



POLA RELASI PATRON KLIEN ANTARA PEMERINTAHAN DESA DENGAN MASYARAKAT DESA BEJIJONG DALAM PENGEMBANGAN DESA BEJIJONG, KABUPATEN MOJOKERTO

Beta Puspitaning Ayodya^{1*}, Herlina Kusumaningrum²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia^{1,2}

Email: betaayodya@untag-sby.ac.id

Article Info

Abstrak

Submitted:

07-04-2025

Final Revised:

20-04-2025

Accepted:

23-04-2025

Published:

24-04-2024

Penelitian ini mengkaji pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterlibatan karyawan dengan komitmen organisasi sebagai variabel mediasi pada institusi pendidikan di Kota Makassar. Penelitian sebelumnya telah menelaah variabel-variabel ini secara terpisah atau dalam konteks organisasi yang berbeda, namun hanya sedikit yang meneliti peran mediasi komitmen organisasi dalam satu kerangka yang komprehensif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling (SEM-AMOS) dan data diperoleh dari 150 responden melalui kuesioner terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen organisasi dan keterlibatan karyawan. Selain itu, komitmen organisasi secara signifikan memediasi hubungan antara kepemimpinan transformasional dan keterlibatan karyawan, yang menegaskan peran penting komitmen organisasi dalam meningkatkan keterlibatan pegawai. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dengan mengintegrasikan konstruksi kepemimpinan dan perilaku organisasi dalam sektor pendidikan. Secara praktis, hasil penelitian ini menyarankan agar para pemimpin institusi pendidikan mengembangkan perilaku kepemimpinan transformasional, seperti visi yang menginspirasi, perhatian individual, dan stimulasi intelektual untuk memperkuat komitmen organisasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan karyawan. Penelitian ini memberikan nilai tambah melalui bukti empiris dari sektor pendidikan di Makassar serta memberikan wawasan bagi para pemimpin dalam meningkatkan kinerja institusi melalui pengembangan sumber daya manusia secara strategis.

Kata Kunci: Relasi, patron, klien, Desa Bejijong

Abstract

This study investigates the influence of transformational leadership on employee engagement with organizational commitment as a mediating variable in educational institutions in Makassar City. Previous research has explored these variables separately or in different organizational contexts, but few have examined the mediating role of organizational commitment in a comprehensive framework. This research adopts a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM-AMOS) with data collected from 150 respondents through a structured questionnaire. The findings reveal that transformational leadership significantly and positively impacts organizational commitment and employee engagement. Furthermore, organizational commitment significantly mediates the relationship between transformational leadership and employee engagement, indicating its crucial role in enhancing employee involvement. These results contribute to the theoretical development by integrating leadership and organizational

behavior constructs in the education sector. Practically, the findings suggest that educational leaders should foster transformational leadership behaviors, such as inspiring vision, individualized consideration, and intellectual stimulation, to strengthen organizational commitment, which in turn enhances employee engagement. This study adds value by providing empirical evidence from the education sector in Makassar and offers insights for leaders aiming to improve institutional performance through strategic human resource development.

Keywords: Relationship, patron, client, Bejjong Village

Corresponding Author: Beta Puspitaning Ayodya

Email: betaayodya@untag-sby.ac.id

This article is licensed under



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri membuat Indonesia maju dalam bidang ekonomi. Dengan sumbangan dari sektor industri yang melebihi 20 persen, membuat perekonomian Indonesia menjadi maju (Kemenperin, 2017). Industri menjadi kunci utama kemajuan suatu Negara. Industri menjadi sesuatu yang penting untuk memperluas pembangunan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri yang lebih banyak terdapat di Indonesia adalah industri kecil dan menengah. Kedua industri tersebut berperan banyak dalam kemajuan industri di Indonesia.

Menurut Hartanto (Kemenperin, 2017), kunci sukses dalam dunia industri ada tiga faktor utama, yaitu Sumber Daya Manusia (SDM), modal atau investasi, dan teknologi. Peningkatan Sumber Daya Manusia didapatkan melalui pendidikan dan peningkatan ketrampilannya. Modal atau investasi didapatkan dari modal yang dimiliki oleh pengusaha maupun investasi dari pihak lain yang tertarik mengembangkan usaha tersebut. Teknologi menjadi sesuatu yang wajib dimiliki dalam era digitalisasi yang berkembang di tahun 2022 ini.

Salah satu faktor yang menyebabkan perkembangan suatu industri juga dipengaruhi oleh aktor-aktor yang berperan didalamnya (Adnan, 2014; Purbasari et al., 2021). Selain pengusaha yang memiliki industri tersebut, peran dari pemerintah daerah juga sangat penting demi kemajuan sektor industri di suatu daerah. Selain bisa menjadi investor dalam industri, pemerintah daerah juga berperan penting dalam peningkatan kualitas SDM dan kemajuan teknologi di dunia industri (Djadjuli, 2018; Kristiyanti et al., 2023; Octoviani & Puspita, 2023). Pemerintah daerah berperan sebagai pilar yang menyangga industri lokal, terutama IKM di suatu wilayah. Penelitian ini menyoroti antara dua aktor dalam dunia industri (khususnya IKM), yaitu antara pemerintah Desa Bejjong, Kabupaten Mojokerto dan pengusaha kecil menengah di wilayah tersebut. Pemerintah Desa Bejjong sebagai penguasa desa dan investor dari IKM, sedangkan pengusaha kecil menengah sebagai yang menjalankan industri ekonomi di wilayah Bejjong. Tindak dominasi kekuasaan yang dilakukan oleh pemerintah desa Bejjong sebagai pengambil kebijakan menunjukkan bahwa pengusaha kecil menengah di wilayah tersebut memiliki posisi tawar yang rendah (Suhardono, 2023).

Bentuk dominasi yang dilakukan oleh pemerintah desa Bejjong tadi menunjukkan adanya hubungan patron klien diantara keduanya. Hubungan patron klien ini merupakan hubungan antara dua pihak yang memiliki ketidakseimbangan status, sosial dan ekonomi dan ada pertukaran yang tidak seimbang didalamnya (Faizah & Satriyati, 2018; Maftuchin, 2016; Nuraini et al., 2024). Tujuan dari penelitian ini untuk menggali bagaimana relasi patron klien pada transformasi digital Desa Bejjong, Kabupaten Mojokerto. Hal ini senada dengan keinginan Kepala Desa Bejjong, Pradana Tera Mardiatna S. I. Kom, dimana memasuki era

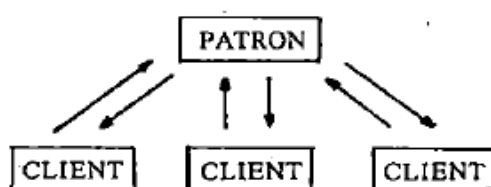
industri 5.0 dengan pandangan teknologi adalah sarana, sedangkan manusia tetap menjadi aktor utama.

Pembahasan tentang patron-klien sendiri sebenarnya sudah sejak lama di kawasan Asia Tenggara (Chalid & Manjib, 2021). Penggagas awal tentang patron klien pertama dikenalkan oleh James Scott melalui kajian *clintilism*. James Scott menggunakannya untuk membahas masalah politik di Filipina. Model ini sebelumnya banyak dikembangkan dalam studi antropologi dan sosiologi.

Istilah patron muncul sejak zaman Marxian. Saat itu patron diartikan sebagai kelas yang mendominasi kekuasaan baik politik maupun ekonomi (Indrawan, 2021; Nurcholis, 2016). Karena mendominasi, patron tersebut dapat melakukan eksploitasi kepada bawahannya (atau biasa disebut sebagai klien). Eksploitasi ini terjadi karena klien banyak menggunakan alat-alat produksi yang dimiliki oleh si patron (Anilta, 2019). Jadi dapat disimpulkan bahwa patron memiliki dua modal untuk menguasai klien. Modal pertama berupa alat-alat produksi. Alat-alat produksi ini yang kemudian mendukung usaha/kegiatan yang dijalankan oleh klien. Selain modal berupa alat produksi, modal lainnya berupa uang untuk membeli/membayar tenaga kerja (atau yang biasa disebut sebagai klien). Sebaliknya, klien sendiri tidak memiliki apa-apa kecuali tenaga kerja yang mereka jual kepada patron (Hefni, 2009).

Lebih lanjut, hubungan antara patron dan klien yang terbentuk tidak terbatas pada eksploitasi saja, tetapi pada tingkat ketergantungan yang tinggi. Ketergantungan yang dimulai dari satu aspek sosial umumnya berkembang menjadi ketergantungan yang luas dan mencakup beberapa aspek kehidupan sosial lainnya (Hefni, 2009).

Dari konsep tersebut, Nampak bahwa relasi yang terbentuk antara patron dan klien merupakan relasi yang khusus, karena hanya mereka (2 pihak tersebut) yang mengerti tentang konteks relasinya. Karena bersifat khusus, terdapat kepentingan pribadi di dalamnya. Patron memiliki kepentingannya tersendiri terhadap klien, begitu pula sebaliknya klien memiliki kepentingan pribadinya atas patron. Patron membutuhkan kekuatan yang lebih rendah dari dirinya (*inferior*), sebaliknya klien membutuhkan kekuatan yang lebih tinggi (*superior*) untuk melindunginya. Hubungan ini menciptakan sekutu antara patron dan klien. Hubungan antara patron klien tersebut tergambar dalam pola relasi pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Pola Patron-Klien yang terbentuk

Ketergantungan klien terhadap patron menjadi sisi menarik dari relasi keduanya. Ketergantungan klien terhadap patron ini terjadi karena klien merasa berhutang budi kepada patron selama relasi keduanya berlangsung. Patron dengan kemampuan sumberdaya ekonomi dan politik yang lebih besar bisa menawarkan barang dan jasa kepada klien, termasuk perlindungan atas usaha klien (Alwan, 2020; Ansyari et al., 2019). Sementara di sisi lain, klien belum tentu bisa membalas jasa dari si patron (Lisandini, 2023). Ketidakmampuan patron ini menimbulkan rasa hutang budi kepada patron. Ketergantungan pada satu bidang tersebut bisa menjadi melebar ke bidang-bidang kehidupan yang lain.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang komprehensif dalam menganalisis hubungan antara kepemimpinan transformasional, komitmen organisasi, dan keterlibatan karyawan dalam konteks institusi pendidikan di Kota Makassar dengan

menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM-AMOS). Berbeda dengan penelitian sebelumnya seperti Setyaningrum et al. (2020), Rini dan Rohman (2022), serta Hastuti (2022) yang meneliti variabel-variabel ini secara terpisah atau dalam konteks organisasi yang berbeda, penelitian ini mengintegrasikannya dalam satu kerangka untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung (Ardhia et al., 2024). Selain itu, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa komitmen organisasi berperan sebagai mediasi signifikan antara kepemimpinan transformasional dan keterlibatan karyawan, sehingga mengisi kekosongan dalam literatur yang sering mengabaikan peran mediasi komitmen organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif membantu peneliti dalam melakukan penelitian dengan memanfaatkan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan pengalaman mereka dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok (Sugiyono, 2009).

Penelitian ini dilakukan di Desa Bejjong, Kabupaten Mojokerto. Bejjong yang dikenal sebagai salah satu Desa Wisata di Kabupaten Mojokerto sedang bertransformasi mengikuti perkembangan zaman saat ini. Untuk itu, diperlukan adanya digitalisasi dalam proses pembangunan Desa Bejjong. Untuk mendapatkan data primer, peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pihak, diantaranya adalah Pemerintah Desa Bejjong dan juga beberapa IKM yang ada di Desa Bejjong tersebut. Sedangkan data sekunder didapatkan peneliti dari hasil studi pustaka yang berasal dari media online dan juga jurnal-jurnal terdahulu untuk menguatkan data yang diperoleh di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Bejjong memiliki berbagai potensi yang dapat menunjang pembangunan desa yaitu wisata budaya Candi Brahu, Candi Kedaton, Situs Siti Inggil, Maha Vihara Majapahit (Budha Tidur), UMKM pengerajin cor kuningan sebanyak 100 pengerajin, batik Bejjong, potensi pertanian dan usaha kecil lainnya. Berdasarkan informasi dan hasil wawancara dengan Kepala Desa Bejjong, pengukuran dan hasil analisis IDM yang telah dilakukan, belum sepenuhnya sesuai dengan kondisi asli desa. Dari potensi ekonomi desa yang berjalan, pada praktiknya tidak saling bersinergi dan terintegrasi antar *stakeholder* dan Lembaga desa.

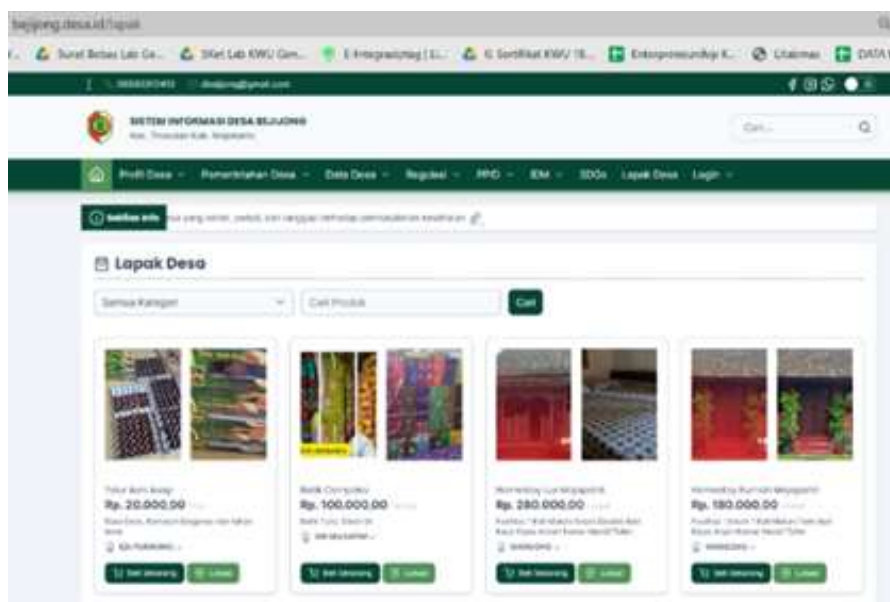
Terlepas dari hasil pengukuran program dan kegiatan desa, permasalahan yang dihadapi oleh Desa Bejjong adalah pada sumber daya manusia yang belum memahami secara baik mengenai media promosi dan pemasaran secara digital, pendidikan masyarakat yang cenderung menengah-rendah. Beberapa masyarakat memiliki mindset dan pengaruh lingkungan kedaerahan yang masih kental, yaitu tidak melanjutkan ke jenjang Pendidikan yang lebih tinggi dikarenakan lebih memilih bekerja daripada sekolah.

Pemerintah Desa Bejjong mengalami transformasi setelah berganti kepemimpinan. Pada hasil pemilihan Kepala Desa Antar Waktu, Pradana Tera Mardiatna, putra mantan Kades Bejjong terpilih sebagai kepala desa pada 12 Januari 2022. Pradana menggantikan ayahnya, Teguh Satriyo, sebagai Kepala Desa Bejjong, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Sebagai kepala desa terpilih, Pradana memiliki beberapa misi untuk mengembangkan Desa Bejjong. Dengan menggunakan motto 3M (Membangun-Membina-Menyejahterahkan),

diharapkan sinergitas antara Pemerintah Desa dan seluruh elemen masyarakat Bejjiong dapat tercipta.

Sesuai dengan peraturan pemerintah mengenai peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan melalui program *One Village One Product* maka Desa Bejjiong membuat suatu industri kreatif berbasis kearifan lokal yang ada berupa kerajinan dan wisata edukasi cor kuning, kerajinan batik dan wisata edukasi membatik serta industri kreatif lainnya yang memiliki kaitan dengan pelestarian Budaya Majapahit. Desa Bejjiong telah memiliki berbagai macam industri kreatif yang selama ini menunjang perekonomian warga sekitar, namun dalam praktiknya industri kreatif yang dimiliki di Desa Bejjiong tidak saling bersinergi dan terintegrasi. Dimana hal itu dapat dilihat bahwa industri kreatif yang dimiliki belum banyak dikenal oleh khalayak umum terutama diluar Kabupaten Mojokerto sendiri. Permasalahan yang dihadapi di Desa Bejjiong ialah pada sumber daya manusianya dimana masyarakat tidak memahami secara baik mengenai media promosi dan pemasaran di dalam media sosial saat ini.

Guna mengatasi masalah industri UMKM tersebut, maka Pradana selaku Kepala Desa mempunyai ide untuk melakukan digitalisasi pada dunia industri UMKM agar dikenal oleh banyak orang, bukan hanya di dalam Desa Bejjiong saja, tetapi juga keluar daerah tersebut. Salah satu caranya adalah dengan membuat website desa Bejjiong, yang juga menjual produk lokal UMKM Desa Bejjiong.



Gambar 2. Website Desa Bejjiong

Seperti tampak pada Gambar 2. Website Desa Bejjiong, dimana ditampilkan informasi mengenai beberapa produk dan jasa unggulan di Desa tersebut. Diantaranya ada telur asin asap, batik khas Bejjiong, hingga *homestay* bagi para wisatawan yang ingin menginap di Desa Bejjiong. Apabila kita search pada google dengan kata kunci Desa Bejjiong, maka akan muncul website resmi tersebut. Melalui menu “Lapak” maka kita bisa melihat produk-produk yang ditawarkan (<https://bejjiong.desa.id/lapak>)

Selain ada di website resmi Desa Bejjiong, adanya digitalisasi juga tampak pada instagram Desa Bejjiong. Pada akun instagram @bejjiongnu (<https://www.instagram.com/bejjiongnu/>), terdapat link yang apabila diklik, maka akan membawa kita ke dalam paket wisata lengkap yang ditawarkan oleh Desa Bejjiong. Paket yang ditawarkan tersebut bukan hanya jasa wisata saja, akan tetapi lengkap dengan penginapan, makan, dan juga edukasi wisata. Akun instagram @bejjiongnu nampak pada gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Akun Instagram @bejjongku

Dari penggambaran tentang digitalisasi produk lokal Desa Bejjong di atas, nampak adanya hubungan patron klien yang terjadi antara Pemerintah Desa Bejjong dengan IKM produk lokal yang ada di Desa Bejjong. Pemerintah Desa Bejjong menduduki posisi patron dengan modal kekuasaan dan akses untuk menawarkan produk lokal melalui digitalisasi. Sedangkan IKM Desa Bejjong menjadi klien yang harus patuh pada patron untuk digitalisasikan produknya. Hubungan ini bersifat simbiosis mutualisme, patron mendapatkan kepercayaan dari klien dan peningkatan industri ekonomi di Desa Bejjong, dan klien mendapat pemasukan tambahan dari proses digitalisasi tersebut.

Ketergantungan antara patron klien ini muncul mulai sebelum Pradana menjabat sebagai kepala desa. Sebelumnya ayahnya Teguh Satriyo menjabat sebagai kepala desa. Saat itu, ketergantungan klien (IKM Desa Bejjong) sudah terjadi walaupun tidak sebesar sekarang. Teguh Satriyo membangun tempat untuk IKM berjualan di sekitar tempat wisata di Desa Bejjong. Selain itu, penyeragaman arsitektur *homestay* dengan menggunakan batu bata merah juga menjadi program pemerintah Desa Bejjong guna menarik para wisatawan untuk tinggal di Desa Bejjong. Klien pada saat itu menggantungkan penjualan produknya pada tempat yang disediakan oleh pemerintah Desa Bejjong. Namun, pemasukan yang didapat oleh klien (IKM Desa Bejjong) terbatas, karena hanya mengandalkan dari wisatawan yang datang ke Desa Bejjong dan masyarakat di sekitar Desa Bejjong.

Adanya pandemi juga membuat pemasukan IKM Desa Bejjong menurun. Hal ini dikarenakan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Bejjong pada awal pandemi 2020 menurun drastis. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah Desa Bejjong sebagai patron mengerahkan segala modal yang dimilikinya, baik kekuasaan, ekonomi, politik dan sosial untuk meningkatkan kembali roda perekonomian di masa pandemi. Melalui program pendampingan dari perangkat desa dan melibatkan *stakeholders* di luar Desa Bejjong, maka Desa Bejjong menjadi salah satu Desa yang masuk dalam 100 besar Desa Wisata dari 1.831 pendaftar dalam Anugerah Desa Wisata 2021 yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf. Hal ini dikarenakan adanya pengembangan potensi desa melalui masyarakat yang tergabung dalam kelompok Centini dan Paguyuban Ibu-Ibu Homestay serta Sanggar Seni Bhagaskara.

Keberhasilan tersebut membuat ketergantungan IKM Desa Bejjong semakin besar terhadap pemerintah Desa Bejjong. Setelah Teguh Satriyo mangkat, maka kedudukannya digantikan oleh anaknya, Pradana. Pradana dengan semangat anak mudanya memimpin Desa Bejjong dengan melanjutkan program-program yang sudah dijalankan oleh pemerintah desa sebelumnya. Perbedaan paling mencolok dari kreatifitas yang dilakukan oleh Pradana dalam membangun desanya adalah melalui digitalisasi.

Menurut Pradana, pemerintah desa beserta IKM harus melek teknologi agar tidak ketinggalan di era industri 5.0 ini. Lebih lanjut dia mengatakan bahwa produk lokal yang dihasilkan di Desa Bejjong sudah bagus kualitasnya. Hanya saja, para IKM belum mampu mendigitalisasi pemasaran produk lokal tersebut. Hal ini yang membuat pemasaran produk lokal Desa Bejjong terbatas. Untuk itu, dia memberikan sarana berupa digitalisasi produk-produk tersebut. Misalnya dengan melalui web, instagram, facebook, shopee, dan sebagainya. Pradana mengajak masyarakat Desa Bejjong yang melek teknologi, terutama anak-anak muda untuk memanfaatkan media tersebut.

Agus Kasiyanto, Sekretaris Desa Bejjong mengatakan memang sebagian besar kendala IKM Desa belum paham bagaimana caranya memanfaatkan media sosial dan media online untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata Desa Bejjong. Hal ini menyebabkan para IKM Desa Bejjong bergantung pada pemerintah Desa untuk memasarkan secara digital produk tersebut.

Walaupun selama ini sudah ada BUMDes, akan tetapi untuk pemasaran produk lokalnya kurang maksimal. Salah satu kendalanya adalah para perangkat BUMDes tersebut sudah berumur dan kurang melek teknologi. Untuk itu dibutuhkan inovasi yang lebih maju dalam memasarkan produk lokal Desa Bejjong. Langkah yang diambil oleh Pradana bagi Agus sudah tepat. Dengan memanfaatkan tenaga muda yang melek teknologi, diharapkan pemasaran produk lokal Desa Bejjong dapat dipasarkan secara meluas, bahkan sampai ke mancanegara.

Peningkatan jumlah pembelian produk lokal Desa Bejjong memang belum dihitung karena Pradana baru menjabat awal tahun ini, tapi berdasarkan wawancara dengan pak Agus selaku Sekdes Bejjong, banyak pengusaha lokal Bejjong yang mendapatkan keuntungan lebih dari adanya digitalisasi ini. Apalagi melalui program paket wisata yang ditawarkan, bukan hanya jasa pariwisata saja yang meningkat, akan tetapi juga melibatkan produk makanan dan minuman, serta produk seni berupa batik dan cor kuningan.

KESIMPULAN

Hubungan patron-klien antara pemerintah Desa Bejjong dan Industri Kecil Menengah (IKM) Bejjong terbentuk melalui ajakan pemerintah desa kepada IKM untuk mendigitalisasikan produk dan jasa mereka, yang tercermin dari interaksi aktif antara kedua belah pihak. Bagi pemerintah desa sebagai patron, digitalisasi ini diharapkan dapat mendorong peningkatan ekonomi lokal dan menarik investor, sementara bagi IKM sebagai klien, hubungan ini menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan dan menjaga eksistensi usaha di era industri 5.0. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi IKM, mengeksplorasi dinamika kekuasaan dalam hubungan patron-klien, melakukan studi komparatif dengan desa lain, meneliti pengaruh era industri 5.0 terhadap relasi sosial dan ekonomi desa, mengevaluasi efektivitas program digitalisasi dari perspektif IKM, serta melakukan kajian jangka panjang mengenai potensi kemandirian atau ketergantungan IKM terhadap pemerintah desa.

REFERENSI

- Adnan, R. S. (2014). Dinamika Struktur-Agensi dalam Perkembangan Industri Otomotif Indonesia. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 19(1), 84–99.
- Alwan, M. L. (2020). Pola Hubungan Patron-Klien Pada Usaha Perikanan Tangkap Di Pelabuhan Pasuruan Kota Pasuruan Jawa Timur. *Universitas islam negeri sunan ampel*.
- Anilta, V. (2019). *Dinamika Hubungan Patron Klien Nelayan di Pantai Utara Jawa: Studi Kasus di Kecamatan Wonokerto Kabupaten Pekalongan*. FISIP UIN Jakarta.

- Ansyari, I., Harsasto, P., & Fitriyah, F. (2019). Analisis Patron Klien Terhadap Kemenangan Partai Golkar Kabupaten Tanah Datar Sejak Reformasi. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 1(1), 12–23.
- Ardhia, O. M., Muawanah, U., & Farhan, D. (2024). Mediasi komitmen keberlanjutan dalam pengaruh reputasi dan budaya perusahaan terhadap kualitas laporan keberlanjutan. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 331–350.
- Chalid, A., & Manjib, T. (2021). Strategi Kelompok Nelayan dalam Mereduksi Politik Patron Klien di Kabupaten Maros. *JIAP: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 9(1), 60–73.
- Djadjuli, D. (2018). Peran pemerintah dalam pembangunan ekonomi daerah. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 5(2), 8–21.
- Faizah, F. N., & Satriyati, E. (2018). Hubungan Patron Klien Blandong Dengan Mandor Hutan. *Dialektika Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 2(2), 49–58.
- Hefni, M. (2009). Patron-Client Relationship pada Masyarakat Madura. *KARSA*, XV(1).
- Indrawan, J. (2021). *Pengantar Politik: Sebuah telaah empirik dan ilmiah*. Bumi Aksara.
- Kemenperin. (2017). *Indonesia Masuk Kategori Negara Industri*. [https://kemenperin.go.id/artikel/18473/Indonesia-Masuk-Kategori-Negara-Industri#:~:text=Pasalnya%2C sektor industri merupakan kontributor,masuk dalam 10 besar dunia](https://kemenperin.go.id/artikel/18473/Indonesia-Masuk-Kategori-Negara-Industri#:~:text=Pasalnya%2C%20sektor%20industri%20merupakan%20kontributor,masuk%20dalam%2010%20besar%20dunia)
- Kristiyanti, M., Kundori, K., & Hermawati, R. (2023). Membangun sumber daya manusia dan teknologi informasi sebagai dasar kejayaan maritim di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 23(2), 109–122.
- Lisandini, C. (2023). *Relasi Patron-Klien dalam Utang-Piutang di Desa Cikuya, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes*. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
- Maftuchin, A. S. (2016). Tuan Tanah dan Lurah: Relasi Politik Lokal Patron-Client di Desa Sukorejo Kecamatan Godanglegi Kabupaten Malang dalam Kurun Waktu 2007-2013. *UMBARA: Indonesian Journal of Anthropology*, 1(2).
- Nuraini, P., Kasman, S., & Oktayanty, Y. (2024). Hubungan patron-klien pengrajin tenun unggan di nagari unggan, sijunjung, sumatera barat. *Social Integrity Journal*, 1(1), 68–76.
- Nurcholis, A. (2016). *Orang Kuat Dalam Dinamika Politik Lokal Studi Kasus: Kekuasaan Politik Fuad Amin di Bangkalan*.
- Octoviani, A., & Puspita, A. S. (2023). Implementasi Triple Helix dalam Meningkatkan Competitive Advantage Industri Kreatif. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 3(1), 13–22.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2021). Identifikasi Aktor Dan Faktor Dalam Ekosistem Kewirausahaan: Kasus Pada Industri Kreatif Di Wilayah Priangan Timur, Jawa Barat. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 241–262.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardono, E. (2023). *Kebijakan Kemaritiman Indonesia Formulasi Dan Implementasi*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.