

PATRONASE DAN KLIENTELISME DALAM DUKUNGAN POLITIK TUANKU TAREKAT SYATHARIYAH PADA PILKADA DI SUMATERA BARAT

RIZKI HERDI KURNIAWAN

Magister Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Andalas
rizkisurfer@yahoo.com

Abstract: *This paper examines the political support given by Tuanku Tarekat Syathariyah in Padang Pariaman to candidate pairs in the Pilkada of West Sumatra. The support given by Tuanku Tarekat Syathariyah to Pilkada candidates is in the form of a pattern of patronage relations which is closely related to the practice of money politics. The support provided is also clientelistic in nature because Tuanku Tarekat Syathariyah also acts as a broker who collects support from students, congregations and other Tuanku- Tuanku for one of the Pilkada candidates. Using a qualitative approach through literature studies, this paper discusses political support with patterns of patronage and clientelism that cause the practice of money politics due to the two-way relationship built by providing mutual assistance. Candidates provide assistance in the form of coaching, protection of the Syathariyah congregation, assistance for the needs of traditional Syathariyah surau and Islamic boarding schools, which are then reciprocated by gathering and providing political support to candidates to win the Pilkada.*

Keywords: *Tuanku Syathariyah Congregation, Pilkada, Patronage and Clientelism.*

Abstrak: Tulisan ini mengkaji tentang dukungan politik yang diberikan oleh Tuanku Tarekat Syathariyah di Padang Pariaman kepada pasangan calon kandidat di Pilkada Sumatera Barat. Dukungan yang diberikan Tuanku Tarekat Syathariyah kepada calon kandidat Pilkada dalam bentuk pola hubungan Patronase yang erat kaitannya dengan praktek politik uang. Dukungan yang diberikan juga bersifat Klientelisme karena Tuanku Tarekat Syathariyah juga bertindak sebagai aktor perantara (broker) yang menghimpun dukungan dari para murid, jamaah serta Tuanku-Tuanku lainnya untuk salah satu kandidat Pilkada. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, tulisan ini membahas Dukungan politik dengan pola hubungan Patronase dan Klientelisme menyebabkan terjadinya praktek politik uang dikarenakan relasi dua arah yang dibangun dengan saling memberikan bantuan. Kandidat memberikan bantuan berupa pembinaan, perlindungan terhadap kaum tarekat Syathariyah, bantuan untuk kebutuhan surau dan pesantren tradisional Syathariyah, yang kemudian dibalas dengan menghimpun dan memberikan dukungan politik kepada kandidat untuk memenangkan Pilkada.

Kata kunci: Tuanku Tarekat Syathariyah, Pilkada, Patronase dan Klientelisme.

A. Pendahuluan

Fenomena patronase Politik dan klientelisme ini hampir selalu ditemukan disetiap perhelatan Pemilu maupun Pilkada, tidak bisa dipungkiri pola patron klien inilah yang diduga menjadi penyebab maraknya politik uang (Asrinaldi, 2020). Banyak penelitian yang menunjukkan kecenderungan ini misalnya, Aspinall & Sukmajati (2015) yang melihat berbagai pola politik uang dalam Pemilu Legislatif yang terjadi di Indonesia. Kajian lanjutan yang juga dilakukan Aspinall & Berenschot (2019) semakin mempertegas bahwa klientelisme merupakan akar masalah mengapa politik uang dalam pemilu sulit diatasi. Celakanya, tidak hanya dalam praktik Pemilu saja politik uang ini berlangsung, dalam Pilkada pun politik uang menjadi persoalan serius yang harus dicegah oleh penyelenggara. Walaupun dalam peraturan perundang-undangan sudah ditegaskan sanksi

yang akan dikenakan kepada merka yang terlibat, namun tetap saja politik uang ini berlangsung secara nyata (Asrinaldi, 2020).

Menurut Aspinall dan Sukmajati (2015) mengartikan bahwa Patronase merupakan pemberian uang tunai, barang, jasa dan keuntungan ekonomi lainnya (seperti pekerjaan atau kontrak proyek) yang didistribusikan oleh politisi, termasuk keuntungan yang ditujukan untuk individu (misalnya, amplop berisi uang tunai) dan kepada kelompok atau komunitas (misalnya, lapangan sepak bola baru untuk para pemuda di sebuah kampung). Patronase juga bisa berupa uang tunai atau barang yang didistribusikan kepada pemilih yang berasal dari dana pribadi (misalnya, dalam pembelian suara), atau dari dana publik (misalnya, proyek-proyek pork barrel yang dibiayai oleh pemerintah).

Dalam kontestasi politik seperti pemilu atau pilkada, patronase dibagi dalam beberapa bentuk (Aspinall & Sukmajati, 2015) yang pertama yaitu pembelian suara (*vote buying*) yang dimaknai sebagai distribusi pembayaran uang tunai/barang dari kandidat kepada pemilih, secara tersruktur atau sistematis beberapa hari menjelang pemilu yang disertai dengan harapan implisit bahwa yang menerima akan membalasnya dengan memberikan suaranya pada pemberi. Kedua, yaitu pelayanan dan aktivitas (*service and activities*). Kandidat sering kali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas atau pelayanan untuk pemilih. Ketiga, barang-barang kelompok (*club goods*), yaitu pemberian bantuan/donasi kepada komunitas seperti bantuan kepada klub olahraga atau kelompok agama dan yang keempat, proyek-proyek gentong babi (*Pork barrel projects*) yaitu proyek-proyek pemerintah yang ditunjukkan untuk wilayah geografis tertentu. Jadi bisa disimpulkan bahwa patronase merupakan penjabaran yang lebih luas mengenai bentuk-bentuk praktek politik uang dalam proses kontestasi pemilihan baik itu Pemilu maupun Pilkada.

Tuanku merupakan gelar khusus bagi ulama tradisional tarekat Syathariyah dalam konteks lokal Padang Pariaman khususnya, dan Minangkabau pada umumnya. Sebagaimana lazimnya tradisi tarekat, tuanku merupakan tokoh yang memiliki “kedudukan penting” sebagai pemimpin kerohanian dalam tarekat Syathariyah (Atjeh, 1980:62). Mereka juga memainkan peranan penting dalam komunitas tarekat Syathariyah, sebagai tokoh yang dimuliakan dan menjadi panutan karena merupakan “pemimpin, sekaligus guru” (Dobbin, 1974:326). Mereka sangat dihormati, petuahnya didengar, tingkah lakunya diikuti, berfungsi sebagai penerang di dunia dan akhirat, dan selalu dijadikan rujukan dalam pengambilan keputusan (Pramono dan Bahren, 2009:105).

Walaupun berbagai kalangan beranggapan bahwa kaum tarekat merupakan kelompok yang *zuhud* dan cenderung menjauhi kehidupan dunia, namun di Padang Pariaman tuanku tarekat Syathariyah cenderung menafikan anggapan di atas. Mereka terlihat selalu bersentuhan dengan penguasa dan pelaku dunia politik praktis. Dalam aktifitas kehidupan sehari-hari sering terlihat para menteri, Panglima TNI, Tokoh politik, pemimpin partai, datang mengunjungi para tuanku di surau atau pondok pesantrennya. Tuanku tarekat Syathariyah juga terlihat sering menunjukkan keberpihakan politik, dengan memberikan dukungan politik kepada para kandidat dalam pemilu: seperti dalam Pemilu Presiden, Pemilu legislatif, dan pemilihan kepada daerah atau Pilkada (Chaniago, 2015).

Dalam konteks Pilkada salah satu yang menjadi dasar pertimbangan Tuanku tarekat Syathariyah terlibat dan memberikan dukungan atau keberpihakan politik kepada salah satu peserta Pilkada, adalah harapan kandidat akan memperhatikan kepentingan tarekat Syathariyah. Harapan ini ditumpangkan kepada salah satu pasangan calon dalam Pilkada, apabila nantinya pasangan calon ini berhasil memperoleh kemenangan (*jikok jadi putiak manjadi buah, jikok jadi tapung manjadi pinyaram*), maka diharapkan akan dapat lebih memperhatikan kepentingan kaum tarekat Syathariyah, berupa : pembinaan dan perlindungan terhadap kaum tarekat Syathariyah, pemberian bantuan untuk kebutuhan

surau dan pesantren tradisional Syathariyah, serta hubungan silaturahmi yang berkelanjutan (Chaniago, 2015).

Melihat alasan yang menjadi pertimbangan keberpihakan Tuanku tarekat Syathariyah kepada salah satu pasangan calon peserta Pilkada, penulis menilai erat kaitan alasan yang dikemukakan tersebut dengan bentuk patronase yang diungkapkan oleh Aspinall & Sukmajati (2015) yaitu pelayanan dan aktivitas (*service and activities*), dimana kandidat sering kali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas atau pelayanan untuk pemilih. Kemudian barang-barang kelompok (*club goods*), yaitu pemberian bantuan/donasi kepada komunitas seperti bantuan kepada klub olahraga atau kelompok agama dan proyek-proyek gentong babi (*Pork barrel projects*) yaitu proyek-proyek pemerintah yang ditunjukkan untuk wilayah geografis tertentu. Untuk itu tulisan ini ingin menjelaskan bagaimana unsur Patronase dan Klientelisme dalam dukungan politik yang diberikan oleh Tuanku tarekat Syathariyah di Padang Pariaman kepada pasangangan calon peserta Pilkada.

B. Metodologi Penelitian

Tulisan ini merupakan sebuah kajian literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Menurut John. W. Creswell (2016:41) menyatakan bahwa kajian literatur berarti menempatkan dan menyimpulkan kajian-kajian tentang suatu topik tertentu. Kajian-kajian tersebut sering kali berupa studi-studi penelitian, tapi kajian-kajian ini bisa juga meliputi artikel atau pemikiran-pemikiran yang memberikan kerangka kerja dalam menjelaskan suatu topik. Ada banyak cara dalam menggarap kajian literatur, tetapi sebagian besar dilakukan dengan cara sistematis untuk menangkap, mengevaluasi, dan menyimpulkan literatur yang ada. Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari laporan penelitian, jurnal, majalah, media massa, dan sebagainya. Berbagai literatur tersebut dijadikan sumber rujukan untuk melihat konsep-konsep serta unsur Patronase dan Klientelisme dalam dukungan politik yang diberikan oleh Tuanku tarekat Syathariyah di Padang Pariaman kepada pasangangan calon peserta Pilkada. Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Patronase dan Klientelisme Politik

Patron berasal dari bahasa latin yaitu *patronas* atau bermakna bangsawan, sedangkan klien berasal dari kata *cliens* yang berarti pengikut (Jones, 2003). Dalam bahasa Spanyol, istilah patron secara etimologis berarti seseorang yang memiliki kekuasaan, status, wewenang dan pengaruh besar. Sedangkan klien berarti bawahan atau orang yang diperintah (Kurniadi, 2012). Selanjutnya, pola hubungan patron klien merupakan aliansi dari dua kelompok komunitas atau individu yang tidak sederajat, baik dari segi status, kekuasaan, maupun penghasilan, sehingga menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih rendah (*inferior*) dan patron menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih tinggi (*superior*) (Gaffar & Dkk, 1998). Pola relasi seperti ini di Indonesia lazim disebut sebagai hubungan bapak-anak buah, dimana bapak mengumpulkan kekuasaan dan pengaruhnya dengan cara membangun keluarga besar. Setelah itu, bapak harus siap menyebarluaskan tanggung jawabnya dan menjalin hubungan dengan anak buah secara personal, tidak ideologis dan tidak politis (Alkhudri, 2014).

Menurut Scott, hubungan patron klien adalah hubungan antara dua orang yang sebagian besar melibatkan hubungan instrumental diantara seseorang yang kedudukannya lebih tinggi secara sosial dan ekonomi (patron) dengan menggunakan pengaruh dan sumberdaya yang dimilikinya. Tujuan hubungan tersebut adalah untuk memberikan perlindungan kepada orang yang lebih rendah kedudukannya (klien), yang pada gilirannya harus memberikan dukungan atau bantuan jasa pribadi terhadap patron (Scott, 1972). Sementara itu Pelras juga menguraikan arti dari hubungan patron dan klien. Menurutnya, patron berasal dari kata *patronus* yang bermakna bangsawan, sementara klien berasal dari kata *clien* yang berarti pengikut (Nugroho, 2011). Jika ditambahkan dengan kata “hubungan” maka hubungan patron klien dapat diartikan sebagai hubungan yang tidak setara yang berlangsung antara seorang bangsawan dengan sejumlah pengikut jelata berdasarkan pertukaran barang dan jasa yang didalamnya. Ketergantungan klien terhadap patron dibalas dengan dukungan perlindungan patron terhadap klien.

Burke mendefinisikan patronase sebagai sistem politik yang berlandaskan pada hubungan pribadi antara pihak-pihak yang tidak setara antara pimpinan (patron) dan pengikutnya (klien) (Burke, 2001). Masing-masing pihak mempunyai sesuatu untuk ditawarkan. Klien menawarkan dukungan politik dan penghormatan kepada patron yang ditampilkan dalam berbagai bentuk simbolis (sikap kepatuhan, bahasa yang hormat, hadiah dan lain-lain). Di sisi lain, patron menawarkan kebaikan, pekerjaan dan perlindungan kepada kliennya (Scott, 1972). Menurut Levinson dan Embe, hubungan patron-klien yang terlihat sebagai suatu fakta sosial-kultural dan hanya didasarkan pada perjanjian informal menjadi pembungkus yang halus dari hubungan sosial, politik dan ekonomi yang diwarnai ketidaksetaraan (Ember & Ember, 2001). Padahal, dalam hubungan yang diwarnai ketidaksetaraan, maka peluang untuk terjadinya eksploitasi menjadi sangat besar.

Patronase merupakan konsep kekuasaan yang lahir dari hubungan yang tidak seimbang antara patron dan klien. Keseimbangan ini pada dasarnya berkait erat dengan kepemilikan yang tidak sama atas sumber daya dalam masyarakat (Agustino, 2014). Scott (1972) mengartikan patronase dalam konteks ini adalah Relasi dua arah ketika seseorang yang memiliki status sosial lebih tinggi (patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan dukungan pada orang lain yang memiliki status sosial lebih rendah (klien) yang memberikan dukungan dan bantuan kepada patron.

Unsur utama dalam hubungan patron-klien adalah hal yang diberikan salah satu pihak merupakan barang ataupun jasa yang berharga di pihak lain. Dengan demikian, pihak penerima akan memiliki kewajiban untuk membalas pemberian pihak pertama sehingga terjadilah hubungan timbal-balik yang mutualisme (Misrina, 2010). Hubungan patron-klien berbeda dengan pemaksaan ini disebabkan karena hubungan patron-klien merupakan wewenang formal yang didukung oleh norma-norma dalam masyarakat sehingga memungkinkan pihak klien melakukan penawaran atau menarik diri dari hubungan tersebut apabila yang diinginkan tidak sesuai (Surbakti, 2016). Dalam hubungan patron klien, konsep ketidaksetaraan (*inequality*) berbeda dengan konsep ketidakseimbangan (*imbalance*), karena pertukaran barang dan jasa yang diberikan tidak selalu sama dengan yang diterima. Namun, pertukaran bisa saja seimbang menurut kedua belah pihak. Yang menarik dalam hubungan ini adalah sering terjadi kesengajaan ketidakseimbangan atau ketidaksetaraan pertukaran oleh kedua belah pihak agar kontrak atau hubungan timbal balik tidak berhenti (Foster, 1990).

Scott menjelaskan bahwa ikatan patron klien didasarkan dan berfokus pada pertukaran tidak setara yang berlangsung antara kedua belah pihak, serta tidak didasarkan pada kriteria deskripsi (Scott, 1972). Oleh karena itu, pemberi modal berstatus sebagai patron. Scott memberikan contoh terhadap hasil temuannya dengan melihat hubungan timbal balik yang terjadi antara petani penggarap dengan pemilik lahan. Syarat menjadi

seorang patron, pemilik lahan memanfaatkan modal yang dimilikinya untuk merekrut klien. Patron memberikan pekerjaan untuk menggarap lahan yang dimiliki patron. Patron juga tidak segan-segan melindungi kliennya dengan memberikan jaminan ketika paceklik maupun melindungi para penggarap lahan terhadap makelar. Dari perlindungan inilah patron mengharapkan hadiah dari kliennya, tergantung kebutuhan patron. Hubungan patron klien merupakan hubungan yang antara dua pihak yang menyangkut persahabatan, dimana seorang individu dengan status sosial ekonomi yang lebih tinggi (patron) menggunakan pengaruh dan sumber-sumber yang dimilikinya untuk memberikan perlindungan dan atau keuntungan bagi seseorang yang statusnya lebih rendah (klien), dan sebaliknya klien membalas dengan memberikan dukungan dan bantuan secara umum termasuk pelayanan pribadi kepada patron. Dalam hubungan ini, pertukaran tersebut merupakan jalinan yang rumit dan berkelanjutan yang akan terhapus dalam jangka panjang. Imbalan yang diberikan klien bukan imbalan berupa materi melainkan dalam bentuk lainnya.

Patron tidak akan mengharapkan materi atau uang dari klien tapi mengharapkan imbalan lain yang dibutuhkan patron. Dalam memahami hubungan patron klien, ada satu hal penting yang mendasari hubungan ini. Hubungan patron klien berawal dari adanya pemberian barang atau jasa dalam berbagai bentuk yang sangat berguna atau diperlukan oleh salah satu pihak, sementara bagi pihak yang menerima barang atau jasa tersebut berkewajiban untuk membalas barang tersebut (Scott, 1972). Scott memberikan contoh terhadap hasil temuannya dengan melihat hubungan timbal balik yang terjadi antara petani penggarap dengan pemilik lahan. Dalam upaya menjadi patron, pemilik lahan memanfaatkan modal yang dimiliki untuk mencari klien. Patron memberikan pekerjaan berupa menggarap lahan yang dimiliki patron. Patron juga tidak segan-segan melindungi kliennya dengan memberikan jaminan ketika paceklik tiba maupun melindungi para penggarap lahan terhadap makelar. Dari perlindungan inilah patron mengharapkan hadiah dari kliennya berdasarkan kebutuhan patron.

Menurut Aspinall dan Sukmajati (2015) mengartikan bahwa Patronase merupakan pemberian uang tunai, barang, jasa dan keuntungan ekonomi lainnya (seperti pekerjaan atau kontrak proyek) yang didistribusikan oleh politisi, termasuk keuntungan yang ditujukan untuk individu (misalnya, amplop berisi uang tunai) dan kepada kelompok atau komunitas (misalnya, lapangan sepak bola baru untuk para pemuda di sebuah kampung). Patronase juga bisa berupa uang tunai atau barang yang didistribusikan kepada pemilih yang berasal dari dana pribadi (misalnya, dalam pembelian suara), atau dari dana publik (misalnya, proyek-proyek pork barrel yang dibiayai oleh pemerintah).

Dalam kontestasi politik seperti pemilu atau pilkada, patronase dibagi dalam beberapa bentuk (Aspinall & Sukmajati, 2015) yang pertama yaitu pembelian suara (*vote buying*) yang dimaknai sebagai distribusi pembayaran uang tunai/barang dari kandidat kepada pemilih, secara tersruktur atau sistematis beberapa hari menjelang pemilu yang disertai dengan harapan implisit bahwa yang menerima akan membalasnya dengan memberikan suaranya pada pemberi. Kedua, yaitu pelayanan dan aktivitas (*service and activities*). Kandidat sering kali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas atau pelayanan untuk pemilih. Ketiga, barang-barang kelompok (*club goods*), yaitu pemberian bantuan/donasi kepada komunitas seperti bantuan kepada klub olahraga atau kelompok agama dan yang keempat, proyek-proyek gentong babi (*Pork barrel projects*) yaitu proyek-proyek pemerintah yang ditunjukkan untuk wilayah geografis tertentu.

Pork barrel juga sering disebut sebagai politik distribusi (*distributive politics*) dapat di definisikan sebagai suatu bentuk penyaluran bantuan materi (sering dalam bentuk kontrak, hibah, atau proyek pekerjaan umum) ke kabupaten/ kota dari pejabat terpilih. Secara umum, dapat dikatakan bahwa *pork barrel* berasosiasi dengan proyek-proyek

pekerjaan publik seperti proyek perbaikan jalan, perbaikan fasilitas di sekitar sungai, dan perbaikan pelabuhan. Proyek-proyek perbaikan fasilitas publik tersebut sering dijadikan contoh klasik *pork barrel* yang disitir dalam banyak literatur kajian politik *pork barrel*. Hal ini bukan berarti bahwa *pork barrel* hanya mencakup proyek-proyek fisik berupa perbaikan fasilitas publik, tetapi *pork barrel* juga dapat mengambil bentuk distribusi kesejahteraan (Stokes, 2013) dalam (Sukmajati, 2017).

Meskipun demikian, ada perbedaan antara patronase dengan materi-materi yang bersifat programatik (*programatic goods*), yaitu materi yang diterima oleh seorang yang menjadi target dari program-program pemerintah, misalnya, program kartu pelayanan kesehatan yang menawarkan perawatan gratis untuk penduduk miskin (Stokes, 2013). Perbedaan antara patronase dan klientelisme juga dapat ditilik dari karakteristiknya masing-masing. Karakteristik yang memberikan ciri spesifik dari patronase adalah relasi patron-klien yang bersifat personal, informal, sukarela, resiprokal, tidak setara, dan bersifat dua arah (Eisenstadt & Roniger, 1984). Sedangkan karakteristik utama dari klientelisme menurut ahli adalah bersifat timbal-balik, hierarkis, dan berulang (tidak terjadi sekali saja). Ada juga keterangan bahwa relasi dua arah (dalam patronase) bisa saja berubah menjadi tiga arah jika si patron berubah menjadi Perantara yang menjembatani klien mereka dengan komunitas di luarnya, inilah yang kemudian di sebut sebagai klientelisme (Tomsa & Ufen, 2012). Itulah mengapa banyak studi yang kemudian memberikan pandangan bahwa salah satu ciri utama lainnya dari klientelisme adalah adanya sosok Perantara (Auyero, 2000).

Namun, tidak setiap praktek patronase juga bersifat klientelistik. Kandidat yang memberikan sumber daya baik berupa barang maupun jasa kepada pemilih yang tidak pernah ditemui oleh sang kandidat atau tidak akan ditemui lagi tidak dapat dipahami sebagai klientelisme. Sebab, karakter lain yang melekat pada relasi klientelistik adalah adanya relasi berulang (*iterative*) dan bukan relasi tunggal (*one-off*). Dengan demikian, dalam sebuah relasi, elemen timbal balik kadang tidak terjadi karena si penerima pemberian tidak merasa terbebani untuk membalas pemberian sang patron dengan cara si penerima memilih sang patron dalam pemilu (Aspinall & Sukmajati, 2015). Oleh sebab itu, bagi kajian tersebut, relasi pertukaran sumber daya yang saling menguntungkan dapat menjadi relasi patronase, namun tidak semua relasi patronase memiliki karakter relasi klientelistik (Pratama, 2017).

Secara harfiah istilah klientelisme berasal dari kata "*cluere*" yang artinya adalah "mendengarkan atau mematuhi". Kata ini muncul pada era Romawi kuno yang menggambarkan relasi antara "*clientela*" dan "*patronus*". "*Clientela*" pada era ini adalah istilah untuk menyebut kelompok orang yang mewakili suaranya kepada kelompok lain yang disebut "*patronus*", yang merupakan sekelompok aristokrat. Selanjutnya, disebutkan bahwa "*clientela*" merupakan pengikut setia dari "*patronus*" (Muno, 1996). Klientelisme adalah jaringan antara orang-orang yang memiliki ikatan sosial, ekonomi dan politik yang didalamnya mengandung elemen iterasi, status *inequality* dan resiprokal (Tomsa & Ufen, 2012). Kemudian, klientelisme juga adalah relasi kuasa antara patron dan klien yang bersifat personalistik, resiprositas, hierarkis dan iterasi. Maka dapat dipastikan bahwa klientelisme berbicara tentang jaringan atau relasi. Jaringan tersebut mengandung relasi kuasa yang tidak setara dimana patron memiliki kuasa penuh terhadap jaringan tersebut. Dalam kajian politik, klientelisme diartikan sebagai jaringan yang dikuasai patron untuk mengintervensi kliennya (Aspinall & Sukmajati, 2015).

2. Patronase dan Klientelisme Dalam Dukungan Politik Tuanku Tarekat Syathariyah Kepada Pasangan Calon Peserta Pilkada Patronase

Pada setiap perhelatan Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Propinsi Sumatera Barat maupun Pilkada Kabupaten/Kota, para tuanku tarekat Syathariyah di Padang

Pariaman sepertinya juga tidak mau ketinggalan memainkan peran dalam event politik lima tahunan tersebut. Para tuanku tarekat Syathariyah di Padang Pariaman telah turut memainkan peran politik, dengan ikut memberikan dukungan politik terhadap para kandidat yang bertarung. Landasan atau yang menjadi dasar pertimbangan bagi kelompok tuanku tarekat Syathariyah memberikan dukungan kepada salah satu pasangan calon peserta Pilkada yaitu *Pertama*, Hubungan emosional yang sudah terjalin lama dengan kandidat, dalam hal ini termasuk hubungan emosional yang disebabkan oleh adanya hubungan kekerabatan di antara elit tuanku tarekat Syathariyah dengan kandidat. *Kedua*, Sentimen hubungan kedaerahan, dukungan diberikan kepada calon karena sang calon berasal dari Padang Pariaman. *Ketiga*, Harapan kandidat akan memperhatikan kepentingan tarekat Syathariyah, berupa: pembinaan dan perlindungan terhadap kaum tarekat Syathariyah, pemberian bantuan untuk kebutuhan surau dan pesantren tradisional Syathariyah, serta hubungan silaturahmi yang berkelanjutan. *Keempat*, Kualitas kandidat, yaitu pertimbangan kemampuan pasangan yang telah teruji sebagai pemimpin, termasuk dalam hal ini adalah karena kandidat dianggap memiliki kepedulian yang tinggi terhadap peningkatan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, kesejahteraan alim ulama dan masyarakat Sumbar. *Kelima*, Pertimbangan kepentingan atau keuntungan pribadi berupa materi (Chaniago, 2015).

Pertimbangan tuanku tarekat Syathariyah dalam memberikan dukungan politik kepada pasangan calon peserta Pilkada sangat jelas terlihat unsur Patronase didalamnya, seperti pertimbangan dengan harapan kandidat akan memperhatikan kepentingan tarekat Syathariyah. Harapan ini ditumpangkan kepada pasangan calon, apabila nantinya pasangan calon ini berhasil memperoleh kemenangan (*jikok jadi putiak manjadi buah, jikok jadi tapuang manjadi pinyaram*), maka diharapkan akan dapat lebih memperhatikan kepentingan kaum tarekat Syathariyah, berupa pembinaan dan perlindungan terhadap kaum tarekat Syathariyah, pemberian bantuan untuk kebutuhan surau dan pesantren tradisional Syathariyah, serta hubungan silaturahmi yang berkelanjutan. Kemudian adanya pertimbangan kepentingan atau keuntungan pribadi berupa materi. Seperti yang dijelaskan Scott (1972) mengartikan patronase sebagai relasi dua arah ketika seseorang yang memiliki status sosial lebih tinggi (patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan dukungan pada orang lain yang memiliki status sosial lebih rendah (klien) yang memberikan dukungan dan bantuan kepada patron. Hubungan patron klien berawal dari adanya pemberian barang atau jasa dalam berbagai bentuk yang sangat berguna atau diperlukan oleh salah satu pihak, sementara bagi pihak yang menerima barang atau jasa tersebut berkewajiban untuk membalas barang tersebut (Scott, 1972)

Adanya unsur patronase dalam dukungan politik tuanku tarekat Syathariyah dalam Pilkada ini diperkuat oleh ungkapan dari Nanda Eko Putra Halim (2013) yang menjelaskan bahwa penyebab dukungan tuanku tarekat Syathariyah terhadap kandidat dalam pemilu antara lain adalah: *Pertama*, Transaksi Politik. Menurutnya, transaksi politik terjadi pada saat sosialisasi sebelum dilaksanakannya Pemilu, yang dilakukan di basis tarekat Syathariyah, dengan mengambil tempat di surau surau atau mesjid mesjid yang memiliki hubungan pertalian guru dengan tuanku tarekat Syathariyah. Pertemuan yang dilakukan oleh kandidat dengan tuanku tarekat Syathariyah dan dengan jemaah tarekat Syathariyah biasanya menghasikan beberapa kesepakatan penting, antara lain: bahwa jemaah tarekat Syathariyah akan memberikan dukungan politik kepada kandidat, dengan harapan akan ada umpan balik (*feedback*) yang diperoleh oleh jemaah tarekat Syathariyah, apabila nantinya kandidat berhasil terpilih. Dalam pertemuan yang menghasilkan kesepakatan tersebut, kandidat biasanya juga akan memberikan sumbangan uang sebagai atau infaq untuk kepentingan pengelolaan surau atau mesjid yang dikunjunginya.

Kedua, bantuan Langsung dan tidak langsung untuk pengembangan tarekat Syathariyah. Dukungan tuanku tarekat Syathariyah terhadap kandidat, juga disebabkan oleh adanya harapan untuk mendapatkan bantuan untuk pondok pesantren dan surau-surau tarekat Syathariyah. Bantuan dari kandidat ini terdiri dari bantuan langsung dan tidak langsung. Bantuan langsung merupakan sumbangan uang pada acara sosialisasi politik di basis tarekat Syathariyah, Sedangkan bantuan tidak langsung adalah bantuan yang diberikan oleh kandidat setelah masa sosialisasi dan pelaksanaan Pemilu usai (ketika telah terpilih).

Penjelasan yang diungkapkan Chaniago (2015) dan Nanda Eko Putra Halim (2013) mengenai dasar pertimbangan politik tuanku tarekat Syathariyah kepada pasangan calon peserta Pilkada juga seperti yang diungkapkan oleh Aspinall dan Sukmajati (2015) yaitu pelayanan dan aktivitas (*service and activities*). Kandidat sering kali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas atau pelayanan untuk pemilih. Kemudian, barang-barang kelompok (*club goods*), yaitu pemberian bantuan/donasi kepada komunitas seperti bantuan kepada klub olahraga atau kelompok agama Seperti yang diungkapkan Chaniago (2015) adanya harapan kandidat akan memperhatikan kepentingan tarekat Syathariyah, berupa pembinaan dan perlindungan terhadap kaum tarekat Syathariyah, pemberian bantuan untuk kebutuhan surau dan pesantren tradisional Syathariyah. Selain itu Nanda Eko Putra Halim (2013) mengungkapkan jamaah tarekat Syathariyah akan memberikan dukungan politik kepada kandidat, dengan harapan akan ada umpan balik (*feedback*) yang diperoleh oleh jamaah tarekat Syathariyah, apabila nantinya kandidat berhasil terpilih. Kandidat biasanya juga akan memberikan sumbangan uang sebagai infaq untuk kepentingan pengelolaan surau atau mesjid yang dikunjunginya.

Dari penjelasan yang diungkapkan oleh Chaniago (2015) dan Nanda Eko Putra Halim (2013) mengenai dasar pertimbangan tuanku tarekat Syathariyah dalam memberikan dukungan politik dalam Pilkada. Sangat jelas sekali terlihat adanya hubungan Patronase antara pasangan calon peserta Pilkada (Patron) dan tuanku tarekat Syathariyah (Klien). Adanya relasi dua arah ketika paangan calon (patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan bantuan untuk kebutuhan surau dan pesantren tradisional Syathariyah maupun keuntungan pribadi berupa materi kepada tuanku tarekat syathariyah (klien) yang kemudian dibalas dengan memberikan dukungan dan bantuan politik kepada patron untuk memenangkan kontestasi Pilkada. Disini dapat dilihat adanya pemberian barang atau jasa dalam berbagai bentuk yang sangat berguna atau diperlukan oleh tuanku tarekat Syathariyah, dan tentu saja barang atau jasa yang diterima tersebut berkewajiban untuk dibalas dengan dukungan politik.

3. Klientelisme

Selain pernyataan sikap pemberian dukungan politik dalam forum-forum resmi, dukungan politik terhadap pasangan calon, kalangan tuanku tarekat Syathariyah juga ikut serta melakukan kampanye. Tidak hanya sebatas itu, tuanku tarekat Syathariyah sepertinya telah bertindak sebagai perantara (broker) antara pasangan calon dengan tuanku dan jamaah tarekat Syathariyah yang lain. Seperti yang dilakukan oleh Zubir Tuanku Kuniang dalam Pilgub Sumbar Tahun 2010 yang terjun langsung turun tangan berkampanye ke kantong kantong kaum tarekat Syathariyah di Sumatera Barat. Dalam konteks ini, Zubir Tuanku Kuniang - dengan dibantu oleh anak kandungnya: Suhaili Tuanku Mudo, mengkoordinasikan jaringan tuanku tarekat Syathariyah di tempat lain seperti di daerah Lunang, Tapan (Pesisir Selatan), Dharmasraya, dan Tanah Datar (Chaniago, 2015).

Hal serupa juga diungkapkan oleh Nanda Eko Putra Halim (2013:50), yang menjelaskan bahwa bentuk dukungan politik tuanku tarekat Syathariyah terhadap kandidat dalam Pemilu (legislatif) adalah dengan memobilisasi dan mengarahkan jamaah dan dan santri yang menjadi murid dan jaringannya. Dalam berbagai ceramah, tuanku tarekat

Syathariyah sering mengajak jamaah untuk mendukung dan memilih kandidat tertentu. Para tuanku dan Alumni pondok pesantrennya juga diberdayakan untuk mengajak keluarga dan masyarakat untuk memilih kandidat. Peran tuanku tarekat Syathariyah dalam memberikan dukungan politik ini adalah sebagai broker (perantara) yang menghubungkan jamaah tarekat Syathariyah dengan kandidat.

Tindakan yang dilakukan oleh tuanku tarekat Syathariyah dengan mengkoordinasikan jaringan tuanku tarekat Syathariyah di daerah lain, memobilisasi dan mengarahkan jamaah dan santri serta memberdayakan para tuanku dan Alumni pondok pesantrennya untuk mengajak keluarga dan masyarakat untuk memilih kandidat. Semua tindakan yang dilakukan oleh tuanku tarekat Syathariyah tadi itulah yang dapat dikatakan sebagai broker (perantara) politik dalam menghimpun dukungan untuk kandidat peserta Pilkada. Hal inilah yang disebut sebagai bentuk dari Klientelisme, karena karakteristik utama dari klientelisme menurut ahli adalah bersifat timbal-balik, hierarkis, dan berulang (tidak terjadi sekali saja). Ada juga keterangan bahwa relasi dua arah (dalam patronase) bisa saja berubah menjadi tiga arah jika si patron berubah menjadi perantara yang menjembatani klien mereka dengan komunitas di luarnya, inilah yang kemudian disebut sebagai klientelisme (Tomsa & Ufen, 2012; Auyero, 2000).

D. Penutup

Dari uraian yang telah dijelaskan sebelumnya di atas, dapat disimpulkan bahwa Tuanku Tarekat Syathariyah di Padang Pariaman dalam memberikan dukungan politik terhadap kandidat peserta Pilkada di Sumatera Barat memiliki pola hubungan Patronase dan Klientelisme. Pola hubungan Patronase dan Klientelisme antara Tuanku Tarekat Syathariyah dengan kandidat peserta Pilkada ini sangat erat kaitannya dengan praktek politik uang, karena pola hubungan ini dibentuk dari hubungan yang saling memberi keuntungan, kandidat memberikan keuntungan berupa materi, pembinaan serta perlindungan kepada Tuanku Tarekat Syathariyah beserta jamaah dan pesantrennya, yang kemudian dibalas dengan dukungan politik untuk memenangkan Pilkada. Kondisi ini juga semakin mempertegas bahwa Patronase dan Klientelisme dalam konteks politik praktis merupakan salah satu akar masalah mengapa politik uang sulit diatasi, baik itu dalam perhelatan Pemilu maupun dalam penyelenggaraan Pilkada.

Daftar Pustaka

- Aspinaal, Ed dan Sukmajati, M. 2015. Politik uang di Indonesia, Patronase dan Klientelisme pada pemilu legislatif 2014. Yogyakarta: Polgov.
- Agustino, Leo. 2014. Patronase Politik Era Reformasi: Analisis Pilkada Di Kabupaten Takalar Dan Provinsi Jambi. *Jurnal Administrasi Publik*, 11(2): 69-85
- Alkhudri, A. T. (2014). Kepemimpinan Elit Lokal di Pedesaan Pada Era Desentralisasi. *Ilmu Sosial*, 1(1), 120–125.
- Aspinall, E and Berenschot, W (2019). *Democracy for Sale, Election, Clientism and the State in Indonesia*. Ithaca: Cornell University Press.
- Asrinaldi. 2020. *Sisi Lain Pilkada: Memahami Kontestasi Politik Dari Sudut Praktis*. Padang: Erka.
- Atjeh, Aboebakar (1980) *Pengantar ilmu tarekat dan tasawuf (huraian tentang mistik)*. Pustaka Aman Press Sdn. Bhd : Ipoh Perak.
- Burke, P. (2001). *Sejarah dan Teori Sosial*. Surakarta: Buku Obor.
- Chaniago, Sadri. Ahmad, Bakaruddin Rosyidi & Zulfadli. (2015). *Elit Tarekat Dalam Pusaran Kontestasi Pilkada : Dukungan Politik Tuanku Tarekat Syathariyah Terhadap Kandidat Pada Pilkada Sumbar Tahun 2010*. PAHMI 9th International Conference. Yogyakarta State University.

- Creswell, John W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. (edisi keempat), (Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari, Penerjemah) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ember, C. R., & Ember, M. (2001). *Countries and Their Cultures*. New York: Columbia University Press.
- Eisenstadt, S.N & Roniger, L. (1984) *Patrons, Clients and Friends: Interpersonal Relations and The Structure of Trust in Society*. New York: Cambridge University Press.
- Dobbin, Christian (1974) “*Islamic revivalism in Minangkabau at the turn of the nineteenth century.*” *Modern Asian Studies*, Vol.8. No.3. hal. 326. <http://www.jstor.org.stable/311737>.
- Foster, R. J. (1990). *Countries and Their Cultures*. Malang: Gandung Mas.
- Jones, P. (2003). *Pengantar Teori-Teori Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Kurniadi, P. (2012). *Perilaku Elit Lokal Pada Pemilukada Kota Tanjung Pinang Tahun 2012 (Studi Kasus di Kelurahan Sei-Jang Kecamatan Bukit Bestari)*. JIEB.
- Misrina, M. (2010). *Metamorfosis Faksionalisme Internal Partai Golkar di Maluku Utara pada Pilkada 2007*. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 1(1), 79–96.
- Nugroho, A. A., Dua, M., Ujan, A. A., Sihotang, K., Rima, F., Ristiyantoro, Kushendrawati., M. S. (2011). *Etika Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Putra Halim, Nanda Eko (2013) *Peran Zubir Tuanku Kuniang Dalam Mendukung Dedi Edwar Pada Pemilihan Umum DPRD Sumatera Barat Tahun 2009*. Skripsi program sarjana (S.1) di Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas Padang, tidak diterbitkan.
- Pramono & Bahren (2009) *Kepemimpinan Islam di kalangan kaum tua dalam naskah-naskah tarekat Syattariyyah di Minangkabau*. *Jurnal Lektur Keagamaan*, Vol. 7. No. 1 (91–108).
- Pratama, R. Adji. 2017. *Patronase dan Klientalisme pada pilkada serentak kota Kendari tahun 2017*. *Jurnal Wacana Politik*, 2(1): 33-45
- Scott, J. C. (1972). *Perlawanan Kaum Tani*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Surbakti, A. S. I. (2016). *Peran Elit Lokal Partai Golkar dalam Pemenangan Pileg 2014 Kabupaten Langkat*. *Jurnal POLITEIA*, 8(1), 25–32.
- Tomsa, D & Ufen, A. (2013). *Party Politics In Southeast Asia: Clientelism and Electoral Competition in Indonesia, Thailand and The Philippines*. Routledge.
- Javier Auyero. (2000). *The Logic of Clientelism in Argentina: An Ethnographic Account*. *The Latin American Studies Association*, Vol. 35, No. 3
- Mada Sukmajati. (2017) *Politik Gentong Babi*. (<http://fisipol.ugm.ac.id/news/politik-gentong-babi/id/>).