

ABSTRAK

Pada era modern ini, Internet adalah salah satu dari beberapa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat zaman sekarang, karena dengan internet mengakses apapun yang kita inginkan bisa lebih efektif dan efisien. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk berusaha supaya tetap dapat menjadi *pioneer* dalam penyedia jasa telekomunikasi sesuai dengan misinya yaitu “*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*” PT. Telkom memperkenalkan produk barunya yang berhubungan dengan pelayanan internet yaitu Indonesia Wi-Fi atau Wifi.id, dengan segala macam kelebihannya. Banyak cara yang digunakan oleh PT. Telkom Indonesia dalam memperkenalkan dan memasarkan produk Wifi.id kepada masyarakat luas, agar masyarakat mengetahui manfaat menggunakan Wifi.id. salah satunya adalah dengan memperkenalkan secara *personal* dan intens menggunakan metode *Telemarketing*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Telemarketing Pada Produk Wifi.id di PT. Telkom Indonesia Witel Jakarta Timur Tahun 2017 dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif

Bahwa PT. Telkom Indonesia Witel Jakarta Timur masih menggunakan telemarketing sebagai salah satu metode promosi untuk memperkenalkan Produk Wifi.id, PT. Telkom Indonesia mengimplementasikan dua tipe telemarketing, yaitu Outbound Telemarketing, Inbound Telemarketing dengan konsep kerja Telemarketing.

Kata Kunci : Telemarketing