

BAB VI

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang merangkum temuan utama penelitian mengenai Klientelisme partai politik dalam Pilkada calon tunggal di Kota Tangerang 2018 dengan menegaskan pola relasi kekuasaan antara partai politik, kandidat, dan *broker*. Temuan menunjukkan bahwa mekanisme pencalonan lebih ditentukan oleh negosiasi elite dibandingkan kompetisi elektoral terbuka, yang berdampak pada melemahnya kualitas demokrasi lokal. Pembahasan menyoroti fenomena Klientelisme, termasuk bagaimana koalisi partai mengukung calon tunggal, terbentuknya Klientelisme dan *broker*, serta praktik Klientelisme partai politik. Fokus analisis meliputi cara kerja koalisi partai, proses terbentuknya Klientelisme dan *broker*, serta pelaksanaan praktik Klientelisme itu sendiri. Bab ini juga menguraikan temuan mengenai *Party Buying*, di mana kandidat “membeli dukungan partai” melalui “uang mahar” yang dimediasi *broker* atau tim sukses, yang membedakannya dari konsep *Organization Buying* menurut Susan C. Stokes et al. Selanjutnya, teori partai kartel Katz & Mair, relevan untuk menjelaskan bagaimana elite partai memanfaatkan berbagai sumber daya hingga profesionalisasi politik untuk mengendalikan akses pencalonan. Dalam bab ini, peran *broker* melalui konsep *Candidate–Political Party Brokerage* berbeda dengan *broker* menurut Stokes et al., yang fokus pada mobilisasi pemilih; temuan penelitian menunjukkan *broker* memediasi negosiasi antar-elite dan mengatur akses pencalonan.

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini disusun untuk menjawab tiga pertanyaan utama yang menjadi fokus analisis. *Pertama*, bagaimana Koalisi Partai Politik Pengusung Pasangan Calon Tunggal. *Kedua*, bagaimana terbentuknya Klientelisme dan *Broker* dalam Pilkada Pasangan Calon Tunggal. *Ketiga*, bagaimana Klientelisme Partai Politik dalam Pilkada Pasangan Calon Tunggal. Ketiga pertanyaan ini menjadi pijakan utama dalam merumuskan temuan-temuan kunci yang dijabarkan dalam bagian kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, Koalisi Partai Politik Pengusung Pasangan Calon Tunggal. Terbentuknya koalisi besar partai politik dalam Pilkada Kota Tangerang 2018 yang melahirkan pasangan calon tunggal mencerminkan kalkulasi strategis partai-partai politik, yang dipengaruhi oleh faktor struktural, elektoral, dan pragmatis. Biaya pendanaan Pilkada yang besar menjadi kendala utama bagi partai politik untuk mencalonkan kandidat alternatif secara mandiri. Keterbatasan sumber daya tersebut mendorong partai untuk mencari solusi efisien melalui pembentukan koalisi menyeluruh. Ketentuan ambang batas syarat pencalonan yang tinggi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pilkada turut mempersempit ruang kompetisi elektoral. Dalam kondisi ini, pencalonan tunggal menjadi opsi rasional yang secara hukum diperbolehkan, terutama setelah putusan Mahkamah Konstitusi yang tidak melarang calon tunggal. Regulasi ini membuka peluang bagi partai-partai untuk menyusun strategi tanpa tekanan untuk menghadirkan lebih dari satu kandidat.

Selain aspek struktural, pertimbangan hasil survei petahana yang unggul juga menjadi faktor kunci. *Elektabilitas* tinggi memberikan insentif kuat bagi partai

politik untuk tidak mengambil risiko dengan mencalonkan figur alternatif, melainkan bergabung dalam koalisi yang mendukung calon yang diprediksi menang. Dukungan ini diperkuat oleh keberhasilan petahana dalam memimpin daerah, yang tidak hanya menjadi legitimasi elektoral, tetapi juga dasar pragmatis bagi partai-partai untuk ikut serta mendukung dan membentuk partai koalisi pengusung calon tunggal. Pembentukan koalisi besar tersebut merepresentasikan bentuk kepartaian kartel dalam Pilkada Kota Tangerang 2018. Penelitian ini menunjukkan bahwa koalisi partai pengusung mencerminkan lima ciri kartelisasi politik sebagaimana dikemukakan oleh Richard S. Katz dan Peter Mair partai kartel, yaitu ketergantungan pada sumber daya negara, kolusi antarpantai mapan, pelemahan hubungan partai dengan masyarakat, penguatan hubungan partai dengan negara, dan konvergensi ideologis serta profesionalisasi politik. Dalam kerangka ini, koalisi tidak dibangun berdasarkan visi atau *platform* politik, melainkan logika kekuasaan yang menyingkirkan pertimbangan ideologis.

Selanjutnya, dampak kartelisasi politik dalam Pilkada di mana terdapat implikasi terhadap demokrasi lokal, terjadi relasi dan komitmen politik antara pimpinan partai dan kandidat, yang dibangun melalui proses negosiasi dan pembagian kepentingan. Perdebatan di internal partai tentang penentuan calon, proses penetapan pasangan calon petahana, serta penerbitan rekomendasi partai politik menggambarkan bahwa keputusan politik dalam koalisi bukan hasil pertarungan gagasan, tetapi hasil kompromi elite. Pasca Pilkada, relasi antara elite partai dan kandidat terpilih semakin diperkuat demi menjaga stabilitas politik dan

pemerintahan, yang secara substantif menunjukkan konsolidasi kekuasaan elite, bukan penguatan demokrasi elektoral.

Kedua, Terbentuknya Klientelisme dan *Broker* dalam Pilkada Pasangan Calon Tunggal. Proses terbentuknya Klientelisme dan *broker* dalam Pilkada calon tunggal Kota Tangerang 2018 menunjukkan bahwa relasi politik bersifat transaksional dan tersentralisasi. Klientelisme tidak hanya berlangsung di level akar rumput antara kandidat dan pemilih, tetapi juga dalam bentuk negosiasi tertutup antara elite partai, kandidat, dan *broker* politik.

Dinamika Klientelisme dalam relasi elite politik lokal tampak melalui praktik distribusi sumber daya publik, seperti program bedah rumah yang digunakan oleh anggota DPRD untuk membangun loyalitas elektoral. Pola ini merupakan bentuk dari politik *pork barrel*, di mana alokasi anggaran bersifat partikularistik dan imbal balik, bukan untuk kepentingan umum. Lemahnya mekanisme kontrol dari DPRD maupun media lokal memperkuat praktik ini, dan memperlemah prinsip akuntabilitas demokratis. Dinamika Klientelisme partai politik dalam Pilkada Kota Tangerang 2018, terlihat dalam relasi antara elite partai dan kandidat yang dibangun lewat komunikasi, lobi dan negosiasi, dengan fokus pada pertukaran kepentingan politik dan finansial, seperti negosiasi “uang mahar” dan kompensasi non-formal. Hal ini menandai bahwa dukungan partai tidak berbasis visi atau ideologi, tetapi pada kalkulasi pragmatis.

Broker politik dalam Pilkada Kota Tangerang 2018 dibentuk dan dijalankan melalui tim pemenangan/sukses pasangan calon, yang terdiri atas tim lingkaran dalam dan jaringan relawan kandidat. Tim ini kemudian melakukan

konsolidasi tim dan jaringan relawan. Dalam Pilkada, tim pemenang/sukses menjalankan peran komunikasi, lobi, dan negosiasi dengan partai politik untuk mengamankan dukungan formal serta mengakomodasi kepentingan elite partai politik, sementara tim jaringan relawan berperan sebagai pendukung legitimasi politik di tingkat masyarakat.

Broker politik mengalami evolusi peran dari penghubung kandidat–pemilih berbasis mobilisasi suara menjadi mediator strategis antarelite. Orientasi *broker* bergeser dari pengamanan dukungan pemilih menuju pengelolaan komunikasi, lobi dan negosiasi dengan elite partai untuk memperoleh dukungan politik formal sebagai prasyarat pencalonan. Tim pemenang berfungsi sebagai instrumen utama dalam pembentukan kesepakatan politik dan legitimasi institusional kandidat. Pergeseran ini menegaskan transformasi Klientelisme dari mekanisme elektoral menjadi praktik elitis-institusional yang transaksional dan hierarkis, dengan implikasi langsung pada menyempitnya partisipasi politik substantif dalam demokrasi lokal.

Ketiga, Klientelisme Partai Politik dalam Pilkada Pasangan Calon Tunggal. Praktik Klientelisme dalam Pilkada calon tunggal Kota Tangerang 2018 menunjukkan pola yang berbeda dengan *Organization Buying* (Pembelian Organisasi) dalam teori Klientelisme Susan C. Stokes et al. Dalam konteks ini, kandidat tidak membeli dukungan pemilih, melainkan “membeli partai politik” sebagai pemegang otoritas pencalonan. Relasi transaksional tidak diarahkan pada mobilisasi pemilih melalui organisasi perantara, melainkan beroperasi pada level elite partai politik melalui mekanisme jual beli akses pencalonan yang dalam

penelitian ini dikonseptualisasikan sebagai *Party Buying* (Pembelian Partai). Kasus partai PDIP, Partai Gerindra, dan Partai Demokrat memperlihatkan bahwa partai berfungsi sebagai *gatekeeper* pencalonan yang memperjualbelikan surat rekomendasi melalui “uang mahar” yang bersifat rasional, terstandarisasi, dan terlembagakan. Akibatnya, praktik-praktik dalam Klientelisme mengalami perkembangan dari arena kompetisi elektoral ke tahap pra-kompetisi, yang pada akhirnya menutup ruang kontestasi dan memproduksi kondisi calon tunggal. Dengan demikian, *Party Buying* merupakan bentuk Klientelisme elite-institusional yang secara konseptual berbeda dari *Organization Buying*, dan mencerminkan perkembangan struktural Klientelisme pada ranah relasi antarelite partai, yang berimplikasi pada penurunan kualitas demokrasi lokal.

Peran aktor partai politik dalam Klientelisme bekerja melalui berbagai mekanisme, seperti penjaringan bakal calon partai politik dan survei bakal calon partai politik, yang dalam praktiknya berfungsi lebih sebagai instrumen legitimasi keputusan elite daripada sebagai mekanisme seleksi substantif. Aktor partai, khususnya elite pusat dan daerah, memainkan peran dominan dalam menentukan arah pencalonan melalui kalkulasi elektoral dan finansial, sehingga proses tersebut mereproduksi relasi Klientelistik di internal partai. Pragmatisme dalam seleksi/rekrutmen kandidat tercermin dalam formalitas pendaftaran calon dalam Pilkada, lemahnya institusionalisasi partai politik, serta terbatasnya kaderisasi calon pemimpin di partai politik. Keputusan politik lebih banyak ditentukan oleh popularitas dan *elektabilitas* pasangan calon yang tinggi serta rasionalitas dalam keputusan politik yang pragmatis dilakukan oleh para elite partai. Patronase politik

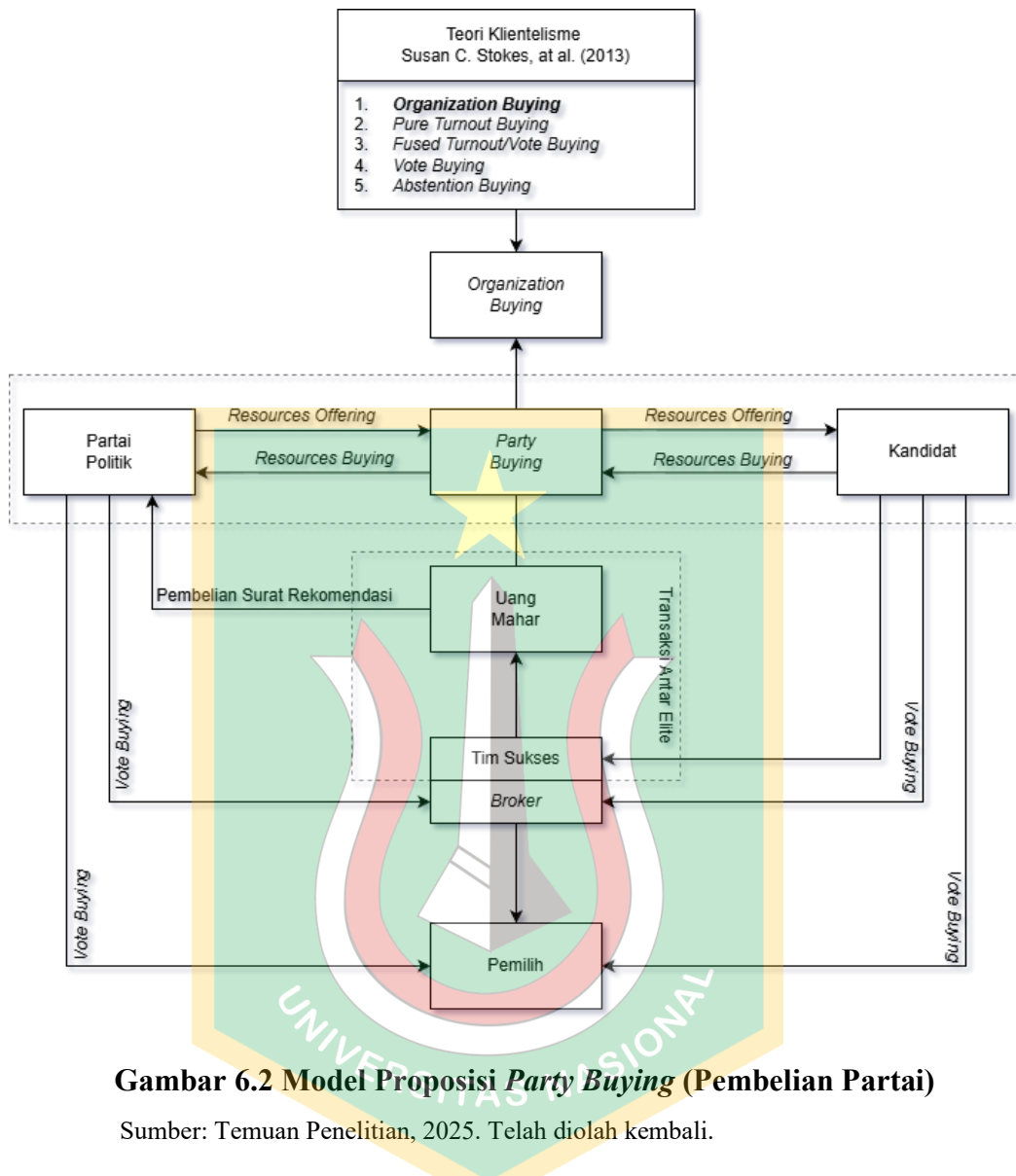
dan jaringan mengunci proses pencalonan melalui jejaring elite dan relasi personal yang membentuk ketergantungan transaksional antara kandidat dan elite partai.

B. Implikasi Teoretis

Untuk menjelaskan praktik Klientelisme yang terjadi di partai politik PDIP, Gerindra dan Demokrat dalam Pilkada Kota Tangerang 2018, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan teori Klientelisme Susan C. Stokes, Thad Dunning, Marcelo Nazareno, & Valeria Brusco. Menurutnya, Klientelisme terbagi kepada lima bagian, yaitu: *Organization Buying* (Pembelian Organisasi), *Pure Turnout Buying* (Pembelian Jumlah Pemilih Murni), *Fused Turnout/Vote Buying* (Jumlah Pemilih yang Menyatu/Pembelian Suara), *Vote Buying* (Pembelian Suara), dan *Abstention Buying* (Pembelian Suara Golput).

Organization Buying adalah bentuk praktik Klientelisme di mana kandidat tidak berinteraksi langsung dengan pemilih, tetapi “membeli” dukungan dari organisasi sosial, keagamaan, atau kepemudaan untuk memobilisasi anggota mereka. Misalnya, seorang calon kepala daerah memberikan dana bantuan kepada sebuah organisasi pemuda agar mereka memasang atribut kampanye dan mengarahkan anggotanya untuk memilih calon tersebut. Strategi ini menekankan pada kekuatan kolektif organisasi dalam memengaruhi perilaku politik anggotanya.

Berikut ini adalah Gambar 6.2 Model Proposisi *Party Buying* (Pembelian Partai).



Gambar 6.2 Model Proposisi Party Buying (Pembelian Partai)

Sumber: Temuan Penelitian, 2025. Telah diolah kembali.

Berdasarkan Gambar 6.2 menunjukkan model tentang bagaimana partai politik, kandidat, tim sukses, dan pemilih terhubung dalam jejaring Klientelisme politik. Praktik *vote buying* dalam berbagai bentuk—baik secara langsung antara kandidat dan pemilih, antara partai politik dan pemilih, maupun melalui perantara (*broker*/tim sukses)—merupakan pola yang lazim terjadi dalam Pemilu atau Pilkada di Indonesia. Namun, temuan dalam penelitian ini adalah peran “uang mahar”

dalam transaksi antara kandidat dan partai politik, yang melibatkan tim sukses sebagai *broker* utama dalam negosiasi dan distribusi “uang mahar”.

Dalam model *Party Buying* ini, kandidat kepala daerah berposisi sebagai pembeli sumber daya politik (*resource buying*), sementara partai politik bertindak sebagai penjual sumber daya institusional (*resource offering*). Kandidat yang ingin maju dalam Pilkada harus membeli dukungan partai melalui pembayaran “uang mahar” guna memperoleh surat rekomendasi pencalonan. Proses transaksi ini tidak berlangsung secara langsung antara kandidat dan partai politik, melainkan dimediasi oleh tim sukses atau aktor perantara yang berfungsi sebagai *broker* politik. Dengan demikian, transaksi pencalonan berlangsung di lingkaran elite, di mana negosiasi antara kandidat dan partai ditentukan terutama oleh kapasitas finansial kandidat, bukan oleh mekanisme kaderisasi atau pertimbangan ideologis.

Dalam konteks teori Klientelisme Susan C. Stokes et al., (2013) temuan ini menunjukkan hasil yang berbeda antara konsep *Organization Buying* dan *Party Buying*. Secara teoretis, relasi ini juga dapat ditelaah melalui kerangka patron–klien James C. Scott, (1972) yang menerangkan Klientelisme sebagai hubungan pertukaran asimetris berbasis sumber daya. Dalam konteks *Party Buying*, kandidat berposisi sebagai patron karena menyediakan sumber daya material “(uang mahar)”, sementara partai politik bertindak sebagai klien yang menerima sumber daya tersebut sebagai imbalan atas dukungan politik berupa surat rekomendasi pencalonan. Sebagaimana ditegaskan James C. Scott, hubungan patron–klien ditandai oleh pertukaran material yang tidak setara, bersifat personal maupun institusional, serta menciptakan ketergantungan politik yang berkelanjutan.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan kontribusi kebaruan (*novelty*), karena menjelaskan perbedaan antara konsep *Organization Buying* dalam teori Klientelisme Susan C. Stokes et al., dan temuan penelitian ini, yaitu *Party Buying*. Jika *Organization Buying* beroperasi pada mobilisasi dukungan pemilih melalui pembelian organisasi dan jaringan eksternal partai, maka *Party Buying* bekerja pada tahap pra-kompetisi dengan menempatkan partai politik sebagai objek transaksi. Dalam praktik ini, kandidat harus “membeli dukungan partai” untuk memperoleh surat rekomendasi pencalonan melalui pembayaran “uang mahar”. Melalui mekanisme “mahar politik” tersebut, relasi klientelistik mengalami perkembangan dari hubungan kandidat–pemilih menjadi kandidat–elite partai, sehingga praktik Klientelisme tidak hanya berfungsi untuk memenangkan kontestasi elektoral, sebagaimana *vote buying* pada umumnya, tetapi juga untuk mengontrol akses pencalonan, meniadakan kompetisi politik, dan memproduksi kondisi calon tunggal.

1. Teori Klientelisme: Definisi *Party Buying* (Pembelian Partai)

Berdasarkan temuan penelitian ini, Peneliti mengajukan suatu proposisi teoretis yang dirumuskan dalam definisi berikut: *Party Buying* (Pembelian Partai) adalah praktik pertukaran transaksional berupa jual beli dukungan politik antara kandidat kepala daerah dan partai politik, di mana dukungan resmi partai, terutama dalam bentuk surat rekomendasi pencalonan Pilkada, diberikan oleh partai politik kepada kandidat melalui pembayaran sejumlah dana “(uang mahar)” yang dinegosiasikan dan disalurkan melalui *broker* politik (tim sukses), serta dilembagakan dalam mekanisme internal partai.

Klasifikasi *Party Buying* (Pembelian Partai)

Berdasarkan temuan penelitian, *Party Buying* tidak berlangsung sebagai transaksi tunggal, melainkan sebagai rangkaian praktik berlapis yang mencakup tahapan pra-pencalonan, pencalonan, kampanye, hingga pasca-keterpilihan. Praktik *Party Buying* tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam lima model utama sebagai berikut:

1. Pembelian Akses Pencalonan (*Gatekeeping Transaction*)

Model ini menunjukkan praktik *Party Buying* yang berfungsi sebagai mekanisme pengendalian akses pencalonan oleh elite partai. Partai bertindak sebagai *gatekeeper* dengan memonetisasi kewenangan institusionalnya. Praktik ini meliputi permintaan “uang mahar” kepada bakal calon, biaya pendaftaran calon Wali Kota, serta dana awal sebagai syarat administratif pengusulan calon. Pada tahap ini, transaksi bersifat wajib dan non-negosiable sebagai syarat penerbitan surat rekomendasi pencalonan. Dalam model ini, *Party Buying* beroperasi sebagai relasi klientelistik intra-elite yang bertumpu pada kewenangan institusional partai dalam mengontrol dan membatasi akses pencalonan.

2. Penarikan Dana oleh Elite Partai (*Elite Rent Extraction*)

Model ini menunjukkan praktik *Party Buying* yang bersifat personalistik namun tetap berada dalam struktur organisasi partai. Penarikan dana dilakukan oleh elite partai pada berbagai tingkatan, mulai dari DPC, DPD/DPW, hingga DPP, kepada bakal calon atau

Tim Pemenangan. Model ini menunjukkan bahwa *Party Buying* juga berlangsung sebagai relasi klientelistik intra-elite yang memanfaatkan posisi struktural dalam partai.

3. Pembiayaan Kegiatan Formal Partai (*Institutionalized Campaign Financing*)

Model ini menunjukkan praktik *Party Buying* yang dilembagakan melalui pembiayaan kegiatan resmi partai yang secara substantif dibebankan kepada kandidat. Praktik ini mencakup biaya penyampaian visi-misi calon, pendanaan survei partai politik untuk calon kepala daerah dan calon legislatif, biaya deklarasi pasangan calon, deklarasi kampanye damai, serta kampanye terbuka atau rapat umum. Dalam model ini, *Party Buying* berfungsi sebagai mekanisme pembiayaan partai yang dilembagakan dengan mengalihkan beban biaya kelembagaan kepada kandidat.

4. Pengalihan Beban Operasional Partai (*Organizational Cost Shifting*)

Model ini menunjukkan praktik *Party Buying* melalui pengalihan biaya konsolidasi dan operasional partai kepada kandidat. Bentuknya meliputi pembiayaan kegiatan Rakercab, Rakerda, Rakerwil, dan Rakernas, biaya operasional partai, serta biaya entertain dan lobi politik. Dalam model ini, *Party Buying* berfungsi sebagai mekanisme pendanaan alternatif bagi partai politik, sekaligus memperkuat relasi transaksional antara kandidat dan elite partai dalam proses pencalonan.

5. Kesepakatan Pasca-Keterpilihan (*Post-Electoral Contractualism*)

Model ini menunjukkan praktik *Party Buying* yang bersifat jangka panjang, di mana transaksi diperluas hingga fase pasca-keterpilihan. Praktik ini diwujudkan melalui kesepakatan atau perjanjian politik antara kepala daerah terpilih dan partai, yang mencakup alokasi jabatan birokrasi, pengaruh terhadap kebijakan strategis, serta akses partai terhadap sumber daya daerah. Model ini menegaskan bahwa *Party Buying* tidak berhenti pada proses elektoral, tetapi berlanjut ke ranah pemerintahan.

Praktik *Party Buying* dalam Klientelisme

Praktik *Party Buying* dalam Klientelisme dapat jelaskan sebagai berikut:

1. Inisiasi *Political Communication*

Party Buying diawali melalui *political communication* antara kandidat dan elite partai yang dimediasi oleh tim pemenangan/sukses. Komunikasi ini bersifat informal, tertutup, dan personal, dengan tujuan membuka akses awal pencalonan serta memetakan sikap, kepentingan, dan tuntutan partai terhadap kandidat.

2. Peran *Broker* dalam *Access Brokerage*

Pada tahap ini, tim pemenangan berfungsi sebagai *political broker* yang menjembatani kandidat dengan elite partai. Peran *broker* tidak diarahkan pada mobilisasi pemilih, melainkan pada pengelolaan

relasi klientelistik antarelite untuk mengamankan akses institusional pencalonan.

3. Proses *Political Lobbying*

Setelah komunikasi terbentuk, *broker* melakukan *political lobbying* untuk memengaruhi keputusan elite partai. Aktivitas lobi berfokus pada dua aspek utama, yakni persuasi elektoral (*elektabilitas* dan rekam jejak kandidat) serta kesiapan kandidat dalam memenuhi kebutuhan finansial partai.

4. Tahap *Negotiation and Bargaining*

Party Buying kemudian memasuki fase *negotiation and bargaining*, di mana terjadi tawar-menawar terkait besaran “uang mahar”, biaya kursi, operasional partai, dan kebutuhan politik lainnya. Negosiasi berlangsung secara asimetris karena partai memegang otoritas pencalonan sebagai *gatekeeper*.

5. Kesepakatan Transaksional

Hasil dari proses negosiasi diwujudkan dalam bentuk kesepakatan transaksional (*transactional agreement*) yang umumnya tidak tertulis, tetapi dipahami dan disepakati bersama (*shared understanding*). Kesepakatan tersebut menjadi dasar politik bagi pemberian rekomendasi pencalonan serta mengatur pembagian peran dan sumber daya antaraktor yang memperkuat ketergantungan dalam proses pencalonan, serta membatasi ruang otonomi kandidat setelah rekomendasi diberikan.

6. Distribusi Dana melalui *Brokered Payment*

Realisasi pembayaran “uang mahar” tidak dilakukan secara langsung antara kandidat dan partai, melainkan disalurkan melalui *broker* politik (tim sukses). Mekanisme *brokered payment* ini berfungsi sebagai strategi untuk menghindari eksposur formal serta meminimalkan risiko hukum dan politik.

7. Legitimasi Institusional Pencalonan

Tahap akhir *Party Buying* adalah penerbitan surat rekomendasi pencalonan oleh elite partai pusat sebagai bentuk legitimasi institusional (*institutional authorization*). Pada titik ini, transaksi politik menghasilkan keluaran konkret berupa pengesahan resmi pencalonan kandidat.

2. Teori Partai Politik Kartel

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa teori partai kartel yang dikemukakan oleh Richard S. Katz dan Peter Mair sangat sesuai dan dapat membuktikan realitas empiris Pilkada Kota Tangerang 2018, sekaligus memperluas cakupan analitis teori tersebut melalui integrasinya dengan praktik Klientelisme partai politik. Seluruh ciri utama partai kartel, yaitu ketergantungan pada sumber daya negara, kolusi antarpartisipan, pelemahan hubungan partai dengan masyarakat, penguatan hubungan partai dengan negara, dan konvergensi ideologis serta profesionalisasi politik, terbukti bekerja secara simultan dan sistemik dalam konfigurasi calon tunggal.

Implikasi teoretis dari temuan ini adalah bahwa partai kartel dan Klientelisme tidak berdiri sebagai dua fenomena yang terpisah, melainkan saling menguatkan dalam satu rezim politik lokal yang tertutup dan elitis. Kartelisasi menjelaskan hilangnya kompetisi dan oposisi, sementara Klientelisme menjelaskan mekanisme transaksional konkret yang menopang keberlangsungan kartel tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori dengan menegaskan bahwa dalam konteks Pilkada calon tunggal, Klientelisme partai politik merupakan manifestasi operasional dari partai kartel, yang berdampak langsung pada penurunan kualitas demokrasi lokal, pelemahan representasi, dan normalisasi politik transaksional di tingkat elite.

3. Teori *Broker*

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa teori *broker* politik yang dikemukakan oleh Susan C. Stokes, Thad Dunning, Marcelo Nazareno, dan Valeria Brusco, belum sepenuhnya dapat menjelaskan dinamika perantara (*broker*) politik dalam konteks Pilkada calon tunggal Kota Tangerang 2018. Dalam kerangka klasik, sebagaimana dirumuskan dalam *Brokers, Voters, and Clientelism*, *broker* diposisikan sebagai aktor yang mengelola relasi kandidat–pemilih melalui mobilisasi elektoral dan distribusi insentif material. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi *broker* mengalami perubahan pola operasional, dari yang semula berorientasi pada arena elektoral menjadi terfokus pada pengelolaan hubungan politik antarelite partai.

Implikasi teoretis dan kontribusi kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini adalah pengajuan konsep *Candidate–Political Party Brokerage* (Perantaraan

Kandidat–Partai Politik), yang didefinisikan sebagai peran *broker* politik dalam memediasi relasi antarelite antara kandidat kepala daerah dan pimpinan partai politik melalui komunikasi, lobi, dan negosiasi untuk mencapai kesepakatan–kesepakatan politik, terutama dalam memperoleh surat rekomendasi pencalonan dari partai politik sebagai syarat pencalonan dalam Pilkada. Dalam konteks ini, *broker* tidak lagi berfungsi sebagai agen mobilisasi suara melalui praktik patronase elektoral sebagaimana dipahami dalam teori klasik, melainkan sebagai perantara politik dalam relasi antarelite–antara kandidat dan pimpinan partai–yang menentukan akses pencalonan melalui pengelolaan relasi Klientelisme elite.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. *Pertama*, sebagai studi kasus tunggal, temuan bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi ke seluruh Pilkada calon tunggal di Indonesia. *Kedua*, keterbatasan akses terhadap data sensitif seperti transaksi “uang mahar” dan mekanisme internal partai membuat sebagian analisis bergantung pada narasi subjektif narasumber. *Ketiga*, fokus pada aktor elite menyebabkan dimensi pemilih–terutama terkait persepsi terhadap calon tunggal dan gerakan kotak kosong–kurang tergali. *Keempat*, keterbatasan akses terhadap dokumentasi formal–terutama terkait praktik seperti *pork barrel*–menghambat verifikasi atas praktik-praktik Klientelisme yang bersifat informal dan tertutup. Akibatnya, pembuktian empiris dalam aspek ini sebagian besar bergantung pada narasi dan testimoni dari narasumber elite, sehingga berpotensi menimbulkan bias perspektif dan membatasi gambaran utuh tentang dinamika politik di tingkat pemilih.

Penelitian Lanjutan

Untuk penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan mengembangkan studi komparatif antara beberapa daerah dengan sistem Pilkada calon tunggal, guna menguji apakah temuan yang didapatkan di Kota Tangerang dapat diterapkan pada konteks lain. Selain itu, penelitian lebih lanjut bisa menggali lebih dalam mengenai dinamika pemilih, misalnya dengan menggunakan survei atau observasi partisipatif untuk memahami dampak dari koalisi tanpa oposisi dan gerakan kotak kosong terhadap keputusan pemilih. Penelitian berikutnya juga dapat mengeksplorasi lebih jauh aspek informal dari praktik Klientelisme, seperti transaksi “uang mahar” yang terjadi di balik layar, melalui pendekatan etnografi atau wawancara dengan sumber yang lebih beragam, termasuk relawan dan aktor *broker* tingkat bawah. Selanjutnya, penelitian dapat difokuskan pada transparansi dan akuntabilitas pencalonan serta dampaknya terhadap kualitas demokrasi lokal akibat lemahnya kontrol internal partai.

