Langkat adalah sebuah Kabupaten yang terletak di provinsi Sumatera Utara dengan ibukotanya berada di Stabat. Dilihat dari data BPS Langkat memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.032.330 jiwa. Adapun jumlah pengusaha di Kabupaten Langkat sebanyak 92,789 % dari usaha yang berbeda-beda. Saat ini banyak sekali pengusaha yang bertransformasi menjadi politisi. Antara bisnis dan politik pasti memiliki hubungan simbiosis mutualisme. Dalam dunia bisnis pasti akan membutuhkan payung politik. Payung politik ini sangat berguna bagi para pengusaha untuk mengamankan serta memudahkan akses bisnis mereka.

Dalam dunia politik, peran pengusaha sangat lekat dan memiliki hubungan yang kuat dengan dinamika politik, terutama karena kekuatan yang mereka miliki dapat menjadi faktor penentu dalam meraih kemenangan. Fenomena banyaknya

pengusaha yang sukses terjun ke dunia politik tak hanya terjadi di lingkungan eksekutif, tetapi juga legislatif. Selain itu, banyak pula yang menduduki jabatan strategis di lingkungan organisasi partai politik, baik sebagai ketua umum maupun kader. Hal ini sedikit banyak dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan rapat-rapat di DPR yang membahas berbagai isu dan aspirasi masyarakat. Selama ini pengusaha dianggap sebagai kaum atau golongan yang memiliki kekuatan tersendiri bagi jalannya roda pemerintahan.

Peraturan KPU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Daerah Pemilihan dan Alokasi Kursi Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota dalam Pada Pemilihan Umum Tahun 2024, Daerah Pemilihan (Dapil) Kabupaten Langkat memiliki total 50 kursi yang dialokasikan ke dalam 6 wilayah daerah pemilihan, yakni ;

1. Dapil Langkat I meliputi, Kecamatan Stabat, Wampu, Secanggang dengan jumlah 10 kursi
2. Dapil Langkat II meliputi wilayah Binjai, Selesai dan Sirapit dengan jumlah 7 kursi
3. Dapil Langkat III meliputi wilayah Bahorok ,Kutambaru, Kuala, Salapian, Sei Bingei dengan jumlah 9 kursi.
4. Dapil Langkat IV yakni Hinai, Padang Tualang, Batang Serangan,dan sawit seberang dengan jumlah 8 kursi
5. Dapil Langkat V meliputi Pangkalan susu, Besitang, Sei Lapan, Brandan Barat dan Pematang Jaya dengan jumlah 8 kursi

6. Dapil VI meliputi Tanjung Pura, Gebang dan Babalan dengan jumlah 8 kursi.

Terbatasnya jumlah kursi yang tersedia serta pembagian menjadi enam wilayah pemilihan membuat persaingan antar calon anggota legislatif semakin ketat. Dalam kondisi ini, partai politik cenderung memprioritaskan calon dari kalangan pengusaha atau mereka yang memiliki kekuatan modal politik yang besar dalam proses rekrutmen calon legislatif. Meski para politisi berlatar belakang pengusaha menyadari kenyataan tersebut, mereka tetap yakin akan perolehan suara yang akan diraih. Status mereka sebagai calon legislatif dari kalangan pengusaha dianggap memberikan keuntungan dalam proses pencalonan, terutama karena mereka memiliki keunggulan finansial yang lebih kuat. Sistem politik Indonesia saat ini menyebabkan biaya politik menjadi semakin tinggi. Para calon legislatif dituntut untuk mencapai tingkat popularitas dan elektabilitas yang kuat guna memenangkan kontestasi lima tahunan ini. Proses seleksi yang dilalui oleh caleg pengusaha menunjukkan bahwa kandidat yang diunggulkan harus memiliki kekuatan finansial yang memadai serta modal sosial dan politik yang cukup agar bisa dipilih oleh partai pengusungnya dalam pemilu legislatif. Dengan demikian, peluang mereka untuk terpilih sebagai anggota dewan pun semakin besar.

Informasi latar belakang di atas menunjukkan bahwa penulis berminat mengkaji sejauh mana fenomena politik pengusaha menjadi politisi. Penulis ingin mengetahui apa tujuan dari pengusaha terjun ke dunia politik. Oleh karenanya, penulis mengangkat judul “ **Fenomena Politik Dari Pengusaha Menjadi Politisi**

(Studi Pada Pemilu Tahun 2024 di Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat tersebut diatas yang menyatakan maraknya pengusaha yang bertransformasi menjadi politisi, maka terdapat permasalahan yang hendak penulis kaji dalam pengkajian ini. Adapun rumusan masalahnya yaitu “Apa implikasi dari fenomena politik pengusaha menjadi politisi dalam Pemilu Tahun 2024 di Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara?”

1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, peneliti memusatkan perhatian pada fenomena pengusaha yang terjun langsung ke dunia politik, motivasi di balik keterlibatan mereka, serta dampak yang timbul setelah mereka menjadi politisi. Implikasi terhadap Demokrasi, seperti : Risiko Konflik Kepentingan, yang mana pengusaha yang menjadi politisi cenderung membawa agenda bisnis mereka ke dalam proses legislasi, yang dapat menguntungkan sektor bisnis mereka dan mengabaikan etika dalam bekerja sebagai Anggota Dewan. Kemudian, Dampak pada kualitas demokrasi di tengah-tengah masyarakat yang semakin cenderung pragmatis dalam memilih calon legislatif dan Penguatan Oligarki, yaitu konsentrasi kekuasaan politik dan ekonomi pada segelintir orang dapat mengikis prinsip demokrasi dan memperkuat struktur oligarki. Terakhir, Praktik politik uang (*Money Politic*), yang mana maraknya politik uang ini menunjukkan bahwa modal atau biaya politik menjadi kunci utama untuk

memenangkan pemilihan baik modal untuk biaya kampanye maupun biaya operasional pada hari pemilihan apabila wakil rakyat yang dipilih berlandaskan uang maka nilai-nilai program dan gagasan menjadi tidak laku dan mengubah pola dinamika politik lokal di Kabupaten Langkat, yang tadinya di kursi DPRD di isi oleh para Aktivis ataupun Tokoh masyarakat namun dikarenakan semakin maraknya politik uang dan tingginya modal politik (*cost politic*) menyebabkan para pemodal mengambil alih arena pertarungan pada pemilihan legislatif.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis implikasi dari fenomena pengusaha yang menjadi politisi dalam Pemilu Tahun 2024 di Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Analisis mencakup dampak positif, dampak negatif, efek jangka panjang, serta faktor-faktor motivasi yang mendorong para pengusaha untuk terlibat langsung dalam dunia politik.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil pengkajian ini bisa memberikan kontribusi serta manfaat yang baik, serta positif bagi seluruh kalangan. Adapun manfaat pengkajian skripsi ini yaitu:

a. Manfaat teoritis

1. Dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya guna lebih menyempurnakan pengkajian yang serupa.
2. Menjadi sumber informasi bagi pembaca untuk mengetahui bagaimana fenomena pengusaha menjadi politisi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi terkait fenomena pengusaha yang terjun ke dunia

politik sebagai politisi. Temuan dari penelitian ini akan memperkaya pemahaman teoritis mengenai ekonomi politik serta teori hubungan antara elit dan oligarki di Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara.

b. Manfaat Praktis

1. Memberikan sumber informasi bagi penulis untuk mengetahui fenomena pengusaha menjadi politisi.
2. Memberikan sumber informasi dan menambah wawasan bagi penulis untuk mengetahui teori dan praktik di lapangan tentang fenomena pengusaha yang saat ini banyak menjadi politisi.