

## **ABSTRAK**

### **BENTUK DAN STRATEGI JARINGAN SOSIAL MAKELAR MOBIL DI SURABAYA**

Surabaya sebagai kota perdagangan dan industri semakin tumbuh pesat dan maju. Dampak dari pertumbuhan yang pesat tersebut diikuti semua sektor, contohnya sektor otomotif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya showroom-showroom mobil, baik mobil yang baru ataupun yang bekas. Bagi masyarakat yang tingkat perekonomiannya sedang dan ingin memiliki mobil pribadi, showroom mobil bekas bisa menjadi pilihan yang cocok. Selain itu terdapat jalan alternatif lain untuk memiliki mobil bekas dan berkualitas selain membeli di showroom. Yaitu dengan menggunakan jasa makelar mobil. Makelar mobil menjadi fenomena masyarakat, karena semua orang bisa menjadi makelar mobil dan tidak dibutuhkan syarat-syarat administrasi. Karena makelar mobil menjadi fenomena masyarakat maka menarik untuk diteliti dan dipelajari lebih lanjut.

Penelitian mengenai makelar mobil ini lebih difokuskan pada bentuk dan strategi yang digunakan makelar mobil dalam melakukan kegiatannya. Dengan melakukan observasi partisipasi (pengamatan terlibat) dan wawancara dapat diketahui bagaimana makelar mobil bisa tetap bertahan dari persaingan sesama makelar.

Makelar mobil dapat tetap bertahan dan eksis dari persaingan sesama makelar karena para makelar mobil ini menerapkan jaringan dalam konteks tertentu yang dimilikinya. Jaringan tersebut berupa jaringan sosial horisontal dan jaringan sosial vertikal, yang mana kedua jaringan tersebut berguna untuk mendapatkan informasi mengenai mobil yang dijual ataupun di beli.

Jaringan sosial yang merupakan pengelompokan tiga orang atau lebih dalam hubungan sosial para makelar dijadikan senjata andalan untuk dapat berinteraksi dengan teman seprofesi dan mendapatkan informasi mengenai mobil yang dijual.

Keyword : Makelar