

ABSTRAK

Strategi Pemasaran selalu dimiliki oleh setiap perusahaan yang bertujuan untuk mencapai target-target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan menggunakan teknik perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi serta tahapan-tahapan yang sesuai untuk mencapai target. Unit *Business Government Enterprise Service* (BGES) adalah salah satu divisi yang ada pada PT. Telkom Witel Jambi. Unit BGES adalah unit yang bekerja pada bidang Marketing pada 3 Segmen untuk menjembatani dalam memenuhi kebutuhan barang atau jasa berbasis Telekomunikasi. 3 Segmen yang berdiri pada Unit BGES, yaitu: *Business, Government dan Enterprise*. Pada bulan Juli 2019 Segmen *Government* berhasil mencapai *Billing Complete* tertinggi dari regional 1 Sumatera dalam tetapi pada bulan Juli 2019 tidak semua segmen berhasil mencapai *Billing Complete*. Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan analisis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang diterapkan oleh *Account Manager* pada segmen *Government* dalam mencapai *Billing Complete*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran unit BGES segmen *Government* terbagi pada tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Penentuan, pemilihan, identifikasi serta penerapan adalah proses tahapan yang berkaitan pada perencanaan ini. Kemudian pelaksanaannya, segmen *Government* menggunakan *Personal Selling* sebagai alat komunikasi pemasaran dan tahap terakhir evaluasi *progress* setiap *Account Manager* yang dilakukan oleh *Manager* unit BGES.

Kata kunci: Strategi pemasaran, BGES, PT. Telkom Witel Jambi