

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Indonesia memiliki peluang besar dalam ekspor perikanan berkat kekayaan sumber daya lautnya dan kualitas produk yang diakui secara internasional. Pada awal tahun 2024, produk perikanan Indonesia mampu menjangkau hingga 118 negara yang telah meningkat dari 102 negara pada tahun 2023 (KKP, 2024). Berdasarkan keberhasilan tersebut, menunjukkan bahwa sistem jaminan mutu dan keamanan hasil kelautan dan perikanan (SJM KHP) KKP diakui oleh negara lain.

Dengan dukungan infrastruktur, promosi, dan sertifikasi produk dapat memperluas jangkauan pasar ekspor meskipun dihadapkan pada persaingan global yang ketat (KKP, 2022). Meskipun terdapat kemajuan, tantangan tetap ada terutama berkaitan dengan penolakan produk perikanan ketika tiba di negara tujuan ekspor yang disebabkan oleh ketidakpatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan oleh negara tujuan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku industri untuk terus meningkatkan mutu dan memperketat pengawasan terhadap produk sebelum melakukan ekspor (Ambari, 2023).

Salah satu perusahaan rintisan (*startup*) yang mencoba memanfaatkan potensi ini adalah Gocean Export yang bergerak dalam bidang ekspor produk-produk laut Indonesia. Gocean Export berupaya dapat menerapkan standar internasional dan upaya yang berkelanjutan dalam menjaga kualitas produk perikanan Indonesia sehingga mampu memberikan potensi untuk senantiasa berkembang meningkatkan daya saingnya dipasar global.



Gambar 1.1 Logo Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export 2023

Gocean Export saat ini terus melakukan penyesuaian penjualan dengan permintaan konsumen di pasar, salah satunya dengan cara selalu mencari *supplier* yang memiliki sertifikasi sesuai dengan tandar ekspor dan senantiasa mencari kelemahan dari jasa yang ditawarkan oleh Gocean Export. Gocean Export memasarkan produk melalui berbagai *platform* seperti, *telegram*, Go4World, dan facebook.

1.1.1 Visi, Misi, Tagline, Tujuan, Manfaat

Visi adalah gambaran ideal mengenai masa depan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan. Menurut Robbins et al (2017), visi berfungsi sebagai panduan strategis yang memberikan arah dan inspirasi bagi seluruh anggota dalam organisasi.

Misi merupakan pernyataan yang menjelaskan tujuan dasar perusahaan dan alasan keberadaannya. Menurut Kotler dan Keller (2016) misi meliputi apa yang dilakukan oleh perusahaan, untuk siapa dan bagaimana cara melakukannya. Misi bertujuan untuk memberikan arah kegiatan dan keputusan strategis.

Tagline adalah ungkapan pendek yang menyampaikan inti pesan dari suatu merek atau produk. Menurut Eric Swartz, dalam Khoilurahman (2016) *tagline* yaitu susunan kata yang ringkas, diletakkan bersamaan dengan logo dan mempunyai pesan brand yang kuat untuk ditujukan kepada *audiens*. *Tagline* bertujuan untuk menciptakan *brand awareness* dan mempengaruhi keputusan konsumen.

Tujuan adalah hasil akhir yang akan dicapai dalam jangka waktu tertentu. Menurut Ducker (2007), tujuan harus spesifik, terukur, mampu dicapai, relevan, serta temat waktu (SMART). Dengan demikian, tujuan dapat membantu organisasi untuk fokus pada pencapaian hasil yang ingin diraih.

Manfaat berkaitan dengan keuntungan maupun nilai tambah yang didapatkan dari suatu tindakan atau produk. Menurut Kotler (2016), manfaat dapat berupa peningkatan efisiensi, kepuasan pelanggan atau keuntungan finansial. Manfaat membantu dalam menjustifikasi keberadaan suatu produk atau layanan di pasar.

Berdasarkan hal tersebut, Gocean Export memiliki Visi, Misi, Tujuan, Manfaat Gocean Export yang dapat dilihat pada tabel 1.1

TABEL 1.1
VISI, MISI, TAGLINE, TUJUAN, DAN MANFAAT GOCEAN EXPORT

Visi	Menjadi perusahaan terdepan di bidang ekspor kelautan yang profesional, andal, dan mensejahterakan perekonomian Indonesia.
Misi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan produk berkualitas. 2. Memberikan kepuasan pelanggan. 3. Berdedikasi, jujur, dan setia dalam bekerja. 4. Mensejahterakan nelayan lokal. 5. Mendapatkan kepercayaan dan saling menguntungkan dalam membangun industri pangan nasional. 6. Berkomitmen terus mengembangkan sumber daya Manusia yang unggul dan profesional.
Tagline	<i>Treasure From The Sea.</i>
Tujuan	Mensejahterakan nelayan Indonesia dan Ingin menjadi pelaku dan perusahaan terdepan di bidang ekspor kelautan.
Manfaat	Memberikan produk yang berkualitas dan kepercayaan kepada konsumen, menjadi wadah kepada nelayan di Indonesia untuk berkolaborasi bersama Gocean Export.

Tabel 1.1 Visi, Misi, *Tagline* Tujuan Manfaat Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export (2023)

1.1.2 Struktur Organisasi

Gocean Export memiliki struktur organisasi yang dibangun secara formal dalam mendukung koordinasi yang efektif di antara setiap kelompok dan aktivitas bisnis yang dijalankan. Pada puncak struktur terdapat CEO (*Chief Executive Officer*) sebagai

pemimpin secara keseluruhan, kemudian terdapat beberapa posisi kunci, termasuk *Vice President*, COO (*Chief Operating Officer*), CMO (*Chief Marketing Officer*), dan CFO (*Chief Financial Officer*), CTO (*Chief Technology Officer*) dan *Manager Operational*. Setiap posisi yang tercantum dalam struktur mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing sehingga mampu menunjang operasional Gocean Export.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export 2024

Berdasarkan Gambar 1.2, terdapat beberapa posisi antara lain:

1. CEO (*Chief Executive Officer*)

Pemimpin utama yang bertanggung jawab untuk menetapkan visi, misi, dan strategi perusahaan. Dengan hadirnya CEO berfungsi sebagai pembuat keputusan strategis yang memengaruhi arah berjalan Gocean Export.

2. *Vice President*

Vice President berkewajiban mendukung CEO dalam menjalankan visi perusahaan. Dengan mengawasi berbagai departemen dalam Gocean Export sehingga mampu memastikan bahwa setiap bagian berfungsi dengan baik dan sesuai dengan tujuan. Selain itu, *Vice President* turut terlibat dalam pengambilan keputusan penting pada Gocean Export.

3. COO (*Chief Operating Officer*)

Chief Operating Officer berkomitmen dalam operasional sehari-hari dengan memastikan bahwa proses operasional berjalan efisien, mengawasi berbagai tim, dan bekerja sama dengan *Vice President* untuk mengimplementasikan kebijakan yang mendukung strategi perusahaan.

4. *CMO (Chief Marketing Officer)*

Chief Marketing Officer bertanggung jawab atas pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran. CMO akan bekerja dengan *Marketing Staff* untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif, menganalisis pasar, dan memastikan bahwa produk Gocean Export mampu dikenal dengan baik.

5. *CFO (Chief Financial Officer)*

Fokus pada manajemen keuangan perusahaan dengan bertugas merencanakan anggaran, mengawasi laporan keuangan, dan memastikan kesehatan finansial Gocean Export. CFO juga memberikan analisis yang mendukung keputusan strategis terkait investasi dan pengeluaran.

6. *CTO (Chief Technology Officer)*

Chief Technology Officer (CTO) bertugas untuk mengelola situs web perusahaan dengan memastikan bahwa infrastruktur teknologinya efisien, aman, dan memenuhi persyaratan bisnis. CTO bertanggung jawab atas pengembangan, pemeliharaan, dan peningkatan fitur-fitur situs web untuk memastikan bahwa situs web tersebut responsif, ramah pengguna, dan beroperasi dengan baik.

7. *Manager Operational*

Manajer Operational bertanggung jawab merencanakan, mengelola, dan mengawasi seluruh kegiatan operasional perusahaan agar berjalan efisien dan sesuai target. Tugasnya meliputi penyusunan strategi operasional, pengelolaan anggaran, alokasi sumber daya, serta pengawasan terhadap proses kerja di semua lini operasional, termasuk kualitas produk, efisiensi produksi, pengelolaan logistik, dan kepatuhan terhadap standar perusahaan. Selain itu, *Manajer Operational* juga berperan dalam memimpin tim, menyelesaikan masalah operasional, serta memastikan koordinasi antar-departemen untuk mendukung tercapainya tujuan bisnis.

Struktur organisasi tersebut berfungsi sebagai kerangka kerja yang mengatur berbagai tugas, menetapkan alur pelaporan, dan memberikan fasilitas komunikasi

antara setiap posisi dan tim Gocean Export secara keseluruhan. Dengan demikian, setiap anggota memiliki pemahaman yang jelas terhadap peran dan tanggung jawab yang dimiliki, serta kontribusi yang diberikan dapat selaras dengan tujuan Gocean Export. Oleh sebab itu, struktur organisasi membantu menciptakan sinergi antara kelompok kerja, memastikan bahwa semua aktivitas terintegrasi dengan baik untuk mencapai hasil yang optimal.

1.1.3 Product

Gocean Export menawarkan tiga produk utama yang menjadi unggulan dalam pasar ekspor kelautan, antara lain:

1. *Frozen Tuna*

Frozen Tuna dari Gocean Export diproses dengan metode pembekuan cepat untuk menjaga kesegaran dan kualitas ikan. Gocean Export memastikan bahwa produk *Frozen Tuna* terjamin memenuhi standar internasional, siap ekspor ke berbagai negara, serta konsumen memperoleh ikan tuna yang segar dan berkualitas tinggi.



Gambar 1.3 *Frozen Tuna* Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export 2023

2. *Tuna Loin*

Gocean Export menawarkan *Tuna Loin* dengan potongan daging tuna yang telah diproses dan siap untuk digunakan dalam berbagai jenis makanan internasional. Dengan teknik pemotongan yang tepat dan penanganan higienis, produk ini diharapkan dapat memenuhi permintaan pasar tuna berkualitas tinggi di seluruh dunia.



Gambar 1.4 Tuna Loin Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export 2023

3. *Canned Tuna*

Canned Tuna adalah salah satu komoditas ekspor andalan Gocean Export. Tuna segar ditangkap dari perairan yang bersih dan diproses menggunakan teknologi modern untuk memastikan kualitas dan keamanannya tetap terjaga. Selain itu, produk *Canned Tuna* dikemas dengan metode steril dan berkualitas tinggi untuk menjaga rasa dan kandungan nutrisinya tetap optimal, menjadikannya pilihan ideal bagi konsumen di pasar global.



Gambar 1.5 Canned Tuna Gocean Export

Sumber: Internal Gocean Export 2024

Dengan ketiga produk unggulan ini, Gocean Export berkomitmen untuk menyediakan produk laut berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar internasional.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sumber daya laut di perairan Indonesia sangat melimpah, dengan berbagai jenis ikan, udang, kerang, rumput laut, dan biota laut lainnya. Sektor penangkapan dan budidaya perikanan memiliki potensi yang sangat besar dengan menjadikannya sebagai bagian penting dari pertumbuhan ekonomi Indonesia (IBEKA, 2023). Dengan nilai ekspor sebesar 282 juta dolar AS, atau sekitar Rp 4,4 triliun, ikan tuna-cakalang-tongkol

(TCT) merupakan komoditas ekspor terbesar kedua. Permintaan ikan tuna yang tinggi di Jepang membuat ekspor ikan tuna menjadi prioritas utama. Ikan tuna sangat diminati di pasar global karena rasanya yang lezat dan kandungan nutrisi yang tinggi sehingga sering digunakan sebagai bagian dari sushi dan sashimi (Marco, 2024).

Pertumbuhan industri perikanan di Indonesia dipengaruhi oleh aspek ekonomi dan geografi. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah laut yang dapat dikelola mencapai 5,8 juta km², sektor maritim Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis (Maritim Muda, 2023). Potensi besar ini tercermin dari produksi perikanan laut tahun 2023 yang mencapai 24,74 juta ton atau senilai 5,6 miliar USD. Namun, pencapaian ini masih belum memenuhi target yang ditetapkan oleh pemerintah, yakni sebesar 6,7 miliar USD, seperti yang disampaikan oleh Menteri Kelautan dan Perikanan. (Hidayat, 2024) Hal ini menunjukkan bahwa meskipun potensi geografis memberikan keunggulan, masih terdapat ruang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas sektor perikanan Indonesia.

Faktor regulasi sangat mempengaruhi pertumbuhan industri perikanan skala kecil. Produksi di bidang perikanan salah satunya ikan tuna di tahun 2022 mencapai 1,49 juta ton dengan nilai ekspor sebesar US\$ 960 juta atau sekitar Rp 15,7 triliun. Oleh sebab itu, Indonesia menyumbang 18% terhadap produksi dunia. Dengan demikian, Indonesia memiliki potensi sumber daya ikan sebesar 9,931 juta ton per tahun dengan potensi tertinggi terdapat di laut Arafura, Samudera Hindia sebelah barat Sumatera, Selat Sunda, dan Selat Karimata (CNBC, 2024).



Gambar 1.6 Produksi Tuna di Perairan Indonesia

Sumber: Pusdatin KKP

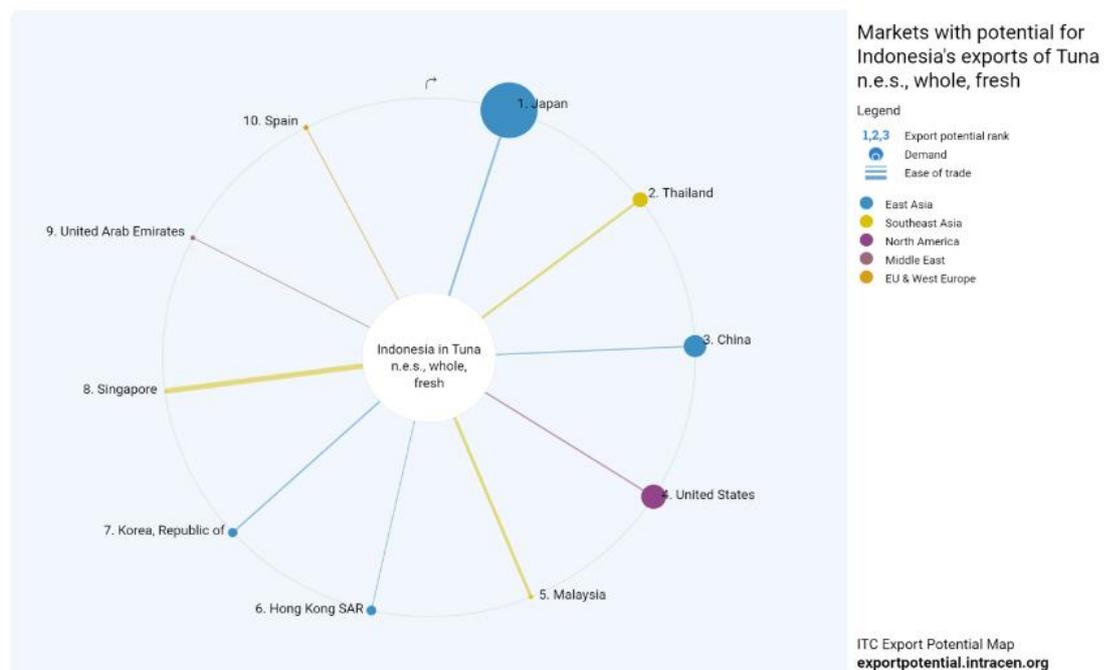
Menurut KKP (2024) produksi ikan tuna di Indonesia terus meningkat hingga mampu mencapai 1,5 juta ton pada tahun 2023 atau sekitar 19,1% dari total pasokan tuna dunia. Dengan angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai produsen ikan tuna terbesar di dunia. Peningkatan produksi ini didukung oleh melimpahnya sumber daya laut Indonesia serta keberlanjutan program pemerintah dalam meningkatkan sektor perikanan. Berdasarkan potensi tersebut, Indonesia memiliki peluang untuk memperkuat posisi di pasar ekspor internasional, khususnya dalam produk-produk laut.

Ekspor ikan dari Indonesia tidak hanya memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan devisa negara, tetapi juga berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat, terutama nelayan dan pelaku usaha di sektor pengolahan ikan. Sektor ini menciptakan peluang kerja bagi jutaan orang, baik yang berperan langsung sebagai nelayan maupun di sektor terkait seperti pengolahan, distribusi, dan

logistik. Oleh karena itu, ekspor ikan memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi, khususnya di kawasan pesisir yang sangat bergantung pada sektor perikanan.

Ikan tuna Indonesia telah diekspor ke berbagai negara, seperti Jepang, Amerika Serikat, Thailand, China, dan Malaysia.

1. Jepang adalah salah satu konsumen terbesar ikan tuna di dunia dan memiliki selera yang tinggi terhadap kualitas ikan tuna.
2. Thailand juga termasuk negara pegimpor ikan tuna terbesar.
3. China adalah salah satu jenis makanan laut yang populer di china.
4. Amerika serikat menjadikan ikan tuna sebagai salah satu jenis makanan laut favorit.
5. Malaysia turut serta menjadikan ikan tuna hidangan seperti *sushi*, *sashimi*, *sandwich*, dan *salad*.



Gambar 1.7 Peta Potensi Pasar Ekspor Tuna di Indonesia

Sumber: ukmindonesia

Canned tuna merupakan salah satu produk andalan Indonesia dalam kategori hasil laut olahan. Berdasarkan data yang tersedia, Tuna kaleng di Indonesia telah mencatat pertumbuhan yang stabil dalam beberapa tahun terakhir dalam dunia ekspor. Negara-negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Uni Eropa, dan Timur Tengah merupakan pasar utama bagi produk ini. Selain itu, Indonesia saat ini dikenal karena

mampu menawarkan tuna kalengan berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing, menjadikannya pemain penting dalam perdagangan tuna global. Hasil penjualan tuna kalengan ini juga berkontribusi signifikan terhadap pendapatan devisa negara dan telah membuka peluang kerja di sektor perikanan dan industri pengolahan (Kompas.id, 2024).

Perusahaan trader seperti Gocean Export berperan penting sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen dalam rantai pasok perikanan yang berguna sebagai perantara dengan memastikan distribusi yang dihadirkan dari sektor perikanan sampai ke pasar global dengan maksimal. Gocean Export tidak sebatas pada aktivitas membeli dan menjual produk perikanan saja, melainkan termasuk pada aspek operasional lainnya yang sangat vital untuk memastikan kelancaran rantai pasok perikanan.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Gocean Export seperti pengolahan produk, pengemasan, manajemen kualitas, hingga logistik yang memastikan produk sampai ke konsumen dalam kondisi optimal. Dalam konteks B2B (*Business to Business*), perusahaan trader seperti Gocean Export dituntut untuk mempunyai pemahaman yang mendalam terkait kebutuhan detail konsumen, termasuk karakteristik pasar yang sedang dihadapi, dapat memprediksi tren pasar yang senantiasa berubah, serta dinamika persaingan yang ketat di industri perikanan global.

Pengembangan produk baru dalam perikanan, khususnya pasar ekspor merupakan proses yang kompleks, membutuhkan perencanaan yang matang, dan tahap validasi yang kuat. Validasi model bisnis sangat krusial karena pada proses ini memiliki tujuan untuk menguji kelayakan dan daya saing konsep bisnis sebelum diterapkan dalam operasional perusahaan. Oleh sebab itu, validasi tidak sekadar mengukur apakah ide bisnis dapat dijalankan, melainkan untuk memahami apakah produk tersebut mampu diterima dengan baik oleh pasar internasional, dan apakah perusahaan dapat bersaing secara efektif dengan produsen lain yang telah ada pada pasar global.

Berdasarkan tahap validasi yang menyeluruh, perusahaan melakukan identifikasi beragam risiko yang mungkin akan terjadi, seperti fluktuasi harga pasar yang tidak terduga, adanya perubahan permintaan konsumen, bahkan permasalahan yang berhubungan dengan rantai pasok. Selain itu, proses ini juga membuat

perusahaan menggali potensi peluang yang mampu dimanfaatkan serta hambatan-hambatan yang harus diatasi. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan perumusan strategi yang lebih tepat dalam menghadapi tantangan dan memperoleh peluang yang ada di pasar global.

Sebagai salah satu pemain utama dalam industri perikanan Indonesia, Gocean Export memegang peran penting dalam memasarkan produk-produk perikanan Indonesia, termasuk ikan tuna dan beragam produk laut lainnya. Berdasarkan peran ini, Gocean Export membantu memperkenalkan dan memperluas pangsa pasar produk-produk perikanan Indonesia di tingkat global. Meskipun peran tersebut sangat krusial, Gocean Export juga dapat menghadapi sejumlah tantangan yang tidak dapat dihindari. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi yaitu fluktuasi harga pasar yang sering dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi cuaca, kebijakan perdagangan internasional, dan perubahan permintaan di pasar tujuan.

Terdapat persaingan dari negara-negara produsen ikan tuna lainnya seperti Jepang, Thailand, dan Filipina membuat Gocean Export terus melakukan inovasi dan meningkatkan daya saing produk agar tetap relevan di pasar global. Selain itu, perusahaan juga harus mampu memenuhi tuntutan konsumen yang semakin tinggi terkait dengan kualitas produk seperti aspek kesegaran, keamanan pangan, serta keberlanjutan produk yang dikonsumsi oleh konsumen.

Menurut Suseno (2021) validasi adalah tindakan verifikasi yang memastikan bahwa metode analisis yang diterapkan telah sesuai dan mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuan validasi adalah memastikan bahwa model yang dikembangkan mendapatkan masukan yang objektif dan menyeluruh sehingga dapat digunakan dengan baik dan relevan bagi perusahaan. Model bisnis yang dimiliki dengan cara bekerjasama dengan pemasok ikan lokal, kemudian menjualnya ke pasar internasional melalui jaringan pembeli dan distributor di luar negeri. Gocean Export mendapatkan keuntungan dari selisih harga beli dari pemasok dan harga jual ke pembeli luar negeri.

Validasi model bisnis ini membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan memberikan gambar yang spesifik mengenai apakah perusahaan telah memanfaatkan potensi pasar dengan optimal, serta mengetahui bagaimana cara mengatasi kendala yang ada agar dapat senantiasa berkembang untuk menghadapi persaingan global yang semakin kuat.

Menurut Suryatimur et al (2020), *cost leadership/low cost* adalah strategi yang menekankan produk dengan biaya rendah, sehingga dengan kualitas yang relatif setara, harga jual dapat lebih rendah dibandingkan dengan pesaing. Dengan menerapkan strategi ini, perusahaan dapat menarik pelanggan yang peka terhadap harga, meningkatkan pangsa pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam industri sambil mempertahankan kualitas product yang setara dengan pesaing.

Gocean Export mengimplementasikan strategi *Low Cost* dengan segmentasi pasar *niche market* dengan menggunakan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) untuk membantu mengoptimalkan alur informasi produk, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan pemahaman pelanggan untuk memperkuat *Value Proposition* secara efektif.

Gocean Export mengimplementasikan strategi *niche market* dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan kompetitor dengan mengintegrasikan data, mengotomatisasi proses, menyediakan akses real-time, memantau operasional, menganalisis kinerja, dan meningkatkan kolaborasi antar departemen guna meningkatkan efisiensi dan akurasi bisnis melalui penerapan sistem ERP yang dirancang khusus untuk manajemen informasi produk. Gocean Export melakukan transaksi penjualan secara langsung antara nelayan dan konsumen.

Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang membantu mereka memetakan elemen utama dari sebuah bisnis melalui sembilan pilar utama. Alat ini membantu perusahaan menemukan masalah dan menemukan cara yang lebih efisien untuk menyelesaikannya (Musbikhin et al., 2023). *Business Model Canvas* (BMC) memberikan perusahaan kemampuan untuk memetakan elemen-elemen inti bisnis, sehingga memfasilitasi identifikasi masalah dan peluang perbaikan dengan lebih efisien. Dengan menggunakan sembilan pilar utama BMC, perusahaan dapat menganalisis dan memperbaiki model bisnis mereka untuk mencapai efisiensi dan keunggulan dalam operasional bisnis.

Dalam proses pengembangan model bisnis Gocean Export, penting untuk melakukan validasi melalui *Business Model Canvas* (BMC) agar Gocean Export dapat membantu memudahkan pengambilan Keputusan strategis, meningkatkan focus, dan membantu memahami ekosistem bisnis secara menyeluruh pada Gocean Export. BMC

juga sangat efektif bagi Gocean Export sebagai alat komunikasi dengan investor, mitra, dan tim internal karena menyajikan Gambaran model bisnis yang sederhana namun komprehensif. Dengan menggunakan BMC, Perusahaan baru dapat lebih siap bersaing dan menciptakan strategi bisnis yang relevan dan berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut, fokus utama dalam penelitian ini adalah melakukan validasi terhadap model bisnis yang diterapkan oleh Gocean Export terutama berkaitan dengan pengembangan produk perikanan untuk pasar ekspor. Tujuan dilakukan proses validasi yaitu untuk mengevaluasi seberapa efektif model bisnis yang ada dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan, dan mengidentifikasi area-area yang membutuhkan perbaikan atau peningkatan. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan dari model bisnis yang diterapkan Gocean Export dapat mengimplementasikan langkah-langkah strategis yang dibutuhkan dalam memperbaiki atau melakukan penyesuaian terhadap pasar.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika operasional Gocean Export, tetapi mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan sektor perikanan Indonesia, khususnya pasar ekspor dengan memperkuat daya saing produk perikanan Indonesia di pasar global.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi bisnis model Gocean Export saat ini?
2. Bagaimana pengembangan produk yang dilakukan Gocean Export?
3. Bagaimana bisnis model baru untuk Gocean Export?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi bisnis model Gocean Export saat ini.
2. Untuk mengetahui pengembangan produk yang akan dilakukan Gocean Export.
3. Untuk Mengetahui bisnis model yang baru setelah dilakukannya hipotesis pengembangan produk Gocean Export

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hasil dan dampak secara teoritis dan praktis mengenai Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk pada Gocean Export.

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur tentang *Business Model Canvas*, terutama yang berkaitan dengan bisnis yang mengekspor produk perikanan. Analisis model bisnis Gocean Export yang menggunakan *Business Model Canvas* memberikan perspektif praktis tentang bagaimana perusahaan kecil dan menengah dapat menggunakan strategi bisnis yang lebih terorganisir untuk bersaing di pasar global. Penelitian ini juga meningkatkan pemahaman mengenai perkembangan model bisnis ekspor yang inovatif di sektor kelautan dan perikanan Indonesia, terutama dalam hal strategi dan optimalisasi operasional ekspor.

2. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membuka peluang untuk validasi model bisnis di bidang lain, seperti manufaktur dan agrikultur. Dengan demikian, dapat berpotensi untuk penerapan *Business Model Canvas* di lebih banyak industri. Studi lanjutan dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk melacak perubahan dalam model bisnis Gocean Export seiring waktu, sehingga dapat memberikan gambaran tentang seberapa efektif strategi yang digunakan. Selain itu, penelitian dapat berkonsentrasi pada meningkatkan efisiensi rantai pasokan ekspor melalui penggabungan teknologi modern seperti *big data* atau *blockchain*. Selain itu, analisis perbandingan internasional antara model bisnis ekspor Indonesia dan negara lain dapat membantu menemukan praktik terbaik yang dapat diterapkan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat bermanfaat dan membantu Gocean Export menemukan dan memvalidasi asumsi penting dalam model bisnisnya. Dengan demikian, dapat membuat perusahaan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasionalnya. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha ekspor lainnya, terutama yang bergerak di sektor perikanan, untuk mengembangkan model bisnis yang lebih kreatif dan kompetitif.

Selain itu, penelitian ini dapat membantu pemerintah dan lembaga terkait membuat kebijakan yang mendukung ekspor produk perikanan, membantu usaha lokal, dan meningkatkan daya saing komoditas kelautan Indonesia di pasar internasional.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam mempermudah memberikan informasi serta materi yang terkandung pada penelitian ini, maka sistematika penulisan penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I memaparkan uraian dan gambaran secara umum mengenai gambaran umum, objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menyajikan penjelasan mendalam mengenai hasil kajian kepustakaan, teori tentang *Business Model Canvas* (BMC), ekspor produk perikanan, validasi model bisnis, serta konsep-konsep terkait lainnya. Bab ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis bagi penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan jenis penelitian, operasionalitas variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel atau situasi sosial, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi karakteristik informan, uraian lengkap hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi simpulan yang diambil dari hasil penelitian serta saran-saran dan masukan untuk *Gocean Export* dan peneliti selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi.