



ABSTRACT

Globalization makes distance of every nation meaningless. Globalization is a term which has connection with relation dan dependency within nation and human in the world through trade, investment, travel, culture and other forms of interactions so that the boundaries within nations become bias.

The changing concept within space and time, which is the impact of globalisation, every human can communicate faster. In line with high mobility, formed a need of product and communication technology which can answer the various needs of customer, for those who using handphone for daily activitiy or for those who needs to use celluler technology to support business activity.

Nokia is a firm from Findland which doing business in telecommunication field. Having trusted Brand, wide range of portofolio, manufacture dan distribution channel globally are the strategy to win competition in global market.

With intense competition among the cellular vendor, it is very interesting to know the exact strategy in facing competition globally by cellular phone vendor especially Nokia and facing changes of internal and external environment of company.

External analysis is to analize macro environtment such as general economic condition, legislation & regulation, demographic, social value & life style and technology which influence cellular phone industry. And the internal and external analysis which analise competitive environment such as supplier, substitute product, buyer, new entrants, and competitor to identify strength, weakness, opportunity and threath. And the last step is to formulate the strategy with SWOT analysis, what Nokia should do to retain the position as market leader in global competition.

Recommendation strategy for Nokia is to do strategy with global focus, this is caused each area has different needs, and this strategy should be supported with strong distribution channel and integrated supply chain. Other thing that Nokia should do is focusing on research & development and producing wide range of product fro low segment until high segment with product diversification.

Keyword: Globalization, Strategy, Internal, External, SWOT



INTISARI

Adanya globalisasi membuat jarak antara tiap negara tidak begitu berarti lagi. Globalisasi adalah sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi bias.

Terjadinya perubahan konsep dalam ruang dan waktu yang merupakan dampak dari globalisasi, setiap manusia dapat saling berkomunikasi dengan cepat. Seiring dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi terbentuklah kebutuhan akan produk dan teknologi komunikasi yang dapat menjawab keinginan konsumen yang sangat beragam, baik bagi mereka yang menggunakan telepon seluler untuk kebutuhan sehari-hari maupun mereka yang membutuhkan perangkat dan teknologi seluler sebagai pendukung aktifitas bisnisnya.

Nokia merupakan perusahaan asal Finlandia yang melakukan bisnis dalam bidang telekomunikasi. Memiliki merek yang terpercaya, portofolio produk yang luas, manufaktur dan saluran distribusi secara global merupakan strategi yang diterapkan Nokia untuk memenangkan persaingan di pasar global.

Dengan persaingan antar vendor telepon seluler yang sedemikian ketat, sangat menarik untuk mengetahui strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan secara global oleh perusahaan telepon seluler khususnya Nokia dalam menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

Analisis lingkungan eksternal yaitu lingkungan makro seperti kondisi perekonomian secara umum, legislatif dan regulasi, demografi, nilai-nilai sosial dan gaya hidup serta teknologi yang mempengaruhi industri telepon seluler. Kemudian analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal yaitu lingkungan persaingan seperti pemasok, produk pengganti, pembeli, pendatang baru, dan perusahaan pesaing untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Kemudian langkah terakhir yaitu melakukan formulasi strategi dengan Analisis SWOT yang harus dilakukan oleh Nokia untuk mempertahankan posisinya sebagai *market leader* dalam persaingan secara global.

Rekomendasi strategi untuk Nokia yaitu dengan melakukan strategi global fokus, disebabkan setiap area memiliki kebutuhan yang berbeda, kemudian strategi ini harus didukung dengan saluran distribusi yang kuat, *integrated supply chain*, hal lain yang dapat dilakukan Nokia juga memfokuskan pada riset dan pengembangan serta tetap memproduksi produk dengan segmen *low end* sampai *high end* dengan diversifikasi produk.

Kata kunci: Globalisasi, Strategi, Internal, Eksternal & SWOT