

DAMPAK KHARISMA KYAI TERHADAP MILIU KESALEHAN SOSIAL

Abdul Karim, Nur Fitri Mardhotillah, Eliya Rochmah
Universitas Muhammadiyah Cirebon

karim_gml81@yahoo.co.id, eliyarochmah77@gmail.com, nurfitrimardhotillah@gmail.com

ABSTRAK. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya Kyai sehingga menjadi seseorang yang sangat karismatik, mengetahui asumsi/ketaatan masyarakat terhadap Kyai di sekitar pesantren, dan mengukur dampak karisma Kyai terhadap pembentukan milieu kesalehan sosial. Data tentang dampak karisma Kyai terhadap milieu kesalehan sosial dikumpulkan melalui metode kuantitatif kemudian dianalisis dengan rumus product moment dan analisis regres. Adapun data tentang upaya Kyai dan asumsi/ketaatan masyarakat terhadap Kyai dikumpulkan melalui metode kualitatif dengan jenis studi kasus, deskripsi, dan ex post facto sehingga membutuhkan pendekatan fenomenologi dan etnometodologi. Alat yang digunakan adalah wawancara mendalam yang diperkuat dengan triangulasi data. Data yang ada dianalisis dengan kategorisasi, reduksi data, display/klasifikasi dan interpretasi/verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi masyarakat mengenai pemahaman terhadap karismatik kyai adalah dalam kategori sedang dan cenderung rendah, (2) Dampak karisma kyai terhadap milieu kesalehan social didapat sebesar 19.9% karisma kyai mempengaruhi milieu kesalehan social.

Kata Kunci: *Kharisma Kyai; Kesalehan Sosial; Masyarakat Pesantren*

ABSTRACT. The aim of the research is to describe the effort of Kyai to be a very charismatic person, know the assumption/obedience of the society toward Kyai in the Pesantren environment, and measure impacts of the charisma in forming milieu of social piety. The data about the impacts are collected through the quantitative method then it is analyzed by the formula of product moment and the regression analysis. In addition, the data deals with the efforts of Kyai and the assumption/obedience is collected through the qualitative which tends to a case study, description, and ex post facto so that it requires the phenomenology and etnometodology approach. The equipment was used is a deep interview which was strengthened with the data of triangulation. The data is analyzed with the catagorization, the data of reduction, the data of display/classification. The results of this research show that (1) the society's perception regarding with recognising toward the charismatic Kyai was categorized into medium and tends to be low, (2) the impact of the charismatic Kyai toward the milieu of social piety was gained 19.9% that it influenced the milieu of social piety.

Kata Kunci: *Charismatic Kyai; Miliu of Social Piety; Pesantren Environment*

PENDAHULUAN

Sebuah keharusan bahwa terlaksana dan tidaknya pendidikan nasional merupakan tanggung jawab, tugas dan wewenang pemerintah melalui instans-intstansi di bawahnya, sehingga terciptalah bangsa Indonesia yang cerdas dan berakhlak mulia. Dalam praktiknya justru tugas pemerintah di atas tidak sebanding lurus dengan pelaksanaannya di lapangan (Ngalim Purwanto, 1999: 113). Tidak hanya itu, sistem pendidikan nasional yang mestinya berjalan secara estafet serta seiring sejalan, tapi yang ada hanyalah ketimpangan dan tidak terjalannya sistem pendidikan, serta terjadinya kesenjangan antara pendidikan sekolah yang lebih maju dan pendidikan di masyarakat yang melemah (Khadijah Alavi, 2013: 1-10).

Selain itu, hubungan pihak yang berkepentingan (yang sudah atau belum di pemerintahan) dengan pesantren tidak lebih dari kepentingan pribadi dan kelompok, seperti permohonan doa kenaikan jabatan dan pemenangan bakal calon (Prelemenary KH. Hasan, 2016). Padahal, program pelatihan dan pengajaran yang dicanangkan pemerintah kepada masyarakat dirasa masih belum optimal, dan terkesan formalitas karena pengadaannya yang tidak konsisten. Ditambah lagi, pemerintah dalam menggulirkan program, sepertinya hanya berkutat pada aspek

materil seperti pembangunan jalan dan jembatan, penyediaan tempat Mandi, Cuci dan Kakus (MCK), perbaikan sarana umum dan seterusnya, namun belum menyentuh pada aspek mencerdaskan kehidupan bangsa dan perbaikan akhlak secara serius (Mohd Nasiromar, 2010: 157-171).

Fakta di atas menyebabkan banyak permasalahan diantaranya lemahnya kontrol sosial, selain itu masyarakat belum merasakan kehadiran pemerintah di saat mereka butuh. Akar masalah ini menghadirkan sekian banyak problematika di masyarakat seperti munculnya 'bintik-bintik' egoisme sehingga program gotong royong berangsur hilang, terjadinya konflik berdarah sebagai contoh tawuran antar warga dan tindakan main hakim sendiri (Mark D. Welton, 2013: 492-493).

Fenomena di pesantren Buntet dan Benda Kerep menunjukkan, di saat pesantren dianggap statis dan tidak dapat menerima perubahan (Achmad Zaini, 1998: 117), justru peranan Kyailah, yang sekalipun swasta, secara perlahan namun konsisten mendidik masyarakat di sekitar pesantren (John W. Michel, 2013: 469-487). Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat merasakan betul keberadaan Kyai dalam mengajarkan ilmu-ilmu sosial dan agama di masyarakat, dan senyatanya miliu masyarakat berakhlak tercipta karena berada di sekitar pesantren. Perilaku Kyai yang demikian dekat dengan makna entrepreneur yang identikkan dengan seseorang dengan malam-malamnya yang tanpa tidur tentu dengan perasaan was-was dan perasaan cemas penuh harapan dari waktu ke waktu (Winardi J., 2003: 12).

Di Benda Kerep, Kyai dengan karismanya telah mampu mengarahkan masyarakat agar tidak berlebihan dalam memanfaatkan listrik yang ada. Sehingga bagi siapapun yang datang ke pesantren ini akan merasakan betul kedamaian dan ketenangan di lingkungan masyarakat dengan bulatan busana islami. Kyai Benda Kerep, sebagai penerus estafet warisan leluhur, sering mengundang masyarakat untuk hadir di acara Haul sesepuh. Begitu juga, keberanian Kyai dalam meleraikan dan mendamaikan pihak yang bertikai tidak dipungkiri lagi, bahkan sampai pada golongan preman sekalipun (Prelemanry, KH. Miftah, 2015).

Di Buntet, Kyai tidak hanya disibukkan dengan kegiatan di pesantren. Kyai juga langsung terjun ke masyarakat, terutama masyarakat pesantren, guna memberi ceramah, pengajian, dan bahkan tidak segan-segan menjenguk orang sakit dan meleraikan jika terjadi pertikaian di tengah warga. Di sini pula, Kyai tidak sungkan-sungkan mengundang masyarakat untuk mengikuti program rutin dalam seminggu, hampir setiap hari, seperti shalawat-an, tahlil-an, pengajian kitab, dan mengkaji Al-Qur'an. Tidak hanya itu, Kyai pun tanpa canggung menggaet masyarakat Tionghoa untuk menghadirkan pentas Barongsai di momen-momen khusus pada tiap tahunnya (prelemanary, KH. Anas & KH. Hasan Buntet, 2015).

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui dampak karisma Kyai terhadap Miliu kesalehan sosial maka metode yang digunakan adalah kuantitatif di satu variabel dan Kualitatif di variabel lain, dengan pendekatan fenomenologi dan etnometodologi. Alat yang digunakan adalah angket, wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang terkumpul terlebih dulu melewati proses hitung dengan rumus product moment dan triangulasi data kemudian dianalisis dengan kategorisasi, display dan interpretasi.

Objek penelitian adalah karisma Kyai, sehingga penelitian mengambil tempat di pondok pesantren Benda Kerep di Harjamukti dan Buntet di Astana Japura yang termasuk pondok pesantren berkeluarga dan tertua di Cirebon. Informan berasal Kyai, Ustadz, santri dan tokoh masyarakat. Populasi dan sampel yaitu Kyai berjumlah 55 dengan ketentuan, 5 Kyai di Benda Kerep dan 50 Kyai di Buntet. Adapun subjek sebagai informan yaitu 113 KK di Benda Kerep dan 115 KK di Buntet sesuai dengan data profil instansi yang peneliti dapat pada prelemanary. Adapun, sampel yang diambil yaitu 10% dari populasi. Untuk objek karisma, maka subjek penelitiannya berjumlah 4 Kyai di Benda Kerep dan 10 Kyai di Buntet dengan alasan hanya Kyai yang terlibat dengan program kemasyarakatan saja. Sedangkan untuk informan sebanyak 12 KK di Benda Kerep dan 12 KK di Buntet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asumsi Masyarakat Terhadap Khasrimatik Kyai

Untuk menemukan data tentang asumsi masyarakat terhadap karisma kyai, peneliti telah menyebar angket kepada 24 masyarakat yang berada di sekitar pesantren Bendakerep dan Buntet yang berfungsi untuk mengkonfirmasi dan mengukur tingkat asumsi mereka dengan skala selalu, sering, kadang-kadang, dan tidak pernah terhadap apa yang telah dilakukan kyai.

Tabel 1. Asumsi Masyarakat terhadap Kharisma Kyai

	Karakteristik Karisma Kyai	SL	SR	KK	TP
1	Karomah	15	3	6	
2	Berkah	11	8	4	1
3	Percaya Diri	11	6	6	1
4	Taat kepada Allah	9	9	6	
5	Mujarab	12	1	9	2
6	Memiliki Pengaruh	7	8	8	1
7	Kemampuan Meramal	8	7	9	

Keterangan: SL: Selalu, SR: Sering, KK: Kadang-Kadang, TP: Tidak Pernah.

Adapun standar penilaian persentasenya sesuai dengan rincian sebagai berikut:

00 – 19% = sangat rendah

20 – 39% = rendah

40 – 59% = sedang

60 – 79% = kuat

80 – 100% = sangat kuat (Sugiyono, 2011)

Persepsi Masyarakat terhadap Karamah Kyai

Data tersebut berasal dari pernyataan yang diajukan oleh peneliti: “dalam masyarakat baik di dalam maupun di luar pesantren banyak yang meminta pertolongan kepada kyai karena sosoknya yang memiliki karamah.” Dari pernyataan ini 15 masyarakat berpersepsi bahwa masyarakat selalu datang ke kyai karena karomahnya. Jika 15 masyarakat dari 24 koresponden menyatakan selalu maka persepsi masyarakat terhadap karamah kyai mencapai level 62,5% yang berarti asumsi yang kuat. Adapun masyarakat lainnya berjumlah 3 mengatakan sering dan 6 mengatakan kadang-kadang. Dari data ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat masih tinggi terhadap karamah kyai.

Pemahaman Masyarakat tentang Keberkahan Kyai

Peneliti juga mengajukan pernyataan: “di lingkungan masyarakat sekitar pesantren kyai berbagi kebaikan berupa ilmu serta berperan aktif atau banyak membantu masyarakat dibidang keilmuan.” Dari pernyataan ini sebanyak 11 masyarakat memahami bahwa kyai selalu membantu masyarakat. Jika 11 masyarakat dari 24 koresponden menyatakan selalu maka pemahaman masyarakat terhadap keberkahan kyai mencapai 46% yang berarti bahwa pemahaman yang sedang. Adapun masyarakat lainnya berjumlah 8 koresponden menyatakan bahwa kyai sering membantu masyarakat dalam hal keilmuan, itu berarti bahwa sekitar 33% yang berarti pemahaman terhadap

keberkahan kyai itu rendah. Apalagi ada sekitar 4 yang mengatakan kadang-kadang dan 1 koresponden yang mengatakan tidak pernah. Dengan demikian, data ini menunjukkan bahwa asumsi dalam artian pemahaman masyarakat terhadap keberkahan kyai itu biasa-biasa saja karena menunjukkan level sedang, bahkan cenderung rendah.

Kekaguman Masyarakat terhadap Sikap Percaya Diri Kyai

Peneliti kemudian mengajukan pernyataan: “jika ada suatu masalah di lingkungan baik pondok maupun masyarakat, sikap kyai tenang dalam menghadapi semua permasalahan sekalipun sifatnya sangat krusial.” Dari pernyataan ini ada sebanyak 11 orang dari 24 koresponden yang mengatakan bahwa masyarakat kagum kepada kyai yang bersikap tenang dalam menghadapi masalah krusial. Jika 11 orang mengatakan selalu maka kekaguman masyarakat terhadap sikap percaya diri kyai sekitar 46% yang berarti kekaguman yang sedang. Kurang dari setengah koresponden menyatakan kagum, adapun setengah lainnya tersebar kepada 8 orang menyatakan sering dan 4 orang mengatakan kadang-kadang dan 1 mengatakan tidak pernah. Dengan demikian, data ini menunjukkan bahwa asumsi dalam artian kekaguman masyarakat terhadap sikap percaya diri kyai itu biasa-biasa saja karena menunjukkan level sedang, bahkan cenderung rendah.

Persepsi Masyarakat terhadap Ketaatan Kyai kepada Allah

Pernyataan lain yang diajukan peneliti adalah “kyai patuh terhadap perintah Allah SWT seperti shalat lima waktu, dzikir, mengaji dan sebagainya selazimnya tokoh ahli agama yang sesungguhnya.” Dari pernyataan ini ada sebanyak 9 orang dari 24 responden yang mengatakan bahwa kyai selalu taat kepada Allah. Jumlah 9 orang tersebut jika dipersentasikan sebesar 37% yang jika dikonsultasikan ke standar persentasi di atas maka persepsi masyarakat tentang ketaatan kyai masuk tataran rendah. Rendahnya persepsi ini tentu tidak lantas menjadi ukuran bahwa kyai tidak taat, tapi lebih kepada kesempatan masyarakat untuk mengetahui kualitas ketaatan kyai cukup sempit, karena kyai cenderung menyembunyikan segala amal ibadahnya. Penyebaran jawaban koresponden lebih kepada 6 orang menyatakan sering, 6 orang lainnya mengatakan kadang-kadang dan 1 orang menyatakan tidak pernah. Sebanyak 6 orang yang mengatakan sering itu berarti bahwa 25% termasuk level rendah. Dari data ini menunjukkan bahwa persepsi tentang ketaatan kyai kepada Allah itu masih rendah dan cenderung sangat rendah.

Pemilihan Masyarakat terhadap Kemujaraban Do'a Kyai

Selain pernyataan di atas, peneliti juga mengajukan pernyataan tentang: “banyak orang yang meminta doa kepada kyai pesantren agar dipermudah segalanya karena kemanjuran atau kemujaraban do'anya.” Dari pernyataan ini sebanyak 12 orang dari total responden yang mengatakan bahwa masyarakat selalu memilih kyai karena doanya mujarab. Dari 12 orang ini berarti pilihan masyarakat tentang kemujaraban kyai sekitar 50% yang masuk pada level sedang. Itu berarti bahwa pemilihan masyarakat terhadap kemujaraban do'a kyai masih cukup baik karena sedang yang berarti tidak tinggi dan juga tidak rendah. Adapun korespondennya lebih memilih sering sebanyak 1 orang, justru banyak masyarakat yang memilih kadang-kadang memilih kemujaraban do'a kyai sebanyak 9 orang dan yang menyatakan tidak pernah memilih kemujaraban kyai sebanyak 2 orang. dari data ini menunjukkan bahwa kemujaraban do'a kyai masih ada yang memilihnya.

Kekaguman masyarakat terhadap pengaruh kyai

Asumsi masyarakat tentang pengaruh kyai diperoleh dari pernyataan yang diajukan peneliti yaitu: “Kyai mampu memberi pengaruh yang tinggi kepada masyarakat baik itu dalam segi pakaian maupun tingkah laku.” Dari pernyataan ini ada sejumlah 7 orang yang mengagumi pengaruh kyai. Kalau hanya 7 orang dari 24 koresponden maka kekaguman masyarakat terhadap pengaruh kyai hanya mendapatkan 29% saja yang berarti rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kyai di mata masyarakat sudah mulai surut. Sekalipun begitu, bisa diperkuat dari jumlah 8 orang

masyarakat yang mengatakan bahwa masyarakat masih sering mengagumi pengaruh kyai. Tapi, tidak sedikit masyarakat yang menganggap bahwa kadang-kadang kyai itu berpengaruh sejumlah 8 orang dan yang mengatakan tidak berpengaruh sebanyak 1 orang.

Kekaguman Masyarakat terhadap Kemampuan Meramal Kyai

Peneliti mengajukan pernyataan: “kyai pernah memprediksi kejadian-kejadian yang akan datang.” Dari pernyataan ini ada sebanyak 8 orang yang mengatakan selalu dan 7 orang yang mengatakan sering. Sebagai pernyataan positif maka berarti kemampuan meramal kyai masih mendapat asumsi dari masyarakat berupa kekaguman. Jumlah 8 orang itu hanya 33% yang berarti bahwa kekaguman masyarakat kepada kemampuan meramal kyai itu rendah. Jadi kedua pilihan ini jika dijumlahkan maka sebanyak 15 orang dari 24 responden mengagumi kemampuan meramal kyai. Dengan jumlah 15 orang tersebut maka kemampuan meramal kyai mendapat 62% yang berarti kekaguman masyarakat itu kuat terhadap kemampuan meramal kyai. Adapun koresponden lain lebih memilih kepada sikap bahwa kemampuan meramal kyai itu bersifat kadang-kadang. Dari data ini menunjukkan bahwa tinggat kekaguman masyarakat yang menyatakan selalu terhadap kemampuan meramal kyai itu bersifat rendah dan cenderung sangat rendah karena banyak yang mengatakan kadang-kadang.

Dampak Karisma Kyai terhadap Miliu Kesalehan

Data penelitian tentang dampak karisma kyai terhadap pembentukan miliu kesalehan sosial ini diperoleh melalui dua angket yaitu angket tentang karisma kyai sebagai variabel X dan angket tentang miliu kesalehan sosial sebagai variabel Y. Berdasarkan analisis data uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 17, diperoleh bahwa:

Uji normalitas yang dilakukan diperoleh bahwa variable karisma kyai $\text{sig} = 0.200$ artinya > 0.05 maka data berdistribusi normal, dan variable miliu kesalehan $\text{sig} = 0.200$ artinya > 0.05 maka data berdistribusi normal.

Uji linearitas yang dilakukan diperoleh bahwa signifikansi 0.023 artinya signifikansi < 0.05 sehingga dinyatakan hubungan antara variabel karisma kyai dengan kesalehan sosial dinyatakan linier. Dengan ini maka telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis korelasi product moment.

Analisis korelasi product moment diperoleh bahwa koefisien antara variabel karisma kyai dengan kesalehan sosial didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.446 artinya semakin tinggi karisma kyai maka semakin tinggi kesalehan sosial. Nilai 0.446 menunjukkan besarnya koefisien korelasi dan dapat disimpulkan bahwa hubungan sedang karena berada pada rentang 0.40 – 0.599.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana diperoleh bahwa besarnya koefisien determinasi adalah 0.199 atau sama dengan 19.9%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 19.9% variable karisma kyai mempengaruhi variable miliu kesalehan sosial dan 80.1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Dari beberapa kategori persepsi yang diajukan kepada masyarakat pesantren yaitu persepsi masyarakat terhadap karamah kyai, keberkahan kyai, sikap percaya diri kyai, ketaatan kyai kepada Allah, pemilihan masyarakat terhadap kemujaraban doa kyai, kekaguman masyarakat terhadap pengaruh kyai, dan kekaguman masyarakat terhadap kemampuan meramal kyai diperoleh simpulan bahwa persepsi masyarakat mengenai pemahaman terhadap kharismatik kyai adalah dalam kategori sedang dan cenderung rendah. Sedangkan dampak karisma kyai terhadap miliu kesalehan social didapat sebesar 19.9% karisma kyai mempengaruhi miliu kesalehan social.

DAFTAR PUSTAKA

- Alavi, Khadijah & Fauziah Ibrahim, Mohd Suhaimi Mohamad, Wan Shahrazad Wan Sulaiman, Salina Nen dan Norulhuda Sarnon. 2013. Knowledge Level among Prisoners of Parole: Towards Establishment of a Prosperous Character. e-Bangi. Journal Of Social Science And Humanities. Vol 8, No. 2: 1-10.
- Amendolara, Lorraine Pasadino. 1993. The Charismatic Core Of Lay Leaders. [Dissertation]. [New York]: Graduate School Of Education Of Fordham University New York.
- Khuluq, Lathiful. 1997. Kyai Haji Hasyim Asy'ari's religious thought and political activities (1871-1947). [Dissertation]. The Humanities and Social Sciences. ProQuest Dissertations and Theses.
- Michel, John W. & Devin L. Wallace, & Rachel A. Rawlings. 2013. Charismatic leaders: the role of admiration and system justification. Leadership & Organization Development Journal. Vol. 34 No. 5: 469-487.
- Mohd. Nasiromar. 2010. Ethics in Islam: A Critical Survey. ISLÓMIYYÓT 32. p. 157 – 171
- Purwanto, Ngalm. 1999. Administrasi dan Supervisi Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Sugiyono.2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfa Beta
- Winardi J. 2003. Entrepreneur & entrepreneurship. Jakarta: Prenada Media Group.
- Welton, Mark D. (Reviewer). 2013. The Impossible State: Islam, Politics, and Modernity's Moral Predicament, by Wael B. Hallaq. New York: Columbia University Press. p. 492-493.
- Yukl, Gary A. 1998. Kepemimpinan dalam Organisasi. Jusuf Udaya (penerjemah) (edisi bhs. Indonesia) Jakarta: Prenhallindo.