

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diimplementasikan oleh PT Philnesia International (CVP), sebuah perusahaan mebel di Indonesia, dalam rangka memenangkan persaingan bisnis dengan fokus pada keberlanjutan lingkungan. Dalam upaya menghadapi persaingan yang ketat di industri mebel, PT Philnesia International mengadopsi pendekatan keberlanjutan sebagai diferensiasi produk dan etika perusahaan. Melalui studi kualitatif yang mengumpulkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi perusahaan, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana praktik-praktik berkelanjutan seperti penggunaan material yang dapat diperbaharui, pengurangan limbah, dan efisiensi energi diintegrasikan ke dalam proses produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keberlanjutan tidak hanya meningkatkan posisi pasar PT Philnesia International tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan di mata konsumen dan stakeholder. Studi ini memberikan wawasan bagi perusahaan-perusahaan di industri yang serupa untuk menggunakan keberlanjutan sebagai alat strategis dalam persaingan bisnis.

Kata kunci: *Strategi bisnis, keberlanjutan lingkungan, industri mebel, pengelolaan limbah, efisiensi energi,*

ABSTRACT

This research aims to analyze the strategies implemented by PT Philnesia International (CVP), a furniture company in Indonesia, in order to win business competition with a focus on environmental sustainability. In an effort to face intense competition in the furniture industry, PT Philnesia International adopts a sustainability approach as product differentiation and company ethics. Through a qualitative study that collects data from interviews, observations, and company documentation, this research explores how sustainable practices such as the use of renewable materials, waste reduction, and energy efficiency are integrated into production processes. The research results show that the sustainability strategy not only improves PT Philnesia International's market position but also strengthens the company's reputation in the eyes of consumers and stakeholders. This study provides insights for companies in similar industries to use sustainability as a strategic tool in business competition.

Keywords: *Business strategy, environmental sustainability, industry furniture, waste management, energy efficiency*