

INTISARI

Dalam industri *skincare* yang semakin kompetitif, posisi pasar yang kuat menjadi kunci keberlanjutan bisnis. CV Nuglow Global, sebagai perusahaan yang berfokus pada perawatan kulit untuk bekas jerawat, menghadapi tantangan stagnasi pertumbuhan di tengah meningkatnya persaingan dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *positioning* yang paling tepat bagi CV Nuglow Global agar dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan daya tarik pasar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan naratif interpretatif kualitatif yang didukung oleh deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan di perusahaan, seperti direktur dan kepala divisi terkait. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis faktor internal dan eksternal, model *Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix* serta pendekatan *Porter's Generic Competitive Strategies* dan *Porter's Value Chain Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing CV Nuglow Global didukung oleh kekuatan finansial, strategi pemasaran digital, dan inovasi teknologi. Faktor eksternal seperti regulasi, tren pasar, dan persaingan memengaruhi strategi bisnis. Berdasarkan *SPACE Matrix*, perusahaan dapat menerapkan strategi agresif melalui ekspansi pasar dan inovasi produk. Strategi fokus dan diferensiasi diterapkan dengan menargetkan pasar *acne fighters* dan layanan konsultasi personalisasi. Analisis *Porter's Value Chain* menyoroti pemasaran digital dan diferensiasi layanan sebagai rantai nilai utama. Kombinasi strategi ini memperkuat pangsa pasar dan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi *positioning* yang tepat dapat menjadi faktor penentu keberhasilan dalam industri *skincare*.

Kata Kunci: *positioning*, faktor internal, faktor eksternal, *SPACE Matrix*, strategi generik, rantai nilai.

ABSTRACT

In the increasingly competitive skincare industry, a strong market position is key to business sustainability. CV Nuglow Global, a company focused on skincare for acne scars, faces the challenge of stagnant growth amid rising competition and changing consumer preferences. Therefore, this study aims to analyze the most appropriate positioning strategy for CV Nuglow Global to enhance its competitiveness and market appeal.

This research employs a qualitative interpretative narrative approach supported by quantitative descriptive data. Data is collected through in-depth interviews with key stakeholders within the company, including the director and relevant division heads. The analysis is conducted using internal and external factor evaluations, the Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix, as well as Porter's Generic Competitive Strategies and Porter's Value Chain Analysis.

The findings reveal that CV Nuglow Global's competitiveness is supported by financial strength, digital marketing strategies, and technological innovation. External factors such as regulations, market trends, and competition influence business strategies. Based on the SPACE Matrix, the company can adopt an aggressive strategy through market expansion and product innovation. A focus and differentiation strategy is implemented by targeting the niche market of acne fighters and providing personalized consultation services. Porter's Value Chain Analysis highlights digital marketing and service differentiation as key value chains. This combination of strategies strengthens market share and sustainable competitive advantage. This study confirms that an effective positioning strategy can be a critical success factor in the skincare industry.

Keywords: *positioning, internal factors, external factors, SPACE Matrix, generic strategy, value chain.*