

ABSTRAK

Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia atau gigi dan mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Oleh karena itu, konsumsi kosmetik di Indonesia setiap tahunnya pasti meningkat karena konsumis kosmetik tidak hanya wanita saja, pria pun sudah mengkonsumsinya. Dengan demikian industri kosmetik pastinya memiliki banyak pesaing baik perusahaan lokal atau internasional. Karakteristik dan permasalahan industri kosmetik secara keseluruhan dapat dipahami dengan melakukan pemetaan terhadap faktor-faktor yang terlibat. Pemetaan struktur dan kinerja merupakan pendekatan yang umumnya dilakukan dalam menganalisis industri. Metode yang digunakan adalah *mix method* atau gabungan dari metode kuantitatif dan kualitatif. Data sekunder berupa kualitatif dan kuantitatif dikumpulkan melalui studi literatur. Teknik analisis data untuk data kualitatif adalah deskriptif dan kuantitatif adalah analisis statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kosmetik Indonesia termasuk dalam struktur pasar oligopoli ketat dengan nilai rasio konsentrasi (CR3) rata-rata 86.55% dan nilai rata-rata MES adalah 30.32% selama tahun 2007 – 2016. Kinerja industri kosmetik Indonesia cukup baik dengan nilai rata-rata rasio likuiditas 414.92%, rasio leverage 38.10%, ROA 8.04% dan ROE 11.36%.

Kata Kunci : Struktur, Kinerja, Penelitian Campuran