

ABSTRAK

Persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis sekarang ini cukup ketat. Dalam persaingan yang ketat ini masyarakat diajak untuk berpikir dua kali sebelum membeli suatu produk. Hal tersebut dapat terjadi karena semakin sulitnya membedakan produk yang satu dengan yang lain dan tingginya tuntutan konsumen akan suatu produk akibat dari semakin banyaknya kebutuhan konsumen.

Kondisi seperti itu juga terjadi pada industri telekomunikasi. Pertumbuhan yang pesat di industri telekomunikasi diikuti dengan ketatnya persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam industri ini termasuk salah satunya yang memiliki peran terbesar adalah industri selular. Pesatnya pertumbuhan industri selular sendiri terlihat dari besarnya jumlah pendapatan yang didapat oleh operator selular sepanjang tahun 2004 yaitu Rp 48 triliun, dimana jumlah ini diprediksikan akan terus bertambah untuk 5 tahun kedepan (www.wartaekonomi.com).

Pengelolaan ekuitas merek (*brand equity*) yang baik mutlak diperlukan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut. Dimana salah satu bagian yang terpenting dari ekuitas merek adalah kesan merek. Kesan merek (*brand image*) terbilang penting karena mengandung ide, kepercayaan, nilai, anggapan, minat, dan fitur yang membuat merek terlihat unik (www.brandwerksgroup.com). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi yang benar guna memperkuat mereknya di pasar.

Co-branding adalah salah satu strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan yang ketat sekarang ini sebab dalam kerjasama ini perusahaan diajak untuk bekerjasama dengan perusahaan lain untuk memenuhi tuntutan konsumen dan menutupi keterbatasan perusahaan ketika memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. *Co-branding* sendiri adalah kombinasi dua atau lebih merek yang sudah cukup dikenal, dimana keduanya bersama-sama memberikan suatu bentuk penawaran.

Salah satu contoh kerjasama *co-branding* adalah FrenSip. FrenSip merupakan bentuk kerjasama *co-branding* antara vendor *handphone* dan operator selular. FrenSip juga disebut-sebut sebagai kerjasama *co-branding* yang pertama kali dilakukan vendor *handphone* dan operator selular di Indonesia (www.swa.co.id). Kerjasama ini sudah menghasilkan tiga buah produk dengan nama merek berbeda-beda yaitu FrenSip I, FrenSip Stylo, dan FrenSip Slimo. FrenSip I dan FrenSip Slimo merupakan hasil kerjasama *co-branding* antara Samsung dan Mobile-8. Sedangkan FrenSip Stylo merupakan hasil kerjasama *co-branding* antara ZTE (Zhongxing Telecommunication Equipment) dan Mobile-8.