

ABSTRAK

PT Andira Agro Tbk merupakan perusahaan kelapa sawit Indonesia yang menghadapi volatilitas harga, penurunan kinerja keuangan, serta meningkatnya tuntutan keberlanjutan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk mencari peluang pasar baru, salah satunya melalui ekspansi ke pasar Belanda. Belanda memiliki posisi strategis sebagai pintu masuk perdagangan Eropa melalui *Port of Rotterdam* serta memiliki pasar kosmetik dan perawatan pribadi yang bernilai sekitar €3,8 miliar pada tahun 2024. Namun, akses pasar menghadapi persyaratan yang semakin ketat, khususnya terkait *European Union Deforestation Regulation* (EUDR), ketertelusuran, serta sertifikasi keberlanjutan seperti *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) dan *International Sustainability and Carbon Certification* (ISCC). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi masuk pasar yang dapat diterapkan PT Andira Agro Tbk untuk memasuki industri kosmetik dan personal care Belanda melalui produk *palm kernel* dengan mempertimbangkan permintaan pasar, regulasi, standar keberlanjutan, dan kondisi persaingan. Penelitian ini menggunakan desain *mixed-methods* yang mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data penelitian diperoleh terutama dari data sekunder berupa literatur akademik, laporan industri, database perdagangan internasional, dokumen regulasi Uni Eropa, serta *Annual and Sustainability Report* PT Andira Agro Tbk. Penelitian juga menggunakan data primer melalui survei daring terhadap 11 profesional yang memiliki posisi pada bidang *procurement*, *supply chain*, dan *sustainability* dalam industri kosmetik dan *personal care* Belanda. Analisis dilakukan menggunakan beberapa kerangka strategis, yaitu *PESTEL*, *Porter's Five Forces*, *Resource-Based View (RBV)*, *SWOT*, *gap analysis*, serta analisis strategi masuk pasar. Pendekatan tersebut digunakan untuk menganalisis kondisi internal perusahaan, daya tarik pasar, persaingan, persyaratan regulasi dan keberlanjutan, kesiapan ekspor, serta kesenjangan antara kapabilitas perusahaan dan kebutuhan pasar Belanda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Belanda merupakan pasar yang memiliki potensi komersial bagi PT Andira Agro Tbk, dengan estimasi permintaan *palm kernel oil* (PKO) untuk sektor kosmetik sekitar 23.000–25.000 MT per tahun dan diproyeksikan meningkat menjadi 33.000–35.000 MT pada tahun 2030. Meskipun demikian, perusahaan belum siap untuk melakukan *market entry* secara langsung karena masih terdapat kesenjangan pada sertifikasi RSPO dan ISCC, sistem ketertelusuran yang memenuhi EUDR, hubungan dengan pembeli Uni Eropa, serta kapasitas dan posisi perusahaan dalam rantai nilai. Hasil survei menunjukkan bahwa 91% responden mensyaratkan sertifikasi RSPO, sementara 82% menilai sertifikasi keberlanjutan sebagai kriteria *Must-Have*. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi dua fase, yaitu fase persiapan domestik yang mencakup perolehan sertifikasi RSPO, penerapan sistem *traceability* yang sesuai EUDR, peningkatan kapasitas produksi, serta evaluasi kelayakan pengolahan PKO, kemudian dilanjutkan dengan fase *market entry* melalui kemitraan dengan *Dutch*

trading partner dan penargetan prosesor oleokimia skala menengah. Strategi tersebut diharapkan dapat mengurangi risiko masuk pasar sekaligus membangun kapabilitas perusahaan untuk memperoleh akses yang berkelanjutan ke pasar Eropa.

Kata kunci: *Market Entry Strategy, PT Andira Agro Tbk, Netherlands, Palm Kernel, Cosmetics and Personal Care, Sustainability Certification, EUDR.*

