

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semakin tingginya tingkat persaingan dalam setiap lini perusahaan yang menyebabkan produk setiap perusahaan harus dapat menunjukkan strategi yang berbeda dari perusahaan lain untuk mendapatkan pangsa pasar (*market share*) dan penjualan produk yang tinggi. Setiap perusahaan mengeluarkan produk baru, produk pesaing akan menantang dengan mengeluarkan produk pesaing untuk menantang penguasaan pasar. Hal inilah yang harus dicermati setiap perusahaan agar produknya bisa menjadi pemimpin pasar. Dalam persaingan pasar, ketika sebuah produk sudah berada pada posisi yang baik dan menjadi ikon pasar, maka perusahaan saingan akan menurunkan produk saingan untuk menantang penguasaan pasar dari produk dengan segmentasi sama.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguasai pasar adalah mempengaruhi minat untuk beli konsumen melalui media periklanan yaitu televisi. Inilah yang harus dijadikan sebagai penempatan (*positioning*), yaitu menempatkan produk pada pikiran calon konsumen (Al Ries, 2002:3). Dengan menempatkan produk di pikiran konsumen maka perkembangan produk mutlak meningkat dan mempunyai kemampuan yang bergerak secara signifikan. Strategi inilah yang diterapkan perusahaan Nokia untuk menarik minat beli konsumen terhadap setiap produk-produk yang ditawarkan.

Nokia adalah sebuah perusahaan Multinasional yang dalam sejarah inovasinya selama 1,5 abad mulai dari pabrik penggilingan bubur kertas diharat day Finlandia menjadi pemimpin telekomunikasi global. Dan kini mampu meraih target penjualan lebih dari 500ribu per unit setiap tahunnya di 130 Negara.

Nokia Corporation merupakan produsen ponsel dengan pangsa pasar terbesar di dunia, dalam mempromosikan Handphone nya dengan berbagai macam model yang ditawarkan dipasar. Nokia juga merupakan pemain terbesar mengungguli para pemain lainnya seperti Sony Ericson, Samsung, LG dan Merk Handphone lainnya.

Nokia mempromosikan produknya dengan cara yang cukup unik yaitu dengan menggunakan subjek manusia yang sedang bersalaman, dengan tujuan menunjukkan bahwa Nokia mampu menghubungkan banyak orang dengan orang lain diseluruh penjuru dunia walau dengan jarak yang sangat jauh sekalipun. Yang dinyatakan dengan semboyannya "Nokia Connecting People", dan secara langsung menginformasikan bahwa Nokia adalah telpon seluler yang tepat untuk memenuhi kebutuhan Manusia dalam berkomunikasi. Nokia juga membantu siapa pun untuk mengisi kebutuhan dan membantu orang untuk merasa dekat satu sama lain. dalam situasi apapun. Serta bentuk promosi lain yang berhasil menjaring banyak konsumen untuk menggunakan produk Handphone Nokia ini.