

ABSTRAK

Dalam perkembangan dunia bisnis keunggulan bersaing memainkan peran krusial dalam strategi pemasaran perusahaan, terutama dalam konteks persaingan yang semakin ketat. PT PZ Cussons di Kota Semarang, sebagai salah satu pemain terkemuka dalam industri perawatan bayi dan dewasa, menghadapi tantangan dalam rangka menjaga serta meningkatkan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang meningkat. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana kualitas layanan, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing dapat berkontribusi pada keberlanjutan bisnis mereka menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) melalui kualitas layanan (*service quality*) dan orientasi pasar (*market orientation*). Melibatkan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dalam analisis. Studi ini dilakukan mitra dagang PT PZ Cussons di Kota Semarang. Studi ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM PLS). Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 100 mitra dagang PT PZ Cussons. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT PZ Cussons dalam upaya memperbaiki dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. Manajemen disarankan untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan dan orientasi pasar guna menciptakan keunggulan bersaing yang kuat. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih mampu menghadapi persaingan pasar yang ketat dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dalam penerapannya Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) adalah faktor lain yang tidak kalah penting. Keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui berbagai strategi, seperti inovasi produk, efisiensi operasional, dan diferensiasi layanan. Perusahaan yang memiliki daya saing yang menonjol dan tangguh akan lebih mudah mendapatkan dan menjaga loyalitas mitra dagang, memperluas jangkauan bisnis di pasar, dan mengatasi tekanan persaingan.

Kata Kunci: *Business Sustainability, Service Quality, Market Orientation, Competitive Advantage.*