

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi untuk memasuki pasar baru yang berbasis kemitraan (*partner based market entry strategy*) untuk FOBIS, yang merupakan sebuah perangkat lunak bagi industri pangan yang dikembangkan oleh RBK Group, sebuah perusahaan asal Belanda yang menawarkan solusi perangkat lunak bagi industri manufaktur pangan, guna memasuki pasar Polandia dan Republik Ceko. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran yang menggabungkan studi literatur (*desk research*), data internal perusahaan, dan wawancara semi terstruktur. Analisis dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal, karakteristik pasar, kebutuhan pelanggan, persaingan pasar, ekosistem mitra, serta kapabilitas internal RBK Group dengan menggunakan kerangka PESTEL, *Technology-Organization-Environment* (TOE) *Framework*, dan *Resource Based View* (RBV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua negara yang dituju memiliki peluang yang menjanjikan yang didorong oleh meningkatnya digitalisasi dan kebutuhan perangkat lunak yang spesifik untuk industri pangan. Polandia memiliki potensi pasar yang lebih besar didukung oleh ukuran sektor pangan yang lebih luas, sedangkan Republik Ceko memiliki lingkungan bisnis yang lebih siap dalam hal digitalisasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa FOBIS memiliki keunggulan untuk solusi perangkat lunak bagi industri manufaktur pangan melalui pengintegrasian fungsi *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan *Manufacturing Execution System* (MES). Namun, keberhasilan memasuki pasar baru sangat bergantung pada pembentukan jaringan mitra, terutama dengan perusahaan implementasi dan konsultan yang memiliki keahlian di industri serta jaringan koneksi dengan pelanggan yang kuat.

Kata Kunci: *Market Entry Strategy, Partner Strategy, Food Manufacturing, Production Software, Poland, Czech Republic*