

INTISARI

Kosmetik merupakan produk yang digunakan untuk meningkatkan penampilan individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis paradigma struktur, perilaku, dan kinerja (SCP) dalam industri kosmetik Indonesia pada periode 2010 – 2021. Penelitian ini menggunakan data empat laporan tahunan perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian. Analisis dilakukan menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis aspek perilaku dan kuantitatif dengan pendekatan ekonometrika yang mengacu terhadap kerangka teori SCP. Variabel independen akan menganalisis profitabilitas yang menggunakan tiga indikator: *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *earnings per share* (EPS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek struktur yang dianalisis menggunakan indikator pangsa pasar memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap seluruh indikator profitabilitas. Hasil juga menunjukkan bahwa biaya iklan memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap indikator profitabilitas *return on asset* dan *return on equity*, namun tidak mempengaruhi *earnings per share* secara signifikan. Biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap seluruh proksi profitabilitas dalam industri kosmetik Indonesia.

Kata Kunci: industri kosmetik, struktur, perilaku, kinerja, profitabilitas.

ABSTRACT

Cosmetics is a product that is used to enhance an individual's appearance. This study aims to analyze the structure, conduct, and performance (SCP) paradigm of the cosmetics industry in Indonesia during the period of 2010 – 2021. The data used in this study comes from the annual report of four public companies that are listed on the Indonesia Stock Exchange during the study period. The analysis method is qualitative which is used to analyze the conduct aspect and quantitative using an econometrics approach that refers to the SCP framework. The independent variable will analyze profitability through three indicators: return on asset (ROA), return on equity (ROE), and earnings per share (EPS). The result shows that the structure aspect that is being analyzed using market share as the indicator has a significant positive relationship with all profitability indicators. The result also shows that advertising cost has a significant negative relationship with two profitability indicators return on asset and return on equity, but has no significant effect on earnings per share. Distribution cost does not significantly affect all the profitability indicators within the Indonesian cosmetics industry.

Keywords: cosmetics industry, structure, conduct, performance, profitability.