

Abstract

This research aims to assess attractiveness, identify national competitiveness drivers and critical success factors of Indonesia's cosmetics industry. Porter's Five Forces, Porter's Diamond Model and critical success factor framework are used in this research. The research model in this research is descriptive which data was gathered from questionnaire for pre-test and interviews for the data analysis. Ten interviewees are working in the cosmetics industry as a manager for at least 2 years in Indonesia. The research method in this research is a case study. The data collected are both qualitative and quantitative. Quantitative data is used to measure the level of industry attractiveness and competitiveness. Meanwhile, qualitative data is used to understand the industry more comprehensively. From the data collected, it is found that cosmetics industry attractiveness in Indonesia is medium with high-bargaining power of customers, medium to high threats from new entrants and internal rivalry medium, bargaining power of suppliers, low threats from substitutes. Cosmetic industry competitiveness is high. Demand and factor conditions are the main driver of industry competitiveness. Strategy, structure, rivalry, related and supporting industry are the supporting driver of cosmetics industry competitiveness in Indonesia. Finally, product, marketing, and speed are critical success factors of the cosmetics industry in Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai *attractiveness*, mengidentifikasi *national competitiveness* dan *critical success factor* industri kosmetik di Indonesia. Kerangka yang digunakan adalah Five Forces dan Diamond Model yang digagas oleh Porter, serta *Critical Success Factor*. Desain penelitian pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner untuk pra tes dan interview untuk analisis data. Jumlah sampel yang digunakan adalah 30 untuk pra tes dan jumlah *subject matters experts* adalah 10 manajer yang sudah bekerja minimal 2 tahun di industri kosmetik di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Data yang dikumpulkan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat *industry attractiveness* dan *competitiveness*. Sedangkan, data kualitatif digunakan untuk memahami industri secara lebih menyeluruh. Dari hasil analisis data, ditemukan bahwa *industry attractiveness* di Indonesia adalah menengah dengan kekuatan tawar menawar tinggi, tantangan dari pendatang baru dan persaingan internal menengah, kekuatan tawar menawar menengah, dan tantangan dari produk substitusi rendah. *Industry competitiveness* kosmetik di Indonesia tergolong tinggi. Kondisi permintaan dan faktor merupakan penggerak utama *industry competitiveness*. Strategi, struktur, industri terkait dan mendukung merupakan penggerak pendukung *industry competitiveness* kosmetik di Indonesia. Dengan demikian, produk, pemasaran, dan kecepatan merupakan *critical success factor* industri kosmetik di Indonesia.