

ABSTRAK

Promosi merupakan langkah penting dalam memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan produk agar mampu menarik konsumen. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang kompetitif dengan menggunakan bauran promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran promosi aplikasi Pospay yang diterapkan di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Magetan berdasarkan teori unsur bauran promosi menurut Sofjan Assauri (2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, diperoleh data primer melalui wawancara dengan informan yang terlibat langsung dengan fokus masalah. Data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa penerapan bauran promosi di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Magetan yaitu menggunakan advertensi yang dilakukan melalui brosur, banner, pamflet, *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, Tiktok. *Personal Selling* dilakukan melalui presentasi penjualan dan pemberian program insentif kepada masyarakat. Promosi Penjualan dilakukan dengan pemberian kupon atau *reward*. *Public Relations* dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dengan menjalin hubungan baik kepada pelanggan.

Kata kunci: *Bauran Promosi*