

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>INTISARI</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	x
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1. Bentuk Penelitian .....	5
1.5.2. Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.3. Metode Analisis.....	5
1.5.3.1 Analisis Lingkungan Makro.....	6
1.5.3.2 Five Forces Model.....	6



1.5.3.3 Value Chain Analysis.....	6
1.5.3.4 SWOT Analysis.....	6
1.6 Kerangka Analisis.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1. Strategi Perusahaan .....	9
2.2. <i>Stages of Strategic Management</i> .....	10
2.2.1. Formulasi Strategi .....	11
2.2.2 Implementasi Strategi.....	11
2.2.3 Evaluasi Strategi.....	12
2.3. Peluang dan Ancaman Eksternal.....	14
2.4. Kekuatan dan Kelemahan Internal.....	14
2.5. Visi Stratejik & Misi Bisnis.....	14
2.6. <i>Goal &amp; Objective</i> (Tujuan).....	14
2.7. <i>Resources</i> (Sumber Daya).....	15
2.8. <i>Business</i> (Bisnis).....	15
2.9. Struktur, Sistem dan Proses.....	15
2.10 Corporate Strategy Triangle.....	16
2.11. Tingkatan dalam Manajemen Strategi.....	17
2.12. <i>Macroenvironment</i> .....	17
2.12.1. Faktor Ekonomi.....	17
2.12.2. Lingkungan Sosial.....	18



**FORMULASI STRATEGI NOKIA DALAM MEMPERTAHANKAN POSISI SEBAGAI MARKET LEADER  
DALAM PERSAINGAN GLOBAL**

Estee Tuba Sulaiman, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

2.12.3. Lingkungan Politik, Legislatif & Regulasi Pemerintah.....	19
2.12.4. Lingkungan Teknologi.....	19
2.12.5. Demografi.....	20
2.13. <i>Porter's Five Forces of Competition</i> .....	21
2.14. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	29
2. 15. Kompetisi dalam Pasar Global.....	30
2. 16. Analisa Matriks Tows.....	31
BAB III COMPANY PROFILE.....	34
3.1 Sejarah & Perkembangan Nokia.....	34
3.2 Misi Perusahaan.....	36
3.3 Visi Perusahaan.....	36
3.4 Organisasi.....	36
BAB IV ANALISIS.....	41
4. 1 Analisis Faktor Eksternal.....	41
4.1.1 Lingkungan Ekonomi.....	41
4.1.2. Lingkungan Politik & Regulasi.....	44
4.1.2.2 Resiko Politik ( <i>Political Risk</i> ).....	45
4.1.2.3 Regulasi.....	45
4.1.3 Lingkungan Teknologi Informasi.....	47
4.1.4 Lingkungan Demografi.....	49
4.1.5 Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup.....	51
4. 2. Five Forces.....	55



4.2.1. Perusahaan Pesaing.....	55
4.2.2. Pembeli.....	60
4.2.3. Ancaman Produk Substitusi.....	63
4.2.4. Pemasok ( <i>Supplier</i> ).....	64
4.2.5. Ancaman Masuk Pendetang Baru.....	65
4.2.6. Analisa & Kesimpulan Tingkat Persaingan Dalam Industri.....	67
4.3. Analisis Rantai Nilai (Value Chain).....	68
4.3.1. Aktivitas Primer.....	68
4.3.2. Aktivitas Pendukung.....	71
4.3.3. Analisis dan Kesimpulan Rantai Nilai.....	74
4.4. SWOT Analysis.....	75
4.4.1. Strength.....	75
4.4.2. Weakness.....	77
4.4.3. Opportunity.....	79
4.4.4. Threat.....	80
4.4.5. Rekomendasi Strategi.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>86</b>
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Gross Domestic Product.....	42
Tabel 4.2 Data Peringkat Pengguna Telepon Seluler.....	50
Tabel 4.3 Pasar Modal Menurut Kawasan 1991 - 2000.....	51
Tabel 4.4 Worldwide Mobil Terminal Sales To End User in 2007.....	56
Tabel 4.5 Worldwide Mobil Terminal Sales To End User in Q4 2007....	56
Tabel 4.6 Lokasi Pabrik Nokia.....	69
Tabel 4.7 Matrix TOWS.....	81



**FORMULASI STRATEGI NOKIA DALAM MEMPERTAHANKAN POSISI SEBAGAI MARKET LEADER  
DALAM PERSAINGAN GLOBAL**

Estee Tuba Sulaiman, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2 – 1 Pemikiran Strategis Tentang Pemilihan Sebuah Strategi.....	10
Diagram 2 – 2 A Comprehensive Strategic Management Model.....	13
Diagram 2 – 3 Corporate Strategy Triangle.....	16
Diagram 2 – 4 Macroenvironment.....	28
Diagram 2 – 5 Value Chain Analysis.....	29



**FORMULASI STRATEGI NOKIA DALAM MEMPERTAHANKAN POSISI SEBAGAI MARKET LEADER  
DALAM PERSAINGAN GLOBAL**

Estee Tuba Sulaiman, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Consolidated Balance Sheet 2007

Lampiran 2 Consolidated Cash Flow Statement 2007

Lampiran 3 Fakta dan Angka Nokia, 1987 - 2002