

## ABSTRAK

Telkom Indonesia Graha Merah Putih Bandung menjadi salah satu regional Telkom Indonesia di Jawa Barat yang bertujuan untuk memperluas area penjualan dari Telkom Indonesia. Salah satu unit pada Telkom Indonesia Graha Merah Putih Bandung yaitu RWS 3 (*Regional Wholesale Service 3*) mengalami kenaikan penjualan terhadap produknya yaitu neuCentrIX dimana kenaikan penjualan tersebut dipengaruhi oleh strategi yang digunakan RWS 3 (*Regional Wholesale Service 3*) yaitu strategi *Direct Selling*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu triangulasi yang dimana isinya itu berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Kegunaan dari metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan maksud untuk mendapatkan informasi dan beragam data yang memungkinkan untuk dianalisis yang bertujuan untuk memecahkan rumusan masalah yang terjadi pada unit RWS 3 (*Regional Wholesale Service 3*).

Dengan metode pengumpulan yang digunakan, akhirnya penulis mendapatkan hasil yang dimana strategi *Direct Selling* yang digunakan berhasil dan penggunaan strategi tersebut tersusun dengan rapi sehingga jauh dari kata *hard selling*. Strategi yang digunakan sangat cocok dan efektif dikarenakan pelanggan dari RWS 3 (*Regional Wholesale Service 3*) sendiri yaitu ISP (*Internet Service Provider*) dan OLO (*Other License Operator*) yang segmentasi penjualannya itu berupa B2B (*business to business*) dan tidak hanya itu saja melainkan ada hal lain yang menjadi faktor keberhasilan penjualan yaitu adanya webinar/seminar, *sharing* terhadap pelanggan, dan penanganan masalah yang cepat.

**Kata Kunci :** Telkom Indonesia, Penjualan Langsung, dan neuCentrIX 2.0