

## ABSTRAK

Semakin tingginya tingkat kompetisi para pelaku bisnis khususnya di bidang jasa, mengharuskan para pelaku bisnis berlomba-lomba membuat strategi promosi yang terbaik bagi perusahaannya. Promosi sangat diperlukan perusahaan karena untuk meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan juga salah satu penentu suksesnya perusahaan menghadapi persaingan di pasar. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *promotion mix* program jaminan sosial pekerja bukan penerima upah di Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun berdasarkan teori tentang *promotion mix* oleh Kotler dan Armstrong (2004). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan memaparkan data, kemudian dilakukan pembahasan dengan membandingkan data yang diperoleh di lokasi penelitian dengan indikator *promotion mix* oleh Kotler dan Armstrong (2004) yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Hasil dari penelitian ini yaitu, implementasi *promotion mix* program jaminan sosial pekerja bukan penerima upah BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun dilakukan dengan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang belum sepenuhnya dilakukan seperti pertimbangan dalam memilih media iklan, penganggaran periklanan, evaluasi program pemasangan iklan dan tidak adanya divisi khusus untuk kegiatan hubungan masyarakat.

Kata kunci : *promosi, promotion mix, jaminan sosial tenaga kerja*