

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN SITUS MOBIL88

ABSTRAK

E-Marketing merupakan bentuk usaha dari perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui media internet. Mobil88 adalah salah satu pemain, showroom jual beli mobil bekas berkualitas di Indonesia. Mobil88 menggunakan *E-Marketing* sebagai cara untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan, dan memasarkan produk dan jasa melalui media internet. Namun, bagaimana konsumen menggunakan media internet dalam mencari informasi mobil bekas perlu dikaji lebih lanjut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan desain penelitian eksploratif. Obyek penelitian pada penelitian ini adalah Mobil88 yang merupakan salah satu anak perusahaan PT Astra International TBK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelanggan menggunakan media internet dalam mencari informasi mobil bekas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan 5 *key informan* internal dan 18 *key informan* eksternal dalam hal ini adalah karyawan Mobil88 dan konsumen mobil bekas. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis mengenai fakta pada objek penelitian sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, kemudian membuat perbandingan dan analisis dengan teori yang digunakan.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen melakukan beberapa tahapan pencarian informasi diantaranya *Starting, Chaining, Browsing, Differentiating* walaupun tidak semua *key informan* melalui setiap tahapan yang dijelaskan dalam teori *Perilaku Pencarian Informasi*, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen melalui beberapa proses tahapan dalam mencari informasi. Hasil penelitian lainnya lebih pada menjelaskan harapan konsumen mengenai kemudahan dalam mengakses fitur online Mobil88. Pengembangan dan pembaharuan fasilitas *online* sebagai salah satu inovasi pelayanan Mobil88 perlu dilakukan.

Kata Kunci: E – marketing, E – commerce, Perilaku Pencarian Informasi