

## ADAT, BISNIS dan PILKADA ; Studi Kaitan Bisnis dan Politik Para Pemangku Adat dalam Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015

### INTISARI

Tulisan ini membahas adat, bisnis dan Pilkada. Dalam Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015 terdapat fenomena menarik untuk diteliti yakni adanya dukungan dari pemangku adat kepada calon kepala daerah yang maju dalam kontestasi tersebut. Setidaknya dukungan ini diberikan kepada dua pasang calon kepala daerah yakni pasangan jalur perseorangan dan petahana. Hasil Pilkada kemudian menyatakan bahwa kedua pasang calon kepala daerah ini berhasil keluar sebagai dua posisi teratas dari lima pasang calon yang berkompetisi. Kemenangan diraih oleh pasangan jalur perseorangan dengan hasil kemenangan sebesar 41,80% suara sah, dan di posisi kedua yakni pasangan *petahana* yakni sebesar 27,55 % suara sah serta tiga pasangan kandidat lainnya yang mendapat perolehan suara relatif rendah. Fenomena ini kemudian memunculkan pertanyaan tentang bagaimana peran pemangku adat dalam Pilkada dan lebih jauh melihat tentang apa kepentingan pemangku adat dalam Pilkada tersebut. Peneliti berasumsi adanya motif kepentingan bisnis dalam dukungan tersebut. Berangkat dari hal tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *Bagaimana kaitan pemangku adat dan bisnis dalam Pilkada (Pilkada Walikota dan Wakil Walikota Bukittinggi tahun 2015) ?*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam membantu penelitian, peneliti menggunakan teorisasi dari Matthias Koenig dari pendekatan instrumentasi yang melihat etnis dalam konteks pemilu sebagai suatu pendekatan yang memberikan perhatian kepada proses sosial politik dan ekonomi. Proses sosial politik dipandang dengan adanya mobilisasi politik kepada etnis tertentu dan ekonomi dilihat dalam konteks kepentingan ekonomi. Beberapa temuan utama dalam penelitian ini ialah *pertama*, adat dalam konteks Pilkada Kota Bukittinggi menjadi instrumental, *kedua*, instrument adat tersebut kemudian digunakan untuk kepentingan bisnis dan *ketiga*, fenomena adat menjadi instrumen oleh pemangku adat didalam menyalurkan kepentingan bisnisnya tersebar di kedua calon yakni calon jalur perseorangan dan calon pasangan petahana. Temuan tersebut secara lebih luas menjelaskan bahwa lembaga non elektoral (adat) sangat berperan dalam kemenagan calon kepala daerah dan partai politik sebagai institusi elektoral tidak menjadi patokan utama dalam menjelaskan dinamika dan fenomena dalam pemilu di tingkat lokal khususnya di Kota Bukittinggi

**Kata Kunci** : Pemangku Adat ; Bisnis ; Mobilisasi Pemilih ; Pilkada

**Case Study of Lingkage Between Business and Politics of *Pemangku Adat* in Bukittinggi Election 2015**

**ABSTRACT**

This paper discusses *adat*, business and regional elections. In the 2015 Bukittinggi Election there was an interesting phenomenon to be examined, namely the support of *pemangku adat* to incumbent and independent candidates. At least this support is given to two pairs of candidates, namely incumbent and independent. The results of that local election stated that the two pairs of candidates for local elections managed to emerge as the top two positions from the five pairs of candidates who competed. Victory was won by independent candidate with 41.80% valid votes, and in the second position by incumbent candidate with 27.55% of valid votes and three other candidate pairs who received relatively low votes. This phenomenon then have questions about how the role of *pemangku adat* in the elections and further looks at what the interests of *pemangku adat* in the elections. Researchers assume that there is a motive for business interests in that support. Departing from this matter the research question in this study is *How is the relation between the adat and business of pemangku adat in the Pilkada (Pilkada of Mayor and Vice Mayor of Bukittinggi in 2015)?* This study uses a qualitative approach with a case study method. In assisting research, researchers used the theorization of Matthias Koenig from an instrumentation approach that saw ethnicity in the context of elections as an approach that paid attention to socio-political and economic processes. The socio-political process is seen by the political mobilization of certain ethnic groups and the economy seen in the context of economic interests. Some of the main findings in this study are *first*, *adat* in the context of the Bukittinggi City Election becomes an instrumentalist, *secondly* the instruments of *adat* are then used for business purposes and *thirdly*, this phenomenon can finding in two candidates. The findings broadly explain that non-electoral institutions (*adat*) play a very important role in the success of local election and political parties as electoral institutions not being the main benchmark in explaining the dynamics and phenomena in elections at the local level, especially in case of Bukittinggi.

**Keywords:** *Pemangku Adat* ; Business ; Voter Mobilization ; Local election