

# Perpustakaan Unika Widya Mandala

*by* Perpustakaan Unika Widya Mandala

---

**Submission date:** 03-Jan-2024 03:30PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2266355287

**File name:** Thesis\_Moh\_Ali\_Sulthon.docx (90.71K)

**Word count:** 17789

**Character count:** 115417

## PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Politik elektoral adalah proses dan aktivitas yang terkait dengan pemilihan umum atau pemilihan politik lainnya di mana warga negara memilih pemimpin dan perwakilan mereka dalam pemerintahan. Ini termasuk kampanye politik, pemilihan kandidat, debat, pemungutan suara, dan proses demokratis lainnya yang terlibat dalam menentukan siapa yang akan memegang jabatan politik. Politik elektoral sangat penting dalam sistem demokratis karena memungkinkan warga negara untuk memilih siapa yang akan memegang jabatan politik.

Politik elektoral memberikan kesempatan bagi partai politik dalam menjalankan fungsi sosialisasi dan rekrutmen. Partai politik memberikan ide dan program kerja selama proses sosialisasi. Partai politik juga berusaha untuk mempersiapkan kandidat untuk posisi publik. Oleh karena itu, ketika masuk pada politik elektoral partai politik mempersiapkan strategi pemenangan dengan membentuk persepsi publik berkaitan dengan kandidat tertentu. Tidak diragukan lagi, kinerja ini didukung oleh sistem politik yang bekerja dengan baik, yang menawarkan program dan kebijakan yang berbeda untuk partai politik untuk menarik simpati masyarakat.

Tidak dapat dipungkiri, dalam praktiknya, partai politik tidak hanya memaparkan program, *platform* ideologi dan juga *platform* kebijakan. Partai politik juga membagikan sumberdaya baik dalam bentuk uang maupun lainnya kepada pemilih sebagai *reward* untuk suara yang dijanjikan oleh pemilih (Nichter, 2014). Distribusi sumberdaya seperti ini disebut sebagai distribusi klientelistik. Hal yang dimaksud dengan distribusi klientelistik adalah pemberian barang dan jasa yang dibutuhkan oleh pemilih seperti makanan, obat-obatan hingga kebutuhan lain (Jordan, Mazzuca, & Nichter, 2014).

Guna memastikan proses distribusi sumberdaya berjalan dengan baik dan juga tepat sasaran, maka partai politik harus memiliki jejaring-jejarang di bawahnya.

Jejaring yang dimaksud bukan hanya yang dating dari partai politik melainkan <sup>38</sup> dari luar partai politik. Jaringan dari luar partai politik adalah disebut sebagai *broker*. Mereka bertugas untuk mencari informasi yang <sup>11</sup> tepat tentang apa yang dibutuhkan oleh pemilih yang berada di bawahnya. *Broker* dijadikan patron bagi para pemilih untuk mendistribusikan sumber daya (Jordan, Mazzuca, & Nichter, 2014). *Broker* merupakan patron yang memiliki banyak klien dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilih dalam pemilihan umum.

*Broker* ini adalah bagian dari tim sukses non-resmi yang berfungsi sebagai patron di masyarakat dan memahami pemilih di wilayah tertentu. Ketika seorang kandidat menyediakan barang dan jasa yang harus diberikan kepada pemilih, *broker* berperan dalam menjaga suara yang dikuasainya untuk dapat ditujukan kepada kandidat yang didukungnya. Artinya *broker* berperan sebagai perantara bagi kandidat dan juga pemilih karena *broker* memiliki pengaruh yang besar dalam memobilisasi suara konstituen dari kandidat atau bisa juga disebut sebagai strategi klientelistik (Ardiansa dkk, 2018).

Dalam hal pileg, para *broker* berperan sebagai alat politik untuk memenangkan seorang kandidat calon anggota legislatif. Penggunaan *broker* didasarkan pada kenyataan bahwa seseorang yang berkontestasi menggunakan strategi klientelistik untuk mengenali pemilih untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh pemilih tersebut. *Broker* menggunakan jaringan sosial mereka untuk membantu kandidat mendapatkan apa yang mereka inginkan, yaitu suara, yang menjadi dasar bagi seorang kandidat untuk mengatakan bahwa mereka mendapatkan dukungan. Karena calon kandidat akan memberikan keuntungan material dan nonmaterial kepada *broker*, terjadi simbiosis mutualisme antara *broker* dan kandidat calon.

Terdapat beberapa contoh kasus penggunaan *broker* dalam Pemilu. Misalnya yang dijelaskan oleh Aspinall & As'ad (2015) di pemilu Kabupaten Tanah Laut, Provinsi Kalimantan Selatan. Kandidat yang merupakan petahana menggunakan peran kepala desa sebagai *broker*. Dalam kasus ini kepala desa menjadi *broker* yang efektif karena mereka dapat memberikan pengaruh dan

mampu mengarahkan pilihan warga desanya akibat rekam jejaknya yang dianggap sebagai “tetua” yang sangat dihormati. Sebagai imbalannya, para *broker* yang mendapatkan pembangunan infrastruktur desa yang membuat nama dari para *broker* ini semakin disegani dan juga mendapatkan bantuan hewan kurban yang disebar di 23 desa.

Selain itu terdapat pula kasus di Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. Kasus ini cukup unik bahwa ternyata kekuatan partai politik saja tidaklah cukup untuk memenangkan seorang kandidat. <sup>13</sup> Pasangan Ibrahim Rewa dan Makmur A. Satta yang hanya diusung oleh satu partai, memenangkan pertarungan dengan meraup 40,1% dari total suara yang direkapitulasi. Kemenangan ini dapat diwujudkan dengan dukungan dari para *broker* yang merupakan aparat birokrasi pemerintah daerah di tujuh kecamatan (Agustino, 2014).

Dari contoh di atas menjelaskan bahwa dalam suatu proses pemilu kemunculan *broker* menjadi sangat krusial bahkan hampir mampu mengalahkan partai politik yang memenangkan kandidat. Penggunaan *broker* didasarkan pada kenyataan bahwa seseorang yang berkontestasi menggunakan strategi klientelistik untuk mengenali pemilih untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh pemilih tersebut. *Broker* menggunakan jaringan sosial mereka untuk membantu kandidat mendapatkan suara, yang merupakan tujuan utama kandidat. Dengan demikian, seorang kandidat dapat menyatakan bahwa mereka menerima dukungan. Karena calon kandidat akan memberikan keuntungan material dan nonmaterial kepada *broker*, terjadi simbiosis mutualisme antara *broker* dan calon kandidat.

Simbiosis mutualisme yang dimaksud telah banyak dibicarakan. Aspinall (2014) menyatakan bahwa hubungan antara kandidat dan *broker* terjadi karena adanya ikatan ideologis, politik, etnis, agama atau komitmen lainnya. Sementara itu, Tawakall dkk (2017) juga menyampaikan bahwa hubungan kekeluargaan terhadap kandidat atau partai politik menjadi motivasi utama dalam memotivasi *broker* untuk mendukung kandidat. Ketika *broker* berkhianat, *broker* akan khawatir jikalau nantinya akan timbul ketidakharmonisan dan kehilangan hubungan persahabatan dengan kandidat yang bersangkutan.



Penelitian ini berusaha memberikan pandangan sebaliknya, yaitu bahwa motivasi *broker* adalah murni transaksional. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Carty (1981) bahwa hubungan *broker* dengan kandidat tidaklah didasarkan hubungan yang ideologis melainkan pragmatis sehingga berbentuk ikatan personal, individual, dan parokial. Penelitian ini ingin membuktikan bahwa yang terjadi di lapangan dalam studi kasus yang diangkat adalah murni transaksional dan klientelistik.

Salah satu contoh dari penggunaan broker dalam pemilihan legislatif akan diangkat dalam studi kasus ini. Dalam pemilihan legislatif yang terjadi di Kabupaten tuban tahun 2019, terdapat satu kajian yang menarik untuk diteliti. Di sana salah satu calon anggota legislatif yang bernama Moh. Saefulloh Ponco Eko dari Partai PKB yang mendapatkan kemenangan lewat jasa broker. Dalam hal ini, broker yang dimaksud adalah kepala desa yang berada di dapil III Tuban yang meliputi Kecamatan Soko, Kecamatan Rengel, Kecamatan Semanding dan Kecamatan Grabagan. Berdasarkan data rekapitulasi suara di KPU, Moh. Saefulloh Ponco Eko mendapatkan kursi di DPRD kabupaten Tuban karena berhasil memperoleh 9.195 suara di Dapilnya.

Kepala desa memiliki motivasi berupa transaksi yang pragmatis dan bertindak sebagai mesin politik yang efektif bagi pemenangan Moh. Saefulloh Ponco Eko di Dapil Tuban 3. Penelitian ini berusaha menjelaskan apa saja motivasi dari para kepala desa sebagai broker dan apa saja peran yang mereka lakukan untuk memenangkan kandidat calon legislatif di tahun 2019.

## <sup>16</sup> **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepala desa berperan sebagai broker politik dalam Pileg 2019 di Kabupaten Tuban?
2. Apa strategi yang digunakan oleh Mohamad Saifullah Ponco untuk memperoleh dukungan dari kepala desa?

3. Bagaimana kontribusi peran kepala desa sebagai broker terhadap kemenangan Mohamad Saefulloh Ponco?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan peran kepala desa dalam konteks politik lokal sebagai broker politik yang memediasi dan memobilisasi dukungan untuk Mohamad Saifullah Ponco.
2. Menganalisis strategi yang diterapkan oleh Mohamad Saifullah Ponco dalam memenangkan dukungan kepala desa dan komunitas di tingkat desa.
3. Mengevaluasi sejauh mana kontribusi peran kepala desa berdampak pada kemenangan Mohamad Saifullah Ponco sebagai anggota legislatif.
4. Menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi kepala desa dalam memilih mendukung Mohamad Saifullah Ponco dan bagaimana faktor-faktor tersebut memainkan peran dalam proses pemilihan.
5. Mengkaji dampak peran kepala desa sebagai broker politik terhadap legitimasi politik lokal, serta bagaimana hal ini dapat memengaruhi hubungan antara pemerintah desa dan masyarakat.

<sup>17</sup> Melalui pencapaian tujuan-tujuan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika politik lokal di Kabupaten Tuban pada saat Pileg 2019 serta relevansinya terhadap struktur politik dan kehidupan masyarakat di tingkat desa.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis, tesis ini akan membantu melihat bagaimana peran broker dalam kemenangan pemilu legislatif.
2. Secara praktis, tesis ini bermanfaat untuk melihat pola para broker yang ke depan dapat diantisipasi untuk Pembangunan demokrasi yang lebih sehat.

### 1.5 Batasan Definisi/Istilah

Dalam teori politik, broker biasanya dipahami sebagai sebuah individu atau kelompok kecil yang bisa mengakses ekonomi, politik dan sosial atau bahasa lainnya disebut dengan mediator atau *middle man* (perantara). Katherine dan Lynette (2012) menjelaskan dua ciri utama broker. *Pertama*, broker memiliki kapasitas untuk memudahkan interaksi sosial, meningkatkan aktivitas ekonomi, dan memfasilitasi pembangunan politik. *Kedua*, sebaliknya, broker seringkali melahirkan eksploitasi, pengejaran keuntungan pribadi, korupsi, dan akumulasi kekuasaan; melalui proses ini dan proses lainnya, broker dapat memperburuk kesetaraan yang ada.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus menggunakan konsep broker yang digagas oleh Susan Stokes yang mampu menjelaskan kemunculan broker yang berdasarkan pendekatan klientelisme. Secara praktis penelitian ini ingin memberikan penjelasan mengenai peran dan strategi broker yang bertindak sebagai mesin politik yang berhasil memenangkan Moh. Saefulloh Ponco Eko menjadi anggota DPRD Kabupaten periode 2019 – 2024 dengan perolehan tertinggi nomor dua se-Kabupaten Tuban.

## TELAAH PUSTAKA

## 2.1 Penelitian Terdahulu

Klientelisme sering dikonseptualisasikan sebagai pertukaran antara pemilih sebagai pemilik suara, politisi atau para broker. Dalam demokrasi di beberapa negara seperti negara – negara di Amerika Latin yang memiliki pendapatan menengah, bahwa keanggotaan organisasi merupakan cara efektif dalam memprediksi pembelian suara. Hal ini berlaku dalam berbagai konteks kelembagaan, seperti Negara Argenti dan Peru (Holland dan Palmer-Rubin, 2015). Dalam konteks broker politik, bahwa terdapat kelompok kepentingan yang menjadi jembatan dalam pertukaran klientilik. Peran kelompok ini adalah sebagai perantara politik, yaitu antara pemilih dengan partai atau kandidat legislatif yang dapat mengidentifikasi kebutuhan klien, mendistribusikan barang dan memantau perilaku. Broker semakin menarik perhatian dalam literatur tentang klientelisme. Dua contoh berikut, yaitu di Argentina dan Kolombia menjadi cara yang jelas dalam memahami cara kerja broker politik.

Di Ibukota Argentina, Buenos Aires, broker yang berafiliasi dengan Partai yang identik dengan pemikiran Juan Peron, *Partido Justicialista* membagikan barang berupa uang tunai, kasur, makanan dan sebagainya kepada broker dan kemudian oleh broker didistribusikan kepada para pemilih sebelum pemilu (Auyero, 2000). Broker diberi imbalan berupa posisi di partai politik atau pekerjaan di pemerintahan berdasarkan jumlah pemilih yang hadir pada rapat umum dan pemungutan suara. Para pemilih mengetahui bahwa broker bekerja untuk partai politik tertentu, dan bahwa akses mereka terhadap program dan barang sosial mungkin bergantung pada loyalitas broker terhadap partai tersebut. Ini adalah broker partai yang familiar. Berbeda halnya dengan di Kolombia. Sebelum pemilu, para pemimpin organisasi kepentingan sering menerima panggilan telepon dari politisi dari berbagai partai yang menanyakan apakah mereka akan memobilisasi anggotanya. Para pemimpin menegosiasikan

harga yang harus dibayar untuk membujuk anggotanya agar mendukung partai tersebut pada pemilu atau kampanye. Pada umumnya, para politisi memberikan sebagian dari pembayaran dalam bentuk barang kepada individu atau kelompok untuk memobilisasi anggotanya dalam pemilu. Penjelasan di atas merupakan contoh bagaimana cara kerja broker politik yang membentuk pola umum, khususnya pada negara berkembang. Selain itu, beberapa penelitian yang dilakukan beberapa tahun lalu juga dijelaskan dalam bab ini untuk menunjukkan persamaan atau perbedaan penggunaan broker oleh partai politik maupun kandidat di berbagai negara di dunia.

Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Auyero (2000) yang mengambil fenomena politik di Argentina menjelaskan bagaimana para broker politik memenuhi kebutuhan dan mendistribusikan barang – barang yang diperlukan oleh para pemilih yang disediakan oleh partai politik atau kandidat. Sedangkan Stokes dkk. (2013) menjelaskan bahwa di Argentina, broker politik berperan sebagai penyuplai informasi mengenai referensi pilihan maupun perilaku pemilih. Stokes menemukan sebuah kasus dimana broker yang pada umumnya berasal dari kelas menengah yang berpengaruh dan memiliki pengikut ini dimanfaatkan oleh partai politik untuk memobilisasi dukungan. Broker ini juga berperan sebagai konsultan politik yang menyediakan strategi kemenangan yang tepat dan efektif terkait perilaku pemilih dari para konstituennya. Salah satu modal utama para broker ini adalah jejaring sosial dan pemahaman tentang peta politik lokal.

Dalam penelitian lainnya, Stokes dan Camp (2012) menyatakan bahwa kepentingan para broker menjadi dasar penting dalam kaitannya dengan pertukaran yang melibatkan broker dengan partai politik. Hal ini disebabkan oleh kemampuan yang dimiliki oleh broker, yaitu menyatukan jejaring sosial yang memiliki kekuasaan demi kepentingan broker itu sendiri. Hal ini berpengaruh pada hubungan yang terjalin antara broker dan partai politik yang, yaitu individual, personal dan parokial, bukanlah hubungan yang didasari oleh kesamaan ideologi. Tak jarang, broker melakukan transaksi dengan beberapa

partai politik sekaligus namun seringkali mereka penjual pada pihak yang mampu memberikan keuntungan paling tinggi.

Penelitian ini berkesimpulan bahwa broker mampu memainkan peran strategisnya, khususnya pada kelompok swing voter atau massa mengambang, yaitu kelompok yang belum menentukan pilihan politiknya. Jejaring sosial yang dimiliki oleh para broker dengan para pemilih berpotensi memobilisasi pilihannya sesuai dengan partai politik atau kandidat yang didukungnya. Hal ini mungkin terjadi karena *swing voters* lebih mudah dipengaruhi karena rendahnya loyalitasnya jika dibandingkan dengan pemilih yang telah menentukan sikapnya, maka daya tarik partai maupun ideologi sebagai tawaran tidak menjadi pertimbangan bagi *swing voters*.

Baldwin (2013) mengambil kasus broker pada politik lokal di Zambia. Penelitian ini berfokus kinerja dan kesuksesan para kandidat pada politik elektoral besar kaitannya dengan relasi yang dibangun dengan para broker. Broker dalam sistem politik Zambia memiliki kapasitas untuk memobilisasi massa untuk mendukung calon tertentu, dimana dukungan tersebut ditransaksikan dengan pemberian barang atau jasa. Broker politik ini juga bertugas dalam menyalurkan keuntungan kepada para pemilih yang nantinya ditukar dengan suara kepada kandidat yang didukung broker saat pemilu tiba.

Dari berbagai penelitian yang dilaksanakan di berbagai negara menunjukkan bahwa jasa broker politik yang dimanfaatkan oleh para partai politik maupun kandidat dalam politik elektoral. Broker berperan sebagai bagian dari tim pemenangan yang ditunjuk oleh partai politik maupun calon legislatif. Kesamaan dari berbagai penelitian itu menunjukkan bahwa broker memiliki peranan yang vital sebagai faktor yang dominan dalam kemenangan calon legislatif maupun partai politik karena broker memahami peta politik dan akses kepada pemilih yang nantinya pengetahuan ini menjadi strategi kampanye yang digunakan oleh partai politik maupun calon legislatif. Maka dari itu, dalam politik elektoral, terjadi hubungan yang sinergis antara broker dengan partai politik atau calon legislatif dimana keuntungan berupa barang



atau jasa yang diperoleh broker akan ditukarkan menjadi perolehan suara. Hal ini mempertegas fungsi broker sebagai mesin politik dalam pemenangan partai politik maupun calon legislatif.

Dalam konteks di Indonesia, beberapa penelitian dilakukan hampir menyeluruh di beberapa wilayah di Indonesia. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Aspinall dan Sukamajati (2016). Di dalam temuannya menjelaskan bahwa kemenangan kandidat dalam pemilihan legislatif dipengaruhi oleh modal kapital, daya tarik dan mobilisasi yang efektif dari jejaring broker yang berada di luar partai. Ideologi dan simbol partai menjadi faktor pendukung bagi para caleg dalam mencari suara demi mengamankan sebuah kursi di parlemen. Penelitian ini juga membuktikan bahwa para pemilih dan politisi di Indonesia memilih partai – partai didasari atas motif ideologis. Aspinall (2014) yang meneliti tentang Broker di beberapa daerah seperti, Kalimantan Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sumatra Utara dan Sumatra Selatan. Penelitiannya berfokus pada perilaku dan motivasi broker dalam konteks pemilihan kepala daerah.

Dalam penjelasannya, Aspinall menyatakan bahwa para calon kepala daerah memanfaatkan jejaring di luar struktur partai sebagai tim pemenangan yang bertugas dalam memobilisasi massa. Aspinall mengategorikan tiga jenis broker dilihat dari perilaku dan timbal balik yang diperoleh dari para calon kepala daerah. *Pertama*, broker aktivis yaitu broker yang memberikan dukungan kepada kandidat yang didasari oleh motif ideologi politik, latar belakang etnis, agama, atau nilai maupun prinsip lainnya. *Kedua*, broker klien yang mendasarkan dukungannya sebagai investasi jangka panjang dengan kandidat yang didukung atau dengan broker yang lebih senior agar keuntungan yang diraih bisa berdampak hingga masa depan. Ketiga, yaitu broker yang berkebalikan dengan broker klien, yaitu broker oportunistis dimana keuntungan jangka pendek menjadi dorongan terbesar broker dalam mendukung kandidatnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Aspinall ini juga

menyoroti masalah loyalitas broker terhadap kandidat dan menyebut kondisi ini dengan istilah masalah prediasi dan pembelotan. Dua istilah ini merujuk pada sikap dari broker yang merugikan kandidat. Prediasi merupakan suatu kondisi dimana broker menyalahgunakan sumber daya yang seharusnya didistribusikan kepada pemilih. Sedangkan pembelotan merupakan proses perpindahan dukungan broker dari satu kandidat ke kandidat lainnya. Menurut Aspinall (2014) hal ini dimotivasi oleh dua hal, yaitu alokasi sumber daya yang dimiliki oleh kandidat dan didukung dan peluang kemenangan kandidat untuk memenangkan kontestasi politik. Tentu saja, bagi kandidat yang memiliki sumber daya yang berlebih dibanding kandidat lainnya memiliki peluang yang lebih besar mengalami prediasi, sedangkan pembelotan terjadi kala seorang kandidat dianggap memiliki sumber daya yang lebih kecil.

Lebih lanjut, Aspinall dan As'ad mengambil studi kasus pada tahun 2013 kala pemilihan kepala daerah di Kabupaten Tanah Laut. Penelitian menemukan fakta bahwa penggunaan kepala desa sebagai broker terbukti efektif karena kepala desa memiliki pengaruh untuk memobilisasi pilihan warga desa. Hal ini didasari bahwa para kepala desa dianggap sebagai tetua yang dihormati. Sebagai timbal balik, para kepala desa ini mendapatkan sejumlah proyek pembangunan. Selain itu, menjelang idul adha tiap – tiap desa mendapatkan sumbangan berupa hewan qurban.

Tawakall dkk (2017) menjelaskan cara kerja broker kala Pilkada Kabupaten Pati di tahun 2017. Pada masa ini, kandidat tidak memiliki kompetitor dalam pilkada, maka secara otomatis akan berhadapan dengan kotak kosong. Dalam penelitiannya ini, peneliti menjelaskan setidaknya terdapat tiga kondisi yang menunjukkan bagaimana kandidat dan broker menjalin hubungan. *Pertama*, kandidat yang memiliki popularitas tinggi di mata masyarakat meskipun tidak memiliki lawan namun masih menjalin jaringan kampanye yang besar, salah satunya adalah jaringan broker demi meraup suara dominan. Tidak ada perbedaan dengan pilkada yang diikuti oleh 2 pasangan calon atau



lebih, lama pilkada Pati ini masih terjadi upaya pembelian suara lewat tim pemenangan. Hal ini ditujukan untuk memastikan legitimasi kandidat dengan cara banyak suara yang diraih. *Kedua*, adanya pemberian ini dimaknai sebagai penghormatan dari kandidat kepada pemilih, alih – alih sebagai sebuah pilihan transaksional. Ketiga, kandidat menggunakan jejaring broker dengan tujuan membina hubungan klientelistik antara kandidat dengan pemilih. Selain itu hal ini juga sebagai upaya kontrol bagi para broker yang mencoba – coba melakukan prediasi, misalnya seperti tidak mendistribusikan sumber daya kepada pemilih.

Dalam penelitian yang sama, peneliti juga menyoroti loyalitas broker kepada kandidat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa broker berpotensi melakukan pengkhianatan ketika terdapat kandidat yang memiliki sumber daya lebih besar. Namun secara mayoritas broker tetap menunjukkan loyalitasnya kepada kandidat. Hal ini didasari oleh hubungannya diantaranya yang bersifat kekeluargaan (Tawakall dkk, 2017). Pengkhianatan yang dilakukan berisiko besar karena dampaknya bisa menghilangkan tali persahabatan dan ketidakharmonisan dengan kandidat. Selain itu, dalam sehari – hari broker merawat kedekatan dengan masyarakat di wilayah tertentu. Ketika hajatan politik tiba, maka broker mampu menggerakkan masyarakat untuk memilih kandidat yang didukungnya. Di sisi lain, broker harus memiliki komitmen kepada kandidat karena masyarakat menilai konsistensi broker dalam mendukung kandidat tertentu.

Fenomena Broker juga terjadi di Kabupaten Aceh Utara. Penelitian yang dilakukan oleh Darwin (2017) menunjukkan peran broker perempuan. Perempuan mempunyai kapasitas menjadi seorang broker karena beberapa faktor, yaitu sejarah kolonialisasi, pengaruh agama dan konflik separatisme antara Gerakan Aceh Merdeka (GAM) dan pemerintah Indonesia serta peristiwa tsunami di tahun 2004. Peneliti menganalisis bahwa para perempuan yang menjadi broker dapat menjalankan perannya secara signifikan sebagai pengambil keputusan politik pada masa kampanye. Para perempuan ini

memainkan peranan sebagai penghubung, pendistribusi dan penggerak masa selama masa kampanye. Keuntungan perempuan yang menjadi broker adalah jejaring yang lebih luas, karena <sup>34</sup> broker perempuan ini mampu menjangkau pemilih laki – laki maupun perempuan dengan memanfaatkan jejaring kelompok perempuan, pemberian sumber daya, daya tarik pribadi dan kemampuan menguasai bahasa lokal.

Penelitian di Jawa Timur, tepatnya di Kabupaten Tulungagung dilakukan oleh Hergianasari (2013) yang bertepatan dengan Pemilihan Kepala Daerah. Dalam kontestasi politik ini, pasangan Syahri Mulyo – Maryoto Birowo maju sebagai pemenang. Dalam analisis peneliti, terpilihnya pasangan Syahri Mulyo – Mayoto Birowo ini karena adanya mobilisasi politik yang bertumpu pada jaringan kekerabatan dan kekeluargaan dari Syahri Mulyo. Salah satunya adalah ayah dari Syahri Mulyo yang biasa dikenal dengan nama Mbah Dasar. Beliau adalah tokoh masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Ketokohan ini didasarkan pada kepemilikan modal sosial dan kapital yang kuat untuk memenangkan pasangan Syahri Mulyo – Maryoto Birowo.

Fitriyah dan Alifirdaus (2018) yang melakukan penelitian di Jawa Tengah menemukan studi kasus dimana broker yang bertindak memberikan modal kepada kandidat. Broker menyediakan pembiayaan alternatif ini sebagai konsekuensi dari ongkos politik yang mahal, khususnya dalam meraih surat rekomendasi partai dan juga pelaksanaan kampanye. Dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya peran botoh. Botoh adalah pihak – pihak yang memiliki kepentingan dalam pemilihan kepala desa, karena para botoh ini mempertaruhkan uangnya untuk sebagai sarana berjudi demi memenangkan kandidat yang didukung.

Dari beberapa penelitian yang berfokus pada fenomena broker politik di sejumlah wilayah di Indonesia, maka bisa ditarik benang merah bahwa merupakan sebuah kondisi yang wajar kandidat memanfaatkan jejaring broker dalam politik elektoral. Keterbatasan pemahaman kandidat terhadap peta

politik suatu wilayah ini mendorong munculnya broker politik yang nantinya digunakan untuk mengarahkan pilihan pemilih kepada kandidat yang didukung. Selain itu, broker juga berperan dalam mendistribusikan sumber daya kandidat. Tak hanya kandidat yang diuntungkan dalam hubungan semacam ini. Broker juga mendapatkan timbal balik dari fungsinya dalam mengarahkan massa, yaitu dengan memperoleh keuntungan material, baik berupa barang maupun jasa dari kandidat. Aspinal dan As'ad (2015) juga menunjukkan dalam penelitiannya bahwa broker politik menemukan tiga kategori broker politik yang dibedakan sesuai dengan motivasi dalam mendukung suatu kandidat. Berdasarkan uraian di atas, peneliti lebih setuju dengan argumen bahwa hubungan *broker* dan juga kandidat adalah bersifat pragmatis dan transaksional. Hal inilah yang terjadi pada studi kasus yang terjadi di pemilihan legislatif di Kabupaten Tuban 2019.

## 2.2 Klientelisme

Luis Roniger (2004) menjelaskan fenomena klientelisme sebagai kondisi politik yang melibatkan hubungan kekuasaan dan pertukaran yang asimetris namun saling menguntungkan. Sebuah *quid pro quo* yang bersifat nonuniversalistik antara individu atau kelompok yang tidak setara dari segi sosio-ekonomi atau politik. Tingkat ketidaksetaraan posisi mitra dalam hal asimetris ini dapat bervariasi dari kasus ke kasus dan berkurang seiring dengan pembagian sumber daya, sistem politik, dan demokrasi. Klientelisme memiliki minimal tiga aspek: (1) bersifat hubungan timbal balik atau kontingensi; (2) bersifat hierarkis, dengan fokus pada hubungan kekuasaan; dan (3) ada elemen pengulangan, yang berarti transaksi klientelisme berlanjut. Tidak hanya negara berkembang yang mengalami klientelisme, tetapi negara maju juga mengalami klientelisme, dengan sistem politik dan sosio ekonomi mereka menjadi pusat perhatian (Aspinall & Sukmajati, 2015). Karena hubungan klien-pemilu berlangsung secara pribadi dan langsung di rumah, klientelisme menghasilkan suara yang lebih besar dalam konteks informal.

Menurut Ardiansa dkk. (2018), klientelisme berarti pertukaran sumber daya secara langsung antara kandidat dan pemilih untuk memengaruhi pilihan politik

yang dipilih. Klientelisme ini dapat didasarkan pada pilihan rasional, yang melihat pemilih memaksimalkan pemenuhan sumber daya. Sebaliknya, para teoritis melihat klientelisme sebagai hasil dari hubungan dan aspek ekonomi politik di tingkat negara dan masyarakat. Pandangan ini juga melihat praktik politik klientelisme dan dampaknya terhadap kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Kitschlet & Wilkinson, 2007).

Permasalahan politik klientelisme dipandang oleh para teoritis yang menggunakan pendekatan pemilihan rasional sebagai masalah memaksimalkan pemenuhan sumber daya seseorang (Ardiansa dkk, 2018). Hal ini terjadi karena pemilih mendapatkan keuntungan material dengan memberikan dukungan, sementara kandidat berusaha mendapatkan kekuasaan dengan memberikan barang, jasa, uang, dan pekerjaan kepada pemilih. Metode ini menggunakan analisis unit berbasis individu; itu memperhatikan kebutuhan dan karakteristik pemilih serta strategi kandidat untuk meyakinkan pemilih. Studi ini memberikan pendekatan penting untuk penerapan klientelistik yang digunakan kandidat untuk menang dalam pemilihan (Ardiansa dkk, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep klientelisme yang diperkenalkan oleh Susan Stokes serta konsep motivasi broker terhadap calon legislatif yang didukung lewat pemikiran Tawakkal, Garner dan Aspinall. Konsep klientelisme Stokes diyakini menjadi pisau analisis yang memadai dalam menjelaskan fenomena politik elektoral dimana broker memainkan perannya dalam kemenangan kandidat yang didukung. Stoke berpendapat bahwa broker memainkan peranan dalam politik elektoral disebabkan oleh kebutuhan partai politik yang ingin memastikan bahwa pendistribusian sumber daya tepat sasaran, yaitu pemilih yang telah ditetapkan dan juga demi menjamin bahwa pemilih yang telah mendapatkan sumber daya memilih partai politik atau kandidat yang didukung.

Klientelisme bisa dipahami sebagai bentuk pertukaran sumber daya yang melibatkan kandidat dengan pemilih secara langsung, hal ini terjadi dengan tujuan agar kandidat meraih suara pemilih dan memenangi kontestasi politik (Ardiansa dkk. 2018). Penyebab dari kemunculan kondisi klientelisme ini disebabkan oleh

cara pandang pilihan rasional pemilih untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah peristiwa politik. Selain itu, para pemikir politik memandang penyebab klientelisme hadir sebagai sebuah fenomena politik karena faktor ekonomi dan hubungan antara negara dengan masyarakat. Maka, fenomena klientelisme erat hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan (Kitschelt dan Wilkinson, 2007; Stokes dkk. 2013; Savirani, 2016; Berenschot, 2018).

Para pemikir politik ini mendudukan klientelisme dalam kerangka pilihan rasional karena motivasi pemilih dalam memaksimalkan akses terhadap sumber daya (Ardiansa dkk, 2018). Hal ini merupakan hubungan timbal balik antara pemilih, yang mendapatkan sumber daya berupa bantuan barang maupun uang. Sedangkan bagi para kandidat, momen ini dimaksimalkan untuk memenangkan kontestasi politik. Maka, pendekatan pilihan rasional ini tidak berfokus pada struktur politik namun individu sebagai pemilik suara. Dalam analisisnya, pilihan rasional ini mampu memberikan gambaran mengenai karakteristik dan kebutuhan pemilih maupun strategi kandidat untuk meraih dukungan dari konstituennya. Kajian tentang pilihan rasional merupakan upaya yang tepat dalam memberikan penjelasan penggunaan strategi para kandidat dalam penerapan klientelistik selama proses elektoral.

Dua pemikir politik yang menyoroti perihal klientelistik, yaitu Stokes (2013) dan Berenschot (2018) bersepakat bahwa melalui perspektif ekonomi politik, tingginya angka kemiskinan dalam suatu masyarakat berkaitan erat dengan suburnya praktek klientelistik. Maka, demi memberantas praktek klientelistik maka pertumbuhan ekonomi menjadi faktor dominan yang mampu mengubah kondisi transaksional ini. Dengan kata lain, bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat maka strategi memanfaatkan praktek klientelistik bukanlah strategi yang efektif untuk meraih dukungan pemilih. Di sisi lain biaya politik yang harus dikeluarkan oleh kandidat semakin tinggi.

Lebih lanjut, Kitschelt dan Wilkinson (2007) menjelaskan pertumbuhan ekonomi yang menjadi faktor dominan kemunculan praktek klientelisme, kemudian menjadi lahan subur bagi munculnya broker yang memiliki tugas utama dalam

membagikan sumber daya kandidat kepada para konstituen. Namun kandidat tidak bisa menyerahkan begitu saja mekanisme distribusi sumber daya, kandidat juga harus memastikan bahwa sumber daya yang didistribusikan harus sampai ke tangan pemilih.

### **2.3 Broker**

Stokes (2005) menjelaskan fenomena kemunculan broker melalui penelitiannya di Argentina. Dalam temuannya, mesin politik dalam bentuk klientelisme sebagai sebuah strategi memiliki peran utama yaitu memastikan bahwa distribusi sumber daya tepat sasaran dan pemilih penerima bantuan memilih kandidat yang telah ditentukan. Maka, struktur politik berupaya tim pemenangan melalui unsur masyarakat dibentuk dengan melibatkan orang – orang yang memiliki pengaruh dan karakteristik tertentu.

Stokes juga menambahkan bahwa terdapat dua pertimbangan utama partai politik atau kandidat menentukan seseorang menjadi broker, yaitu kepentingan partai politik dalam melakukan perekrutan individu yang berkompeten dalam memahami peta dan kebutuhan pemilih. Karena kedekatannya dengan pemilih melalui jejaring politiknya, maka broker dipercaya dan dibutuhkan oleh partai politik atau kandidat untuk menyalurkan sumber daya demi memastikan suara kandidat tidak berpaling. Selain itu, broker merupakan profesi yang memang dimanfaatkan guna meraih keuntungan material bagi para broker itu sendiri.

Penelitian terkini mengenai broker politik yang dilakukan oleh Aspinall dan Berenschot (2019) menyoroti tentang distribusi patronase broker di Indonesia. Dalam temuannya, terdapat dua bentuk jaringan broker. *Pertama*, partai politik atau kandidat membentuk tim pemenangan yang bersifat sementara atau tujuan tertentu. *Kedua*, jejaring yang menjadi bagian dari masyarakat, seperti pertemanan, latar belakang agama dan kesukuan telah disusupi oleh jejaring formasi namun seringkali jejaring informan-lah yang dominan dimanfaatkan oleh partai politik atau kandidat.



Keberhasilan proses distribusi patronase oleh broker ini dianggap berhasil manakala pemilih yang telah mendapatkan bantuan berupa barang maupun jasa memilih pilihan yang direkomendasikan oleh broker. Salah satu cara untuk memastikan efektivitas distribusi sumber daya, maka broker membentuk jejaring kelompok broker dengan karakteristik yaitu orang – orang yang memiliki perantara di tingkat akar rumput dan dibebani tugas untuk mempersuasi para pemilih dengan pemberian sejumlah bantuan dengan imbal balik berupa dukungan suara kepada partai politik atau kandidat.

Dalam konteks pemilihan calon legislatif Kabupaten Tuban 2019, praktek klientelisme mampu menjelaskan bagaimana tim sukses yang dibentuk kandidat merupakan jejaring politik yang terstruktur dari tingkat kecamatan hingga RW maupun RT. Mesin politik yang disusun oleh peserta pemilihan legislatif ini terdiri dari tenaga saksi di tiap TPS (Tempat Pemungutan Suara). Melalui pendekatan praktek klientelisme menyediakan penjelasan bagaimana kandidat membangun tim pemenangan sebagai mesin politiknya. Praktek klientelisme ini kemudian mampu menjelaskan proses kemunculan broker yang menjadi tulang punggung kandidat.

Broker memainkan peranan penting bagi kandidat karena berfungsi sebagai pihak yang mendistribusikan sumber daya melalui jejaring politiknya kepada pemilih. Hubungan yang terjalin antara kandidat dengan broker tidaklah berjalan satu arah, bahwa broker melakukan pekerjaannya sebagai distributor sumber daya karena juga mengincar keuntungan yang dijanjikan partai politik atau kandidat. Maka dalam kondisi ini, kedua belah pihak mampu memberikan keuntungan satu sama lain. Namun hubungan antara broker dan kandidat tidaklah selalu cerita tentang kerja sama atau hubungan yang menguntungkan diantara keduanya. Aspinall (2014) menjelaskan bahwa broker bisa saja mengalihkan dukungannya untuk pihak lain dan hal ini disebut dengan prediasi dan pembelotan. Sedangkan Tawakall dkk (2017) menjelaskan bahwa loyalitas yang terjalin antara broker dengan partai politik atau kandidat didasari oleh motivasi bahwa adanya kedekatan secara personal diantaranya keduanya dalam waktu bertahun – tahun sehingga kedua belah pihak saling mempercayai reputasi masing – masing pihak. Di sisi lain,

jika broker mengalihkan dukungannya kepada kandidat lain atau dalam istilah politik disebut pembelotan, maka dampaknya adalah broker tersebut mendapatkan label sebagai pihak yang tidak jujur dan reputasinya tidak lagi diakui lagi, baik bagi kandidat maupun masyarakat karena sikapnya yang plin – plan.

Dalam penelitian Stokes (2013), broker dimanfaatkan oleh kandidat untuk memperoleh dukungan politik karena broker merupakan posisi memiliki popularitas dan jejaring di masyarakat dan memahami kondisi wilayahnya. Selain itu juga broker digunakan oleh partai politik maupun kandidat untuk memastikan tersalurkannya sumber daya baik berupa barang maupun jasa kepada pemilih secara tepat sasaran. Salah satu cara partai politik atau kandidat mendapatkan jaminan bahwa sumber daya yang tersalur secara efektif dan tepat sasaran adalah dengan membentuk jejaring kelompok perantara yang melibatkan perantara di level bawah. Aspinall dan Berenschot (2019) menjelaskan bahwa tugas para perantara ini membujuk dan memastikan penerima manfaat dari para partai politik dan kandidat untuk memberikan suaranya setelah menerima sumber daya yang diberikan. Broker juga harus memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Maka setelah mengetahui kebutuhan konstituen, maka broker nantinya memberikan rekomendasi kepada partai politik atau kandidat untuk mengalokasikan kebutuhan masyarakat tanpa mempertimbangkan afiliasi kandidat terhadap partai politik atau kandidat lainnya. Tidak menutup kemungkinan bahwa para pemilih mampu mengubah pilihannya setelah mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhannya saat itu. Di sinilah peranan penting broker dalam memobilisasi pilihan pemilih karena dialah yang mengetahui kebutuhan dan kondisi psikologis konstituen. Inilah kunci penting kemenangan seorang kandidat lewat pemanfaatan pemahaman broker tentang wilayah atau struktur masyarakat.

Dalam tulisannya, Stokes dkk. (2013) dan Baldwin (2013) menjelaskan dua faktor utama kemunculan broker politik. *Pertama*, kebutuhan partai politik menaruh kepercayaannya kepada pihak yang bisa dipekerjakan dalam merawat pemilih. Keberadaan broker ini digunakan partai politik sebagai perantara yang menjembatani antara partai politik dengan kandidat yaitu menyalurkan sumber daya



yang nantinya dikonversi menjadi suara. Kedua, broker sebagai perantara politik merupakan salah satu profesi yang secara finansial menguntungkan bagi para pelakunya. Hal ini bisa dalam bentuk barang dan jasa maupun jabatan tertentu ketika partai politik atau kandidat memenangi kontestasi politik.

## **2.4 Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Di dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian. Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal (Sugiyono, 2017: 92). Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data – data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber - sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman – pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya. Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “Peran

*Kepala Desa sebagai Broker dalam Pemenangan Moh. Saefulloh Ponco Eko dalam Pemilihan Anggota DPRD Kabupaten Tuban Tahun 2019.”*

## **BAB 3** **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini pada dasarnya mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Pemecahan masalah yang ada pada penelitian diperlukan penyelidikan mendalam, teratur dan terus menerus, guna mengetahui bagaimana seharusnya langkah penelitian. Hal tersebut sangat penting keberadaannya di dalam proses penelitian yang dilakukan secara terencana dan sistematis. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang mempunyai karakteristik alami (natural setting) sebagai sumber data langsung, deskriptif. Creswell (2016) menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang meliputi langkah-langkah berupa dari asumsi-asumsi luas hingga metode-metode terperinci dalam pengumpulan, analisis dan interpretasi data.

### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang objek yang diteliti, menurut keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian langsung, data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka namun data tersebut berasal naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen lainnya. Prinsip penelitian kualitatif bersifat naturalistic atau alamiah. Disebut naturalistic karena situasi lapangan penelitian bersifat “natural” atau wajar, sebagaimana adanya tanpa dimanipulasi, diatur dengan eksperimen atau test. Penelitian ini tidak menguji suatu hipotesis akan tetapi hanya ingin mengetahui keadaan variable secara lepas, tidak menghubungkan antara variable yang satu dengan variabel yang lainnya secara sistematis oleh karena itu metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah mencocokkan antara data yg sebenarnya dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif.

Rumusan masalah yang akan diteliti menentukan pengamatan dan penelitian secara mendalam. Creswell (2016:4) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. McMillan & Schumacher (2003) berpendapat kualitatif adalah pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Sedangkan, Moleong (2013) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia kawasannya sendiri berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan istilahnya.

### 3.2 Objek Penelitian

<sup>10</sup> Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2012:144) pengertian objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan *reliable* (bisa diandalkan) tentang suatu hal. Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah kepala desa dan tokoh masyarakat yang memiliki kuasa dalam memobilisasi suara kepada calon yang didukung.

### <sup>13</sup> 3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Tuban, sesuai dengan wilayah tugas obyek penelitian sebagai anggota DPRD Kabupaten Tuban. Peneliti mengambil lokasi di Kabupaten di Tuban bukan hanya semata – mata pertimbangan kedekatan jarak dengan tempat tinggal peneliti namun juga peneliti telah mengamati dan bersentuhan langsung dengan pihak – pihak yang sesuai dengan tema yang diambil oleh peneliti, yaitu para broker politik di Kabupaten Tuban. Penelitian diadakan mulai bulan September 2023 yang diawali dengan pembuatan

proposal Thesis dan terus berlanjut hingga bulan Desember 2023 sebagai rangkaian pengumpulan data dan penulisan laporan penelitian.

### <sup>2</sup> 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara (interview), observasi lapangan (pengamatan), dan dokumentasi. Adapun jenis data metode tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

#### a) Wawancara (interview)

Menurut Moleong (2013) menyatakan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara merupakan proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak. Wawancara adalah metode pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyak digunakan di berbagai penelitian (Bungin, 2012).

Teknik yang dilakukan dalam wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara yang terstruktur yang ditujukan kepada para informan. Wawancara terstruktur itu sendiri adalah pewawancara menerapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, hal ini ditujukan untuk mencari jawaban hipotesis, untuk itu pertanyaan yang disusun dengan ketat dan pertanyaan yang diajukan sama untuk setiap subjek (Bungin, 2012). Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam dari para informan. Teknik ini dilakukan secara akrab dengan pertanyaan yang terbuka dan biasa sehari-hari, hal yang dilakukan ini akan lebih mampu menggali kejujuran dari jawaban – jawaban yang diberikan oleh para informan. Wawancara yang dilakukan dengan para informan berguna untuk mendapatkan informasi tentang peran kepala desa selama kampanye Pemilihan calon legislatif tahun 2019. Pertanyaan ini menggali lagi lebih dalam tentang peran kepala desa dalam mendistribusikan sumber daya serta memobilisasi pemilih di tengah keterbatasannya mengampanyekan kandidat. Selain itu penelitian

ini juga melibatkan obyek penelitian, yaitu Moh. Saefulloh Ponco Eko untuk mengonfirmasi dan memberikan sudut pandang yang bervariasi dari sisi pengguna jasa broker politik.

<sup>2</sup> Selain wawancara terstruktur, ada juga wawancara tidak struktur. Wawancara tidak struktur adalah wawancara yang pertanyaannya tidak disusun terlebih dahulu atau dengan kata lain sangat tergantung dengan keadaan atau subjek (Bungin, 2012). Kreatifitas si peneliti sangat dibutuhkan di dalam wawancara tidak struktur ini, karena tidak adanya pedoman wawancara. Wawancara ini lebih bebas, namun alangkah lebih baiknya jika kita lebih berhati-hati jika melakukan wawancara tidak struktur ini. Kita harus membuat nyaman informan ketika kita sedang menggali informasi, sehingga tidak membuat informan merasa dicurigai dan tetap mau memberikan informasi secara lengkap. Maka pemilihan waktu yang tepat juga sangatlah penting, maksudnya kita mewawancarai informan ketika mereka sedang mempunyai waktu yang senggang sehingga membuat mereka nyaman untuk memberikan informasi yang benar.

#### b) Observasi atau pengamatan lapangan

Menurut W. Gulo (2002) merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Observasi melibatkan dua komponen yaitu si pelaku observasi atau observer, dan obyek yang diobservasi atau observer. Observasi yang akan dilakukan guna mengetahui fenomena peran kepala desa sebagai broker dalam pemilihan anggota DPRD Kabupaten Tuban periode 2019 – 2024. Observasi ini melalui memperhatikan sosial politik di Kabupaten Tuban, khususnya di kecamatan Soko, Rengel, Semanding dan Grabagan yang menjadi Daerah Pilihan obyek penelitian maju sebagai calon legislatif.

#### <sup>2</sup> c) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya (Arikunto, 2006). Sedangkan menurut Moleong (2013)

bahwa dokumen dibedakan menjadi dua, yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaan. Dokumen pribadi mencakup buku harian, surat pribadi, dan otobiografi. Sedangkan dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan suatu lembaga sosial, misalnya majalah, bulletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Di dalam penelitian ini, dokumen digunakan untuk melengkapi hasil dari penelitian, adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran tentang para kelapa desa yang berperan sebagai broker politik di wilayahnya masing – masing.

### 4 3.5 Teknik Analisis Data

Umumnya, penulis kualitatif menggunakan prosedur yang umum dan langkah-langkah khusus dalam analisis data. Creswell (2016) mengajak penulis kualitatif untuk melihat analisis data kualitatif sebagai suatu proses penerapan langkah-langkah dari yang spesifik hingga umum dengan berbagai level analisis yang berbeda. Lebih lanjut Creswell (2016) menjabarkan lebih detail dalam langkah-langkah analisis data berikut ini:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.



3. Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. *Coding* merupakan proses mengolah materi/informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya (Rosman dan Rallis, dalam Creswell, 2016). Dalam proses *coding* ini, penulis mengkombinasikan kode-kode yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined code*) dan membuat kode – kode berdasarkan informasi yang muncul dengan sendirinya (*emerging code*) sehingga proses *coding* dalam penelitian ini adalah dengan men-fit-kan kode-kode yang muncul selama proses analisis data dengan data penelitian.
4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori-kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Pada langkah ini, penulis membuat kode-kode untuk mendeskripsikan semua informasi, lalu menganalisisnya. Tema-tema inilah yang kemudian dijadikan judul dalam bagian hasil penelitian.
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan naratif ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologis peristiwa, tema-tema tertentu, atau tentang keterhubungan antar tema.
6. Langkah terakhir adalah dengan menginterpretasi atau memaknai data.
7. Langkah ini akan membantu penulis dalam mengungkap esensi dari suatu gagasan (Lincoln dan Guba dalam Creswell, 2016). Interpretasi juga bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori.



## BAB 4 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

### 4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

<sup>1</sup> Kabupaten Tuban merupakan salah satu Kabupaten dari 38 Kabupaten dan Kota yang ada di wilayah administratif Provinsi Jawa Timur. Wilayah Kabupaten Tuban berada di jalur pantai utara (Pantura) Pulau Jawa. Luasnya adalah 1.904,70 km<sup>2</sup>, panjang pantai mencapai 65 km dan penduduknya lebih dari 1 juta jiwa. Kabupaten Tuban disebut sebagai Kota Wali karena Tuban adalah salah satu Kabupaten di Jawa yang menjadi pusat penyebaran agama Islam, namun ada juga yang menyebut Kabupaten Tuban sebagai Kota Tuak karena didaerah Kabupaten Tuban sangat terkenal akan penghasil minuman (Tuak atau Legen) yang berasal dari sari siwalan (ental). Adapun beberapa objek wisata yang sering dikunjungi di Kabupaten Tuban adalah Makam Wali, contohnya Makam Sunan Bonang, Makam Syeh Maulana Ibrahim Asmaraqandi, dan lainnya. Selain dikenal dengan julukan Kota Wali dan Kota Tuak, Tuban juga dikenal dengan sebutan Kota Seribu Goa karena letak Kabupaten Tuban yang berada pada deretan Pengunungan Kapur Utara. Bahkan di beberapa Goa yang ada di Kabupaten Tuban terdapat stalaktit dan Stalakmit yang dapat dinikmati keindahannya. Goa yang terkenal di Kota Tuban adalah Goa Akbar, Goa Putri Asih, Goa Suci dan Perut Bumi.

<sup>1</sup> Kabupaten Tuban berada di wilayah paling barat Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 183.994,561 Ha. Letak astronomi Kabupaten Tuban berada pada koordinat 111° 30' - 112° 35' Bujur Timur dan 6° 40' - 7° 18' Lintang Selatan. Daerah yang melingkupi Kabupaten Tuban diantaranya adalah berbatasan dengan Kabupaten Lamongan di sebelah Timur, berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro di sebelah Selatan, berbatasan dengan Kabupaten Rembang dan Kabupaten Blora di sebelah Barat, dan berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah Utara. Panjang wilayah pantai yang dimiliki Kabupaten Tuban adalah sepanjang 65 km dari mulai dari Kecamatan Palang di ujung Timur sampai Kecamatan Bancar di ujung barat. Luas wilayah laut yang dimiliki Kabupaten Tuban adalah 22.608 Km<sup>2</sup>. Secara

administrasi pemerintahan Kabupaten Tuban terdiri dari 20 Kecamatan dengan jumlah 328 desa/kelurahan (311 desa dan 17 kelurahan) serta terbagi lagi menjadi 1.733 RW (Rukun Warga) dan 6.469 RT (Rukun Tetangga).

#### 4.1.1 Iklim

Sebagian besar wilayah Kabupaten Tuban merupakan kawasan yang beriklim kering 94,73% dengan kondisi bervariasi dari agak kering sampai dengan sangat kering meliputi 20 Kecamatan, sedangkan sisanya kurang lebih 5,27% merupakan kawasan yang cukup basah yang berada di Kecamatan Singgahan. Sebagaimana di daerah lain di Indonesia, Kabupaten Tuban terdiri dari dua musim, yakni musim hujan dan musim kemarau. Hujan rata-rata di Kabupaten Tuban tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan curah hujan 1.214 mm per tahun. Hujan rata-rata (average rainy) di Kabupaten Tuban tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan curah hujan 207,06 mm. Mata pencaharian penduduk Tuban seperti petani atau kebanyakan bekerja di bidang pertanian, sedangkan lainnya bekerja sebagai nelayan, pegawai negeri, dan perdagangan. Kapasitas perekonomian Kabupaten Tuban sangat beragam. Potensi ekonomi yang berkembang selama ini diantaranya:

Bidang utama milik Kabupaten Tuban ini adalah sektor pertanian, khususnya tanaman pangan. Pada tanaman pangan, komoditas beras merupakan komoditas terbaik dibandingkan ketiga komoditas lainnya; ubi kayu, kacang, dan jagung. Potensi pengembangannya dapat diupayakan selain sector tanaman pangan antara lain pertambangan dolomit, minyak dan gas-gas bumi, pariwisata dan potensi besar sebagai pelabuhan laut. Kebudayaan di Tuban juga beragam salah satu diantaranya: Sandur. Kesenian tradisional teater yang berbentuk dramatari dengan mengambil cerita lokal. Selain nilai pendidikan, moral estetika, religi, rekreasi dan seni, Adapun seni yang mengajarkan nilai-nilai kemanusiaan seperti budi pekerti, tolong menolong, dan toleransi. Budaya lainnya seperti Reog bisa di jumpa di Kecamatan Jatirogo. Akan tetapi ada yang menjadi obyek menarik saat mengadakan peringatan haul Sunan Bonang, banyak nya umat muslim dari segala penjuru daerah

seluruh Indonesia memadati Tuban yang paling utama adalah pada kompleks pemakaman Sunan Bonang. Adapun saat perayaan Hari jadi Imlek di Klenteng Kwan Sing Bio serta ada juga sedekah bumi oleh masyarakat pesisir.

#### **1** 4.1.2 Potensi Pariwisata

Kabupaten Tuban merupakan daerah yang memiliki keanekaragaman sumberdaya alam dengan topografi dan struktur tanah yang beraneka ragam. Melalui pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya alam secara bijak, efisien dan efektif akan berdampak pada optimalnya kontribusi sumberdaya alam bagi perekonomian masyarakat dan dunia usaha serta bagi penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Kabupaten Tuban memiliki potensi unggulan yang memungkinkan untuk dikembangkan seperti pariwisata. Potensi pariwisata yang menonjol dan mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Tuban diantaranya adalah :

##### **1. Pemandian Bektiharjo**

Pemandian Bektiharjo terdapat di Desa Bektiharjo Kecamatan Semanding berjarak kurang lebih 5 km selatan Kabupaten Tuban. Ciri khas Kolam pemandian Bektiharjo adalah adanya sumber mata air alami dengan debit air yang cukup besar, suasana kawasan wisata yang sejuk sekaligus dihuni satwa Kera. Disamping dimanfaatkan sebagai kawasan objek wisata, sumber mata air tersebut juga dimanfaatkan untuk mensuplai kebutuhan air bersih serta mengairi lahan pertanian di wilayah Kecamatan Semanding.

##### **2. Goa Akbar**

Goa Akbar terletak di Kelurahan Gedongombo Kecamatan Semanding berada di sebelah selatan Kabupaten Tuban. Goa Akbar menjadi salah satu objek wisata andalan karena mempunyai pesona keindahan ruangan-ruangan dalam goa yang terhubung oleh lorong-lorong panjang dengan relief batu-batu alam, dengan stalagtit dan stalagmit yang beraneka ragam memberikan pesona keindahan yang

menawan ditunjang dengan adanya sungai bawah tanah yang mengalir jernih menambah keindahannya.

### 3. Goa Ngerong

Goa Ngerong terletak di Desa Rengel Kecamatan Rengel nerjarak kurang lebih 35 km disebelah selatan pusat kota Tuban. Daya tarik wisata Goa Ngerong karena memiliki sungai bawah tanah yang mengalir dari dalam goa. Ciri khas lainnya adalah dikawasan Goa Ngerong menjadi habitat alami ribuan ikan dan kelelawar yang bergelayutan di dalam dan dimulut Gua.

### 4. Objek Makam Sunan Bonang

Makam Sunan Bonang berlokasi di pusat Kabupaten Tuban tepatnya di Kelurahan Kutorejo di sebelah barat alun-alun Kabupaten Tuban. Sunan Bonang merupakan salah satu Wali sembilan penyebar agama Islam di Jawa yang makamnya setiap hari banyak diziarahi pengunjung dari berbagai daerah. Terletak di tengah kota berdekatan dengan jalur pantura dan akses mudah dijangkau.

### 5. Objek Makam Ibrahim Asmoro Qondi

Makam Ibrahim Asmoroqondi. Ibrahim Asmoroqondi merupakan Ayah dari Sunan Ampel. Lokasinya terletak di Desa Gesikharjo Kecamatan Palang kurang lebih 5 km ke arah timur Kabupaten Tuban.

#### 4.1.3 Visi Misi Kabupaten Tuban

##### • VISI

Visi adalah rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan pada akhir periode perencanaan yang didalamnya berisi suatu gambaran yang menantang keadaan masa depan, cita dan citra yang ingin diwujudkan, dibangun melalui proses refleksi, dan proyeksi yang digali dari nilai-nilai luhur dan dianut oleh seluruh komponen stakeholders. Visi dapat diartikan semacam tujuan yang dapat mengarahkan dan mendorong semua pemangku kepentingan (pemerintah dan non pemerintah) untuk berkontribusi pada pencapaian visi. Visi mempunyai jangkauan lima tahun atau lebih kedepan dan merupakan keadaan ideal yang sifatnya memberikan inspirasi dan arah dan posisi (setting) daerah di masa depan.

Berdasarkan kondisi masyarakat saat ini, permasalahan dan tantangan yang dihadapi di masa depan, serta dengan mempertimbangkan faktor strategis maupun

potensi yang dimiliki oleh masyarakat, pemangku kepentingan, serta Pemerintahan Daerah, maka Visi Kabupaten Tuban untuk jangka waktu lima tahun ke depan adalah :

“Terwujudnya Masyarakat Kabupaten Tuban Yang Lebih Maju, Religius, Sejahtera, Bermartabat dalam Tata Pemerintahan yang Kreatif dan Bersih.”

Pada Visi tersebut terdapat 6 kata kunci yaitu maju, religius, sejahtera, bermartabat, kreatif, bersih. Penggunaan kata lebih pada visi tersebut di atas merupakan upaya untuk meningkat suatu keadaan yang lebih, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Maju, ditandai dengan semakin meningkatnya kualitas sumber daya manusia dan hasil-hasil pembangunan yang ditandai dengan semakin meningkatnya indeks pembangunan manusia.
2. Religius, yaitu kondisi masyarakat yang senantiasa menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari dan senantiasa meningkatkan kualitas keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa serta berakhlak mulia yang berdampak terhadap keamanan, ketertiban, dan produktivitas tinggi.
3. Sejahtera, adalah keadaan masyarakat yang tercukupi kebutuhan minimalnya meliputi sandang, pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan dalam situasi lingkungan yang aman dan damai.
4. Bermartabat, mengandung arti bahwa masyarakat didalam kehidupannya telah dapat menghargai dan menghormati sistem nilai yang berlaku dan sekaligus menjadi landasan moral bagi kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
5. Kreatif, yaitu suatu keadaan yang mampu memanfaatkan peluang dan tantangan, mengembangkan inovasi, kreatifitas dalam optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam serta percepatan pembangunan secara berkelanjutan.
6. Bersih, sebagai perwujudan tata pemerintahan yang transparan, akuntabilitas, dan mampu memberikan satisfied public services (pelayanan publik yang memuaskan) guna meningkatkan pelayanan publik yang cepat, tepat dan pasti.

- **MISI**

Misi adalah rumusan umum mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan visi. Adapun misi pemerintahan Kabupaten Tuban adalah:

1. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia secara berkeadilan
2. Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dan kualitas kesejahteraan sosial.
3. Meningkatkan ekonomi kerakyatan yang berdaya saing global berbasis pertanian, perdagangan, industri, pariwisata, serta jasa secara berkelanjutan.
4. Meningkatkan pengalaman nilai-nilai keagamaan dalam semua aspek kehidupan.
5. Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui perluasan kesempatan kerja dan berusaha serta menumbuhkan wira usaha baru.
6. Mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya alam yang berdaya guna, pengendalian dan pelestarian lingkungan hidup serta konsistensi perencanaan tata ruang yang berkelanjutan
7. Meningkatkan kemandirian generasi muda, perempuan dan kesejahteraan gender serta perlindungan anak.
8. Merevitalisasi proses Desentralisasi dan Otonomi Daerah melalui reformasi birokrasi dan penguatan otonomi desa demi terciptanya tata pemerintahan yang bersih, inovatif, kreatif dan efisien berbasis pelayanan publik
9. Meningkatkan kualitas demokrasi yang bermartabat dan bermoral sebagai bentuk perwujudan pelaksanaan Hak Asasi Manusia (HAM).

#### 4.2 Deskripsi Narasumber atau Informan

<sup>12</sup> Dalam penelitian kualitatif, peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan mewawancarai informan. Penentuan informasi ini dengan pertimbangan pihak – pihak yang mampu memberikan jawaban yang jelas dan detail tentang peran kepala desa sebagai broker politik dalam pemilihan anggota DPRD Kabupaten Tuban periode 2019 – 2024.

##### 4.2.1 Klien

Moh. Saefulloh Ponco Eko merupakan kandidat yang meraih suara terbesar kedua pada pemilihan anggota DPRD Kabupaten Tuban Periode 2019 - 2024. Politisi PKB ini secara sukses memanfaatkan mesin politiknya dengan

menggunakan jaringan kepala desa di Daerah Pemilihan Tuban 3. Pertimbangan lainnya adalah untuk memberikan informasi yang lebih dan juga mengonfirmasi informasi atau data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa kepala desa. Sebagai klien dari broker, informan ini bisa menjelaskan awal mula keterlibatan broker, hubungan yang terjalin di antara keduanya hingga terpilihnya dirinya sebagai Anggota DPRD Kabupaten Tuban.

#### **4.2.2 Kepala Desa**

Sosok sentral dalam penelitian ini karena menjadi informan kunci. Wawancara dilakukan kepada beberapa kepala desa untuk menggali tentang motif, peran dan strategi yang digunakan selama memenangkan kandidat yang diusung. Diharapkan dalam proses wawancara mampu mengurai secara gamblang cara para kepala desa dalam mengampanyekan dan memobilisasi massa dan cara menyiasati dirinya sebagai pejabat publik namun berperan sebagai aktor politik lokal.

#### **4.2.3 Anggota Tim Pemenangan**

Anggota tim pemenangan ini merupakan individu yang dibentuk oleh kepala desa sebagai kepanjangan tangan dengan tugas utama menggali informasi, mengampanyekan kandidat dan memobilisasi massa. Pembentukan anggota pemenangan ini berdasarkan jejaring kekerabatan dan anggota tim yang turut memenangkan kepala desa dalam pemilihan kepala desa sehingga mereka ini individu yang mengetahui peta politik dimana kandidat maju menjadi calon anggota legislatif.



## **BAB 5**

### **TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN**

Keberhasilan Moh. Saefulloh Ponco Eko meraih suara tertinggi di Daerah Pemilihan (Dapil) Tuban 3 yang terdiri dari kecamatan Soko, Semanding, Grabagan dan Rengel tentunya merupakan buah kerja keras dari tim sukses yang dibentuk politisi asal Partai Kebangkitan Bangsa tersebut. Salah satu tugas penting tim sukses yaitu sebagai perantara dalam meraih suara di kalangan konstituen dengan melakukan pertukaran berupa barang dan jasa antara pemilik suara dan kontestan pemilihan calon legislatif. Pada umumnya, praktek ini terjadi pada masa kampanye. Idealnya, kader partai politik merupakan tulang punggung dari mesin politik tim sukses. Namun faktanya, dalam kemenangan Moh. Saefulloh Ponco Eko tim sukses didominasi oleh pihak – pihak informal di luar partai. Dalam kemenangan ini menunjukkan bahwa pihak – pihak informal ini dianggap lebih efektif dalam memobilisasi suara dan menjalankan praktek klientelisme. Pada konteks pemilihan calon legislatif DPRD Kabupaten Tuban, Kepala Desa dilibatkan untuk menjadi bagian dari tim sukses dari Moh. Saefulloh Ponco Eko sebagai broker politik. Berdasarkan hasil rekapitulasi menyatakan bahwa Moh. Saefulloh Ponco Eko berhasil meraih 10.698 suara, hanya selisih kurang dari 200 suara dari calon dengan raihan terbanyak, Fahmi Fikroni dengan 10.894 suara. Bab ini akan berfokus pada pembahasan bagaimana sejatinya kemunculan dukungan dari kepala desa yang berada di Dapil Tuban 3 sehingga berhasil mengantarkan Moh. Saefulloh Eko Ponco duduk menjadi anggota dewan di Kabupaten Tuban.

#### **5.1 Awal Mula Keterlibatan Kepala Desa sebagai Broker Politik**

Proses Pemilihan Calon Legislatif (Pilcaleg) Kabupaten 2019 dimulai dengan<sup>35</sup> penetapan Daftar Calon Tetap (DCT) pada 21 September 2018. Sebanyak<sup>36</sup> 569 bakal calon legislatif oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) disahkan sebagai peserta pemilihan calon legislatif. Sedangkan untuk masa kampanye dimulai pada tanggal 24 Maret<sup>20</sup> hingga 13 April 2019. Sedangkan pemungutan suara dilakukan pada 17 April 2017. Rentang waktu selama kurang dari sebulan tersebut dimanfaatkan oleh para peserta pemilu untuk bekerja keras meyakinkan konstituen



untuk memberikan suaranya saat tanggal pencoblosan. Pilcaleg 2019 merupakan keikutsertaan untuk yang pertama kalinya bagi Moh. Saefulloh Eko Ponco melalui Partai Kebangkitan Bangsa sebagai kendaraan politiknya. Moh. Saefulloh Eko Ponco berkeinginan membentuk tim sukses untuk memuluskan langkahnya menuju gedung parlemen. Tim sukses ini terdiri dari beberapa kader PKB, namun didominasi oleh di luar lingkaran partai, yaitu berbagai elemen lapisan masyarakat.

Aspinall dan Berenschot (2019) menyebut bahwa pelibatan tim sukses yang berasal dari luar kader politik disebut dengan broker. Salah satu pertimbangan melibatkan broker adalah karena lemahnya dorongan peserta pemilu untuk mengandalkan jejaring pribadi mereka sendiri selama proses pemilu berlangsung, yaitu mulai dari masa kampanye hingga pemungutan suara. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada umumnya struktur partai memainkan peran yang kurang signifikan dalam menjalankan kampanye kala pemilihan umum berlangsung (Buehler, 2009; Mietzner, 2011). Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Buehler dan Tan (2007) di Sulawesi Selatan tentang pelibatan para broker yang berunsur dari para tokoh agama, tuan tanah besar dan birokrat. Para elemen masyarakat tersebut bertugas membagi – bagikan barang – barang kepada masyarakat sebagai upaya meraih simpati para pemilih. Dalam konteks klientelisme, peran partai – partai politik terbatas hanya sebagai salah satu alternatif jejaring yang digunakan oleh peserta pemilu atau dalam artian lain bukan satu – satunya jejaring dominan yang tersedia (Aspinall dan Berenschot, 2019).

Keberadaan tim sukses yang terdiri dari pihak informal menjadi salah satu kunci sukses kemenangan Moh. Saefulloh Ponco Eko. Hal yang sangat beralasan karena kader politik juga terserap ke kandidat lainnya dan militansi dari luar kader politik terbukti lebih efektif dalam mendulang suara. Salah satu yang “berjasa” dalam kemenangan Moh. Saefulloh Ponco Eko adalah keterlibatan para Kepala Desa dalam meyakinkan para konstituen. Hanya ada dua kandidat yang memperoleh suara melebihi 10 ribu suara, salah satunya adalah Moh. Saefulloh Ponco Eko. Kepala Desa dilibatkan sebagai mesin politik melalui dua pertimbangan. *Pertama*, kepala desa memiliki pengaruh hingga di tataran akar

rumpit. Hal ini menjadi penting karena kandidat bisa menggunakan jejaring kepala desa untuk mendistribusikan bantuan hingga ke lapisan paling bawah yang menjadi calon pemilih kandidat. *Kedua*, pelibatan kepala desa sebagai broker didasari oleh pertimbangan bahwa untuk memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri. Setidaknya terdapat tiga bukti terjadinya praktek klientelisme yang melibatkan para kepala desa sebagai mesin politik. Pertama, pada umumnya masyarakat Kabupaten Tuban bermata pencaharian di bidang agraria sehingga kelompok masyarakat ini menjadi target utama dalam memobilisasi suara pemilih dengan cara memfokuskan memberikan bantuan dalam bidang pertanian. Dalam konteks ini, Moh. Saefulloh Ponco Eko memberikan bantuan pupuk kepada Kelompok Tani di beberapa dusun di beberapa Kecamatan di Daerah Pilihannya. Pendistribusian bantuan ini juga melibatkan para kepala desa yang bertugas sebagai jembatan antara kandidat dengan konstituen. Hal ini juga menunjukkan adanya aktivitas mobilisasi pemilih bahwa kepala desa merestui kandidat yang diusungnya, mulai dari masa kampanye hingga pencoblosan nantinya.

Fenomena di atas juga dibuktikan oleh Auyero (2000) dengan mengambil kasus di Argentina dimana kandidat mengalokasikan sumber dayanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melibatkan broker. Dalam konteks penelitian ini, kepala desa memainkan peranan penting karena baik kandidat maupun calon pemilih meyakini bahwa broker merupakan orang yang dipercaya dalam mendistribusikan bantuan serta merekomendasikan kandidat yang mampu memenuhi harapan masyarakat. *Kedua*, motivasi pribadi masing – masing kepala desa untuk mendapatkan keuntungan, seperti ekonomi. Hubungan antara kandidat dengan kepala desa ini terjalin karena dalam jangka panjang akan saling menguntungkan, tergantung *event* politik yang tengah berlangsung. Hal ini bisa menjadi investasi bagi kepala desa untuk menjadi modal berkontestasi dalam pemilihan kepala desa periode berikutnya atau menjadi pihak yang mendistribusikan bantuan sosial yang diperoleh kandidat, misalnya pada masa reses anggota legislatif. Ketiga, dukungan kepala desa oleh salah satu kandidat ini juga

merupakan ungkapan balas budi atas bantuan di masa lalu dan upaya membina jejaring politik di tingkat lokal.

Kehadiran kepala desa sebagai bagian dari tim sukses dalam pemilihan anggota legislatif Kabupaten Tuban 2019 menjadi bukti paling nyata adanya praktek klientelisme. Kedua belah pihak, yaitu kandidat dengan kepala desa ini saling mempertukarkan sumber daya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Desa Tluwe Kecamatan Soko.

“Ada dukungan dalam kegiatan warga, baik dalam bentuk uang maupun barang. Jadi hal ini menunjukkan komitmen pak Saefulloh kepada warga, jadi ketika memperkenalkan ke warga saya tidak ragu kalo pak Saefulloh adalah caleg yang layak dipilih. Kalo ada wujudnya *koyo ngene*, saya ga perlu *jelasne ngoyo – ngoyo* mas, warga masyarakat melihat sendiri. Harapannya kalo sudah jadi banyak hal yang bisa dibantu.” (Wawancara dengan A. Sidik, 2023).

Contoh di atas menjadi faktor ketiga dimana kandidat memenuhi kebutuhan masyarakat yang didistribusikan oleh kepala desa yang bertindak sebagai broker. Selama proses kampanye memang Moh. Saefulloh Ponco Eko dikenal memenuhi kebutuhan tim sukses maupun beberapa pengajuan bantuan oleh masyarakat. Di sisi lain juga, dalam beberapa waktu lalu pada saat pemilihan Kepala Desa juga Moh. Saefulloh Ponco Eko memberikan bantuan kepada kepala desa yang membantunya untuk memenangkan kontestasi pemilihan Kepala Desa. Dukungan ini tidak hanya terjadi kala agenda politik saja, namun secara konsisten Moh. Saefulloh Ponco Eko merawat jejaring konstituennya dengan berbagai bantuan. Misalnya pavingisasi di sebagian jalan di desa Tluwe Kecamatan Soko. Hal ini menjadi modal penting bagi Moh. Saefulloh Ponco Eko yang kembali maju menjadi anggota legislatif di Daerah Pemilihan Tuban 3.

Ketiga, selama menjadi caleg, Saefulloh Ponco Eko juga tak segan – segan mengeluarkan dana pribadinya untuk membantu perangkat desa. Salah satunya adalah bantuan sekolah bagi anak kepala desa atau perangkat desa. Hal ini tergantung dari kebutuhan penerima atau kondisi finansial Saefulloh Ponco Eko. Di sisi lain, Saefulloh Ponco Eko juga kerap membantu jika terdapat hajatan yang diselenggarakan oleh masyarakat. Bantuan ini tentunya disalurkan lewat kepala desa dan diteruskan kepada panitia penyelenggara hajatan. Pendekatan yang konsisten dilakukan oleh Saefulloh Ponco Eko menyebabkan masyarakat atau setidaknya tokoh di masyarakat dapil Tuban 3 secara tidak langsung nantinya membantu memenangkannya. Melalui pengamatan peneliti, beberapa warga juga mengetahui seberapa besar kontribusi Saefulloh Ponco Eko di wilayahnya sehingga kehadirannya terasa di masyarakat.

Salah satunya di desa Rengel yang kini dipimpin oleh bapak Mundir. Dalam penjelasannya, Saefulloh Ponco Eko menepati janjinya setelah dinyatakan terpilih menjadi anggota legislatif DPRD Kabupaten Tuban periode 2019 – 2024. Dari awal pencalonannya, Mundir telah berkomitmen untuk membantu legislator PKB ini untuk bisa meraih suara maksimal di wilayahnya. Tak membutuhkan waktu lama, Saefulloh Ponco Eko langsung memberikan bantuan alat pertanian, seperti traktor, pupuk dan kebutuhan lainnya. Atas pemenuhan janji politik Saefulloh Ponco Eko ini, maka Mundir tidak ragu – ragu untuk kembali membantu kemenangannya untuk kedua kalinya di pemilihan caleg 2024 tahun depan.

Saefulloh Ponco Eko menggunakan momen pemberian bantuan ini tidak hanya untuk memenuhi janji politiknya, namun juga sebagai agenda bertemu dengan pengurus Gapoktan atau konstituennya. Ia meninjau langsung bantuan yang diberikan agar sesuai dengan permintaan dan tepat sasaran. Hal ini juga dimanfaatkan sebagai jaring aspirasi bagi perangkat desa atau lapisan masyarakat lainnya untuk mengajukan proposal bantuan. Pendekatan semacam ini terbukti efektif untuk menyentuh hati calon pemilihnya karena Saefulloh Ponco Eko menyediakan waktu untuk berkomunikasi dan menerima keluh kesah masyarakat dan juga mendengarkan kebutuhan masyarakat, baik dalam hal infrastruktur

maupun dukungan lainnya. Ridwan, salah satu tokoh pemuda di desa Soko menjelaskan keseriusan Saefulloh Ponco Eko dalam merealisasikan bantuannya tanpa warga harus menunggu lama dan proses yang berbelit.

Pak Saefulloh kalo lagi ketemu masyarakat, mesti banyak *disambati* dan dibales dengan senyuman, ngerti *paleng masalahe wargane akeh* hahaha. Mulai dari ibu – ibu pengajian yang minta seragam, anak muda yang dibantu alat olahraga, macem – macem mas. *Untunge* ya beliau memahami kondisi di masyarakat. Kalo misalnya nominalnya terjangkau, biasanya beliau dalam beberapa hari mencairkan bantuannya. Saya denger kalo gitu berarti pake dana pribadinya. Kadang kalo ada yang meninggal dan dari keluarga miskin, dari tim atau perangkat desa ada yang ngirimin bantuan sembako. Hal – hal *koyo ngono kuwi sing diiling* masyarakat mas. *Wong – wong iki lek kenek atine wes sembarang dikekno*. Betul kan ya mas? (wawancara dengan Ridwan, 2023).

Cahyo, salah satu tim pemenang Saefulloh Ponco Eko menjelaskan bahwa calon legislatif yang didukungnya tidak hanya mengandalkan dana hibah maupun dana bantuan sosial (bansos) tapi juga lewat keuangan pribadi calon. Hal ini menunjukkan bahwa Saefulloh Ponco Eko secara aktif untuk memberikan bantuan, baik bantuan untuk sumbangan warga maupun pembangunan desa. Secara otomatis masyarakat mengapresiasi kinerjanya selama menjabat 5 tahun belakangan. Hal ini pula yang semakin mempererat hubungan dengan beberapa kepala desa yang sudah terjalin beberapa tahun, baik sebelum mencalonkan diri hingga kini di akhir masa jabatan dan kembali bertarung memperebutkan kursi di DPRD Kabupaten Tuban.

Dalam penelitian Stokes (2005) menunjukkan bagaimana aktivitas broker dalam memenangkan kandidat yang didukung. Broker yang dimotori oleh kepala desa ini berhasil disebabkan oleh para kepala desa mampu memastikan penyaluran sumber daya (bantuan) memberikan dampak bagi elektabilitas calon yang didukung. Klientilistik sebagai sebuah strategi yang berhasil karena kemenangan Saefulloh Ponco Eko tidak hanya karena mesin politik yang bekerja keras, salah satunya lewat para kepala desa namun juga mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Saefulloh Ponco Eko di mata masyarakat menjadi kandidat yang layak dipilih karena yang sering memberi bantuan kepada masyarakat. Hal ini sedikit



banyak dipengaruhi oleh budaya sungkan yang tertanam dalam masyarakat Jawa kebanyakan. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh Sugianto, Kepala Desa Pandan Wangi Kecamatan Soko.

Masyarakat ketika saya membagikan bantuan bertanya, “*Niki soko sinten pak?* Nah dari situ saya menjelaskan bahwa ini dari pak Saefulloh. Trus saya bilang, “*Pak Bu, pak Saefulloh enten hajat mangke pas pemilu. Nyuwun tulung mangke dicoblos nggih?* Saya bilang gitu mas. Saya enteng aja ngomongnya karena ini buktinya nyata, bantuannya ada, penerimanya jelas. Saya yakin masyarakat juga tidak keberatan untuk mendukung pak Saefulloh karena bantuannya ada di tangan, dipegang saat itu juga. Jadi saya sebenarnya ngarahin warga relatif gampang mas. Saya ga merasa susah karena takut menjanjikan warga ternyata bantuannya ga cair trus jadi omongan kalo bantuannya *dientit* (diambil) pak kades. Saya juga ada kepentingan untuk menjaga konstituen saya dan maju pilkades lagi, lha mosok aku marai wargaku kecewa? Kalo sudah begini, ibaratnya mesin ini sudah panas mas, tinggal mau dibawa kemana tinggal tancap gas aja. Kalo ada calon lain yang masuk ya pasti puter balik atau ya lewat jalur lain karena saya dan perangkat desa sudah satu komando, satu visi dan misi mengamankan suara pak Saefulloh. (Wawancara dengan Sugianto, 2023).

Dukungan para kepala desa yang menjadi broker politik dalam pemenangan kandidat yang diusung dalam pilcaleg 2019 tidak cukup hanya dipandang sebagai praktek dan strategi klientilisme saja, namun hal ini terjalin karena ikatan yang kuat secara personal antara para kepala desa dan Saefulloh Ponco Eko. Melalui penuturannya, Sugianto menjelaskan bahwa hubungan yang terjalin bukan hanya karena urusan politik semata namun juga karena memang atas dasar “persaudaraan” untuk saling tolong menolong.

“Sampeyan mesti paham, endi wong sing mung butuhe thok utowo sing beneran pengen bangun seduluran. Sampeyan kan iling ya mas, bantuan pas mertuane pak Ali (salah satu perangkat desa) meninggal ga nganti suwi pak Saefulloh langsung marani rumah duka karo gowo bantuan sembako. Sing koyo kuwi iki pasti bakal diiling dan lebih efektif dalam meyakinkan warga untuk memilih pak Saefulloh. Ngonon kan yo disawang tonggo kanan kiri. Menurutku ini kampanye sing efektif mas, menyentuh hati rakyat, menunjukkan kepedulian wakil rakyat kepada warganya. (Wawancara dengan Sugianto, 2023).



Tentu saja para kepala desa ini tidak bergerak sendirian untuk memenangkan kandidat, bersama dengan pak Saefulloh para kepala desa juga melibatkan elemen masyarakat agar kampanye semakin efektif dan dampaknya meluas. Bagi kaum perempuan, para kepala desa ini melibatkan beberapa kader dari Muslimat dan Fatayat, badan otonom (banom) dari organisasi islam, Nahdlatul Ulama (NU). Sebagai kader PKB, tentu saja Saefulloh Ponco Eko mendapatkan kemudahan menjaring kader dari kedua organisasi perempuan NU tersebut. Hal ini juga diikat dengan kedekatan ideologis yang dipersatukan oleh identitas yang sama, yaitu kader NU. Kader Muslimat dan Fatayat menjadi strategis karena aktivitasnya menggelar kegiatan secara rutin, baik dari pengajian, pendidikan maupun aktivitas lainnya dalam rangka pemberdayaan perempuan.

Kesediaan para kepala desa mendukung Saefulloh Ponco Eko tidak hanya didasari oleh motif ekonomi saja, namun juga reputasi dari kandidat. Saefulloh Ponco Eko meski tergolong muda namun telah merintis karir politiknya sejak masih remaja. Hal ini menjadi modal bagi kandidat untuk membangun jejaring politiknya di kabupaten Tuban. Tak hanya aktif di organisasi di bawah naungan NU, ia juga menjadi ketua Persatuan Setia Hati Terate (PSHT). PSHT merupakan salah satu organisasi silat terbesar yang ada di Pulau Jawa dan terkenal solid dengan kaderisasi yang berjalan secara terus menerus. Hal ini menunjukkan modal yang dimiliki Saefulloh untuk merangkul berbagai elemen menjadi mudah karena keaktifan Saefulloh di berbagai komunitas di masyarakat. Lewat dua organisasi ini, Saefulloh mampu menjangkau konstituen hingga di level dusun hingga RW (Rukun Warga) maupun Rukun Tangga.

Kelompok masyarakat yang dilibatkan sebagai bagian dari tim pemenangan Saefulloh Ponco Eko ini juga menunjukkan bahwa kader partai politik yang kurang efektif untuk memenangkan kandidat. Di internal PKB sendiri tentu terjadi gesekan karena dalam sistem pemilihan tertutup sesama kader partai yang menjadi calon legislatif harus bersaing satu sama lain untuk meraih suara konstituen. Maka tentu saja hal ini tidak efektif untuk

mengandalkan mesin politik dari kader partai. Pada pemilihan calon legislatif 2019, terdapat 12 caleg yang berkompetisi di dapil Tuban 3. Nama – nama *incumbent* seperti Yusuf, Mujari dan Nurul Huda menjadi nama caleg PKB yang di pilcaleg sebelumnya meraih kursi di DPRD Kabupaten Tuban. Hal ini bukanlah tugas mudah untuk menandingi perolehan politisi senior dari partai yang dipimpin oleh Muhaimin Iskandar itu. Kompetisi ini juga akhirnya menyebar di akar rumput dimana para kandidat mencoba “melamar” para tokoh masyarakat maupun para kepala desa untuk mau menjadi tim suksesnya. Harap diketahui bahwa persaingan di level DPRD setingkat kota/kabupaten merupakan persaingan yang ketat karena banyaknya kontestan dengan wilayah yang relatif kecil. Maka pertempuran di level bawah sangatlah menentukan kemenangan para kandidat. Hal ini juga menunjukkan bahwa bukanlah hal yang efektif untuk menggunakan kader partai menjadi mesin politik karena fakta di lapangan menunjukkan bahwa tokoh masyarakat dan kepala desa ini memiliki pengaruh yang lebih nyata dalam memobilisasi konstituen. Para tokoh masyarakat dan kepala desa yang sering terlibat dalam kontestasi politik ini juga dianggap memiliki kemampuan dalam memetakan warganya sehingga perhitungan politik dan pergerakan lawan semakin mudah untuk diketahui. Pada akhirnya, hasil menunjukkan bahwa Saefulloh memiliki tim pemenangan yang lebih unggul dengan dibuktikan perolehan tertinggi di dapilnya, mengalahkan perolehan para seniornya di partai yang lebih dulu berkompetisi di pemilihan calon legislatif Kabupaten Tuban.

Dalam konteks broker politik, terdapat dua jenis motivasi para kepala desa dan tokoh masyarakat mendukung kemenangan Saefulloh Ponco Eko. Pertama, adanya ikatan emosional antara kandidat dengan tim pemenangan.

Kedua, adanya hubungan *botoh* yang dilibatkan sendiri oleh kader partai politik yakni *botoh* yang berada pada jaringan keluarga Supriyono dan Suharminto. Dua jenis *botoh* ini sama-sama memiliki tujuan yang sama yakni memenangkan Syahri Mulyo- Maryoto Birowo. Akan tetapi dari dua jenis *botoh* ini memiliki motivasi yang berbeda berkaitan dengan kemunculan serta

keterlibatannya ke dalam bagian pemenangan Syahri Mulyo-Maryoto Birowo.

### **5.2 Peran dan strategi Kepala Desa sebagai Mesin Politik Saefulloh Ponco Eko pada Pileg Kabupaten Tuban 2019**

Dalam subbab ini, peneliti menjabarkan peran dan strategi yang digunakan para kepala desa sebagai broker mengantarkan Saefulloh Ponco Eko meraih kursi di Kabupaten DPRD Tuban. Kemenangan Saefulloh Ponco Eko ini menjadi salah satu kasus dimana seorang pendatang baru di kontestasi pileg di level kabupaten/kota dimana kandidat mampu memenangkan pileg dengan memanfaatkan mesin politik di luar struktur partai. Fakta lapangan menunjukkan bahwa tim pemenangan yang dibentuk kandidat secara efektif mampu memobilisasi suara pemilih. Berdasarkan pengamatan peneliti kala turun ke lapangan menemui sejumlah informan, ditemukan fakta bahwa para kepala desa memiliki pendekatan yang beragam. Selama proses kampanye, terdapat kepala desa yang bertugas mempersuasi dan menjadi kepanjangan tangan dari Saefulloh Ponco Eko dalam menjelaskan profil dari kandidat yang diusung kepada para pemilih. Tahapan berikutnya memberikan gambaran peran kepala desa dalam menggerakkan pemilih untuk memilih Saefulloh Ponco Eko. Di bagian akhir bagaimana peran kepala desa dalam pembelian suara.

Dalam konteks kabupaten Tuban, kepala desa memainkan peranan penting dalam kontestasi politik. Salah satu tugas utamanya adalah memobilisasi para pemilih. Dalam istilah Aspinall dan As'ad (2015) para kepala desa ini disebut dengan state broker atau broker yang berasal dari unsur Negara. Jejaring kepala desa dirawat dan dimanfaatkan oleh partai politik atau kandidat kala politik elektoral tiba. Kepala desa sebagai state broker dan juga memiliki jejaring yang mampu menjangkau masyarakat di akar rumput adalah gambaran ketokohan perwakilan pemerintah di mata masyarakat yang mampu memenuhi kebutuhan warganya. Kepala desa merupakan hasil dari proses politik di mana masyarakat memilihnya kala Pemilihan Kepala Desa. Hal ini memberikan kepala desa legitimasi untuk mengambil keputusan – keputusan penting, salah satunya adalah terkait politik elektoral. Berdasarkan kewenangan yang dimiliki, maka kepala desa-lah yang mampu mendistribusikan patronase dari kandidat.

Bagi Aspinal dan As'ad (2015) kepala desa merupakan sosok yang familiar di mata warganya. Para kepala desa ini juga terlibat dalam kemenangan Saefulloh Ponco Eko, salah satunya adalah dengan menjadi tim pemenangan dan membentuk jejaring kampanye hingga di tingkat dusun. Tentu saja pembentukan dan keterlibatan para kepala desa ini memastikan kemenangan Saefulloh Ponco Eko dalam pilcaleg 2019. Selain kontrak politik, hal ini juga didasari bahwa jalinan kerjasama kedua belah pihak akan berjalan dalam jangka waktu panjang, saling bahu – membahu dalam pilcaleg dan pilkades berikutnya. Hal ini untuk memastikan dalam politik elektoral memastikan para pemilih untuk tetap loyal kepada arahan kandidat yang disodorkan oleh broker. Untuk merawat loyalitas warga, kepala desa bertugas mendistribusikan bantuan baik bantuan pembangunan infrastruktur maupun dana hibah yang dikelola oleh komunitas untuk memberdayakan masyarakat sekitar. Demi merawat loyalitas pemilih juga dalam pemberian sumber daya ini, kepala desa menjelaskan perjuangan Saefulloh Ponco Eko sebagai wakil rakyat telah berjuang untuk kemajuan daerah pilihannya.

Kepala desa memiliki keterlibatan penting dalam politik elektoral, baik dalam konteks pilkada maupun pilcaleg. Pentingnya peran kepala desa sebagai broker karena pemahamannya sebagai aktor politik di wilayahnya. Maka dalam pilcaleg, kepala desa menjadi magnet bagi para kandidat kontestan Pilcaleg untuk memobilisasi dan memberikan suaranya kepada kandidat yang direkomendasikan oleh kepala desa. Tentunya tidak semua kandidat mampu mengakses dan merekrut kepala desa sebagai bagian dari timnya. Setidaknya terdapat dua pertimbangan seorang kandidat mampu meyakinkan kepala desa masuk ke tim pemenangannya. *Pertama*, modal kapital dimana kandidat mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan kepala desa baik dalam barang maupun jasa. Selama masa kampanye, Saefulloh Ponco Eko menjadi kandidat yang kerap mengucurkan sumber dayanya untuk membantu kebutuhan masyarakat. Dilihat dari struktur tim yang dimiliki juga menunjukkan kemampuan finansial Saefulloh Ponco Eko dalam menyediakan logistik selama musim kampanye. Harap diketahui bahwa menjadi tim pemenangan adalah sebuah “profesi dadakan” dalam politik elektoral di Indonesia.

*Kedua*, modal sosial dimana kandidat merupakan sosok yang dikenal oleh masyarakat. Saefulloh Ponco Eko bukanlah nama asing di daerah pemilihan Tuban 3. Selain aktif di berbagai badan otonom Nahdlatul Ulama (NU) Kabupaten Tuban, kandidat juga aktif di organisasi masyarakat lain, seperti PSHT. PSHT memiliki keanggotaan yang merata di seluruh Kabupaten Tuban. Saefulloh Ponco Eko mampu menggabungkan organisasi yang berlatar agama dan memiliki basis massa yang kuat dan mengakar, <sup>26</sup> baik di level lokal maupun nasional. Belum lagi hal ini ditunjang dengan aktivitas istri dari Saefulloh Ponco Eko yang aktif di badan otonom NU Muslimat yang terkenal militan dan memiliki kegiatan rutin, seperti pengajian tiap minggunya. Dua modal penting ini menjadi pondasi penting kemenangan dan juga memberikan kemudahan bagi broker untuk memobilisasi pemilih ke kotak suara.

Kedekatan masyarakat yang dibina oleh Saefulloh Ponco Eko ini tidak hanya kala masa kampanye saja. Kandidat merawat hubungan dengan masyarakat sejak terpilih hingga kini. Tentu saja terdapat motif politik di dalamnya, namun di sisi lain pendekatan ini mengena di hati masyarakat karena nyaris tidak ada anggota legislatif dari Dapil 3 Tuban yang turun langsung untuk menyapa masyarakat. Saefulloh dikenal cukup rain untuk menghadiri acara – acara yang diadakan di daerah pilihannya dan juga turut menyumbang baik uang maupun barang. Selain itu, Saefulloh Ponco Eko juga menjalin kedekatan personal dengan para kepala desa lewat bantuan kala para kepala desa kembali berkontestasi di pemilihan kepala desa. Hal inilah yang menumbuhkan hubungan emosional antara Saefulloh Ponco Eko sebagai kandidat dengan para kepala desa sebagai broker. Hal inilah yang semakin membuat para kepala desa untuk mendukung dan mengampanyekan Saefulloh Ponco Eko merupakan kandidat yang peduli dan dekat dengan masyarakat sehingga layak untuk dipilih dalam pilcaleg berikutnya. Upaya para kepala desa untuk mempersuasi masyarakat memilih kembali Saefulloh Ponco Eko merupakan bagian dari kampanye dan propaganda untuk terus menjaga dan meningkatkan elektabilitas kandidat di mata masyarakat.

Kedekatan dengan Saefulloh Ponco Eko diakui beberapa kepala desa memberikan keuntungan berupa akses sumber daya untuk didistribusikan kepada masyarakat. Dalam strategi klientelisme, sumber daya menjadi sarana bagi para kepala desa untuk memobilisasi pemilih. Skema ini menjelaskan betapa besarnya pengaruh para kepala desa di mata masyarakat karena penguasaan terhadap sumber daya yang nantinya didistribusikan kepada pemilih dan siapa saja yang berhak menerima bantuan. Kemampuan mengakses sumber daya ini membuat para kepala desa mampu mengendalikan pemilih sehingga kepala desa mampu memobilisasi pemilih untuk menjatuhkan pilihannya kepada kandidat yang direkomendasikan agar para pemilih dapat terus mendapatkan bantuan selama kandidat menduduki posisi penting di pemerintahan. Yang tak kalah penting bahwa hal ini menunjukkan bahwa kepala desa adalah penguasa dan juga pengayom warganya lewat akses yang dimiliki kepada partai politik atau kandidat.

Kepala desa yang memiliki otoritas dalam kehidupan warganya bisa dilihat bagaimana struktur pemerintahan Kabupaten yang berbeda dengan pemerintah di Kota. Otoritas kepala desa di Kabupaten diperoleh melalui proses pemilihan yang melibatkan warga, yaitu lewat pemungutan suara. Sedangkan dalam struktur pemerintahan Kota, Lurah (yang setara kepala desa) dipilih oleh walikota. Maka dari sinilah para kepala desa memiliki otoritas dan legitimasi politik dari warganya sehingga kandidat memandang posisi kepala desa penting dalam mendistribusikan sumber dayanya. Dalam menyalurkan bantuan kepada pemilih, para kepala desa ini menyempatkan untuk memberikan penjelasan bahwa bantuan yang didapat melalui kepala desa ini merupakan perjuangan Saefulloh Ponco Eko sebagai wakil rakyat untuk membantu menyelesaikan masalah warganya.

Dalam masa kampanye pilcaleg 2019, Saefulloh Ponco Eko bersama tim rutin untuk turun lapangan safari politik ke desa – desa dimana para kepala desa yang mendukungnya dan terlibat dalam tim kampanye. Para kepala desa ini selama kampanye menjadi mediator antara kandidat dengan pemilih agar



kandidat secara langsung mendengarkan kebutuhan masyarakat yang menjadi calon pemilihnya. Pendekatan semacam ini adalah strategi agar pemilih menyaksikan secara langsung bahwa Saefulloh Ponco Eko adalah pribadi yang mau mendengar keluh kesah masyarakat dan bersungguh – sungguh untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh warganya. Selain itu juga, cara ini ingin menunjukkan bahwa masyarakat bisa leluasa mengutarakan kebutuhannya kepada kandidat. Agar menancap dalam ingatan pemilih, para kepala desa ini selalu mengingatkan secara berulang – ulang bantuan sumber daya yang diberikan merupakan usaha dan kepedulian Saefulloh Ponco Eko kepada warganya. Selama pengamatan di lapangan, peneliti melihat bahwa cara kepala desa mengingatkan berulang kali kepada para pemilih mampu membangun keyakinan di masyarakat untuk memberikan suaranya kepada kandidat. Beberapa masyarakat masih mengingat bantuan infrastruktur jalan yang diperjuangkan oleh kandidat. Hal ini menunjukkan bahwa Saefulloh Ponco Eko memiliki kesungguhan untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat. Saefulloh Ponco Eko juga memfasilitasi dan mendanai forum agar masyarakat mampu menyampaikan aspirasinya. Hal ini menunjukkan kedekatan emosional antara pemilih dan kandidat dan komitmen Saefulloh Ponco Eko sebagai wakil rakyat untuk memperjuangkan kebutuhan pemilihnya.

Pertemuan dan aktivitas turun langsung menjumpai pemilih ini menjadi bahan bagi kampanye kepala desa untuk membangun citra kandidat sebagai sosok yang dekat dan merakyat. Kegiatan semacam ini juga sebagai cara bagi kepala desa untuk terus mengingat Saefulloh Ponco Eko sebagai sosok yang benar – benar bekerja bagi rakyat. Melalui pembangunan citra positif dan distribusi sumber daya ini, maka terjalin hubungan emosional antara kandidat dengan pemilih. Kondisi yang demikian ini menunjukkan kepala desa sebagai mesin politik berhasil menanamkan kesan wakil rakyat yang baik dan nantinya mampu mendatangkan keuntungan elektoral bagi kandidat. Dalam penelitian Aspinal dan Berenschot (2019) menjelaskan bahwa membangun kesan sebagai

pemimpin yang merakyat, ditandai dengan pendekatan informal dan dekat dengan rakyat, tanpa disertai dengan upacara resmi atau seremonial dan menjadi tempat bagi masyarakat untuk mengeluarkan keluh kesahnya dan mampu menyediakan kebutuhan bagi masyarakatnya.

Telah dibahas sebelumnya, bahwa kepala desa memegang peranan penting dalam memenangkan partai politik atau caleg yang diusung karena kepala desa memiliki jejaring yang mengakar kuat di masyarakat pedesaan. Keberadaan kepala desa dalam politik elektoral ini menjadi signifikan karena proses yang dilalui kepala desa dengan memenangkan legitimasi warga membuat posisinya dilirik oleh berbagai partai politik atau kandidat yang berkontestasi di pemilihan calon legislatif, salah satunya untuk bertugas sebagai distributor sumber daya untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Hal inilah yang mendorong hampir seluruh kepala desa memainkan peran sebagai broker politik. Berenschot (2015) menyatakan bahwa otoritas yang dimiliki kepala desa, khususnya sebagai distributor ini memiliki implikasi bahwa kepala desa berhak untuk memutuskan siapa saja yang memperoleh maupun diabaikan dalam mengakses bantuan, misalnya penerima bantuan sosial dari pemerintah. Maka, demi menjaga maupun mengamankan posisinya, masyarakat tunduk terhadap arahan maupun rekomendasi kepala desa dalam politik elektoral.

Di awal keinginannya maju sebagai calon legislatif dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Pekerjaan Rumah yang harus dilakukan oleh Saefulloh Ponco Eko adalah membangun tim pemenangan yang terdiri dari berbagai elemen dengan komando para kepala desa. Salah satu tantangan adalah meyakinkan kepala desa yang telah menyatakan dukungannya kepada calon lainnya. Maka, Saefulloh Ponco Eko meyakinkan beberapa kepala desa dengan bantuan untuk menunjukkan komitmennya dalam merawat jejaring broker dan masyarakat. Perlu investasi dan kerja keras untuk mampu membangun tim yang solid karena beberapa tokoh masyarakat maupun kepala desa sudah direkrut oleh kandidat lain. Selama kampanye pilcaleg 2019,

terdapat dua citra yang dibangun dan diulang – ulang oleh tim untuk melekatkan Saefulloh Ponco Eko sebagai wakil rakyat, yaitu citra seorang pemuda yang bersih dan merakyat. Citra seorang pemuda yang bersih ini dibangun untuk menunjukkan bahwa Saefulloh Ponco Eko merupakan sosok yang tidak berbuat curang. Hal ini untuk menepis anggapan bahwa bantuan yang selama ini diberikan nantinya akan diganti selama menjabat sebagai anggota DPRD. Citra yang kedua yaitu sosok yang merakyat, hal ini untuk memaksimalkan keunggulan Saefulloh Ponco Eko yang memang sejak dari remaja telah aktif berorganisasi dan sering berkegiatan bersama masyarakat. Hal ini juga yang menjadi pembeda antara dirinya dengan kandidat lainnya. Dua citra ini telah cukup untuk mengantarkan sosok Saefulloh Ponco Eko EKO untuk mampu mendulang suara di dapil Tuban 3 dan mampu menjadi peraih suara dengan perolehan terbanyak kedua dalam pilcaleg 2019 kemarin.

Uraian di atas menunjukkan bahwa keberhasilan kandidat dalam memenangi kontestasi pilcaleg 2019 tidak mampu terlepas dari peran penting para kepala desa. Kepala desa secara gencar terus mengampanyekan kepada warganya untuk mendukung Saefulloh Ponco Eko sebagai wakil rakyat yang mewakili Kecamatan Rengel, Soko, Semanding dan Grabagan yang termasuk dalam Dapil Tuban 3. Sebagai caleg baru, tentunya kampanye semacam ini dibutuhkan untuk bertarung memenangi tiap suara yang diperebutkan puluhan caleg di tiap dapil. Saefulloh Ponco Eko yang mengikuti pertarungan politik untuk pertama kalinya ini berada di posisi yang kurang menguntungkan karena harus berhadapan dengan beberapa kandidat petahana. Namun lewat peran kepala desa dalam kampanye dan memobilisasi pemilih mengantarkan Saefulloh Ponco Eko menuju kursi DPRD Kabupaten Tuban. Suara yang diperoleh Saefulloh Ponco Eko tidak tanggung – tanggung, di kecamatan Soko ia mampu memperoleh suara sebesar 7.205, perolehan tertinggi seorang caleg dalam sebuah kecamatan. Hal ini merupakan sebuah prestasi bagi Saefulloh Ponco Eko yang merupakan kandidat baru dalam kontestasi pemilihan calon legislatif.

Selama masa kampanye, tidak hanya kepala desa yang bertugas memobilisasi massa. Maka direkrutlah berbagai anggota yang memiliki pengaruh di masyarakat. Dalam kerangka broker politik, tim yang dibentuk merupakan eksternal partai karena dianggap lebih efektif dalam memobilisasi massa. Pembentukan tim ini juga di bawah arahan kepala desa karena kepala desa yang mengetahui peta politik di wilayahnya. Setelah membangun jejaring politik hingga di level bawah. Dalam pembentukan jejaring broker ini, nampak dua pola yang muncul, yaitu tim yang terbentuk atas kekerabatan kepala desa yang juga memiliki posisi terpandang di masyarakat dan jejaring tim pemenangan yang digunakan para kepala desa dalam kontestasi pilkades. Kedua jejaring ini ditangani langsung oleh Saefulloh Ponco Eko karena masukan dan informasi yang diberikan nantinya akan ditindaklanjuti dengan strategi berikutnya. Kedua jejaring ini diperlakukan sama, yaitu bantuan yang relatif sepadan untuk mendistribusikan sumber daya yang dimiliki oleh Saefulloh Ponco Eko. Tim yang terbentuk ini telah berpengalaman, baik di level pilkades maupun di level kabupaten seperti pilcaleg dan pilkada. Jejaring politik inilah yang menjadi konsultan politik Saefulloh Ponco Eko dalam memenangi kontestasi politik di pilcaleg 2019. Menurutnya, merekrut tim yang berpengalaman membuatnya tidak hanya efektif namun juga efisien.

“Mungkin orang ngira wong – wong iki duwek tok mas. Sebenere mereka iki kerjone itung – itungane jelas, selama sampeyan ga nggenggem (menggenggam alias perhitungan dalam mengeluarkan uang, pen.) kene iki pengeluarane ya jelas. Karena di awal rincian dana berapa yang aku keluarkan terhitung dengan baik, ya karena mereka ini berpengalaman kebutuhannya apa, bayaran piro. Karena ini bukan bancakan tapi ya jangka panjang mas. Ojok sampe iki cuma mari sampe kene tok soale iki tarikane jek dowo (wawancara dengan Saefulloh Ponco Eko, 2023).”

Hal ini menunjukkan bahwa kandidat mempercayakan pergerakan timnya melalui jejaring broker yang berada di luar struktur maupun afiliasi dengan partai politik kandidat beranung. Faktanya terbukti bahwa membawa kemenangan dengan suara tertinggi kedua di dapil Tuban 3. Hal ini membuktikan pula penggunaan jejaring broker ini membuat alokasi sumber

daya kandidat efektif karena selain tepat sasaran juga meminimalisir kebutuhan yang memerlukan anggaran yang tidak sedikit, seperti merekrut konsultan politik.

Untuk memantau kinerja tim yang direkrutnya Saefulloh Ponco Eko perlu untuk turun tangan melihat bagaimana jejaring brokernya bekerja. Melibatkan pihak luar struktur partai menjadi sesuatu yang tidak bisa dielakkan karena hal ini menyangkut penguasaan kandidat terhadap “medan perang” yang harus dimenangkannya. Sebagai seorang politik, memanfaatkan jejaring broker yang berbasis kepercayaan semacam ini adalah hal lumrah untuk melibatkan orang lain untuk membantunya untuk meraih suara di akar rumput. Dalam perspektif Aspinall dan Berenschot (2019) jejaring yang dibentuk Saefulloh Ponco Eko menjadi modal politik yang penting karena kewajiban, keintiman dan kontrol sosial diantara kandidat dan broker mampu memfasilitasi pertukaran klientelistik.

Meskipun mengakui bahwa jejaring broker yang dimanfaatkannya tergolong efektif, namun ada satu catatan penting dalam melihat kemampuan seseorang memobilisasi pemilih di akar rumput. Jika seorang tokoh masyarakat atau kerabat kepala desa yang dilibatkan ini hanyalah orang yang mengurus organisasi namun tidak memiliki pengalaman dalam kontestasi politik maka bergabungnya mereka ke dalam tim hanyalah untuk memanfaatkan momentum pilcaleg ini demi meraih keuntungan pribadi. Patut dipahami bahwa pertarungan di level pilcaleg tergolong berat karena wilayah yang kecil namun harus diikuti oleh kontestan yang jumlah menyentuh angka ratusan. Maka lambat laun kandidat dan kepala desa mampu menentukan siapa saja yang mampu menggerakkan pemilih di akar rumput atau hanya menugaskan beberapa orang untuk mengurus teknis kampanye. Di sinilah peran kepala desa untuk menyeleksi anggota timnya agar tim berjalan secara efektif.

Tim yang dibentuk oleh kepala desa ini tentunya telah mengakar hingga di level RT/RW. Terbentuknya tim ini bisa jadi memanfaatkan tim pemenang pilkades maupun rekrutmen baru menyesuaikan dinamika di

lapangan. Nantinya setiap anggota tim atau tokoh masyarakat di level bahwa memobilisasi sejumlah pemilih dengan memberikan uang, sembako atau dengan cara mempersuasi beberapa orang. Salah satu anak muda yang dilibatkan dalam tim pemenangan Saefulloh Ponco Eko, yaitu Iwan menyatakan bagaimana dia beserta timnya masuk dan berupaya mempersuasi pemilih di akar rumput.

“Setiap hari kami ditarget untuk bertemu dengan warga. Yang anak muda menasar anak muda, yang ibu – ibu pengajian datang ke pengajian. Nanti dilaporkan ke ketua tim, siapa saja yang sudah didatangi, lokasinya di mana, sekaligus bertanya apakah ada yang sudah berkampanye di daerah sini. Kalo belum ya pertemuan berikutnya kami datang lagi bawa bantuan, kalo kebetulan bisa ya ngajak mas Saefulloh sekalian.” (Wawancara dengan Iwan, 2023)

Dalam pengamatan peneliti, memang Saefullo bisa dibilang menguasai medan, khususnya kecamatan Soko dimana dia memperoleh suara mencapai angka tujuh ribuan. Selain itu, keberadaan posko yang dibuat juga memberikan kesempatan bagi warga untuk bisa datang dan menyaksikan kegiatan yang dilakukan oleh tim beserta kandidat. Tak jarang dalam seminggu sekali kandidat dan tim mengundang berbagai elemen masyarakat untuk berdiskusi maupun menampung aspirasi masyarakat. Aktivitas yang terbangun semacam ini membuat antara pemilih dan kandidat terjalin ikatan emosional karena pada umumnya menjadi pejabat publik kerap kali membangun sekat antara wakil rakyat dengan pemilih. Hampir 24 jam selama masa kampanye posko ini terbuka bagi masyarakat.

Para tim yang terlibat dalam pemenangan Saefulloh Ponco Eko, baik yang berasal dari kerabat kepala desa maupun tokoh masyarakat dirawat dengan baik dengan memberikan keuntungan. Beberapa di antara mendapatkan bantuan sembako, akses terhadap bantuan sosial, bagi yang memiliki usaha mendapatkan bantuan kredit, pinjaman untuk kebutuhan rumah tangga dan keuntungan lainnya yang biasanya dalam bentuk uang, barang atau jasa secara langsung. Selama masa kampanye berlangsung, Saefulloh Ponco Eko menyediakan kebutuhan kampanye untuk mempromosikan dirinya dengan



menggunakan merogoh kocek sendiri tanpa adanya dukungan dari pihak lain maupun partai politik.

Pembentukan tim yang dikawal oleh kepala desa ini berdasarkan pertimbangan bahwa para anggota tim yang dilibatkan menguasai peta politik dan mampu melakukan kalkulasi politik. Pengalaman bertarung di pilkades dan juga pilcaleg sebelumnya menjelaskan bagaimana anggota mampu memetakan suara yang ada di wilayah Saefulloh Ponco Eko maju sebagai caleg dan terbukti kemampuan ini yang mendatangkan kemenangan bagi kandidat. Pertimbangan inilah yang mendorong agar Saefulloh Ponco Eko tidak memerlukan konsultan politik atau pihak lain yang di luar daerah pemilihannya. Selain itu juga adanya ketidakpercayaan kepada konsultan politik karena dianggap orang baru yang tidak mengerti seluk beluk dapil Tuban 3 (Saefulloh, 2019). Maka strategi terbaik dalam berkontestasi di pilcaleg adalah dengan memanfaatkan jaringan politik yang sudah ada dan berpengalaman.

Saefulloh juga menyatakan bahwa tim yang dibentuknya ini melalui seleksi orang – orang terpercaya, seperti kepala desa dan dianggap memiliki kesetiaan dan dapat dipercaya. Hal inilah yang menjadi pondasi praktek klientelistik karena mensyaratkan pertukaran kedua belah pihak. Rekrutmen yang dilakukan oleh kepala desa ini didasarkan pada jejaring politik yang digunakan pada pilakdes sebelumnya. Kepala desa memiliki rekam jejak anggotanya. Salah satu perintah bagi para anggota adalah dengan melaporkan perkembangan suara yang diperoleh di tiap desa dan dusun di tempat anggota tim pemenangan tinggal. Apabila terdapat target yang meleset dari perkiraan, maka anggota tim harus segera mencari tahu masalahnya dan mencari solusi secara bersama – sama. Jika kondisi ini tidak berubah maka tentu saja distribusi sumber daya menjadi tersendat karena merupakan hal yang sia – sia mengalokasikan sumber daya namun tidak mampu memberikan sumbangsih suara. Dampak lainnya, anggota tim yang berada di wilayah tersebut mendapatkan pengurangan dalam mendistribusikan sumber daya yang juga berdampak pada besaran keuntungan yang diperolehnya (Saefulloh, 2019).

Mobilisasi yang dilakukan oleh tim pemenangan sebagai bagian dari

struktur broker politik ini mengandalkan unsur kepercayaan dan kepatuhan. Kepercayaan menjadi pondasi awal hubungan antara kandidat dengan jejaring broker, dimana kandidat memiliki komitmen untuk memenuhi kebutuhan tim dan bantuan bagi pemilih (Iwan, 2023). Adanya kepercayaan ini menimbulkan keyakinan di dalam diri broker bahwa kandidat tidak akan bertindak semena – mena dan meyakini bahwa kandidat bersungguh – sungguh untuk memenangi konsestasi pilcaleg. Maka sebagai anggota tim sudah selayaknya untuk patuh terhadap instruksi ketua tim karena telah memenuhi kebutuhan dirinya dan tim, juga untuk memperoleh reputasi baik bagi sebuah jejaring politik yang sukses memenangkan kontestasi politik.

Tim pemenangan yang dibentuk melalui jaringan kekerabatan kepala desa dan tim pemenangan pada masa pilkades menunjukkan terjalannya hubungan emosional yang erat dan tanggung jawab dari pemilih atas dasar kesepakatan tersebut.

Menurut Berenschot (2015) kebermanfaatan dan kebermaknaan bagi para pemilih menjadi faktor penting dalam keberhasilan politik yang didasarkan pada kemampuan merajut jejaring sosial. Saefulloh sebagai ketua tim pemenangan yang didukung oleh para kepala desa menjadi pribadi yang disegani oleh anggotanya karena komitmen dalam mengalokasikan sumber daya dan reputasi serta pengalamannya dalam kontestasi politik.

Sudah disadari oleh para pelaku politik elektoral bahwa kemenangan politik praktis tidak bisa dilepaskan dalam kemenangan politik. Hal ini juga diakui oleh Saefulloh.

“Masyarakat juga tahu mas kalo ikut pilcaleg ya kudu bondo. Misale turun ke masyarakat terus ga bawa apa – apa ya bagi masyarakat yang cuma omong *thok*. Ya kalo gitu tiap turun ke warga kudu bawa sesuatu, nah sesuatu itu kan harus dibeli pake uang. Tingal dikalikan aja berapa kali saya turun bertemu dengan warga. Itu belum ngitung seperti rekom partai, dan lain sebagainya.”

Lebih lanjut, Saefulloh juga menyadari bahwa visi dan misi, program partai maupun kebijakan apa yang dikawal nantinya ketika terpilih tidak akan

berdampak banyak dalam mempengaruhi pilihan masyarakat. Sebagai apapun visi dan misi yang dibuat, jika seorang kandidat tidak memiliki uang maka perjalanan menuju kantor DPRD Kabupaten akan jauh lebih berat. Hal ini juga didukung oleh Kamsiana, kepala desa Wadung Kecamatan Soko.

“Setiap pemilihan pastinya perlu ongkos, mas. Semakin kecil levelnya biasanya semakin sengit pertarungannya maka semakin besar modalnya. Jadi tiap suara sangat berharga, apalagi pas pilkades karena suara yang diperebutkan cuma ribuan. Setiap datang ke sebuah kelompok atau tokoh, selain meminta dukungan juga pasti memberikan bantuan sejumlah uang. Untuk nominalnya tidak ada angka tertentu, disesuaikan dengan pasarannya saja. (wawancara dengan Kamsiana, 2023).

Broker dalam prakteknya memang sekelompok orang yang terlibat aktif dalam kontestasi politik. Mereka menjadikan momen politik elektoral untuk menunjukkan kemampuannya dalam memenangkan kandidat yang diusungnya. Broker yang sudah malang melintang akan disegani karena kemampuannya dalam membuat perhitungan dan dukungan politik. Mereka inilah yang bertindak sebagai konsultan politik dengan cara mengatur strategi dan memberikan masukan kepada kandidat mengenai cara meyakinkan pemilih dan meraih suara di daerah pilihannya. Strategi yang dilakukan oleh para broker politik ini memiliki perbedaan dengan konsultan politik yang biasanya berlatar dari kaum akademisi. Broker politik ini memanfaatkan jejaring politik yang mengakar di akar rumput dan otoritas yang dimiliki oleh para kepala desa. Melalui pengalaman dari berbagai kontestasi politik ini para broker memiliki kalkulasi dengan ketepatan yang tinggi. Seperti disinggung sebelumnya, kepercayaan dan kepatuhan menjadi faktor penting karena tidak menutup kemungkinan jika broker memperlakukani kandidat karena ketidaktahuannya dalam penguasaan lapangan dan keterbatasannya ini dimanfaatkan oleh broker untuk meraih keuntungan pribadi. Momentum politik semacam ini seringkali mengundang individu oportunistik untuk memanfaatkan akses yang dimiliki demi meraup keuntungan pribadi. Namun dalam kemenangan Saefulloh sebagai anggota legislatif Kabupaten Tuban potensi semacam ini bisa dicegah.

Saefulloh tentu saja tidak sepenuhnya bisa mengendalikan jejaring broker

yang terdiri dari kerabat para kepala desa dan orang – orang pilihan kepala desa. Maka dari awal kesepakatan terjalin, Saefulloh meyakinkan diri sebagai sosok yang royal kepada kepala desa dan siap mengalokasikan bantuan kepada kepala desa dan nantinya disalurkan kepada masyarakat. Selama masa kampanye hingga pencoblosan, Saefulloh terus berupaya memenuhi kebutuhan timnya, baik dalam konteks kampanye maupun di luar kampanye seperti bantuan kemanusiaan bagi keluarga tim yang membutuhkan. Hal ini dirasa sudah cukup bagi para kepala desa untuk yakin bahwa hubungan yang terjalin antara kandidat dan kepala desa bukan hanya semata – mata transaksional namun juga kerjasama antara kedua belah pihak dengan tujuan yang sama.

Besarnya ongkos politik elektoral ini dipicu lantaran adanya mekanisme *vote buying* atau pembelian suara. Terdapat dua strategi yang dilandasi dengan motif yang berbeda, yaitu *core-voter* model atau model pemilih inti, yaitu pembelian suara dengan cara memberikan uang oleh partai kepada pendukung inti untuk memobilisasi mereka agar hadir pada hari pemilu (Nichter, 2008; Stokes et al., 2013; Aspinall et al., 2015). Sedangkan strategi lainnya yaitu *swing-voter approach* atau pendekatan pemilih yang belum menentukan pilihan, yaitu pembelian suara sebagai sebuah strategi yang berupaya mempengaruhi pemilih yang tidak memiliki komitmen (Stokes, 2005).

Selain strategi kampanye, kandidat dan tim pemenangan juga memikirkan cara untuk melakukan praktek pembelian suara, salah satunya adalah dengan cara menentukan pemilih, baik secara individu maupun kelompok yang berhak mendapatkan uang dan juga cara tim pemenangan melakukan kalkulasi suara hingga di level dusun. Strategi ini menjadi mungkin dilakukan karena dilakukan oleh pelaku – pelaku yang sudah berpengalaman dalam kontestasi politik, dalam hal ini adalah pemilihan kepala desa di Kabupaten Tuban.

Untuk melancarkan strategi pembelian suara, maka tim pemenangan membentuk anggota hingga di level dusun (A. Sidik, 2023). Meskipun tim ini terbentuk ketika Saefulloh memutuskan maju pada pilcaleg 2023, namun sebenarnya individu – individu yang terlibat di dalamnya adalah orang – orang

yang telah kenyang pengalaman dalam politik lokal. Jejaring yang terbentuk hingga di level dusun ini merupakan kombinasi antara jejaring kepala desa lewat jalur kekerabatan dengan anggota pemenangan yang membantunya dalam kontestasi pemilihan kepala kades. Struktur jaringan pembelian suara ini mengikuti instruksi yang dibuat oleh kepala desa dan kandidat dan kesuksesan strategi ini bertumpu kemampuan anggota tim menganalisis peta politik di tingkatan dusun.

Terbentuknya struktur hingga di tataran dusun ini nantinya diharapkan mampu memberikan kepastian tentang waktu dan nominal uang yang harus disediakan kandidat untuk melakukan pembelian suara pemilih. Kemampuan anggota tim membaca peta politik di tingkat dusun ini yang menyediakan gambaran seberapa besar tingkat efektivitas pembelian suara dalam mempengaruhi dukungan pemilih kepada Saefulloh Ponco Eko.

Anggota tim yang berada di level dusun ini secara teknis mendata dan mengumpulkan informasi mengenai aktivitas calon legislatif lain yang melakukan kampanye dan pilihan tiap warga dalam pilihan calon legislatif dan juga warga yang belum menentukan pilihannya. Para anggota tim ini diharuskan untuk terus menemui masyarakat untuk mendorong masyarakat untuk memilih kandidat dan terus melaporkan dinamika yang terjadi di wilayahnya, khususnya aktivitas calon legislatif yang berada di Daerah Pilihan Tuban 3. Para kepala desa ini menginstruksikan kepada anggota tim untuk membuat laporan tentang pilihan pemilih hingga di tataran keluarga (Kamsiana, 2023). Maka lewat strategi ini kandidat mengetahui berapa kisaran suara yang telah berhasil diyakinkan dan berapa lagi yang harus diraih agar bisa mencapai target yang diinginkan (Saefulloh, 2023).

Pendataan ini penting untuk mendistribusikan kepada siapa saja pembelian suara ini dilakukan. Dalam mengumpulkan data demi pembelian suara, biasanya hal ini diperoleh dari kepala desa, kemudian alternatif lainnya dengan mengunjungi warung kopi dimana seringkali terjadi pertukaran informasi di level desa maupun dusun dan kunjungan *door to door* anggota pemenangan di

level RT dan RW (Iwan, 2023). Selama masa kampanye, anggota pemenangan diberi tugas untuk mengunjungi sedikitnya dua rumah untuk mengampanyekan Saefulloh Ponco Eko dan menanyakan pilihan legislatif di Kabupaten Tuban. Seringkali masyarakat tidak mengetahui pasti pilihannya karena banyaknya calon legislatif yang ikut berkompetisi. Maka di sinilah kesempatan bagi anggota tim pemenangan untuk memperkenalkan kandidat dan mempengaruhi pemilih untuk memberikan suaranya kepada kandidat. Strategi ini merupakan upaya tindak lanjut dari himbauan yang sebelumnya telah dilakukan oleh kepala desa.

Setelah data terkumpul, maka bisa diketahui alokasi uang untuk membeli suara, baik dari lawan yang bertarung di sesama dapil dengan yang belum menentukan pilihan. Penghitungan suara semacam ini menjadi penting untuk memastikan berapa suara yang nantinya diraih oleh kandidat hingga di level dusun. Diharapkan dalam penghitungan ini selisih suara antara data yang dikumpulkan dengan nantinya setelah pengumuman oleh KPUD tidak memiliki selisih yang terlampau jauh.

Dalam menentukan pembelian suara, nominal yang diberikan tidak ada jumlah yang pasti, tergantung dengan motivasi pemberiannya. Jika di wilayah yang mayoritas memutuskan untuk memilih kandidat maka besar nominal sebesar Rp25 ribu sudah dianggap pantas sebagai bentuk ucapan terima kasih telah bersedia memberikan dukungannya kepada kandidat. Sedangkan bagi wilayah yang telah memutuskan untuk memilih lawan politik kandidat dalam pilcaleg kali ini, maka nominal sebesar Rp 50 ribu sudah dianggap mampu mengubah pilihan pemilih.

Secara singkat dapat ditarik kesimpulan dalam bab ini bahwa dalam menjalankan perannya sebagai broker, kepala desa memanfaatkan jejaring politiknya yang tersebar hingga akar rumput. Sebagai pejabat publik, maka konsekuensinya kepala desa memiliki keterbatasan dalam mendukung caleg. Maka dari itu perlunya dibentuk tim pemenangan. Antara kepala desa dan tim pemenangan ini memiliki tugas pokok yang berbeda. Kepala desa menghimbau kepada pemilih untuk memberikan suaranya kepada Saefulloh Ponco Eko.



Himbauan ini didasarkan pada kesungguhan dan komitmen kandidat untuk mengatasi masalah dan pemberian sumber daya kepada masyarakat yang membutuhkan. Misalnya bantuan sembako, perbaikan infrastruktur jalan maupun dukungan kepada organisasi masyarakat. Pelibatan kepala desa dalam tim pemenangan merupakan pilihan strategis karena kepala desa dalam struktur politik di Kabupaten memiliki otoritas dan legitimasi dari warga. Selain itu, kepala desa memiliki pemahaman yang kompleks terkait permasalahan yang ada di wilayahnya sehingga kepala desa mampu merumuskan strategi bagi kandidat untuk meraih hati warganya. Dukungan ini juga merupakan bentuk timbal balik atas komitmen Saefulloh yang sejak awal menunjukkan keseriusannya dalam mendistribusikan sumber daya, baik bagi tim pemenangan maupun warga masyarakat.

Sedangkan jejaring politik yang dibentuk kepala desa yang menjelma menjadi tim pemenangan kandidat, memiliki peran dalam melakukan mobilisasi dan pembelian suara. Hal ini sesuai dengan kapasitas anggota tim pemenangan yang terdiri dari orang – orang yang berpengalaman di level lokal dan mengetahui perilaku dan pilihan pemilih. Atas dasar pemahaman inilah maka anggota tim ini yang paling memahami cara yang paling efektif dalam mendistribusikan uang atau barang kepada para pemilih. Anggota tim pemenangan ini memiliki kemampuan dalam mengetahui pilihan seseorang hingga di level keluarga dan cara untuk mempengaruhi pilihan bagi pemilih yang belum memutuskan pilihannya. Tim pemenangan yang dibentuk melalui jejaring kekerabatan kepala desa dan tim pemenangan yang dibentuk kepala desa di masa pilkades ini tersebar hingga di level RT dan RW.

## **BAB 6**

### **DISKUSI DAN IMPLIKASI TEORITIK**

Penelitian ini membuktikan praktek klientelistik tentang kepala desa yang menjadi aktor politik dalam pemilihan calon legislatif 2019. Kepala desa ini dipercaya sebagai sosok yang memiliki kapasitas dalam mendistribusikan sumber daya kandidat kepada pemilih dengan tujuan dengan pertukaran suara kala pemilihan calon legislatif tiba. Penggunaan kepala desa sebagai mesin politik kandidat karena dinilai lebih efektif ketimbang memanfaatkan partai politik. Pertimbangannya adalah kepala desa memahami peta politik di daerah pemilihan kandidat hingga ke level dusun dan memiliki pengalaman dalam kontestasi politik di tingkat lokal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa broker politik selama pemilihan calon legislatif di Kabupaten Tuban berangkat dari pertimbangan kandidat bahwa dengan melibatkan kepala desa sebagai bagian dari tim pemenang. Hal ini karena kepala desa memiliki jejaring yang tersebar, baik dari jalur kekerabatan maupun jalur jejaring politik yang dibentuk kala pemilihan kepala desa sebelumnya. Jejaring ini penting untuk memberikan gambaran serta dinamika politik hingga di level RT/RW.

Adanya hubungan timbal balik antara kandidat dengan kepala desa sebagai broker politik menunjukkan bahwa dukungan yang lemah bagi kandidat untuk bertarung dalam pemilihan calon legislatif. Kandidat menggunakan sumber daya pribadi untuk membiayai kampanye dan ongkos politik lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa adanya ketidakpercayaan kepada partai politik dalam menyediakan mesin politik untuk mendukung kandidat berkontestasi atau kandidat telah menyadari konsekuensi bertarung di pemilihan calon legislatif dengan memanfaatkan jejaring politik eksternal partai.

Kepala desa selain mendistribusikan sumber daya kepada masyarakat, juga tentu saja memilih menjadi broker politik demi keuntungannya sendiri, baik dalam bentuk uang saat itu juga atau ketika kepala desa maju untuk pemilihan kepala desa berikutnya. Meskipun hubungan antara kandidat dan broker ini transaksional namun kedua belah pihak berkomitmen untuk saling merawat keterikatan dalam

jangka panjang. Mengingat kedua belah pihak sebagai aktor politik di masa depan akan mengikuti kontestasi politik lainnya.

Kandidat menggandeng kepala desa sebagai mesin politiknya karena terbukti memiliki kemampuan dan pihak yang bisa dipercaya dibandingkan kader partai politik. Di sisi lain jalinan ini semakin erat karena adanya ikatan emosional dan personal <sup>27</sup> antara kedua belah pihak. Hubungan timbal balik yang terjalin antara kandidat dan broker karena komitmen dari pihak kandidat dalam menyediakan sumber daya sedangkan broker memiliki reputasi dan keahlian dalam memobilisasi massa.

Dalam pengamatan peneliti, salah satu pertimbangan para kepala desa mendukung Saefulloh Ponco Eko karena komitmen dalam menyediakan biaya politik. Selain itu, kandidat juga memberikan keleluasaan bagi kepala desa untuk melibatkan jejaringnya dalam tim pemenangan. Hal ini bisa dimaknai jejaring politik yang digunakan oleh kandidat menjadi ladang pekerjaan dadakan bagi kerabat dan jejaring kepala desa. Di sisi lain, dengan tersedianya sumber daya yang dimiliki kandidat, hal ini memudahkan kepala desa dan tim pemenangan dalam mendistribusikan sumber daya dan meyakinkan pemilih bahwa kandidat adalah sosok yang layak didukung.

Sebagai seorang broker, para kepala desa ini memiliki tiga peran penting. *Pertama*, mendistribusikan sumber daya. Dalam mendistribusikan sumber daya, kepala desa memiliki peta politik dan daftar siapa saja yang berhak menerima manfaat. Hal ini menunjukkan pemahaman kepala desa agar kandidat mampu mendulang suara dan pendistribusian sumber daya secara efektif. Dalam masa pendistribusian ini, kepala desa mengingatkan berulang kali bahwa bantuan yang diberikan merupakan bentuk kepedulian kandidat terhadap masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Kepala desa memainkan peran hegemonik agar ingatan masyarakat tertanam dan terdorong untuk memilih kandidat kala pemilihan calon legislatif nanti. *Kedua*, kepala desa melalui tim yang dibentuknya menjalankan perannya dalam memobilisasi massa. Kemampuan memobilisasi massa diperoleh lewat serangkaian pengalaman dan pertarungan kala kontestasi politik sehingga

pemahaman mengenai wilayahnya memiliki akurasi tinggi. Selain itu kepala desa memanfaatkan jejaring politiknya hingga di level RT dan RW hingga melakukan survei dengan cara *door to door* hingga mengetahui pilihan politik pemilih di level keluarga. *Ketiga*, kepala desa menentukan strategi dalam pembelian suara. Di berbagai kontestasi politik elektoral sudah menjadi hal yang jamak ketika terjadi pembelian suara. Hal ini bisa dijustifikasi lewat budaya yang ada di masyarakat. Bagi kandidat, pembelian suara ini sebagai ucapan terima kasih karena telah bersedia datang ke TPS dan menyukseskan pemilihan umum. Sedangkan bagi pemilih, pembelian suara ini merupakan distribusi sumber daya pemilih dan kesungguhan bahwa pemilih menaruh perhatian kepada kondisi masyarakat yang dipimpinya. Kepala desa berperan dalam menentukan besaran nominal dan siapa yang berhak menerima untuk memastikan bahwa suara pemilih akan diserahkan kepada kandidat. Lewat beberapa peran di atas, menjelaskan bahwa kepala desa merupakan konsultan politik yang diandalkan kandidat karena menjalankan strategi efektif dan terbukti mampu mengantarkan Saefulloh Ponco Eko yang merupakan calon legislatif baru di wilayahnya dinyatakan sebagai anggota legislatif dengan perolehan suara terbesar kedua di kabupaten Tuban.

## **BAB 7 PENUTUP**

### **7.1 Simpulan**

Kepala desa memegang peranan penting dalam kontestasi politik lokal, salah satunya adalah pemilihan calon legislatif. Meskipun memiliki keterbatasan sebagai konsekuensi dari posisinya sebagai pejabat publik, namun hal ini tidak mengurangi keahlian kepala desa sebagai broker politik. Tugas utama seorang kepala desa sebagai broker politik adalah dengan mendistribusikan sumber daya kandidat kepada pemilih dan nantinya ditukar dengan suara yang menjadi tiket kandidat meraih kursi di DPRD Kabupaten Tuban. Walaupun tidak bisa secara terang – terangan mengampanyekan kandidat namun kepala desa masih bisa mempengaruhi pemilih dengan himbauan kala mendistribusikan sumber daya. Secara berulang – ulang dan terus menerus kepala desa menjelaskan asal bantuan dan meyakinkan kepada pemilih tentang komitmen kandidat dalam menyelesaikan masalah warga. Selain itu, peran seorang kepala desa juga menyediakan jejaring politik yang bersumber dari jaringan kekerabatan dan individu yang memiliki pengalaman dalam pertarungan di pemilihan kepala desa. Jejaring yang dibentuk oleh kepala desa ini mampu memberikan informasi sehingga kandidat bisa mengambil keputusan yang efektif karena anggota tim pemenangan mampu memberikan informasi tentang pilihan pemilih hingga di tingkatan keluarga.

Informasi yang diperoleh tidak hanya berkaitan dengan pilihan pemilih namun juga ditindaklanjuti untuk memutuskan besaran nominal kala menerapkan pembelian suara. Hal ini penting bagi kandidat untuk mempertimbangkan biaya politik yang besar dalam politik elektoral sehingga kandidat bisa memutuskan siapa saja dan nominal yang perlu disediakan untuk mengamankan suara pemilih secara tepat.

## 7.2 Saran

Berdasarkan analisis peran kepala desa sebagai broker politik dalam pemilihan anggota legislatif, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diambil untuk meningkatkan integritas dan partisipasi politik yang sehat di tingkat desa:

1. **Mendorong pemberdayaan Partisipatif di tingkat desa.** Termasuk pelibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan politik. Ini dapat dilakukan melalui forum terbuka, dialog masyarakat, dan mekanisme partisipatif lainnya.
2. **Pelatihan dan Pendidikan Politik.** Menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan politik untuk kepala desa dan masyarakat. Hal ini dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip demokrasi, tata kelola yang baik, dan peran setiap warga dalam proses politik.
3. **Peningkatan Transparansi.** Mendorong transparansi dalam hubungan antara calon legislatif dan kepala desa. Ini termasuk mengkomunikasikan dengan jelas tentang dukungan politik dan memastikan bahwa tindakan dan keputusan kepala desa didasarkan pada integritas dan kepentingan masyarakat.
4. **Mendorong Kode Etik.** Mengembangkan dan mendorong penerapan kode etik bagi kepala desa dan calon legislatif. Kode etik ini dapat membantu memastikan perilaku yang etis dan meminimalkan risiko konflik kepentingan.
5. **Penguatan Lembaga Desa.** Memperkuat lembaga-lembaga di tingkat desa, termasuk Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dan lembaga-lembaga yang mendukung partisipasi aktif masyarakat dalam mengawasi dan membantu proses politik lokal.
6. **Pendekatan Inklusif.** Mengadopsi pendekatan inklusif yang mengakomodasi berbagai suara dan aspirasi masyarakat. Membuat lingkungan yang mendukung untuk berbagai kelompok dan memastikan bahwa seluruh masyarakat merasa diwakili.
7. **Monitoring Independen.** Mendorong dan mendukung upaya monitoring independen terhadap proses politik lokal, termasuk pemilihan anggota legislatif. Ini dapat menciptakan rasa kepercayaan dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip demokratis.



**8. Penguatan Pendidikan Politik Masyarakat.** Menggalakkan program pendidikan politik di masyarakat untuk meningkatkan literasi politik dan pemahaman tentang hak dan kewajiban dalam proses politik.

Rekomendasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan politik yang lebih terbuka, partisipatif, dan berintegritas di tingkat desa, sehingga setiap warga dapat merasakan dampak positif dari proses politik lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfirdaus, F. L. K. 2018. *Botoh dan Pembiayaan Pilkada Alternatif*, dalam M. S. A. Perdana (Ed.). *Pembiayaan Pemilu di Indonesia* (pp. 185–202). Bawaslu.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ardiansa, D., Panghegar, F., Samosir, H. P., & Raffiudin, R. 2018. *Transaksi Politik Warga: Mendorong Partisipasi Politik Warga Dalam Pemilu dan Perencanaan Pembangunan*. Depok: Cakra Wikara Indonesia.
- Aspinall, E. 2014. *When Brokers Betray: Clientelism, Social Networks, Electoral Politics in Indonesia*. *Critical Asian Studies* , 545-570.
- Aspinall, E., & As'ad, M. U. 2015. *The Patronage Patchwork: Village Brokerage Networks and The Power of States in Indonesia Election*. *Bijdragen tot de Tall-, Land-en Volkenkunde*, 165-195.
- Aspinall, E. dan Sukmajati, M. 2016. *Electoral Dynamics in Indonesia: Money Politics, Patronage and Clientelism* (hal. 102-199). Singapura: NUS Press.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. 2019. *Democracy for Sale: Pemilihan Umum, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ayuero. 2000. *The Logic of Clientelism in Argentina: An Ethnographic Account*. *Latin America Studies Association* , 55-81.
- Baldwin, K. (2013 ). *Why Vote with the Chief? Political Connections and Public Goods Provision in Zambia*. *American Journal of Political Science*, 794-809.
- Berenschot. 2018. *The Political Economy of Clientelism: A Comparative Study of Indonesia's Patronage Democracy*. *Comparative Political Studies*, 1-31.
- Buehler, M., & Tan, P. (2007). *Party-candidate Relationships in Indonesian Local Politics: A Case Study of the 2005 Regional Elections in Gowa, South Sulawesi Province*. *Indonesia* , 41-69.
- Buehler, M. (2009). *The Rising Importance of Personal Networks in Indonesian Local Politics: An Analysis of the District Government Head Elections in South Sulawesi in 2005*. *Dalam M. Erb, & P. Sulistiyanto, Deepening Democracy in Indonesia* (hal. 101-124). Singapore: Institute of Southeast

Asia Studies.

- Bungin, Burhan. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Camp, E. (2012). *Throwing a Wrench Into The Machine: The Cost of Brokers*. Yale: Yale University.
- Creswell. John. W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darwin, R. L. 2017. *The Power of Female Brokers: Local Election in North Aceh*. Contemporary Southeast Asia, 532-551.
- Fitriyah. 2013. *Fenomena Politik Uang Dalam Pilkada*. Politika: Jurnal Ilmu Politik, 3(1), 5–14.
- Gulo. W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hergianasari, P. 2013. *Matinya Mesin Partai Politik: Studi Kasus Pencalonan Syahri Mulyo dalam Pilkada Kabupaten Tulungagung 2013*. Jurnal Cakrawala, 245-270.
- Holland, Alisha C dan Palmer-Rubin, Brian. 2015. *Beyond the Machine: Clientelist Brokers and Interest Organizations in Latin America*. Comparative Political Studies, Volume 48, Issue 9.
- Kitschelt, & S. Wilkinson. 2007. *In Patrons, Clients, and Policies of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McMillan, James H., & Schumacher, Sally. (2003). *Research in Education*. New Jersey: Pearson
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Roniger, Luis. Briquet, Jean-Louis, dan Sawicki, Frederic. 2004. *Political Clientelism, Democracy, and Market Economy*. Comparative Politics Volume 36 Issue 3.
- Savirani, A. 2016. *Bekasi, West Java: From Patronage to Interest Groups Politics?* Dalam E. Aspinall, & M. Sukmajati, *Electoral Dynamics in Indonesia: Money*

- Politics, Patronage, and Clientelism at the Grassroots* (hal. 184-202).  
Singapore: NUS Press.
- Stokes, S. C. 2005. *Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina*. *American Political Science Review*, 315-325.
- Stokes, S. C., Dunning, T., Nazareno, M., & Brusco, V. 2013. *Broker, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tawakall, G. T., Kistanto, N. H., Asy'ari, H., Pradhanawati, A., & Garner, A. 2017. *Why Broker Don't Betray: Social Status and Brokerage Activity in Central Java*. *Asian Affairs: An American Review* ,52-68.

# Perpustakaan Unika Widya Mandala

## ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://digilib.ikipgriptk.ac.id">digilib.ikipgriptk.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	1%
8	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://elearning.unsrat.ac.id">elearning.unsrat.ac.id</a> Internet Source	<1%

10	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://cakrawikara.id">cakrawikara.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://scholar.unand.ac.id">scholar.unand.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	Grace Manaransyah, Agus Rahman, Ike Kusdyah Rachmawaty. "Pengaruh Kualitas Pengajaran, Kualitas Pelayanan akademik dan Lingkungan Belajar Virtual pada Kepuasan Mahasiswa Pascasarjana dalam Perkuliahan Daring", Missio Ecclesiae, 2023 Publication	<1 %
18	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://kclpure.kcl.ac.uk">kclpure.kcl.ac.uk</a> Internet Source	<1 %



20	<a href="http://posberitakota.com">posberitakota.com</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://puslitbangdiklat.bawaslu.go.id">puslitbangdiklat.bawaslu.go.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://repository.helvetia.ac.id">repository.helvetia.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	Mahpudin Mahpudin. "Memilih Untuk Tidak Memilih: Protest Voting Dalam Pemilu Lokal di Kabupaten Lebak, Banten", Inovasi, 2021 Publication	<1 %
27	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://aimos.ugm.ac.id">aimos.ugm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://apanamadotcom.wordpress.com">apanamadotcom.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://athidanalyst.blogspot.com">athidanalyst.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %

31	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://islambergerak.com">islambergerak.com</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://makassar.tribunnews.com">makassar.tribunnews.com</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://portalriset.uin-alauddin.ac.id">portalriset.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://tandatanya40.wordpress.com">tandatanya40.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://tirto.id">tirto.id</a> Internet Source	<1 %
40	Maria Fransiska Owa Da Santo, Yustinus Pedo. "ASPEK HUKUM PRINSIP TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK DAN PENERAPANNYA PADA BADAN USAHA MILIK DESA", SASI, 2020 Publication	<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On