



Journal of Politics and Policy Volume 2, Number 1, Desember 2019

Ormas in the Circle of Brokerage Clientelism: Ormas Brokerage Clientelism Model in Bali General and Local Elections.

Ormas Dalam Pusaran Klientelisme *Broker*: Klientelisme *Broker* Model Ormas Di Pemilu Dan Pemilukada Bali.

Muhammad Ali Azhar

Faculty of Social and Political Science, Udayana University
Badung, Bali, Inodnesia

aliazhar23mr@yahoo.co.id

Abstact

Elections or post-conflict local elections in Indonesia always leave interesting things that are never quiet from the discussion in the study of political science. This happens because the elections or local elections held since the revolving reforms have become an arena for the growth of new political actors, both as institutions, groups, or individuals who happen to have the same desire to control political institutions such as; political parties, parliaments, and regional heads. Initiated by the interests of looking for business profit (rent seeking) in the economic sector as a result of the jingling of the dollar in the tourism sector, to the desire to get positions or important positions in these institutions, until then feel the pleasure of seizing and obtaining these sources of power . This is one that was carried out by a number of mass organizations in Bali during the election and post-conflict local elections. By utilizing the clientelism pattern, each of the mass organizations succeeded in placing its candidates to sit in a number of political positions. The purpose of this paper is to explain the phenomenon of the emergence of new clientelism, namely clienteler's Brokerage conducted by several mass organizations in Bali during the implementation of elections and post-conflict local elections. By using a qualitative research method with a descriptive-explanatory type, this paper notes that the clientelism pattern carried out by a number of mass organizations in Bali is not a pure clientelism pattern, but a clientelist pattern that has been modified like a broker, a clientelism pattern that relies on the masculinity of individuals with mass. which is very much to be exchanged for parties, or political officials during the election and post-conflict local elections in order to obtain sources of power. A new clientelism model that emerged as a result of the clientelism practice was carried out by each of these organizations.

Key Words: *Mass Organizations, Brokerage Clientelism, Election and Bali elections.*

Abstrak

Pemilu atau pemilukada di Indonesia selalu saja menyisakan hal menarik yang tidak pernah sepi dari perbincangan dalam kajian ilmu politik. Hal tersebut terjadi karena pemilu atau pemilukada yang digelar sejak reformasi bergulir telah menjadi arena bagi tumbuh-kembangnya aktor-aktor politik baru, baik sebagai lembaga, kelompok, ataupun individu yang secara kebetulan memiliki keinginan yang sama untuk menguasai lembaga-lembaga politik seperti; partai politik, parlemen, dan kepala daerah. Diinisiasi oleh kepentingan mencari keuntungan bisnis (*rent seeking*) di sektor ekonomi sebagai akibat dari gemerincing dollar disektor pariwisata, sampai kepada keinginan untuk mendapatkan jabatan atau posisi-posisi penting di lembaga-lembaga tersebut, hingga kemudian merasakan nikmatnya merebut dan mendapatkan sumber-sumber kekuasaan tersebut. Inilah salah satu yang dilakukan oleh sejumlah Ormas di Bali pada masa pemilu dan pemilukada. Dengan memanfaatkan pola klientelisme, masing-masing ormas tersebut berhasil menempatkan calon-calonnya untuk duduk di sejumlah jabatan politik. Tujuan dari tulisan ini adalah ingin menjelaskan fenomena munculnya klientelisme baru yaitu klientelisme Broker yang dilakukan oleh beberapa Ormas di Bali selama pelaksanaan pemilu dan pemilukada. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif-eksplanatif, tulisan ini mencatat bahwa pola klientelisme yang dijalankan oleh sejumlah Ormas di Bali bukan merupakan pola klientelisme murni, akan tetapi pola klientelisme yang telah termodifikasi layaknya broker, suatu pola klientelisme yang mengandalkan ketokohan individu yang memiliki massa yang sangat banyak untuk dipertukarkan kepada partai, atau pejabat politik pada masa pemilu dan pemilukada demi mendapatkan sumber-sumber kekuasaan. Sebuah model klientelisme baru yang muncul sebagai hasil dari praktek klientelisme dijalankan oleh masing-masing ormas tersebut.

Kata Kunci : Ormas, Klientelisme Broker, Pemilu, dan Pemilukada Bali

PENDAHULUAN

Lanskap kehidupan politik di Bali tidak bisa dilepas dengan kehadiran Ormas di Bali.¹ Realitas ini sebagai akibat dari hadirnya pariwisata sebagai motor penggerak ekonomi Bali. Sebagai perbandingan dengan daerah lain, perkembangan Ormas di Bali sangat berbeda jauh bila dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Indonesia. Ryter (1998), menyatakan jika di Sumatera Utara perkembangan Ormas dimulai dengan berdirinya Perusahaan Listrik Negara (BUMN), yang dijadikan sebagai sapi perahan elit lokal. Ormas di Bali berkembang di sepanjang daerah yang berkembang karena pesatnya pembangunan pariwisata seperti, Badung, Tabanan, dan Denpasar. Dua fakta tersebut merupakan fenomena yang tidak bisa terbantahkan dalam melihat kondisi kekinian Bali.

Kondisi ini kemudian dikeruhkan oleh suasana kehidupan demokrasi yang tampak begitu optimis menjanjikan akan adanya sebuah kehidupan lanskap politik yang lebih baik dari sebelumnya, tapi pada kenyataannya malah sebaliknya. Lanskap demokrasi yang dimaksud adalah munculnya kebaikan hati negara dengan

¹ Realitas politik lokal di Bali saat ini terletak ditangan segelintir elit ormas, hampir dari separuhnya parlemen di tingkat Provinsi, Kota, dan beberapa Kabupaten dikuasai oleh elit-elit yang memiliki afiliasi dengan beberapa Ormas yang ada di Bali.

memberikan tradisi baru tentang pemilihan umum yang dulu secara tidak langsung berubah menjadi pemilihan umum secara langsung dipilih oleh masyarakat sampai ke tingkat pemilihan kepala daerah.

Alhasil inilah babak baru munculnya sejumlah Ormas yang tidak terkendali, sehingga mengakibatkan seluruh proses dinamika kehidupan demokrasi di Bali diwarnai oleh masuknya campur tangan Ormas kedalam perumusan kebijakan politik².

Di sejumlah daerah seperti Badung, Denpasar, Tabanan, dan Bangli secara jelas mempertontonkan praktek ini, bahkan dilakukan secara terang-terangan tanpa ada kelompok lain yang berusaha untuk meredam aksi yang dilakukan oleh beberapa Ormas tersebut.

Ajang kebaikan negara yang ditandai masuknya rejim pemilu dalam iklim demokrasi yang bebas, semakin menambah kontestasi politik yang semakin tajam diantara elit-elit politik yang ada di sejumlah wilayah daerah/kabupaten/kota di Bali seperti yang disebutkan di atas. Kontestasi semakin bertambah dengan bangkitnya kembali kekuasaan feodal (elit Puri) di era reformasi. Di Bali kelompok Puri masih cukup signifikan, karena masih menyimpan beberapa kekuatan yang tidak dimiliki oleh kekuatan atau kelompok lain. Suwita (2015), mengelompokkan kekuatan yang masih dimiliki oleh kelompok Puri tersebut kedalam tiga kekuatan: kekuatan moral, kekuatan kemampuan, dan kekuatan Modal (*benda*) (Suwitha, 2015).

Kontestasi politik yang tajam ini mendorong elit untuk melakukan berbagai manuver termasuk membentuk Ormas dan menjalin aliansi dengan beberapa kelompok kekerasan. Pembentukan Ormas dan geng-geng organisasi kriminal dilakukan karena dianggap cukup menyediakan dukungan publik, dengan bayaran perlindungan politisi dan ruang manuver dalam ranah politik.

Malah sebagian besar dampak dari masuknya kebaikan hati negara diatas, memunculkan relasi-relasi kekuasaan yang tersembunyi, dan perwujudannya selalu merupakan latihan intelektual (*intellectual exercise*) dalam menciptakan simbol-simbol baru kebudayaan untuk mendefinisikan kembali identitas kebalian orang Bali demi kepentingan kekuasaan.

Kelanjutan dari dampak ini mengakibatkan munculnya aktor-aktor politik (elit politik), yang berkekuatan dan memiliki massa yang diorganisasi melalui ormas, dan

² Wawancara dengan wartawan Bali Pos, 15 januari 2019. Kebijakan yang pro kepada perlindungan kepentingan bisnis yang dijalankan oleh ormas

pada saat yang bersamaan sang aktor memiliki kekuatan untuk melakukan manuver politik dengan kekuatan massa (mobilisasi), kekuatan tersebut dipertemukan dalam ajang pemilu dan pilukada hingga terjadilah pengisian medan baru pertarungan (kontestasi) kekuatan dalam ajang tersebut yang lebih dikenal dengan pola Patron-Klien.

Untuk lebih mempertajam pembahasan, dalam tulisan ini penulis mengangkat redaksi pertanyaan, sebagai berikut: pertama, mengapa muncul fenomena Klientelisme Ormas model broker (penghubung) dalam pemilu dan pilukada di Bali. Kedua, bagaimana fenomena munculnya Klientelisme model Broker yang dilakukan oleh ormas di Bali dalam pemilu dan pilukada?

Tulisan ini memfokuskan munculnya medan kekuatan baru yang diinisiasi oleh kekuatan elit-elit politik lokal yang tergabung dalam Ormas dengan pendekatan klientelisme baru sebagai teori utama dalam menganalisa fenomena yang terjadi.

METODE

Metode pengkajian yang digunakan dalam tulisan ini adalah pendekatan kualitatif, dengan pendekatan jenis *grounded theory*. Dalam pendekatan ini, penulis bertanggungjawab untuk mengembangkan teori-teori lain yang muncul dari pengamatan dari suatu kelompok. Teori-teori tersebut bersifat '*grounded*' dalam pengalaman-pengalaman kelompok yang diamati, tetapi penulis menambahkan pemahamannya sendiri kedalam pengalaman-pengalamannya itu.

Dengan jenis ini penulis mendeskripsikan dan mengkonstruksikan data yang berkaitan dengan obyek yang akan ditulis. Dalam tulisan ini posisi penulis bertindak sebagai pengkategorikan fakta yang telah dikonstruksi dari berbagai sumber yang sebelumnya pernah terjadi.

Tulisan ini menggunakan teknik pengumpulan data, pertama dokumentasi. Suatu metode pengumpulan data yang sumber datanya berasal dari literatur-literatur tertulis dan berbagai sumber yang ada seperti; koran, majalah, buletin, skripsi, dan jurnal. Kedua, observasi. Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diamati (Koentjaraningrat, 1977: 66). Dalam tulisan ini penulis menggunakan observasi non-partisan dalam arti bahwa penulis tidak ikut terlibat secara langsung dalam proses terjadinya perubahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelebagaan Klientelisme dalam Pemilu dan Pemilukada di Indonesia

Rent seeker atau pemburu rente hanya dapat dikenal dalam perspektif ekonomi politik. Dalam kajian ekonomi klasik istilah ini lebih dikenal dengan rente. Dalam prakteknya sering digunakan oleh para pemilik tuan tanah atas kelas pekerja. Atas pengorbanan penggunaan kapital pemilik akan mendapatkan bunga. Sedangkan penggunaan lahannya pemilik tanah akan mendapatkan imbalan berupa bunga sewa (rente) (Hudyanto, 2014).

Sejalan dengan pengertian rente sebagai imbalan yang tidak berisiko dan paling muda, maka rente dalam analisi ekonomi politik dimaksudkan sebagai sifat pelaku bisnis untuk memudahkan cara mencari keuntungan dengan menggunakan modal yang menjadi hak milik publik bagi kepentingannya sendiri.

Dalam perkembangannya terutama ketika kajian ekonomi politik berkembang, pengertian rente berkembang ke arah yang negatif, karena rente merupakan bentuk sangat mudanya seseorang atau bisnis mendapatkan keuntungan yang dinikmati oleh sekelompok orang karena mereka mendapatkan kemudahan dari proteksi atau *previllage* yang diberikan oleh pemerintah. Kemudahan itu muncul karena diberikan oleh pihak yang berkuasa untuk menentukan atau berkat kegigihan dari pengusaha untuk berburu hak dari pemerintah.

Karena begitu mudanya mendapatkan keuntungan maka menikmati rente sangat mengasyikan. Hal ini menyebabkan ada kecenderungan masyarakat untuk sekedar berburu untuk mendapatkan rente. Masyarakat yang mempunyai perilaku memburu rente (*rent seeke behaviour*) kemudian disebut dengan masyarakat pemburu rente (*rent seeker society*). Aktivitas bisnis yang dilakukan bukan didasarkan keterampilan usaha yang dimiliki berupa keuletan, kerja keras, dan kreatifitas, melainkan dilakukan karena mereka mempunyai kesempatan untuk mendapatkan rente.

Rent seeker atau pemburu rent berkembang sejak dasawarsa 1960-an. Diawali dengan geliat pertumbuhan ekonomi (pembangunan) dengan pemerintah sebagai aktor sentralnya, dan membangun pola jaringan ke bawah dengan perantara bisnis-bisnis kuat yang melibatkan pebisnis kuat. Dari sini mulai dikenal istilah penjarahan proyek-proyek milik pemerintah oleh sejumlah pebisnis kuat. Proyek-proyek yang sebagian atau seluruhnya dilakukan untuk menjarah anggaran pembangunan itulah yang dipahami saat ini sebagai pemburu rente (*rent sekeer*) (Kompas, 2014).

Dalam konteks sistem politik nasional, hadirnya otonomi daerah perilaku seperti

ini malah semakin masif, bahkan merujuk artikel Kompas edisi Jumat 29 Maret 2019, mengulas tentang “pentjolong ekonomi”, yang marak terjadi pada tahun 1960-an sebagian pengamat menyatakan adanya kekawatiran tidak adanya pergeseran perilaku *rent sekeer* ini dalam struktur sosial masyarakat Indonesia.

Hampir 54 tahun berlalu, bangsa Indonesia tidak banyak bergeser, bahkan lebih parah dari sebelumnya, kata para pengamat tersebut. Struktur sosial masyarakat tidak bergerak dari sistem patron-klient di zaman kerajaan Nusantara. Reformasi tidak menghasilkan perubahan struktur kekuasaan. Jaringan Oligarki bahkan beradaptasi dengan sistem otonomi daerah dan demokrasi itu sendiri. Kekuasaan berbasis karismatik-tradisional menjadi cara efektif untuk memelihara hubungan patron-klient.

Sejarah perkembangan dan laju pertumbuhan Klientelisme dimulai dari motivasi akan pertumbuhan ekonomi. Melibatkan dua aktor, negara dan individu baik pejabat negara maupun non-negara bekerjasama dalam kondisi yang terisolasi dari luar, kemudian menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sangat signifikan. Hubungan-hubungan ini terkonsolidasi dan terjadi klientelis dan hubungan-hubungan tersebut terjadi dalam sifat partikularistik dengan perbedaan-perbedaan status yang jelas. Berdasarkan sejarah pertumbuhannya berkembang diseperti relasi-relasi bisnis negara dan para pejabat atau pengusaha kemudian berkembang menjadi *relationship of power*.

Dalam pengertian ini, pejabat negara menjadi patron sementara individu yang berasal dari aktor negara menjadi klient. Keduanya terorganisasi dalam lembaga-lembaga ekonomi negara hingga menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sangat signifikan. Klientelisme model seperti ini berkembang sampai perang dunia ke dua (Doner & Ramsay, 1997).

Klientelisme kemudian berkembang menjadi sebuah kajian dalam studi ekonomi politik, dan secara umum perkembangannya dapat dibagi kedalam tiga kategori Periode. Periode pertama, adalah akhir dari tahun 1960-an sampai dengan awal tahun 1970-an. Dalam periode ini studi Klientelisme mendiskusikan praktek klientelisme di masyarakat petani dan penggunaan sumber-sumberdaya milik negara untuk dipertukarkan dengan dukungan politik. Periode kedua, berkembang pada tahun 1980-an dan awal tahun 1990-an. Pada periode tersebut, studi ini memfokuskan bahasannya mengenai klientelisme sebagai suatu strategi mobilisasi politik dengan melibatkan jaringan klientelisme yang mencakup berbagai macam segmen, kelompok dan partai politik. Periode ketiga, berkembang pada periode tahun 1990-an sampai

awal tahun 2000-an. Dalam periode memfokuskan kajian mengenai keterkaitan antara masyarakat sipil, institusi informal, dan relasi antara warga negara dan politisi (Sumarto, 2018).

Dalam ketiga periode tersebut, berkembang konsep Klientelisme dan secara umum dapat dibagi kedalam dua defenisi, yaitu klientelisme yang bersifat makro dan klientelisme yang bersifat mikro. Lemarchand dan Legg (1972), mendefenisikan konsep ini sebagai suatu relasi antar aktor atau sejumlah aktor yang bersifat personal, emosional, dan resiprosikal untuk mengontrol sumberdaya yang timpang dan melibatkan transaksi yang saling menguntungkan. Briquet (2007) mendefenisikan klientelisme sebagai suatu relasi antar individu yang memiliki status tidak setara (seorang patron dan kiennya) yang melibatkan pertukaran timbal balik antara barang dan pelayanan berdasarkan suatu jaringan personal yang dirasakan oleh keduanya sebagai suatu kewajiban moral (Sumarto, 2018).

Berbeda dengan defenisi mikro, defenisi ini lebih berfokus pada pertukaran barang atau pelayanan-pelayanan sosial untuk mendapatkan dukungan politik. Piattoni (2001) mendefenisikan Klientelisme sebagai suatu pertukaran antara suara pemilih atau bentuk dukungan politik lainnya untuk mendapatkan pelayanan kesejahteraan. Kitscel dan Wilkinson (2007) memberikan batasan klientelisme sebagai suatu model “pertukaran” yang dilakukan oleh pemilih sebagai pelaku utama sebagai politisi sebagai agen dalam sistem politik yang demokratis. Sementara itu Stke (2007) mendefenisikan konsep klientelisme sebagai suatu penawaran barang atau materi yang disampaikan oleh patron untuk mendapatkan suara pemilih dengan kriteria untuk memberikan barang yang ditawarkan oleh aptron, “apakah anda akan memberikan dukungan politik anda kepada saya?”

Defenisi Makro memberikan pemahaman akan adanya dua bentuk klientelisme yang secara konseptual sebagaimana Weingrod (1968), bahwa klientelisme bersifat tradisional (*traditional dydic clientelism*) dan klientelisme yang berkaitan dengan partai politik (*political party-directed clientelism*).

Klientelisme ini juga mencakup penggunaan konsep klientelisme untuk menganalisa praktek ilegal. Praktek ini merujuk pada penggunaan sumberdaya publik yang bertentangan dengan hukum dan kejujuran dalam birokrasi (Briquet, 2007). Hal ini dapat terjadi karena birokrasi terpenetrasi ole jaringan-jaringan klientelistis (Eisenstadt dan Roninger 1984). Kondisi seperti ini memperlemah aturan-aturan hukum serta pada saat yang sama akan mengarah pada menguatnya nepotisme dan

korupsi (Boissevain 1996).

Sebenarnya tidak ada konsep yang jelas tentang Klientelisme, hal tersebut disebabkan istilah Klientelisme itu sendiri tidak bisa berdiri sendiri, sehingga tidak bisa dilepaskan dari istilah relasi patron-klient, karena berkenaan dengan pola hubungan yang bersifat informal. Istilah ini mula-mula dijabarkan oleh para antropolog dan sosiolog yang menggambarkan hubungan sosial hierarkis yang telah lama menandai kehidupan pedesaan dalam masyarakat petani (Brinke dan Goldsmith:2002, dalam Haryanto 2014:43).

Pesatnya proses modernisasi dan demokratisasi kontemporer, konsep patron-klient mengalami perubahan dan selanjutnya disebut dengan klientelisme baru (*new clientelis*) (Haryanto, 2014). Dalam hal patronase politik misalnya, pola hubungan kedua entitas tersebut lebih berwatak dualistik dibanding dualisme dan lebih mencerminkan sebuah pertukaran politik timbal balik asimetris, sebuah hubungan yang ditandai dengan pemberian sumberdaya dari sang patron yang biasanya memiliki kekuasaan yang lebih personal dan adanya pamrih loyalitas dan dukungan politik dari sang penerima (Hanif, 2009 dalam Haryanto 2014:43).

Selanjutnya dijelaskan bahwa modernisasi yang sedemikian masif telah mengubah pola hubungan patron klient tersebut dan kemudian membentuk pola klientelisme baru. Konsep klientelisme baru tersebut dipengaruhi oleh mobilisasi geografis dan urbanisasi, tingkat pendidikan, industrialisasi pertanian, dan penurunan elit tradisional. Perkembangan ini membuka jalan bagi bentuk-bentuk baru dari pertukaran sumberdaya misalnya, lewat partai politik, struktur yang relatif terbirokratisasi, penggantian tuan tanah dan tokoh lokal sebagai patron, standar hidup dari klient yang lebih tinggi, dan kurangnya naluri untuk patuh kepada individu lain. Hal ini menuntut keutungan materi yang lebih cepat dalam pertukaran untuk suara mereka, patron harus 'membeli' suara dengan mendistribusikan manfaat nyata dan menguntungkan kepada para pemilih baik secara individu maupun berkelompok (Hopkin, dalam Hanif 2009, dalam Haryanto 2014:15).

Sebagaimana, disebutkan sebelumnya, pasca reformasi, klientelisme tetap bertahan. Salah satu faktor pendukungnya adalah berlakunya sistem politik lokal dengan mekanisme pemilihan secara langsung baik pemilu legislatif ataupun pemilihan kepala daerah yang bernuansa kapitalistik.

Dua instrumen hukum yang melandasi berjalannya adalah undang-undang pemilu legislatif dan undang-undang pemilihan kepala daerah. Dua produk undang-

undang tersebut, walaupun sering mengalami perubahan, akan tetapi tidak mengubah karakter dua undang-undang tersebut yang bersifat kapitalistik.

Undang-undang nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu legislatif tidak menghapus watak pemilu yang kapitalistik. Masifnya politik uang antarcaleg, kanibalisme antar caleg, stigma liberalisme dan individualisme, pemborosan anggaran, dan sistem yang rumit, menjadi stigma negatif yang disematkan dalam sistem ini.

Bahkan menurut (Berenschot 2019), upaya untuk mengurangi sifat kapitalistik undang-undang pemilu dan pemilukada malah semakin tidak tersentuh. Pergeseran sistem pemilu representatif proporsional dari daftar tertutup ke daftar terbuka, yang telah dilakukan secara bertahap bagi partai politik untuk mendapatkan kursi di parlemen hingga peningkatan angka *parlementary threshold* 4 %, namun upaya perubahan ini meninggalkan masalah penting yang sampai saat ini tidak tersentuh, yakni politik uang. Pemilu yang menganut sistem proporsional terbuka membuat kompetisi sengit dan saling sikut antarpolitis semakin kuat. Hal itu berimplikasi pada aksi berlebihan penggelontoran uang baik dalam bentuk club goods, vote buying, maupun juga vote trading.

Aspinal dan Sukmajati (2015), dalam Politik Uang di Indonesia : Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014 menemukan, bahwa patronase dan klientelisme menjadi strategi kampanye yang dipilih oleh hampir semua caleg. Patronase di antaranya diwujudkan dalam bentuk pembelian suara (*vote buying*), pemberian barang kepada kelompok-kelompok tertentu (*club good*), penyediaan beragam pelayanan sosial, dan pemanfaatan dana publik untuk kepentingan elektoral (*pork barrel politic*).

Praktik politik uang dalam kajian buku ini dicontohkan dalam bentuk dana aspirasi dan pengerahan proyek pemerintah terhadap geografi maupun segmen konstituen tertentu (*pork barrel*), aksi jual-beli suara (*vote buying*), aksi dagang suara (*vote trading*), dan pemberian bantuan kepada kelompok sosial tertentu (*clubgoods*).

Selain itu, para caleg mengandalkan jaringan informal perantara (*broker*)-biasanya disebut sebagai 'tim sukses'-untuk menjangkau pemilih. Mereka mengeksplorasi pola kampanye pemilu, bentuk relasi caleg dengan pemilih, bagaimana bentuk relasi itu diperlancar oleh patronase dan dibentuk oleh klientelisme, dan bagaimana para caleg menggunakan mekanisme, jaringan, dan teknik tertentu untuk meraih sebanyak-banyaknya.

Dalam buku ini pula disimpulkan adanya tiga pola pelebagaan Klientelisme di

Indonesia dalam pemilu dan pilkada, Pola pertama, patronase dan klientelisme berbasis etnisitas dan agama. Kedua, patronase dan klientelisme berbasis makelar politik (brokerage), baik itu organisasi sosial maupun organisasi massa, dan ketiga, patronase dan klientelisme berbasis pelayanan konstituen (*constituency services*). Ketiga pola tersebut lengkap dengan studi kasus yang terjadi diberbagai daera di seluruh Indonesia.

Begitu pula dengan Undang-undang nomor 10 tahun 2016 tentang pemilihan Kepala Daerah yang baru. Tercatat sejak bergulirnya pelaksanaan pemilihan kepala daerah langsung sejak 1 Juni 2005 telah terjadi sebanyak lima kali perubahan undang-undang ini.

Salah satu keprihatinan banyak pihak berkaitan dengan pelaksanaan pemilukada adalah munculnya kapitalisasi dalam tahapan pelaksanaan pemilukada. Proses pemilukada langsung dinilai jauh lebih mahal dibandingkan dengan model pemilihan kepala daerah lewat perwakilan DPRD (Amiruddin, 2008).

Terlihat dari fenomena banyaknya pengusaha menjadi lumbung finansial para calon yang maju dalam pemilihan kepala daerah. Tentu saja ada motif tertentu dibalik kedekatan atau persekutuan kedua kekuatan tersebut. Sebut saja misalnya keleluasaan melaksanakan bisnis dan proyek-proyek yang berhubungan dengan kendaraan modalnya (perusahaan), yang tentu saja proyek-proyek tersebut amat menguntungkan. Inilah sebuah simbiosis mutualisme yang sangat mengkhawatirkan dalam praktek hubungan pengusaha dengan politik. Praktek ini selanjutnya dapat ditebak, pengusaha mendapatkan peluang untuk turut serta mengendalikan berbagai kebijakan sepanjang kebijakan tersebut dapat mengamankan kepentingan bisnisnya.

Sejarah Pertumbuhan Ormas di Bali

Pada umumnya Kemunculan Ormas di Indonesia selalu mewarnai kehidupan politik, terlebih di tingkat lokal seperti di Bali. Hal tersebut erat kaitannya dengan riwayat yang menghubungkan Ormas kedalam sistem Politik yang ada saat ini. Jika di Era pemerintahan Orde Baru memelihara ormas dan dijadikan sebagai tameng untuk memperkuat kekuasaan, di era pasca orde baru sekarang keberadaan mereka (Ormas) semakin otonom dan rumit dalam pola relasi mereka dengan kekuasaan. Begitu pula kehidupan ormas di Bali pasca reformasi. Dengan meminjam istilah yang digunakan oleh Wilson (2018), mereka beroperasi layaknya pegawai lepas atau *freelance*

dalam sistem politik Indonesia.³ Kehidupan Ormas di Bali pasca reformasi semakin menunjukkan pergeseran, dari hanya sekedar Ormas berubah menjadi ormas yang bermental preman. Model Ormas yang berkembang menjadi parasit dan menjadi tukang pukul para elitnya.

Dari segi kesejarahan fenomena ormas di Bali dapat dibagi dalam dua periode, pertama periode tahun 1970-an dan periode kedua, setelah rejim orde baru runtuh. Jadi apabila ditelisik dari sejarah terbentuknya ada perbedaan yang sangat prinsip fenomena munculnya ormas di Bali dengan munculnya ormas di daerah lain di Indonesia.

Periode pertama merupakan periode ormas yang memiliki watak yang sama dengan negara, karena kebanyakan ormas terbentuk atas restu negara. Hal tersebut didukung oleh watak korporatisme negara yang mengandalkan terbentuknya organisasi masyarakat negara atas restu negara. Organisasi masyarakat sipil terbentuk atas dasar kemurahan hati negara, sehingga watak yang disebutkan diatas mirip dengan negara.

Fenomena ormas di Bali tidak lepas dari unsur kesejarahan dan alur kulturalnya. Unsur kesejarahan, ormas di Bali tidak dibentuk secara tunggal, akan tetapi ormas di Bali berkembang berdasarkan Paguyuban yang menampilkan rasa eksistensinya dengan membentuk genk-genk yang saling berkonflik.

Fenomena Ormas juga tidak lepas dari metamorfosis dari perguruan pencak silat atau saluran eksistensi dari setiap perguruan pencak silat tersebut. Jadi apabila difahami secara sekilas ormas di Bali dari dulu sampai sekarang sebenarnya seperti dituliskan diatas, terbentuk sebagai upaya menampilkan rasa eksistensi kumpulan paguyuban dan perguruan pencak silat. Atau apabila lebih ditarik kebelakang lagi Ormas yang ada sekarang tidak lepas dari perkembangan silat yang dahulu terkumpul dalam paguyuban dan menamakan diri Bakti Negara⁴.

Kliantelisme Broker model Ormas Bali dalam Pemilu dan Pilkada

Jalur-jalur atau *path dependency* bekerjanya politik kliantelisme Ormas dalam seting politik di Bali, karena kebutuhan mereka dalam hal pembacaan demokrasi saat ini. Kenyataan tersebut ikut ditunjang lemahnya kapasitas partai politik dalam sistem

³ <https://www.tempo.co/abc/3597/kemunculan-ormas-preman-selalu-warnai-dunia-politik-indonesia>

⁴ Belum jelas, apa makna dibalik Bakti negara, apakah sejenis pendekar yang senantiasa aktif dalam pembelaan negara atau bukan, masih perlu konfirmasi

pengkaderan dan rekrutmen calon-calon pemimpin politik di tingkat Bali.

Bekerjanya kedua arus utama diatas diperparah dengan mahalnnya harga praktek demokrasi (kapitalisasi demokrasi) saat ini hingga memungkinkan setiap aktor politik untuk melakukan aksi pertukaran sumberdaya yang oleh (Stoke et al : 2013) dikenal klientelisme baru di era pemilu dan pilkada.⁵

Faktor yang mempengaruhi

Sebagaimana disebutkan diatas, munculnya Klientelisme Ormas berjenis kelamin Broker (penghubung) di Bali tidak lepas dari kebutuhan mereka menjawab atau menterjemahkan kehidupan iklim demokrasi saat ini. Seperti yang sudah lazim terjadi iklim demokrasi yang saat ini berkembang di Indonesia adalah iklim demokrasi yang mendukung adanya gejala-gejala baru seperti, oligarki elit, dinasti politik, korupsi polit, budaya korupsi politik masal, politik kartel, dan harga demokrasi yang hanya mampu dibeli oleh orang-orang kaya (Aqil, 2016). Bangkitnya gejala-gejala tersebut beroperasi kedalam konteks yang bernama desentralisasi, demokrasi elektoral, politik identitas dan populisme, hingga pasar bebas (Tirto, 2019).

Di tingkat lokal seperti di Bali bangkitnya gejala-gejala tersebut beroperasi dalam demokrasi elektoral sehingga memunculkan kegemaran segelintir orang kuat (orang kuat lokal) mendirikan ormas dengan tujuan mempermudah mengatur dan mengarahkan masyarakat dalam urusan politik⁶. Dengan Ormasnya, elit atau orang kuat lokal tersebut dapat dipastikan memiliki massa yang dapat dimanfaatkan untuk menaikkan tawaran secara politik kepada partai-partai politik tertentu.

Di satu sisi adanya keinginan membentuk ormas dikalangan orang kuat lokal ingin memperoleh dan mendapatkan kekuasaan, disaat yang sama masyarakat juga memiliki keinginan yang sama dengan tujuan ingin mempertahankan eksistensi kebaliaannya.

Jadi, terjadi semacam simbiosis mutualisma antara elit dan massa dalam memandang Ormas. Dalam kondisi tersebut mampu dimanfaatkan oleh partai politik dalam perburuan suara atau elektoral. Partai Politik aktif mengejar dan mendekati ormas, karena secara psikologis masyarakat Bali memiliki kedekatan dengan

⁵ Kerja alokasi dan distribusi kerap tidak pernah melampaui momen pemilu melalui institusi politik dan disalurkan melalui anggaran dan kebijakan formal, akan tetapi hanya berkutat di masa tahapan pemilu dan dilakukan oleh mesin politik (partai/kandidat klientelistik) dalam bentuk klientelisme.

⁶ Wawancara dengan Mr X, 22 Desember 2018

beberapa Ormas.

Kuatnya simbiosis mutualisme ini dapat dilacak seiring menguatnya peran institusi-institusi masyarakat seperti *banjar adat, subak, dan dadia* di era reformasi. Pada era orde baru institusi-institusi ini sempat tiarap, dan saat ini mulai menguat, seiring dengan pelaksanaan asas desentralisasi dan otonomi daerah (Dwiputra, 2013).

Kondisi tersebut, ditunjang dengan tidak berjalannya kaderisasi di lingkungan partai politik, khususnya di Bali menjadi salah satu dari sekian banyak persoalan partai politik dalam perjuangan untuk memperoleh basis elektoral. Ormas menjadi lahan besar bagi partai-partai politik dalam mendulang suara, karena dalam tubuh ormas partai politik melihat daya elektoral yang sangat tinggi. Pekerjaan partai politik diuntungkan dengan kehadiran ormas yang telah menyediakan calon-calon yang memiliki pengaruh dan suara di tingkat masyarakat.

Bekerjanya Klientelisme Broker

Terjadinya klientelisme broker sejumlah Ormas di Bali diawali dari kedekatan tokoh-tokoh Ormas dengan elit politik baca; partai politik. Menurut Jeffrey dan Fauzi (2016) menyebut kedekatan elit-elit politik dengan figur-figur utama dalam Ormas dengan “aliansi”, yakni aliansi yang dibentuk lebih didasarkan pada kebutuhan akan patronase bukan karena kesamaan agenda politik tertentu.⁷ Lebih jauh keduanya menyebutkan imbalan material dan non-material sebagai salah satu faktor yang memengaruhi pilihan mereka mendukung salah satu calon dalam pemilu dan pemiulkada. Di antara imbalan dukungan yang sering disebut adalah akses terhadap Bansos, status khusus dalam penawaran proyek infrastruktur, dan lapangan pekerjaan bagi para anggota lewat penentuan kontrak parkir dan jasa keamanan.

Model pertukaran seperti ini sangat mendukung terjadinya klientelisme model broker (penghubung). Suatu model klientelisme yang menukarkan sumber-sumberdaya yang dimiliki baik elit politiknya ataupun massa untuk dipertukarkan kepada lembaga-lembaga demokrasi seperti partai politik dan pejabat-pejabat politik semacam kepala daerah atau dibawahnya.

Model ini sangat mendukung kejayaan ormas di Bali, karena pejabat politik baik di pemerintahan maupun di luar pemerintahan gemar memelihara ormas untuk melindungi kepentingan politik dan bisnisnya (Bali Pos, 2015).

⁷ Kuasa jalanan: Milisi dan Pilkada di Indonesia, <http://www.paramadina-pusad.or.id/publikasi/kuasa-jalanan-Milisi-dan-politik-Pilkada-di-indonesia.html> di Unduh tanggal 4 Februari 2018

Dengan kemampuan sumberdaya seperti; massa dan elit yang memiliki pengaruh besar terhadap massanya, menjadikan ormas-ormas ini sangat *powerful* hingga mendapatkan tempat dalam partai-partai politik dan perhelatan pemilihan pejabat politik di berbagai daerah kabupaten/kota di Provinsi Bali.

Dalam hal pengaruh elitnya, tokoh Ormas dapat; kapan dan dimana saja bebas mengarahkan dukungannya kepada elit politik dan partai politik tertentu. Dalam suatu kesempatan penulis mewawancarai salah seorang informan, menyatakan bahwa kekuatan ormas di Bali sebenarnya bukan terletak pada organisasinya, akan tetapi lebih kepada personal atau individunya.⁸

Di Bali Ormas dengan dengan otonomi elitnya bisa menjadi makelar politik. Dampak yang terjadi kemudian para elit politik, baca; partai-partai politik, bisa memanfaatkan ormas dengan cara mendekati para pemimpin atau figur-figur utama yang ada di Ormas.

Diantara sekian banyak ormas yang ada di Bali, ada tiga ormas yang terkenal memiliki pengaruh besar yang ikut mewarnai kehidupan politik lokal di Bli. Ketiga ormas tersebut, adalah Laskar Bali Baladika Bali dan Pemuda Bali Bersatu.⁹

Secara geografis ketiga ormas tersebut sangat berkuasa karena memiliki penguasaan dan pengontrolan sejumlah wilayah yang memiliki sumber-sumber ekonomi seperti yang terjadi di kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Telah disepakati bahwa ketiga daerah tersebut merupakan penguasaan wilayah tiga ormas besar yang selama ini dikenal kuat seperti Laskar Bali, dan Pemuda Bali Bersatu atau PBB. Laskar Bali menguasai wilayah Kuta, Baladika Bali menguasai terminal Ubung dan Badung/Mengwi, dan Pemuda Bali Bersatu menguasai kawasan Renon. Wilayah-wilayah tersebut selama ini dikenal sebagai wilayah yang sangat strategis karena merupakan sumber perputaran uang di Provinsi Bali. Dengan penguasaan wilayah-wilayah strategis tersebut, modal kapital sekaligus modal elektoral menjadi kepemilikan ketiga ormas tersebut.¹⁰

Lazim diketahui, bahwa sumber pendapatan ketiga ormas tersebut sebagian besar diperoleh melalui aksi pemalakan yang terjadi diseputar wilayah-wilayah

⁸ Wawancara dengan Dode Wisnu, Korlap Baladika Wilayah Marga Tabanan

⁹ Menurut data kesbangpollinmas provinsi Bali ada sekitar 108 ormas yang aktif di provinsi Bali, diantara sekian ormas tersebut, ormas laskar bali, baladika bali, dan pemuda bali bersatu memiliki pengaruh dan kekuatan yang signifikan

¹⁰ Wilayah-wilayah tersebut lazim dikenal setiap wisatawan yang berkunjung ke Bali. Kuta sangat terkenal sebagai daerah jantung pariwisata di Bali. Terminal Ubung sekarang Mengwi merupakan jantung atau arus kedatangan penumpang domestik, dan Renon, merupakan wilayah atau pusat pemerintahan Provinsi Bali yang dekat dengan Pantai Sanur yang merupakan salah satu destinasi terfavorit di kota denpasar.

jantung pariwisata tersebut. Aksi pemalakan yang disertai dengan tindakan kekerasan sangat menguntungkan ketiga ormas tersebut, sehingga muncullah orang-orang kuat dari ketiga ormas tersebut, yang sekaligus kontroversial, karena secara perlahan mereka dapat merebut posisi-posisi jabatan strategis baik di legislatif maupun di pemerintahan.

Dari tindakan pemalakan hingga terjadinya konflik sehingga memunculkan fenomena baru yakni munculnya orang-orang kuat yang dianggap dapat memberikan perlindungan kepada masyarakat disekitar beroperasinya ketiga ormas, sehingga menciptakan saling ketergantungan, yang pada akhirnya orang-orang kuat ormas tersebut memiliki modal kapital dan sekaligus memiliki modal massa yang sangat dirasakan memberikan keuntungan politik pada saat pemilu dan pemilukada.

Namun, tidak semua orang kuat atau figur-figur yang ada dalam ormas-ormas tersebut dapat dimanfaatkan secara langsung, ada sebagian figur-figur tersebut memanfaatkan modal kapital dan elektoral tersebut untuk kepentingan organisasi misalnya dengan membagi-bagikan massa pendukung untuk kader-kadernya yang akan memasuki dunia politik pada saat momentum pemilu dan pemilukada. Pada fase inilah klientelisme broker berjalan dalam tubuh ormas-ormas tersebut.

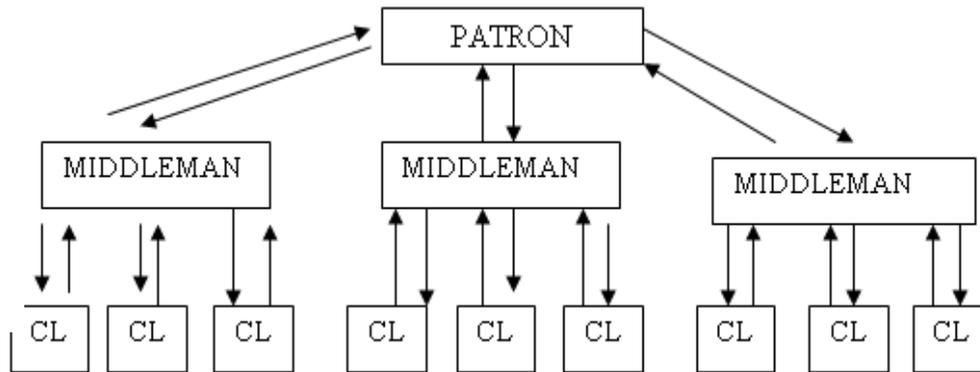
Dalam Gaffar (1991), klientelisme broker erat kaitannya dengan istilah *middleman*. karena pada suatu waktu si client akan berfungsi sebagai 'broker' atau yang disebut *middleman* atau perantara di patron dan si client yang sesungguhnya. Hubungan tersebut akan tetap terpelihara jikalau seandainya tetap saling menguntungkan, akan tetapi apabila masing-masing pihak sudah merasa bahwa hubungan tersebut tidak lagi menguntungkan maka dapat saja di patron mencari klien yang baru atau sebaliknya si clien mencari patron baru.

Sementara dalam kajian Aspinall (2014) berjudul *Brokers Betray Clientelism, Social Networks, and Electoral Politics in Indonesia* mempertajam aspek klientelisme broker kedalam ketiga varian yaitu activist broker, opportunist broker, juga patrimonial broker yang dibedakan menurut sikap militan atau pragmatis broker dalam mendukung calonnya.

Dalam kajian terbaru Aspinall dan Berenschot (2016), Klientelisme model broker ini mirip dengan klientelisme gelindingan roda empat. Istilah ini dikenalkan dalam konteks klientelisme yang terjadi dalam pemilu dan pemilukada sudah tidak ter-institusionalisasi lagi, layaknya klientelisme bentukan negara, swasta, dan masyarakat.

Dalam konteks ini, klientelisme broker adalah klientelisme pemberian suara secara privat atau individual, pertukaran terjadi melalui pemilih dan politisi melalui perantara seorang broker. Dalam kasus pemberian kolektif, pertukaran hanya berpusat antara politisi dan broker atau perwakilan komunitas yang menjanjikan akan menggalang sejumlah dukungan suara untuk politisi. Dengan kata lain klientelisme broker adalah klientelisme berbasis pelayanan konstituen (*constituency services*).

Bagan 1: Hubungan Patron Clien dan Konsekuensinya terhadap lahirnya Pengusaha Indonesia



Sumber : Hidayat & Gafar, 1991.

Diantara ketiga ormas tersebut yang paling jelas praktek klientelisme brokernya seperti yang dilakukan oleh ormas Baladika Bali dan Laskar Bali. Dalam ormas ini ada aktor intelektual yang memerankan praktek klientelisme model broker dalam pemilu dan pilukada. Misalnya, seorang broker dapat membagi-bagikan suara ke seluruh calon anggota legislatif yang berkontestasi dalam partai politik yang berbeda. Dengan sentuhan pribadinya *middleman* ini dapat memenangkan setiap kontestan politik yang akan maju dalam pemilu dan pilukada.

Satu hal yang tidak bisa dihindari dalam ormas ini seorang *middleman* ini bisa memastikan kemenangan calon-calon yang berasal dari kader Baladika dalam pemilu dan pilukada. Kepastian ini seperti yang terjadi pada pilkada Badung dan pilkada Jembrana. Dalam pilkada serentak 2015, dua orang calon kepala daerah yang merupakan kader Ormas ini berhasil memenangkan calonnya sebagai bupati dan wakil bupati yang duduk di dua daerah tersebut.

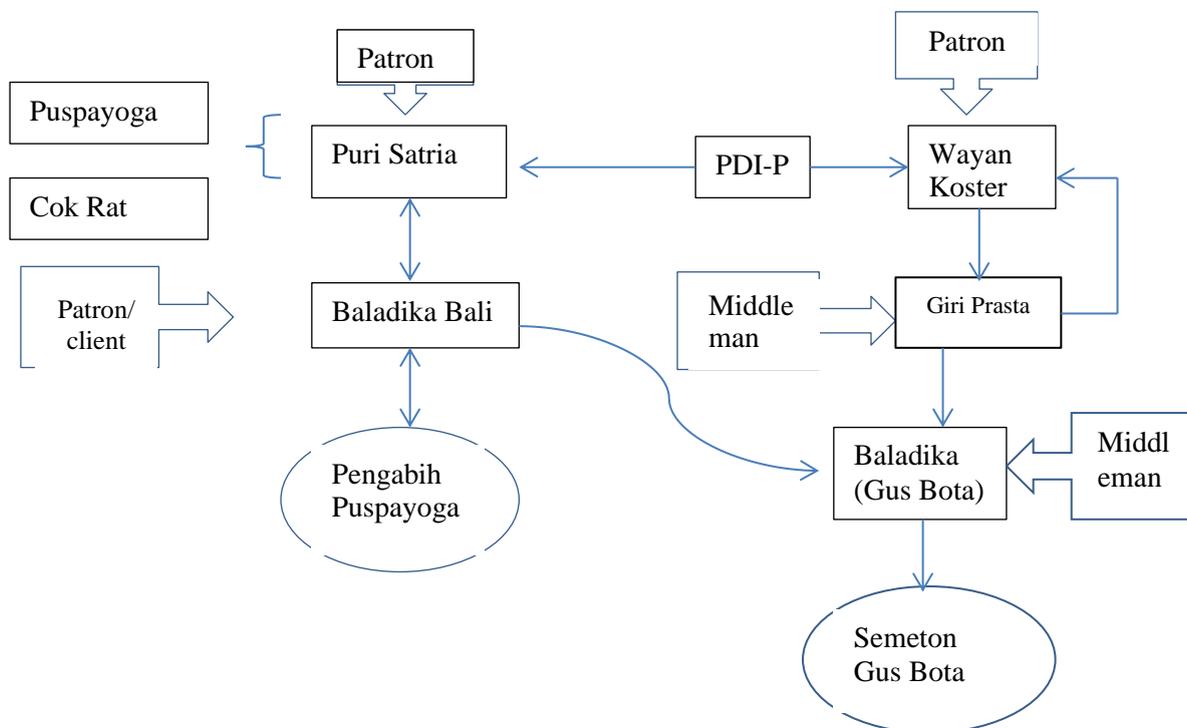
Keterlibatan Baladika Bali dalam pemilu dan pilukada dimulai pada tahun sejak 2009, 2013, 2018, dan pemilu legislatif 2019. Dalam pesta demokrasi tersebut ormas ini diperankan oleh seorang broker atau middleman. Middleman adalah

seorang yang sangat kuat, figur-figur dalam ormas yang memiliki massa banyak yang siap dimanfaatkan partai politik atau calon kepala daerah manapun.

Untuk menghindar diri dari keterlibatan ormas kedalam politik praktis, Ormas ini sengaja memerankan model pertukaran massa dengan aktif memproduksi jargon-jargon tertentu yang sifatnya massal, misalnya, pengabih dan semeton. Jargon pengabih pernah dimanfaatkan pada masapemilukada kota Denpasar pada tahun 2005 dan pemilihan Gubernur 2013, saat itu terkenal dengan istilah pengabih puspayoga. Sementara istilah semeton terjadi pada pemilu legislatif 2018 untuk mendukung salah satu kader terbaiknya Gusti Alit sucipta sebagai calon legislif di provinsi pada pemilu legislatif 2019.¹¹

Dalam Pemilukada Gubernur tahun 2018, pengerahan massa juga terjadi karena kedekatan tokoh-tokoh ormas ini ke salah satu pasangan calon. Seperti yang ditunjukkan tokoh Ormas, Bupati Badung Giri Prasta dan Gusti Alit Sucipta yang mengerahkan massa semetonnya untuk mendukung pasangan Gubernur nomor urut satu (1) Wayan Koster dan Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati atau KBS ACE

Bagan 2: Klientelisme Broker yang dilakukan Ormas Baladika Bali dalam Pemilukada Gubernur Tahun 2018



¹¹ Karena ada aturan yang melarang Ormas terlibat dalam politik, istilah tersebut sengaja dimunculkan sebagai strategi ormas ini terlibat dalam politik praktis.

Keterangan :

Sementara itu peran Laskar Bali Seperti yang dilakukan ormas Laskar Bali ikut terlibat dalam Pemilihan kepala daerah seperti yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah Gubernur provinsi Bali tahun 2013. Dimulai dari adanya kedekatan dari salah seorang figur utama ormas ini dengan calon Gubernur kemudian mengarahkan kepada seluruh anggota organisasi kemasyarakatan (ormas) untuk pemenangan calon.

Ormas ini mendukung pasangan calon Gubernur Mangku Pastika-Sudikerta, karena kedekatan Mangku Pastika sebagai calon Gubernur dengan beberapa elit Ormas Laskar Bali.¹² Dalam pemilihan kepala daerah ini, peran Laskar Bali seperti keterlibatan elit-elit Ormas ini memobilisasi massa untuk memenangkan pasangan calon Mangku Pastika dan Sudikerta. Manfaat yang diperoleh dari klientelisme ini, Ormas Laskar Bali berhasil mendudukkan atau menempatkan beberapa elitnya kedalam jabatan atau posisi-posisi penting dalam politik dalam pemerintahan di provinsi Bali.

Keuntungan lain yang diperoleh dari jasa klientelisme ini, bisnis yang dikembangkan oleh Ormas ini yang sebahagian besar dijalankan melalui proses ilegal semakin lancar karena sebagian besar pendapatan ormas-ormas ini berasal dari aksi palak memalak.¹³ Dengan mendekati diri kepada kekuasaan persoalan bisnis berjalan tanpa menghadapi persoalan baik secara hukum maupun secara administratif.¹⁴

Ormas lain yang Pemuda Bali Bersatu (PBB) praktek klientelisme broker dalam pemilu dan pilukada terjadi ketika sejumlah kader yang memasuki dunia politik. Peran figur ormas dalam membagi-bagikan suara untuk kemenangan calon sangat sentral. Hal yang menarik klientelisme broker yang dilakukan ormas ini adalah jargon ormas ini tentang suka duka. Dalam suatu kesempatan wawancara dengan salah satu ketua pengurus pusatnya ormas ini akan mengarahkan suara anggotanya kepada calon-calon yang diajukan oleh partai politik yang berasal dari ormas Pemuda Bali

¹² Mangku Pastika, dikenal memiliki hubungan dekat dengan beberapa 'ormas' (organisasi masyarakat) di Bali diantaranya Laskar Bali.

¹³ Wawancara dengan mr X. 18 Juni 2015. Sebagian besar pendapatan Ormas- ormas di Bali dari tindakan memalak. Hal itu terlihat dari catatan pendapatan di white board tagihan di ketua korlap salah satu ormas, di Jalan Mahendradata, setoran "pengamanan" untuk gudang AQUA saja sebesar Rp 30 juta per tahun, belum lagi uang "jualan" stiker yang menyatakan toko ini dalam wilayah keamanan ormas.

¹⁴ Indikatornya di Era Pemerintahan Kedua Mangku Pastika ini Ormas di Bali berkembang bak jamur dimusim hujan. Bukan saja Laskar Bali, akan tetapi ormas-ormas lain pun berkembang. Hal ini ditandai dengan ramainya pemasangan baliho-baliho ormas pada saat momentum-momentum penting semacam tahun baru, hari raya keagamaan, Hari Ulang tahun, dll.

Bersatu. Berdalih sebagai organisasi suka duka, maka sangat penting mengarahkan kepada seluruh anggota ormas ini untuk memilih calon-calon yang berasal dari ormas Pemuda Bali Bersatu.¹⁵

Meskipun tidak se-dinamis dua ormas lainnya, klientelisme model broker pernah diperankan oleh ormas ini ketika penunjukkan sejumlah kadernya yang akan naik menjadi calon legislatif, baik di tingkat Provinsi maupun kabupaten/Kota. Klientelisme ini terjadi pada saat pemilu legislatif 2014, pada saat itu, middleman-nya Agus Sukarta (elit Pemuda Bali Bersatu) yang mengatur dan mengarahkan dua orang figur berpengaruh dalam yakni I Made Mulyawan Arya (De Gadjah) dan Gede Komang Swastika (Jero Jangol) untuk naik (*running*) sebagai anggota legislatif Provinsi dan anggota legislatif Kota Denpasar.¹⁶

KESIMPULAN

Dua hal yang paling mendasar bersemainya praktek klientelisme broker ormas di Bali dalam pemilu dan pilukada. Pertama, model ini dianggap sebagai upaya untuk menguasai iklim demokrasi yang ada saat ini di provinsi Bali. Hal itu ditunjukkan dengan meningkatnya minat elit-elit politik mendirikan sejumlah ormas yang dimanfaatkan untuk kepentingan politiknya.

Kedua, adanya kelemahan partai politik dalam proses rekrutmen dan kaderisasi calon pemimpin politik. Kelemahan ini dimanfaatkan untuk menaikkan status politik mereka karena dalam tubuh ormas tersimpan massa/elektoral yang sangat tinggi dan menguntungkan bagi partai politik. Dengan kehadiran ormas jelas menyediakan calon-calon yang memiliki pengaruh dan suara/massa di tingkat masyarakat ataupun calon elit politik yang akan maju dalam pilukada.

Hal yang lazim dilakukan adalah dengan menukarkan sumber-sumberdaya yang dimiliki baik elit politiknya ataupun massa untuk dipertukarkan kepada lembaga-lembaga demokrasi seperti partai politik dan pejabat-pejabat politik semacam kepala daerah atau dibawahnya.

Dengan kemampuan sumberdaya seperti; massa dan elit yang memiliki pengaruh besar terhadap massanya, menjadikan ormas-ormas ini sangat powerful hingga mendapatkan tempat dalam partai-partai politik dan perhelatan pemilihan pejabat politik di berbagai daerah kabupaten/kota di Provinsi Bali.

¹⁵ Wawancara khusus, I Made Mulyawan Arya

¹⁶ Hasil teks wawancara dengan Mr X 17 Juli 2017

Dalam hal pengaruh elitnya, tokoh Ormas dapat; kapan dan dimana saja bebas mengarahkan dukungannya kepada elit politik dan partai politik tertentu. Pengaruh ini memperjelas sepaik terjang yang dilakukan ormas di Bali yang sebenarnya bukan terletak pada organisasinya, akan tetapi lebih kepada personal atau individunya.

DAFTAR PUSTAKA

Aspinall dan Berenschot (2016). *Democracy for Sale*. Jakarta ; Yayasan Obor Indonesia

Amiruddin dkk (2008). *Pilkada Langsung Problem dan Prospek Sketsa singkat Perjalanan Pilkada 2005*. Yogyakarta ; pustaka pelajar

Doner, Richar F and Ansil Ramsay. 1997. "Competitive Clientelisme, and Economic Governance: The Case of Thailand, In Sylvia Maxfield, and Ben Scheneider, eds., Bussines and State in Development Countries. Ithaca : Cornel University.

Hidayat, T., & Gafar, A. (1991). *Pola Hubungan Segi Tiga: Sukarno-Pki-Angkatan Bersenjata dan proses radikalisme komunis di Indonesia latar belakang situasi dari kondisi 1959-1965* (Doctoral dissertation, [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada).

Harian Bali Post, 18 Desember 2015;4 Juni 2016; 24 Desember 2012;

Harian Radar Bali, 22 April 2016; 6 Mei 2016; 29 Januari 2013; dan

Harian Pos Bali, 23 Januari 2017

Haryanto, (2014). *Klanisasi Demokrasi Politik Klan Qahar Mudzakar di Sulawesi selatan*. Yogyakarta : PolGov.

<https://www.tempo.co/abc/3597/kemunculan-ormas-preman-selalu-warnai-dunia-politik-indonesia>

Irham., M Aqil (2016). *Demokrasi Muka Dua Membaca Ulang Pilkada di Indonesia*. Jakarta : KPG Kompas

Kabarnusa.com 7 Mei 2017

Kuasa jalaran: Milisi dan Pilkada di Indonesia, di Unduh tanggal 4 Februari 2018

Merdeka.com, 04 Februari 2018, <https://www.merdeka.com/peristiwa/disebut-geng-kriminal-berbahaya-di-pulau-dewata-laskar-bali-berang.html>

MetroBali.com dalam artikel Baladika Bali Dukung Penuh Giriya, tanggal 19 Oktober 2015

Suwitha. I Putu Gede. (2015). *Elit Puri dalam lanskap Politik kontemporer Bali*. Jurnal Kajian Budaya Bali

Sumarto, M. (2018). *Perlindungan Sosial dan Klientelisme, Makna Politik Bantuan*

Tunai dalam Pemilihan Umum. Yogyakarta : Gadjah Mada Univerity Press

Ryter, L. (1998). *Pemuda Pancasila: The Last Loyalist Free Men of Suharto's Order?*
New York: Cornell University Press
