

ABSTRAK

Persaingan pemasaran semakin hari semakin sengit, sehingga menuntut bagian pemasaran suatu perusahaan mencari strategi untuk mewujudkan pemasaran yang efektif dan efisien. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan Badan usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Witel Bandung menerapkan telemarketing (*outbound call*) untuk melakukan penawaran aktivasi aplikasi Langit Musik IndiHome kepada pelanggan prospek, meskipun di era digital saat ini, telemarketing sudah mulai ditinggalkan seiring berkembangnya zaman dan lebih menggunakan sosial media untuk melakukan pemasaran seperti Instagram, Facebook, Web, dan lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk 1.) Untuk mengetahui penerapan ketepatan waktu menelepon dalam pelaksanaan telemarketing (*outbound call*) di Witel Bandung tahun 2023. 2.) Untuk mengetahui penerapan keramahan dalam pelaksanaan telemarketing (*outbound call*) di Witel Bandung tahun 2023. 3.) Untuk mengetahui penerapan kelengkapan informasi dalam pelaksanaan telemarketing (*outbound call*) di Witel Bandung tahun 2023. 4.) Untuk mengetahui penerapan telemarketing (*outbound call*) di Witel Bandung tahun 2023. 5.) Untuk mengetahui penerapan intonasi dalam pelaksanaan telemarketing (*outbound call*) di Witel Bandung tahun 2023.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada manager dari unit Digital Service & Wifi serta tiga karyawan yang melakukan *telemarketing* melalui *outbound call* produk Langit Musik. Metode ini menekankan pada teori kemudian disinkronkan dengan data yang ada di lapangan, kemudian ditarik menjadi kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa 1.) Komunikasi telemarketing di PT Telkom Witel Bandung, menggunakan jenis telemarketing *Outbound Call*. Telemarketing merupakan bentuk komunikasi antar individu yang menginformasikan dan mengajak kepada calon pembeli untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan saat komunikasi berlangsung. Waktu yang diberikan untuk menelepon konsumen sekitar 2-5 menit setiap orang. 2.) Telemarketing di PT Telkom Witel Bandung masih digunakan karena alasan utamanya yaitu : “Alasan utama menggunakan dan menetapkan telemarketing sebagai bagian utama dari pemasaran atau penawaran produk layanan ke konsumen yaitu untuk menjalin komunikasi yang erat dengan konsumen secara bertahap dan memberikan informasi menyeluruh kepada konsumen yang menggunakan produk / layanan dari PT Telkom Witel Bandung khususnya”. 3.) Penerapan telemarketing di PT. Telkom Witel Bandung sudah berjalan sesuai dengan seharusnya penyampaian pesan dan informasi mengenai produk / layanan yang dilakukan

dan disampaikan saat telemarketer menghubungi konsumen sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan SOP serta ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Kata kunci : telemarketing, outbound call, IndiHome