

## ABSTRAK

Dalam upaya meningkatkan nilai pendapatan, perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang baik. Salah satu bentuk dari strategi pemasaran tersebut adalah promosi. Beberapa perusahaan melakukan kegiatan promosi yang disebut dengan bauran promosi terdiri dari lima indikator menurut Kotler dan Armstrong (dalam Kurniardi, 2022), yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan kegiatan bauran promosi Bagian Persewaan Aset di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 6 Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan bauran promosi menggunakan lima indikator yang meliputi periklanan seperti menggunakan media sosial, promosi penjualan dengan memberikan hadiah, penjualan pribadi yang dilakukan dengan bertemu langsung kepada pelanggan, hubungan masyarakat dengan selalu menjaga komunikasi, dan pemasaran langsung seperti menggunakan *email*. Kegiatan bauran promosi yang dilakukan tersebut digunakan untuk meningkatkan nilai pendapatan perusahaan.

Kata kunci : *promosi, bauran promosi*