

INTISARI

Penelitian ini dibuat untuk melakukan analisa atas strategi bersaing yang dilakukan PT. Sama Asri Lestari dalam industri kosmetik. Sebelumnya, PT. Sama Asri Lestari memproduksi produk-produk kosmetik dengan merek Japarco. Dengan perkembangan terakhir, PT. Sama Asri Lestari melakukan perubahan arah bisnis dengan berfokus pada penyedia jasa *toll manufacturing* pada kemasan kosmetik.

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif analitik dengan melakukan evaluasi baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan. Analisa atas lingkungan eksternal menggunakan pendekatan PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Ecological dan Legal*) dengan analisa atas persaingan yang ada dilakukan dengan metode *Porter's Five Forces Analysis*. Sementara analisa internal perusahaan dilakukan dengan pendekatan Rantai Nilai dan SWOT.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Indonesia sebagai bangsa dengan populasi yang sangat besar dengan pertumbuhan ekonomi yang baik mempunyai potensi pasar yang besar dalam industri kosmetik. Pemerintah juga mendukung perkembangan industri kosmetik dalam negeri. Di sisi lain, terdapat tuntutan konsumen akan inovasi produk kosmetik yang tidak dapat dipenuhi oleh PT. Sama Asri Lestari. Namun demikian, PT. Sama Asri Lestari mempunyai kemampuan yang baik dalam memenuhi kebutuhan akan kemasan kosmetik.

Dari hasil penelitian ini juga bisa dilihat bahwa strategi bersaing yang dilakukan PT. Sama Asri Lestari dengan berfokus pada penyedia jasa *toll manufacturing* kemasan kosmetik merupakan pilihan yang tepat. Kinerja produksi membaik, kinerja karyawan meningkat, utilisasi alat produksi juga meningkat dan pada akhirnya ini memperbaiki kinerja keuangan perusahaan.

Kata Kunci : *PT. Sama Asri Lestari, industri kosmetik, strategi bersaing, toll manufacturing, lingkungan eksternal, lingkungan internal, PESTEL, Porter's Five Forces Analysis, SWOT*