

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana relasi patron-klien berfungsi sebagai bentuk *linking social capital* dalam strategi wirausaha muda di Indonesia, khususnya dalam membangun akses terhadap sumber daya kekuasaan, legitimasi sosial, dan keunggulan kompetitif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh partisipan, terdiri dari delapan wirausaha muda pada berbagai fase usaha serta dua aktor patron dari sektor strategis. Analisis dilakukan secara tematik menggunakan kerangka teori modal sosial, Resource-Based View (RBV), dan analisis VRIO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi patron-klien beroperasi sebagai mekanisme sosial yang efektif dalam membuka akses terhadap sumber daya formal dan perlindungan kelembagaan, terutama pada fase awal pengembangan usaha. Keberadaan patron mempercepat legitimasi simbolik dan meningkatkan kepercayaan dari mitra eksternal. Namun, tidak semua wirausaha memilih jalur patronase; sebagian justru membangun strategi non-patron sebagai respons atas potensi ketergantungan, serta sebagai ekspresi otonomi dan integritas kelembagaan. Nilai strategis dari relasi ini sangat bergantung pada kapabilitas organisasi, fase siklus usaha, dan kemampuan membingkai relasi tersebut secara institusional. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan melihat relasi patron-klien bukan sebagai hubungan tetap yang bersifat struktural, melainkan sebagai strategi sosial yang dibentuk secara sadar dan reflektif oleh wirausaha muda. Temuan ini mengisi kesenjangan dalam literatur dengan menggabungkan teori *linking social capital* dan RBV, serta menunjukkan bahwa relasi informal dapat menjadi sumber daya strategis jika dikelola secara profesional. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya diferensiasi strategi non-patron sebagai bentuk refleksi atas identitas kewirausahaan yang lebih adaptif dan meritokratis.

Kata Kunci: Patron-Klien, Wirausaha Muda, Linking Social Capital, RBV, VRIO, Strategi Usaha, Modal Sosial

ABSTRACT

This study examines how patron-client relationships function as a form of linking social capital in the strategic practices of young entrepreneurs in Indonesia, particularly in gaining access to power resources, social legitimacy, and competitive advantage. Using an exploratory qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with ten participants, consisting of eight young entrepreneurs at various business stages and two patron actors from strategic sectors. Thematic analysis was conducted using the theoretical frameworks of social capital, the Resource-Based View (RBV), and the VRIO analysis. The findings reveal that patron-client ties operate as a social mechanism that enables access to formal resources and institutional protection, especially during the early stages of business development. The presence of patrons accelerates symbolic legitimacy and enhances external stakeholders' trust. However, not all entrepreneurs rely on patronage; some deliberately adopt non-patron strategies as a response to potential dependency and as a means of maintaining institutional autonomy. The strategic value of these relationships depends on organizational capabilities, business lifecycle stages, and the extent to which the relationships are institutionally framed. This study contributes a new perspective by framing patron-client relations not as fixed or structural ties, but as consciously constructed social strategies by young entrepreneurs. It fills a gap in the literature by integrating the concepts of linking social capital and RBV, and by demonstrating how informal relations can serve as strategic resources when managed professionally. The study also highlights the importance of non-patron strategies as a reflection of entrepreneurial identity grounded in adaptability and meritocracy.

Keywords: Patron-Client, Young Entrepreneurs, Linking Social Capital, RBV, VRIO, Business Strategy, Social Capital