

ABSTRAK

Secara global menurut *International Telecommunication Union*, para pengguna internet semakin bertumbuh pesat dari tahun 2005-2019. Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang tidak bisa lepas dari internet, karena dengan internet mengakses apapun yang kita inginkan bisa lebih efektif dan efisien. PT Telkom Indonesia merupakan salah satu provider telekomunikasi terbesar yang bergerak dalam bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Telkom mengeluarkan produk yang bernama IndiHome yaitu layanan digital yang telah menggunakan teknologi fiber optik, sehingga transmisi data dan akses bisa dilakukan dengan kecepatan optimal. PT Telkom Indonesia dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya salah satunya yaitu dengan menggunakan *telemarketing*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *telemarketing* pada penawaran produk Add on IndiHome di PT. Telkom Witel SUMBAR tahun 2021. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa PT. Telkom Indonesia witel SUMBAR masih menggunakan *telemarketing* berupa *outbound call* sebagai salah satu promosi untuk memperkenalkan produk Add on Indihome kepada pelanggan. Alasan PT. Telkom Witel SUMBAR menggunakan *telemarketing* yaitu dapat menghemat waktu atau efisiensi waktu, dapat dilakukan secara *ondesk*, efektif karena agen *telemarketer* menyasar pelanggan sesuai dengan *profilingnya* sehingga produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan dapat menghemat dalam biaya operasionalnya.

Kata Kunci: *Telemarketing, Promosi, Outbound Call.*