

## ABSTRAK

**Septi Sinar Pertiwi. 2017. 8223145707. Strategi Promosi Pada Restoran Siap Saji McDonald's. Program Studi D III Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui gambaran secara umum promosi pemasaran McDonald's yang telah diterapkan dan sebagai alat formulasi strategi promosi pemasaran perusahaan. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 7 Maret 2017 sampai 4 April 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa restoran siap saji McDonald's menggunakan strategi periklanan (iklan televisi, media radio, brosur, poster, *billboards*, spanduk), promosi penjualan (games, undian, diskon, hadiah, kupon), acara dan pengalaman (olahraga, kegiatan), hubungan masyarakat (donasi, *charity*, CSR), pemasaran langsung dan interaktif (sosial media, *web site*). Berdasarkan hasil analisis strategi (SO, ST, WO, WT) yaitu untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman, McDonald's sebaiknya melakukan beberapa pembaruan dan inovasi. Pembaruan dapat dilakukan terhadap proses pengolahan makanan untuk memperbaiki citra McDonald's sebagai penyedia makanan yang tidak sehat. Sedangkan inovasi dibutuhkan untuk menjaga loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Promosi

## **ABSTRACT**

**Septi Sinar Pertiwi. 8223145707. Promotional Strategies At McDonald's Fast-Food Restaurants. Marketing Management Diploma. Faculty Of Economics. University Of Jakarta.**

*This paper has a purpose to know about the general picture of McDonald's marketing promotion that has been applied and as a formulation tool of corporate marketing promotion strategy. The study was conducted from March 7, 2017 to April 4, 2017. The method used in this research is descriptive analysis with data collection method through literature study, observation, and interview. Data analysis used in this research is SWOT analysis.*

*From the results of writing can be seen that McDonald's fast food restaurant using advertising strategy (radio, brochures, posters, billboards, banners), sales promotions (games, sweepstakes, discounts, gifts, coupons), events and experiences (sports, activities), public relations (donations, charity, CSR), direct and interactive marketing (social media, web site). Based on the results of strategy analysis (SO, ST, WO, WT) that is to minimize weaknesses and threats, McDonald's should do some renewal and innovation. Updates can be made to the food processing process to improve McDonald's image as an unhealthy food provider. While innovation is needed to maintain customer loyalty.*

*Key words: SWOT Analysis, Promotional Strategies*