ABSTRAK

Aldiza Ramadhany 160120055 TINJAUAN ATAS ADAPTASI PRODUK GLOBAL PADA MCDONALD’S INDONESIA di bawa bimbingan H.Bambang Hengky Rainanto.S.Pi. MM.

Pemasaran global merupakan suatu kegiatan pemasaran yang terbuka bagi semua pelaku usaha dengan melakukan strategi pemasaran pasar, atau juga pemasara global adalah kegiatan pemasaran yang operasinya melewati batas-batas dari satu negara.

Salah satu pemasaran global adalah untuk mempercepat perluasan pasar. Bisnis Global memiliki lingkup yang luas, sehingga dalam kegiatan pemasaran produk, strategi yang dilakukan juga bermacam-macam. Salah satunya strategi pemasaran menggunakan adaptasi produk.

Adaptasi produk merupakan sebuah konsep pendekatan strategi komunikasi pemasaran yang diperluas tanpa adanya perubahan, namun produk diadaptasikan dengan penggunaan lokal atau kondisi yang dikehendaki.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi adaptasi produk global yang dilakukan, untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan yang terjadi dan mengetahui upaya mengatasinya. Penulis melakukan pengamatan pada makanan siap saji MCDONALD’S INDONESIA.

Hasil tinjauan menunjukan bahwa adaptasi produk global yang dilakukan oleh McDonald’s Indonesia adalah produknya yang merupakan produk global yang memiliki nilai lebih dan menawarkan rasa produk yang berbeda di setiap negaranya, Dengan cara menyesuaikan produk yang akan diluncurkan sesuai kebudayaannya. Promosinya pun yang McDonald’s Indonesia lakukan adalah melakukan promosi dari segi iklan dan cara berkomunikasi.

Keywords: Pemasaran Global, Adaptasi Produk, dan McDonald’s.