



Politea : Jurnal Pemikiran Politik Islam

P-ISSN : 2621-0312

E-ISSN : 2657-1560

Vol. 7, No. 1 Tahun 2024

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/politea.v7i1.28727>

Perebutan Otoritas Keagamaan: Persaingan Kekuasaan dibalik Debat Nasab Ba' Alawi

Ferhadz Ammar Muhammad

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Anwar Rembang, Rembang, Indonesia

ferhadzamar@staialanwar.ac.id

Submitted: August 25th, 2024

Revised: October 8th, 2024

Accepted: October 15th, 2024

Abstract

In Indonesia, the category of ulama is divided into two religious groups: kiai and habaib. Both are actively involved in comprehensive da'wah that is responsive to societal conditions. As a result, society not only regards ulama as a reference for knowledge but also as a consideration in making life choices, including political ones. The more followers who pledge their loyalty to ulama, the greater the influence and power that the ulama possess. The political implication is that ulama begin to compete to gain many followers, which can be exchanged for material benefits and status. This research aims to analyze the dynamics of the debate on the nasab Ba'Alawi between the pro-Imad and pro-habaib groups. Using a qualitative method, this research has successfully collected primary data in the form of arguments from both groups, as well as secondary data by elaborating on literature studies on the history and political behavior of ulama. The results of this research show that the nasab debate has elements of competition for authority and influence among a number of Javanese kiai and habaib to dominate status and beneficial advantages

Keywords: Religious Authority, Nasab Debate, Ba 'Alawi, Habaib, Kiai

Abstrak

Di Indonesia, kategori ulama terdiri dari dua kelompok agamawan, yakni kiai dan habaib. Keduanya terlibat aktif dalam totalitas dakwah yang responsif terhadap keadaan masyarakat. Sehingga masyarakat tidak hanya menjadikan ulama sebagai rujukan keilmuan, namun sekaligus pertimbangan dalam menentukan pilihan-pilihan hidup, termasuk politik. Semakin banyak pengikut yang menyerahkan loyalitasnya kepada ulama, maka pengaruh dan kekuasaan yang dimiliki ulama bertambah besar. Implikasi politisnya, ulama mulai bersaing untuk mendapatkan banyak pengikut yang bisa dipertukarkan dengan manfaat berupa materi dan kedudukan. Penelitian ini bertujuan

untuk menelaah dinamika perdebatan nasab Ba ‘Alawi antara kelompok pro-Imad dengan pro-habaib. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini berhasil mengumpulkan data primer berupa argumentasi kedua kelompok, sekaligus data sekunder dengan mengelaborasi studi literatur berupa sejarah dan perilaku politik ulama. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa perdebatan nasab memiliki unsur persaingan otoritas dan perebutan pengaruh antara sejumlah kiai Jawa dan habaib untuk mendominasi status dan manfaat yang menguntungkan.

Kata kunci: Otoritas Keagamaan, Perdebatan Nasab, Ba ‘Alawi, Habaib, Kiai

Pendahuluan

Perbincangan mengenai habaib (*plural*) atau habib (*singular*) di sejumlah daerah mengalami peningkatan dalam dua dekade terakhir. Habib yang semula hanya diposisikan sebagai juru doa dalam setiap ritual keagamaan, kini bertransformasi menjadi satu entitas politik yang memiliki kekuasaan di panggung publik. Pengaruh yang luar biasa tersebut terlihat dalam perayaan yang digelar oleh masyarakat di sejumlah daerah. Gelombang ‘euforia’ yang menempatkan habaib di atas panggung juga dipraktikkan oleh para elite, baik birokrasi maupun politisi. Nama-nama *ceremonial* di antaranya ‘Jateng Bersholawat’, ‘Indonesia Berdzikir’, dan ‘Doa Bersama untuk Indonesia’ tidak pernah abai membawa habaib ke atas panggung sebagai aktor utama untuk memimpin ribuan jama’ah sholawat dan dzikir. Implikasi dari praktik demikian, habaib mulai mendapat banyak pengikut, kemudian dengan mudah mendirikan sejumlah *majelis ta’lim* yang sifatnya mandiri. Semakin bertambah jama’ah yang ikut ke dalam majelisnya, maka semakin kuat posisi habib tersebut di dalam struktur masyarakat, sehingga habib semakin dominan dan determinan atas seluruh agenda sosial.

Beriringan dengan menguatnya positioning habaib dalam masyarakat Indonesia, khususnya di Jakarta dan Jawa sebagaimana yang dipaparkan dalam pembahasan, terdapat problem yang perlu mendapat perhatian serius dalam penelitian ini, yaitu mengurangnya dominasi elite keagamaan kuno yang ajeg bersentuhan dengan masyarakat sejak 1371 M – versi populer yang disampaikan oleh Agus Sunyoto dalam Atlas Walisongo (Sunyoto, 2017). Sebelum ditemukannya komunitas habaib di Indonesia

pada sekitar abad ke-18, peran kiai sangat vital dan esensial (L.W.C. van den Berg, 1989). Banyak lapisan masyarakat bergantung kepadanya, baik dalam upacara keagamaan maupun pertukaran pengaruh dan manfaat politik. Bahkan terhadap kiai-kiai yang memiliki karisma besar, kualitas agama, dan kepribadian nyeleneh, masyarakat menunjukkan kefanatikan yang luar biasa dan kepatuhan tanpa banyak bicara. Oleh karenanya, kedudukan kiai tidak terbatas eksis pada peran ortodoksi tradisional, melainkan juga perubahan sosial (Horikoshi, 1987).

Di ranah politik, kultur penghormatan tersebut turut mengubah peranan kiai dari aktor dakwah yang memiliki peranan sebagai *veto player* menjadi *political broker* yang memfasilitasi sejumlah kelompok bertemu dan bernegosiasi (Jati, 2021; Mufti, 2023). Saat melakukan pertemuan, tidak jarang para wakil kelompok membawa sejumlah materi untuk diserahkan kepada kiai sebagai langkah memperkuat jejaring manfaat dan jejaring pengaruh yang terikat antar keduanya (Aspinall & Berenschot, 2019). Konsekuensi dari pola klientelistik tersebut tampak saat kiai yang bersangkutan mengerahkan sejumlah jama'ah untuk mendukung pihak yang dinilai representatif dan akomodatif terhadap kepentingan pesantren atau setidaknya mengundangnya dalam acara keagamaan yang diselenggarakan oleh kiai bersama jama'ah. Umumnya peran sebagai *political broker* tersebut diajalkan oleh sejumlah kiai, sehingga sering kali antar kiai terlibat persaingan atau kompetisi untuk memenangkan preferensi pemilih. Dalam kajian politik dalam makna luas, pola semacam ini semakin menegaskan hubungan yang kuat antara preferensi politik dengan agama.

Kompetisi antar ulama bisa dilihat sepanjang sejarah perpolitikan nasional. Dalam sebuah penelitian tentang Majelis Syuro Muslimin Indonesia (Masyumi), persaingan antar ulama terjadi secara rumit dan kompleks, karena melibatkan sejumlah faksi di antaranya faksi Sukiman, faksi Natsir - keduanya sama-sama dari kalangan modernis, dan faksi NU - kalangan tradisional yang memiliki basis kuat di desa-desa. Konflik antar ulama berbasis faksi tersebut berlanjut dalam kasus perebutan kursi Menteri Agama. Alih-alih ideologis, konflik yang mengakibatkan keluarnya NU dari Masyumi tersebut

lebih tepat disebut sebagai konflik perebutan sumber patronase yang bisa dikuasai dan dialihkan kepada para pengikut setia (Ida, 2004).

Sesudah reformasi, keterlibatan kiai di ruang politik lebih dominan di banding sejumlah elite politik lainnya. Hal ini bertambah menarik, karena banyak para kiai yang berkiprah di dalam arena politik tercatat sebagai pemilik jama'ah Islam terbesar di Indonesia, yakni Nahdlatul Ulama. Sehingga sejumlah peneliti tidak ragu untuk mengatakan bahwa nalar kekuasaan dalam Nahdlatul Ulama begitu kuat dan mengakar (Bruinessen, 1990). Bermodalkan jejaring pengaruh dan jejaring manfaat yang selama ini diajatkan oleh kiai dengan elite politik, para kiai relatif menikmati praktik kekuasaan total. Sejumlah aktivitas dan agenda keagamaan tidak luput dari peran kiai di dalamnya, di antaranya selamatan desa, sedekah laut, dzikir akbar di tiap kabupaten dan provinsi, apel akbar yang dihadiri sejumlah tokoh nasional, dan musyawarah partai politik. Memang ada sejumlah elite keagamaan lain, terutama habaib, tetapi perannya sekadar simbolik untuk meyakinkan umat atas keberkahan acara. Peran tunggal dan monopolitis kiai di segala ruang tersebut berjalan ajeg sebelum entitas habaib muncul dengan menawarkan ornamen keagamaan berupa *sholawatan*, *majelis ta'lim*, dan dzikir massal. Bermodalkan dakwah yang variatif tersebut, entitas habaib berhasil menggeser (take over) popularitas para tokoh agama lama, utamanya kiai Jawa. Sejumlah nama bisa disebutkan dalam kategori ini, di antaranya Habib Lutfi bin Yahya, Habib Syech yang mendirikan majelis sholawatan, Habib Rizieq lewat organisasi Front Pembela Islam (FPI), dan habaib yang memiliki majelis taklim di berbagai kota. Peran habaib semakin penting dan vital dalam setiap agenda keagamaan.

Di banyak kesempatan, panggung ceramah yang sebelumnya ditempati kiai mulai didominasi oleh habib. Uniknya hal tersebut dibarengi dengan turut berubahnya tata letak tempat duduk di atas panggung. Alih-alih panggung hanya menyediakan satu podium tunggal, kini terdapat banyak alas duduk di atas panggung dengan bantal yang paling besar – letaknya di tengah forum – sengaja disediakan untuk habib. Dalam bukunya Ben Anderson, tata letak seperti itu mengartikan keberadaan hierarki

kekuasaan, di mana pemilik kekuasaan terbesar dikelilingi oleh pemilik kuasa kecil. Bisa juga dinilai bahwa habib ingin mengakumulasi dan memamerkan kuasa dari ketundukan secara sukarela banyak orang (Anderson, 2000). Persepsi demikian diperkuat oleh kemunculan kelompok pendukung tesis KH Imaduddin Utsman, seorang kiai pesantren yang berasal dari Banten. Dalam tesisnya, KH. Imaddudin Utsman menolak tegas silsilah nasab habaib yang ditulis oleh Rabithah Alawiyah – lembaga dalam negeri yang didirikan untuk mencatat dan memverifikasi nasab keturunan Nabi dari jalur Alawi – karena Ubaidillah belum terkonfirmasi sebagai anak dari Ahmad bin Isa (Utsman, 2022). Semakin lama berlangsung, perdebatan tersebut menghasilkan polarisasi ekstrem, yaitu antara kelompok pro-Imad dengan pro-habaib.

Penelitian tentang perdebatan nasab ini penting untuk dikerjakan, karena memiliki implikasi serius terhadap studi tentang kekuasaan politik ulama. Dalam diskursus ilmu politik, kasus semacam ini dikategorikan sebagai faktor endogen dalam perpolitikan yang lebih merepresentasikan pengaruh non-formal dalam masyarakat berupa kultur dan tradisional. Alih-alih menerima kasus perdebatan nasab sebagai polemik yang diterima dengan apa adanya (*taken for granted*), penulis lebih menyikapinya sebagai kasus yang memiliki sumbangsih besar terhadap ilmu politik kontemporer berkaitan dengan dinamika persaingan kekuasaan tokoh agama dalam memperkuat otoritasnya di hadapan jama'ah.

Penelitian sebelumnya mengenai perdebatan nasab telah dikerjakan oleh Surur et al. (2024) dengan judul 'Memudarnya Otoritas Keagamaan? (Polemik Nasab Habaib di Kalangan Pondok Pesantren Al-Nahdliyin)'. Dalam analisisnya, Surur menggunakan penelitian kualitatif melalui pendekatan kepustakaan. Data yang disuguhkan oleh Surur bertambah menarik, karena terdapat data wawancara yang dikumpulkan dari narasumber pesantren dan habaib. Surur menyimpulkan bahwa perang wacana antara pro-habaib dan pro-Imad dimotori oleh perilaku sejumlah habaib yang dinilai meresahkan kelompok tertentu dan berseberangan dengan spirit perdamaian yang diajarkan Nabi Muhammad. Kemudian Kiai Imad berusaha mempelajari hubungan genealogi habaib

tersebut dari beberapa kitab klasik. Setelah melewati analisis yang matang, Kiai Imad meyakini bahwa ketersambungan habaib dengan Nabi Muhammad sebagaimana diklaim oleh Rabithah Alawiyyah adalah batal, karena ada nama – yakni Ubaidilah – yang tidak ditemukan oleh Kiai Imad saat mengkaji nasab Ba ‘Alawi. Problem semakin rumit, karena identitas Kiai Imad sebagai NU turut memengaruhi komunitas nahdliyin secara luas. Sehingga Surur berusaha melihat efek polemik nasab ini terhadap sejumlah pesantren NU. Namun demikian, Surur terlihat tidak mengaitkan perang wacana soal nasab habaib dengan kajian politik, khususnya mengenai kekuasaan dan otoritas keagamaan.

Berangkat dari latar belakang di atas, penelitian ini berisi analisis mengenai aspek politis yang menyertai dinamika perdebatan antara kelompok pro-Imad dengan pro-habaib. Agar lebih fokus dan *in-depth*, maka penelitian ini membatasi kajian pada perilaku politik aktor dan persaingan yang muncul akibat pergulatannya, tanpa membahas konten wacana yang dikeluarkan oleh para aktor.

Kerangka Teori

Otoritas Keagamaan

Dalam bahasan ini, penulis – sebagaimana Merriam (1945) – tidak membedakan antara *power* (kekuasaan) dan *authority* (kewenangan). Hanya saja penulis menggunakan *term authority* atau otoritas sebab di dalam pengertiannya memuat unsur yang presisi terkait objek penelitian ini, yakni agama dan modal sosial-politik. Hal itu inheren dengan penjelasan Rasmussen, bahwa “Agama memiliki posisi yang unik untuk menghasilkan modal sosial, karena dua alasan. Pertama, institusi agama sudah lama eksis, menghubungkan orang ke orang dan mendorong mereka untuk bertemu secara teratur. Kedua, agama pada umumnya mempromosikan jiwa sukarela untuk memberikan waktu dan uang untuk mencapai berbagai hal, dalam banyak kasus, yang tidak akan memberikan imbalan langsung kepada pemberi (Rasmussen, 2013). Oleh karenanya, penulis sepakat dengan Arendt yang mengartikan otoritas sebagai bentuk ketaatan sukarela tanpa *power* dan paksaan. Arendt mengatakan,

"Since authority always demands obedience, it is commonly mis-taken for some form of power or violence. Yet authority precludes the use of external means of coercion; where force is used, authority itself has failed. Authority, on the other hand, is incompatible with persuasion, which presupposes equality and works through a process of argumentation. Where arguments are used, authority is left in abeyance."

Menyambut penjelasan dari Arendt mengenai otoritas keagamaan, kalimat Ismail Fajrie Alatas dalam pembukaan bukunya berjudul *'What is Religious Authority?'* menarik untuk dicermati. Alatas menulis, *"To be taken as authoritative, a connection to the Prophetic past needs to be recognized by others."* Masa lalu kenabian dalam kalimat tersebut tampak dalam kronik perdebatan nasab ini yang menegaskan adanya perebutan otoritas secara kompleks dan sistematis. Setidaknya terdapat tiga elemen konstitutif yang membentuk otoritas (Alatas, 2021). Pertama, gagasan dan hubungannya dengan landasan sementara. Dalam kasus perdebatan nasab, ini bisa dipahami sebagai upaya seseorang atau kelompok dalam menghubungkan dirinya dengan masa lalu. Hubungan tersebut bersifat hierarkis, semacam klaim sebagai pewaris langsung (*the direct descendants*) dari pemilik otoritas tertinggi.

Di Jawa, klaim seperti ini sangat vital, karena struktur masyarakatnya yang memang hierarkis dan berlapis. Secara singkat bisa dikatakan bahwa dalam komunitas Muslim Jawa, gagasan dan hubungan *legitimate* seorang tokoh harus memiliki kesepadanan dengan masa lalu Nabi Muhammad. Hal tersebut merupakan sistem kebudayaan yang menjadi patokan dalam menentukan daya kuasa seseorang atau kelompok. Semakin dirinya dianggap dekat dengan Nabi Muhammad oleh masyarakat, maka pengikutnya bertambah banyak dan loyal. Oleh karenanya, pohon nasab dan ajaran kenabian merupakan faktor determinan untuk mengukur secara singkat tingkat otoritatif seseorang.

Metode Penelitian

Penelitian ini membahas tentang aspek politis yang secara endogen statis dalam perdebatan di antara dua kelompok. Oleh karenanya, metode penelitian dalam

menganalisis kasus tersebut adalah kualitatif yang bertujuan untuk memahami sudut pandang yang dimiliki oleh subjek penelitian secara holistik dan mendalam (Aminah, 2019). Penelitian seperti itu berimplikasi sekaligus terhadap pendekatan yang peneliti gunakan, yakni pendekatan kualitatif. Hal tersebut dipandang tepat, karena secara khusus penelitian kualitatif terdiri dari investigasi yang mencari jawaban atas pertanyaan, sistematis menggunakan standar prosedur untuk menjawab pertanyaan, mengumpulkan bukti, menghasilkan temuan yang tidak ditentukan di muka, menghasilkan temuan yang berlaku melampaui batas-batas langsung penelitian. Berkaitan dengan kasus yang diteliti, penelitian kualitatif sangat efektif dalam memperoleh informasi spesifik kebudayaan tentang nilai-nilai, pendapat, perilaku, dan konteks sosial dari populasi tertentu.

Sementara itu metode kualitatif juga diartikan oleh Bogdan dan Taylor – dikutip Moleong – sebagai rangkaian prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa tertulis atau lisan dari orang-orang sebagai unit maupun perilaku yang sedang diamati (Lexy J. Moleong, 2017). Dengan begitu sering kali model demikian disebut dengan metode deskripsi-analitik. Metode tersebut dinilai dapat menjadi alternatif yang paling efektif berbekal efisiensi kerja penelitian dan kekuatan aplikasinya di lapangan. McCall dan Simmons memberi unsur esensial atas metode ini. Pertama, menggunakan konsep-konsep, proposisi-proposisi, dan generalisasi empiris dari suatu teori ilmiah. Kedua, menggunakan koleksi, klasifikasi, dan fakta secara sistematis. Ketiga, menghasilkan generalisasi empiris yang baru berdasar data tersebut (Mulyana, 2010).

Untuk mempermudah peneliti dalam menjalankan ketiga unsur dalam metode penelitian kualitatif, perlu dipilah sumber data, yaitu antara data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh lewat referensi utama yang membahas mengenai dinamika perdebatan antara kubu pro-Imad dengan pro-habaib. Sementara data sekunder diperoleh peneliti melalui pembacaan yang matang atas beberapa referensi atau literatur pendukung dalam memecahkan masalah yang sedang diteliti di antaranya artikel yang ditulis oleh Alatas et al. (2022) berjudul ‘Sejarah

Hubungan Habaib dan Nahdlatul Ulama (NU)' dan paper Rijal (2020) berjudul '*Performing Arab Saints and Marketing the Prophet: Habaib and Islamic Markets in Contemporary Indonesia*'.

Hasil dan Pembahasan

Klaim Otoritatif

Perdebatan nasab merepresentasikan sejumlah narasi yang mendukung tesis legitimasi figur agamawan. Ia harus memiliki kesepadanan dengan masa lalu Nabi Muhammad. Pada pihak yang pro-habaib, kepercayaan bahwa Ubaidillah memang betul adanya tidak bisa diganggu dan digugat. Sejumlah referensi, seperti karya Shihab dan Nuh (Alatas, 2021), dihadirkan untuk memperkuat klaimnya. Disebutkan bahwa pada abad ke-10, kakek habaib di Indonesia bernama Ahmad bin Isa hijrah ke Hadramaut, Yaman, dari Irak. Ahmad lalu menghidupkan tanah Yaman yang gersang dengan bekal pengetahuan soal pertanian dan perkebunan kurma. Semakin lama, Ahmad mulai mendapat simpati dari penduduk Hadramaut. Puncak rutinisasi terjadi di era cucunya, yakni 'Alawi bin Ubaidillah (abad ke-11) yang menginvestasikan sekaligus mengombinasikan antara kekayaan, garis keturunan, dan pembelajaran agama sebagai landasan otoritatif di Hadramaut. Dari sejak itu, keturunan 'Alawi mulai dikirim untuk menyebarkan 'semangat Hadramaut' di berbagai wilayah, di antaranya pantai timur Afrika, pantai barat India, dan Asia Tenggara. Khusus di kepulauan Nusantara, terdapat dua situs yang menunjukkan kedatangan Arab pada abad ke-17, yaitu situs Habaib di Kampung Bandan dan situs peninggalan Habaib di Kampung Luar Batang (Permawa & Mawardi, 2017). Mulai dari migrasi dan mutasi ini, masyarakat mulai memberi gelar penamaan kepada keturunan Nabi Muhammad yang berasal dari bani 'Alawi dengan sebutan habaib (Alatas, 2018). Sayangnya bagi pihak pro-Imad, klaim habaib tersebut dibantah oleh tesis sejarah yang disuguhkan oleh Kiai Imad, yang menyebut bahwa Ubaidillah bukan anak dari Ahmad bin Isa sebagaimana keterangan dalam kitab *Al-Syajah al-Mubarakah* karya Imam Al-Fakhrurazi (604 H) yang dijadikan rujukan Kiai

Imad. Sebaliknya menurut Kiai Imad, Ahmad bin Isa hanya memiliki tiga putra, yakni Muhammad, Ali dan Husain (Utsman, 2022).

Sementara dalam diskursus mengenai ajaran kenabian atau *prophetic*, para akademisi banyak menyuguhkan sejumlah istilah. Di antara istilah yang paling mendekati diskursus *prophetic* adalah term *ahlus sunnah wal jama'ah* – dikenal dengan sebutan Sunni. Terdapat satu faktor yang menguatkan Sunni sebagai kategori paling terlegitimasi dalam diskursus kenabian, yaitu genealogi. Secara singkat bisa diketahui bahwa Sunni lahir untuk menegaskan sikap patuh dan mengikuti jejak Nabi Muhammad, Sahabat Nabi, dan Tabi'in - generasi setelah Sahabat. Oleh kelompok Barat, kelahiran Sunni dipotret secara ideologis, yaitu pemikiran dan gerakan moderat yang berada di antara tiga kubu yang berdebat mengenai legitimasi kekuasaan era 'Ali bin Abi Thalib. Saat perdebatan berkecamuk, sejumlah ulama, di antaranya 'Abdullah bin 'Umar di Basrah, menarik diri dari konflik politik untuk berkonsentrasi pada pengkajian masalah-masalah agama. Sarjana Barat menyebut kelompok ini sebagai kalangan moderat atau oposisi saleh - kelak dikenal sebagai Sunni (Makmun, 2006).

Fakta sejarah yang seringkali diungkap oleh akademisi untuk membuktikan sisi politis Sunni yang dominan sejak abad ke-11 adalah respon kekhalifahan dan kesultanan dalam dinamika persaingan kekuasaan. Kuru (2023) mencatat, Kekhalifahan Abbasiyah sebagai pengikut Sunni yang taat pernah menyerukan persatuan Muslim Sunni untuk melawan negara-negara Syiah di Afrika Utara, Mesir, Suriah, dan Irak. Berbarengan dengan revitalisasi “akidah Sunni” di Baghdad, muncul Ghaznawi sebagai negara militer Sunni terkuat di Asia Tengah, kemudian diikuti oleh Kesultanan Seljuk yang berkuasa di antara 1040-1194. Sejak saat itu, ulama Sunni menjadi semakin terlibat aktif dalam tarik ulur kepentingan politik negara. Penguasa tentu saja menyambut baik reorientasi ulama dalam politik, karena menguntungkan dalam sisi legitimasi kekuasaan. Namun akibatnya, di dalam internal ulama Sunni sendiri, terjadi persaingan untuk mendapat keuntungan jangka panjang dari penguasa, selain juga menghadapi wacana kontra dari kalangan ulama yang lebih pasif (*quitiest*).

Di Indonesia, pertautan (*linkage*) antara faktor nasab dengan doktrin kenabian terintegrasi ke dalam kelompok Sunni paling tradisional yang dijustifikasi berada dalam komunitas Nahdliyin – sebutan untuk warga NU. Dalam NU, terdapat dua kelompok ulama yang dinilai otoritatif, yakni kiai dan habaib. Keduanya sama-sama memiliki pengaruh yang luar biasa di dalam jama'ah (kelompok NU) dan jam'iyah (keorganisasian NU) dengan bermodalkan pengetahuan agama dan kesucian (*saint*), terlebih aksi-aksi ulama dalam kehidupan masyarakat selalu melahirkan hubungan emosional yang kuat (Turmudi, 2004). Pola hubungan yang penuh emosional ini menurut Karl D Jackson ditopang oleh 'kewibawaan tradisional'.

Apa yang menarik dari penjelasan Jackson terdapat pada karakter 'patron' yang tidak hanya membangkitkan emosi melainkan juga memengaruhi secara massif para pengikutnya (klien), termasuk pilihan politik. Kewibawaan model ini menggunakan kekuasaan personalitas yang terhimpun dalam diri ulama – baik melalui masa lampau dan masa kini – sebagai penyedia, pelindung, pendidik, sumber nilai-nilai dan status unggul (Jackson, 1989). Semua itu terkapitalisasi secara mapan, sehingga tokoh yang memiliki 'kewibawaan tradisional' ini berhak mendapat loyalitas dari pengikut. Kesetiaan individu menjadikan hampir setiap orang yang menyatakan diri sebagai pengikut atau klien tokoh berwibawa sering ikut serta dalam pertukaran barang-barang, nasihat pribadi, penghormatan, dan kasih-sayang, dan juga kekuasaan politik.

Menariknya, 'kewibawaan tradisional' seperti ini mampu membuat para pengikut berpikir, bahwa berdekatan dengan pemangku 'kewibawaan tradisional' lebih penting ketimbang memperoleh kekayaan, karena nilai uang bisa saja mengalami inflasi, sementara keuntungan yang didapat dari kedekatan ini jauh lebih bermanfaat dalam durasi yang lama. Kewibawaan tradisional demikian itu hanya bisa ditemukan dalam ikatan berbasis agama. Hal demikian masuk akal oleh karena agama memiliki modus operandi yang dapat memberi potensi kuat untuk menciptakan tindakan sosial dan ikatan spiritual. Artinya, dengan masuk ke dalam organisasi keagamaan, berarti pula

masuk ke dalam institusi dan hubungan-hubungan sosial dan politik informal yang sudah ada,” (Rasmussen, 2013).

Persoalannya di Indonesia khususnya Jawa, pemangku otoritas kewibawaan tradisional tidak tunggal melainkan kompleks. Sehingga persaingan dan eskalasi konflik sangat rentan terjadi di antara para ulama. Dalam masalah perdebatan nasab, persaingan ini melibatkan para pengikut (*followers*) yang langsung memiliki implikasi pada ikatan kekuasaan. Nahdliyin yang dipenuhi oleh masyarakat umum menjadi arena pertarungan wacana antara pihak pro-habaib dengan pro-Imad. Di pihak pro-habaib, sejumlah ornamen berisi argumentasi para ulama salaf ditampilkan ke hadapan publik, termasuk kewaspadaan adanya unsur politis di balik delegitimasi habaib yang berkembang akhir-akhir ini.

Pondok Pesantren Al-Anwar (2023) dalam pernyataannya, misalkan, menegaskan bahwa meragukan nasab Bani Alawi adalah sikap yang suul adab terhadap tokoh besar kalangan Bani Alawi, di antaranya Sayyid Abdullah al-Haddad pengarang Ratibul Haddad – berisi wirid yang diamalkan oleh hampir seluruh pesantren NU. Sementara di pihak pro-Imad, wacana tentang delegitimasi nasab habaib dikemas secara dramatis dengan memberikan bukti perilaku sejumlah habaib yang meresahkan masyarakat, yang mana hal tersebut dinilai sebagai bukti ketidaksinkronan *linkage* kenabian. Dalam kacamata ilmu sosial, perilaku tokoh yang menimbulkan keresahan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi masyarakat, karena berakibat pada masalah disintegrasi. Lalu, oleh karena masyarakat memiliki kecenderungan untuk mengaitkan perilaku tokoh dengan identitas yang disandangnya, maka tampak wajar apabila identitas habaib turut menjadi sasaran persepsi umum (*common sense*). Hal tersebut pada dasarnya menjadi eksekusi dari penggunaan identitas yang jamak ditemukan sejak era post-Soeharto. Quraish Shihab sebagai bagian dari pemilik marga Ba Alawi pernah menyebut, bahwa disintegrasi sosial yang ditimbulkan oleh tindakan para habaib tersebut terjadi karena adanya permainan politik identitas sayyid dan habib (Kesuma et al., 2022). Supaya upaya delegitimasi habaib dari puncak ketokohan berhasil, pihak pro-Imad menghadirkan sejumlah teks sejarah

yang berisi keterputusan nasab habaib dengan Nabi. Dokumen sejarah yang terhimpun dalam karya Imad tersebut merupakan punchline yang memantik respon massif dari masyarakat, utamanya pengikut setia habaib. Sejak saat itu, anasir-anasir politis mulai dilakukan keduanya untuk mempertahankan legitimasi sebagai pemilik otoritas keagamaan tertinggi, yang tentu saja telah memberi banyak keuntungan materi dan kedudukan selama ini.

Mempertahankan Pengaruh

Perebutan dominasi di antara dua atau lebih kelompok agamawan bukanlah hal baru dalam sejarah politik ulama. Konfrontasi keduanya merupakan kulminasi atas konflik para aktor agama yang selama ini berebut untuk mempertahankan kedudukannya supaya tetap mendapat jaminan penghormatan dan barang yang sangat menguntungkan lewat ‘jejaring manfaat’ dan ‘jejaring pengaruh’. Penggunaan dua istilah tersebut dalam kajian politik kontemporer yang lebih luas penting diperhatikan, karena para akademisi sepakat bahwa pengaruh broker komunitas yang hanya memiliki modal kultural telah digantikan dengan broker yang lebih memberikan manfaat material kepada anggota (Aspinall & Berenschot, 2019). Kaitan dengan *broker*, penulis sebagaimana Mufti (2023) menempatkan ulama, baik kiai maupun habaib, sebagai *political broker* yang paling sering terlibat dalam jejaring tersebut, yakni sebagai representasi dari ‘jejaring pengaruh’ yang menyediakan jaminan berupa ‘kepatuhan sosial’ untuk mendapat sisi materil berupa kedudukan dan barang dari pemilik ‘jejaring manfaat’. Guna memperkuat argumentasi, sejumlah kronik pertentangan yang terjadi antara ulama dalam lintasan sejarah politik Indonesia perlu disertakan dalam artikel ini.

Konfrontasi periode pertama berlangsung antara Nahdlatul Ulama (NU) dengan sejumlah organisasi di Sarekat Islam (SI), di antaranya Muhammadiyah. Ulama NU yang berlatar belakang kiai pesantren dijustifikasi sebagai kelompok tradisional, sehingga kelayakannya (*eligibility*) dalam berpolitik diragukan oleh kelompok reformis (Bruinessen, 1994). Konfrontasi politik antar ulama kembali berlangsung pada tahun

1949-1953 dengan eskalasi yang lebih tinggi di banding sebelumnya. Hal tersebut disulut oleh distribusi otoritas yang tidak merata di tubuh Masyumi, organisasi makro yang membawahi ormas di antaranya NU dan Muhammadiyah. Kiai pesantren yang berkumpul di NU merasa dirugikan. Sehingga tokoh politisi senior NU bernama KH. Wahab Chasbullah – selanjutnya ditulis Kiai Wahab – memimpin aksi keluarnya NU dari Masyumi. Dengan jumlah massa yang besar dan solid, NU segera melakukan konsolidasi ke luar dan ke dalam. Puncaknya pada 1953 dalam Mukktamar di Palembang, NU memutuskan untuk membentuk Partai NU yang berisi para kiai pesantren dan simpatisan. Dalam dua peristiwa di atas – semuanya terjadi sebelum reformasi – terlihat konfrontasi ulama berada di arena ideologis. Namun secara endogen, terdapat motif yang memantik konflik, yaitu perebutan atas barang berupa kursi jabatan, baik di dalam partai maupun pemerintahan, yang tujuannya supaya mempererat ikatan antar kelompok di dalam *circle* kepentingan melalui patronase (Bruinessen, 1990).

Berlanjut pasca reformasi, saat sistem politik lebih terbuka dan aktor politik mulai bekerja sama dengan pengusaha, barang patronase semakin kompleks dan variatif. Di tataran politik lokal, barang tersebut dialirkan melalui jejaring klientelistik melalui tokoh-tokoh lokal yang memiliki massa pengikut besar. Di Indonesia, modus operandi praktik semacam itu dapat ditemukan melalui kontingensi atau timbal balik antara pembawa barang – umumnya politisi atau pengusaha, tokoh lokal – di Jawa umumnya dikendalikan ulama, dan massa – dalam bahasa ikatan keagamaan disebut jama'ah. Fukuyama (2014) menangkap fenomena ini sebagai pertukaran hadiah yang dilegalkan (*a system of legalized gift exchange*), karena dipertontonkan secara terbuka dan massif lewat tema 'persatuan ulama-umara'. Masalahnya adalah pemilik 'jejaring manfaat' cenderung merekrut banyak political broker yang dinilai memiliki 'jejaring pengaruh' kuat di tataran jama'ah. Sehingga persaingan untuk mengeklaim 'otoritas keagamaan' dan menunjukkan derajat ketokohan di antara para ulama tidak terelakkan. Ini merupakan fenomena lama dalam diskursus politik ulama, terutama NU. Greg Fealy mencatat bahwa persaingan tersebut terjadi karena para ulama NU memiliki keinginan kuat untuk

membesarkan pesantren, mempertahankan status sosial di depan jama'ah, dan meningkatkan daya tawar di depan pemerintah (Fealy, 2011).

Sejak dua tahun belakangan, persaingan antar ulama di tubuh NU melibatkan dua kelompok – yang meskipun tidak semua, tetapi menggambarkan sebagian – kiai Jawa dan habaib. Konflik keduanya bertambah dramatis, karena melibatkan unsur identitas di dalamnya. Ini jelas fenomena baru bila dibandingkan dengan relasi harmonis keduanya di masa lalu, di mana kiai dan habaib tidak memiliki persinggungan yang substantif soal ideologi dan motif kekuasaan, karena adanya integrasi kepentingan yang sukses diajapkan dalam tubuh organisasi keagamaan NU (Alatas, 2021). Identitas justru mulai menjadi masalah bagi NU disebabkan faktor luar, yakni kehadiran kelompok Salafi yang menentang sejumlah praktik kultural lama. Kelompok Salafi tampak sporadis menyebarkan ajaran Islam melalui penguasaan terhadap masjid, lembaga pendidikan, dan media. Bersamaan dengan itu, Salafi mulai total menciptakan demarkasi lewat pengecaman terhadap kepercayaan dan ritual kaum Muslim tradisional yang dinilainya bid'ah (Hasan, 2012).

Dalam bidang dakwah, sementara Salafi telah berhasil menciptakan identitas sebagai gerakan puritan dan sukses menentukan basis penyebaran ajarannya, justru Muslim tradisional – dalam hal ini NU – terlihat kesulitan merespon dinamika tersebut. Akibatnya, identitas yang diharapkan bisa menguatkan kohesi sosial di internal NU, beralih menjadi *punchline* yang justru menciptakan *gap* atas perbedaan identitas di dalamnya. Sebab, gerakan tokoh-tokoh NU untuk mengamankan basis massa di desa-desa dari ancaman Salafi juga berarti menciptakan jejaring sendiri yang bisa dikomodifikasi menjadi kekuatan politik dan kapital. Masalahnya perubahan sistem politik Orde Baru ke reformasi beriringan dengan perubahan pergeseran preferensi memilih yang kini lebih rasional, sehingga tokoh-tokoh NU menghadapi situasi dilematis, yakni menciptakan ornamen dalam berdakwah supaya menarik perhatian massa (Rijal, 2020). Situasi tersebut dinamakan *religious marketing* yang berarti, bahwa “*a competition for followers who can be captured on the basis of strong public presence and*

seducing and convincing rhetoric, performance, and imagery” (de Witte et al., 2015). Berpijak dari tesis demikian, maka persaingan antara kiai dan habaib dalam bahasan *religious marketing* bisa diidentifikasi menjadi dua faktor.

Pertama, faktor hierarkis dalam masyarakat Jawa yang tanpa sadar telah sekian lama membentuk dominasi dalam struktur sosial. Lewat jenis struktur hierarkis yang dinamakan *arbitrary-set*, dapat dipahami bahwa di Jawa, penempatan kelompok ke dalam satu garis vertikal yang hierarkis terkait otoritas keagamaan bisa dipengaruhi oleh atribut-atribut primordial, termasuk keturunan (Sidanius & Pratto, 1999). Dipandang dari status sosial yang didapatkan habaib, keturunan merupakan faktor determinan dalam menciptakan efek kuasa. Sementara kiai mendapat status sosial melalui usaha-usaha yang dilakukan secara persisten (*achieved status*), habaib sudah otomatis mendapatkan kuasa tersebut dengan hanya bermodalkan *ascribed status* yang didapatnya sejak lahir (Foladare, 1969). Beruntungnya di dalam tata kekuasaan Jawa, hierarki berdasar keturunan sangat diperhatikan. Bahkan sebagaimana Hannah Arendt (1961) menjelaskan, akhir dari nilai sebuah otoritas ada pada kepercayaan atas hierarki yang terlegitimasi. Menariknya adalah otoritas yang didapat dari legitimasi tersebut seringkali tidak memerlukan kekerasan atau persuasi. Apa yang terpenting adalah pasar bersedia menerima dan melegitimasi otoritas secara sukarela.

Kedua, faktor pasar. Terdapat persepsi baru, bahwa “*market and media make religions more accessible to the public ...*” (Kitiarsa, 2008). Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Surya et al. (2023) yang melacak penyebab Generasi Z menjadi segmen pasar dari dakwah majelis sholawat habaib memberi gambaran menarik dari tesis Kitiarsa tersebut. Di era digital, tentu saja Generasi Z merupakan entitas paling dominan. Sehingga sejumlah aktor publik berusaha menggaet atensi dan fokus Generasi Z yang masih pada fase eksplorasi identitas diri sebelum fase komitmen. Saat Generasi Z telah terlibat aktif dalam kegiatan sholawat dan pengajian habaib, maka mulai terbentuk identitas yang mapan. Identitas ini kemudian semakin terkulminasi dalam bentuk ritual

dan produksi wacana pengetahuan di antara mereka. Habaib lalu bertansormasi dari semula pemimpin sholawat menjadi rujukan religiusitas dan kepemimpinan.

Bagi habaib, keuntungan yang didapat dari pertautan dengan pasar Generasi Z tersebut berupa kuasa dan popularitas. Hal itu dikarenakan Generasi Z banyak yang mengunggah potongan video ceramah atau sholawat habaib, sembari disisipkan cerita otobiografi dan mitos yang menarik. Dibanding gaya dakwah kiai tradisional, perilaku habaib yang kooperatif dengan Generasi Z demikian tentu saja lebih efektif. Terlebih habaib seringkali merekonstruksi cerita-cerita Nabi Muhammad yang “... selaras dengan keprihatinan masyarakat, hasrat konsumerisme, dan kesalehan yang diharapkan dari kelas menengah Muslim” (Hoesterey, 2012) Secara langsung, preferensi habaib seringkali terwujud dalam ranah pengajian, penerbitan buku, dan orientasinya dalam politik lokal maupun nasional (Alkatiri & Karim Hayaze, 2022). Khususnya dalam ranah politik, kehadiran habaib di ranah publik yang mulai menguat paska Orde Baru lewat Pengajian Taklim, sholawatan, dan ceramah dengan dibantu penyebarluasannya langsung melalui media sosial, memiliki makna yang mendalam pada peran dan afiliasi politik. Implikasi dari tesis demikian, maka sejumlah instrumen keagamaan, termasuk dakwah, sangat bisa dijadikan sebagai *political attraction* (S. Al-Qurthuby, 2018). Sementara kata-kata seorang penceramah dan simbol yang ditampilkan ke hadapan publik bisa berlaku menjadi *political tools*.

Keuntungan yang didapat oleh habaib tentu saja menggeser dominasi lama yang menempatkan kiai Jawa sebagai satu-satunya sumber otoritas keagamaan. Banyak panggung-panggung ceramah dan forum silaturahmi bersama pemilik ‘jejaring manfaat’ yang terlaksana berkat aksi tunggal para habaib, alih-alih kiai lokal. Oleh pihak pro-Imad, perubahan dominasi tersebut direspon secara dramatis lewat pertama-tama mendekonstruksi bangunan wacana tentang ‘keturunan Nabi’ yang selama ini sukses dikomodifikasi oleh habaib untuk melegitimasi otoritas.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan faktor endogen yang eksis dalam perdebatan nasab Ba 'Alawi antara pihak pro-Imad dengan pro-habaib, yaitu perebutan otoritas keagamaan. Sisi politis tersebut muncul sebagai konsekuensi logis atas perilaku ulama, yang terdiri dari kiai dan habaib, dalam ruang kebangsaan dan kenegaraan selama ini. Dalam kehidupan sosial, ulama tidak hanya menjadi juru dakwah, melainkan juga pertimbangan pilihan-pilihan politik masyarakat. Sehingga masing-masing ulama memiliki pengikut dari elemen masyarakat yang jumlahnya variatif. Akibatnya, persaingan antar ulama seringkali muncul. Untuk memenangkan kompetisi tersebut, ulama berusaha memperkaya kompetensi, baik diri maupun pengikut. Sebelum reformasi, praksis ulama dari kalangan kiai Jawa mendominasi arena persaingan, terutama dakwah dan politik. Namun sejak era post-Soeharto, habaib muda mulai muncul ke hadapan publik melalui majlis taklim, sholawat, dan dzikir massal.

Fenomena demikian menunjukkan setidaknya dua hal. Pertama, adanya pergeseran dominasi, karena efek pasar. Kedua, perubahan komposisi struktur elite keagamaan dalam mengemas metode dakwahnya, habaib menggunakan media sebagai upaya mendapatkan atensi dari segmentasi pasar anak muda dan pengajian bercampur sholawat untuk menggaet orang tua. Interaksi habaib kepada para jama'ah juga tidak instrumental, melainkan konsisten, sehingga habaib bisa berperan *sebagai cultural broker, subject of knowledge*, dan konselor. Oleh karenanya, pergeseran otoritas 'mengisi kajian' dari semula kiai ke habaib tampak rasional, kendati pada akhirnya menimbulkan reaksi oleh sejumlah kalangan. Reaksi tersebut tidak berdiri tunggal, tetapi ada hubungan kausalitas dengan over-dominan oknum habaib yang dinilai mengganggu simpul-simpul ketentraman sosial lewat provokasi dan lain-lain. Tensi semakin memanas sejak adanya tesis pihak pro-Imad yang mendeligitimasi nasab habaib. Sehingga bisa ditarik konklusi, bahwa perdebatan nasab Ba 'Alawi memiliki dua akses, yaitu mendelegitimasi klaim habaib atas otoritas keagamaan berbasis turunan suci (saint) dan mengembalikan otoritas keagamaan pada aktor lokal.

Di samping isi wacana yang disuguhkan, motif pertarungan wacana yang diperkuat dengan mitos genealogi kenabian tersebut tentu saja bertujuan untuk menggaet atensi publik lewat menggeser pihak yang selama ini dianggap dominan di ruang dakwah. Sebagaimana kacamata dominasi sosial memandang, untuk memahami relasi kuasa antar kelompok diperlukan analisis terhadap legitimasi mitos yang menentukan pendistribusian atau pengasingan (*alienasi*) tampak masuk akal. Legitimasi mitos karenanya tidak hanya berkaitan dengan peningkatan hierarki (*hierarchy enhancing myths*), melainkan juga pelemahan hierarki (*hierarchy attenuating myth*) yang dilakukan oleh kelompok yang terlibat dalam persaingan sosial (Pratto et al., 2006). Arena persaingan yang dimaksud di sini tentu saja dakwah dan ritual keagamaan yang memiliki keuntungan ekonomi dan politik signifikan.

Selama hampir tujuh dekade, arena dakwah didominasi oleh kiai Jawa, sementara habaib hanya diberikan peran minor seperti memimpin doa. Namun pasca reformasi, situasi berubah ditandai dengan kemunculan dan promosi habaib muda di panggung keagamaan lewat majlis taklim, sholawat, dan dzikir bersama. Seorang sejarawan Hadrami reformis modern bernama Salah al-Bakri pernah memberi gambaran tentang trajektori Ba 'Alawi dalam mengakumulasi otoritas. Alih-alih meraih kekuasaan melalui kekerasan dan keperkasaan militer seperti suku lainnya, Ba 'Alawi di hadramaut lebih suka menunjukkan kesalehan (*showcasing piety*) dan mempertegas kedudukannya sebagai keturunan Nabi Muhammad (*claiming descent from the Prophet*). Relasi yang memperlancar modus operandi kekuasaan itu juga dijalankan secara kultural, misalnya pengaturan tempat duduk khusus yang diperuntukkan bagi kaum Ba 'Alawi dalam ritual keagamaan dan pertemuan sosial. Inilah yang dilabeli oleh Salah al-Bakri sebagai "kekuatan – lebih cocoknya kekuasaan – spiritual" (Alatas, 2021). Efek domino kemunculan habaib di ruang publik tentu saja kekuasaan kharismatik yang semakin terakumulasi dan bergesernya persepsi publik terhadap pemilik otoritas keagamaan, tetapi juga sekaligus menimbulkan respon balik dari kelompok yang sebelumnya dominan, yakni sejumlah kiai Jawa – yang terbatas pada pendukung tesis Kiai Imad.

Referensi

- Alatas, I. F. (2018). Habaib in Southeast Asia. In K. Fleet, G. Krämer, D. Matringe, A. J. Nawas, & E. K. Rowson (Eds.), *Encyclopaedia of Islam Three* (pp. 56–59). Brill.
- Alatas, I. F. (2021). *What Is Religious Authority? : Cultivating Islamic Communities in Indonesia*. Princeton University Press.
- Alatas, I. F., As'ad, M., & Karyadi, F. (2022). Sejarah Hubungan Habaib dan Nahdlatul Ulama (NU). *Tebuireng: Journal of Islamic Studies and Society*, 2(2), 87–101. <https://doi.org/10.33752/tjiss.v2i2.2388>
- Alkatiri, Z., & Karim Hayaze, N. A. (2022). Critical Literature Study on Habaib Identity in the constellation of Islamic studies in Indonesia from the colonial period to the present. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2096286>
- Aminah, S. (2019). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik*. Prenamedia Group.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). *Democracy for Sale; Pemilihan Umum, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia.
- Anderson, Ben. (2000). *Kuasa Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik di Indonesia*. Mata Bangsa.
- Berg, L.W.C. van den. (1989). *Hadrami dan Koloni Arab di Nusantara*. INIS.
- Bruinessen, M. Van. (1994). *NU: Tradisi Relasi-Relasi Kuasa Pencarian Wacana Baru*. LKiS.
- Bruinessen, M. Van. (1990). Indonesia's ulama and politic's: caught between legitimising the status quo and searching for alternatives. *PRISMA The Indonesian Indicator*, 49, 52–69.
- de Witte, M., de Koning, M., & Sunier, T. (2015). Aesthetics of religious authority: introduction. *Culture and Religion*, 1–8. <https://doi.org/10.1080/14755610.2015.1058524>
- Fealy, G. (2011). *Ijtihad Politik Ulama: Sejarah NU 1952-1967*. LKiS.
- Foladare, I. S. (1969). A Clarification of "Ascribed Status" and "Achieved Status." *The Sociological Quarterly*, 10(1), 53–61. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1969.tb02061.x>
- Fukuyama, F. (2014). *Political Order and Political Decay: From the Industrial Revolution to the Glibalization of Democracy*.
- Arendt, Hannah. (1961). *Between Past and Future*. The Viking Press.
- Hasan, N. (2012). *Islam Politik di Dunia Kontemporer*. SUKA Press.
- Hoesterey, J. B. (2012). Prophetic Cosmopolitanism: Islam, Pop Psychology, and Civic Virtue in Indonesia. *City & Society*, 24(1), 38–61. <https://doi.org/10.1111/j.1548-744X.2012.01067.x>
- Horikoshi, H. (1987). *Kiai dan Perubahan Sosial*. P3M.
- Ida, L. (2004). *NU Muda: Kaum Progresif dan Sekularisme Baru*. Penerbit Erlangga.
- Jackson, K. D. (1989). *Kewibawaan Tradisional, Islam dan Pemberontakan*. Pustaka

Utama Grafiti.

- Jati, W. R. (2021). Pergeseran Peran Kiai dari Cultural Broker menuju Veto Player dalam Politik Indonesia. In M. Afifuddin & M. Farid (Eds.), *Agama, Kiai Tradisional, dan Perubahan Sosial: Sudut Pandang dari Pinggiran Indonesia (Pertama)*, pp. 1–29). RFM Pramedia.
- Kesuma, A. S., Halim, A., & Syam, N. (2022). The Religious Politics of Habaib in Surabaya and Bangil East Java: A Socio-Religio-Political Approach. *QIJS (Qudus International Journal of Islamic Studies)*, 10(2), 285. <https://doi.org/10.21043/qijis.v10i2.12090>
- Kitiarsa, P. (2008). Religious commodifications in Asia. . *Marketing Gods*.
- Kuru, A. T. (2023). *Islam, Otoritarianisme dan Ketertinggalan*. Penerbit KPG.
- Makmun, A. R. (2006). *Sunni dan Kekuasaan Politik*. STAIN Ponorogo Press.
- Merriam, C. E. (1945). *Systematic Politics*. The University of Chicago Press.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda.
- Mufti, M. (2023). The Waning of Kiai's Role: Transformation from Cultural Broker to Political Broker in Regional Head Election. *Khazanah Sosial*, 5(2), 206–219. <https://doi.org/10.15575/ks.v5i2.25326>
- Mulyana, D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Permawa, A., & Mawardi. (2017). Habain in Batavia in the 17th Century: A Study on the Roles of Habaib in the Process of Islamization and Islamic Preaching. *Tawarikh Vol.9 No.1. Oktober 2017:27, 9(1), 23–32*.
- Pondok Pesantren Al-Anwar. (2023, November 9). Ta'dzim Habaib Bani Alawi. <https://www.ppalanwar.com/tadzim-nasab-bani-alawi/>.
- Pratto, F., Sidanius, J., & Levin, S. (2006). Social dominance theory and the dynamics of intergroup relations: Taking stock and looking forward. *European Review of Social Psychology*, 17(1), 271–320. <https://doi.org/10.1080/10463280601055772>
- Rasmussen, B. A. S. (2013). *Agama dan Politik Amerika*. In J. T. Ishiyama & M. Breuning (Eds.), *Ilmu Politik Dalam Paradigma Abad Ke-21: Vol. Jilid II*. Kencana Prenada Media Grup.
- Rijal, S. (2020). Performing Arab Saints and Marketing the Prophet: Habaib and Islamic Markets in Contemporary Indonesia. *Archipel*, 99, 189–213. <https://doi.org/10.4000/archipel.1719>
- S. Al-Qurthuby. (2018). *Sejarah Politik , Politisasi Agama dan Dampaknya di Indonesia*. Ma'arif Journal, 13(2).
- Sidanius, J., & Pratto, F. (1999). *Social Dominance*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175043>
- Sunyoto, A. (2017). *Atlas Walisongo*, . Pustaka IIMaN.
- Surur, A. M., Anfa'u, M., Rosi, F., & Rohmain, M. A. F. (2024). Memudarnya Otoritas Keagamaan? (Polemik Nasab Habaib di Kalangan Pondok Pesantren Al-Nahdliyin). . *Asy-Syari'ah : Jurnal Hukum Islam*, 10(1), 33–47.
- Surya, D., Zulkarnain, Z., Rahmawati, D., & Santika, R. J. (2023). The dynamics of self-identity among habaib lovers: An interpretative phenomenological analysis of

Indonesian Generation Z. *INSPIRA: Indonesian Journal of Psychological Research*, 4(2), 150–161. <https://doi.org/10.32505/inspira.v4i2.5850>

Turmudi, E. (2004). *Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan*. LKiS.

Utsman, I. (2022). *Menakar Kesahihahan Nasab Habaib Di Indonesia*. Maktabah Nahdlatul Ulum.