

ABSTRAK

Dimasa modern ini masyarakat dapat mendengarkan music secara online (*streaming*) baik music Indonesia atau music Nusantara. Dalam meningkatkan penjualan produk Aplikasi Langit Musik PT. Telkom Indonesia pada Unit Digital Service dan Wifi melakukan pemasaran *Telemarketing Outbond Call* kepada Pelanggan Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *telemarketing* produk Langit Musik PT. Telkom Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan mendeksripsikan fenomena yang terjadi sebagaimana mestinya pada saat penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan wawancara. Berdasarkan hasil dan pembahasan PT. Telkom Indonesia pada Unit Digital Service dan Wifi sudah melaksanakan 7 tahapan telemarketing dengan baik. Tahapan tersebut adalah tahapan *Prospecting & Qualifying*, *Preapproach*, *Approach*, *Presentation*, *Handling Objections*, *Closing* dan *Follow Up*. Dari 7 tahapan tersebut, nilai tertinggi didapatkan pada aspek *Follow Up* sedangkan aspek terendah ada pada aspek *Closing*.

Kata Kunci : *telemarketing, Aplikasi Langit Musik, Telkom*



ABSTRACT

In this modern era, society could access music online or via streaming services, be it Indonesian or national music. In improving the sales of Aplikasi Langit Musik product, PT. Telkom Indonesia on the WiFi and Service Digital Unit and WiFi conducted a Telemarketing Outbound Call to their Telkom customers. This research is aimed at identifying the implementation of telemarketing of Langit Musik products at PT. Telkom Indonesia. The method used in this study is descriptive, and it is aimed at describing the phenomenon that occurs as planned during the research. The technique for collecting the data is observation, questionnaire, and interview. Based on the result and discussion PT. Telkom Indonesia on the WiFi and Service Digital Unit had implemented 7 stages of telemarketing properly. The stages are prospecting & qualifying, preapproach, approach, presentation, handling objections, closing and follow-up. Of all 7 steps, the highest mark is obtained by the follow-up aspect, while the lowest is the closing aspect.

Keywords: telemarketing, Langit Musik Apps, Telkom

