

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor sukses kunci industri bulu mata palsu, kekuatan PT MATA yang dapat menjadi keunggulan bersaing, dan strategi bersaing PT MATA yang dapat menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan di industri bulu mata. Metoda penelitian ini dimulai dari identifikasi visi strategik yaitu visi, misi, dan budaya PT MATA yang kemudian dilanjutkan dengan analisis eksternal dan internal. Analisis eksternal dalam penelitian menggunakan analisis PESTEL dan *Porter's Five Forces*. Analisis eksternal ditujukan untuk mencari peluang dan ancaman dari lingkungan makro dan mikro yang dimiliki oleh PT MATA. Setelah mendapatkan peluang dan ancaman maka perlu diketahui secara spesifik faktor apa saja yang paling mempengaruhi keberhasilan perusahaan di industri bulu mata palsu. Analisis faktor sukses kunci menjawab pertanyaan tersebut dan didapat bahwa konsistensi kualitas produk dan harga yang kompetitif adalah dua faktor yang paling mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan di industri bulu mata palsu. Tantangan ini perlu dijawab dengan analisis internal. Analisis internal dilakukan dengan analisis sumber daya dan kapabilitas rantai nilai PT. MATA untuk mencari kekuatan PT MATA yang dapat menjadi keunggulan bersaing. Analisis kemudian dilanjutkan dengan tes VRIO untuk mencari keunggulan bersaing yang berkelanjutan yang dapat menunjang pertumbuhan jangka panjang PT MATA. Pada penelitian ini didapat bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan dapat menjawab faktor sukses kunci dan memiliki ciri-ciri pada *low cost drivers* dan *differentiation drivers*. Oleh karena itu, strategi bersaing yang cocok untuk kasus PT MATA adalah *best cost provider* dan ini sejalan dengan visi strategik yang dimiliki oleh PT MATA.

Kata kunci: industri bulu mata palsu, visi strategik, PESTEL, *Porter's Five Forces*, faktor sukses kunci, sumber daya, kapabilitas, rantai nilai, VRIO, keunggulan bersaing, keunggulan bersaing berkelanjutan, strategi bersaing, *best cost provider*.

ABSTRACT

This study aims to find the key success factors of the false eyelash industry, the strength of PT MATA which can be a competitive advantage, and the competitive strategy of PT MATA which can create a sustainable competitive advantage in the eyelash industry. This research method starts from the identification of strategic vision, namely the vision, mission and culture of PT MATA which is then followed by external and internal analysis. External analysis in the study used PESTEL analysis and Porter 's Five Forces. External analysis is intended to look for opportunities and threats from the macro and micro environment owned by PT MATA. After getting opportunities and threats, we need to know specifically what factors most influence the success of companies in the false eyelash industry. Analysis of key success factors answers this question and it is found that the consistency of product quality and competitive prices are two factors that most influence the success of a company in the false eyelash industry. This challenge needs to be answered with internal analysis. Internal analysis is done by analyzing the resources and capabilities of the value chain of PT. MATA to find the strength of PT MATA which can be a competitive advantage. The analysis is then followed by a VRIO test to seek sustainable competitive advantage that can support PT MATA's long-term growth. This research shows that sustainable competitive advantage can answer key success factors and have characteristics in low cost drivers and differentiation drivers. Therefore, the competitive strategy suitable for the PT MATA case is the best cost provider and this is in line with the strategic vision of PT MATA.

Keywords: false eyelash industry, strategic vision, PESTEL, Porter 's Five Forces, key success factors, resources, capabilities, value chain, VRIO, competitive advantage, sustainable competitive advantage, competitive strategy, best cost provider.