

Analisis Rencana Bisnis Pada Startup Gocean Export

Ahmad Sulthon Fadh Hottob¹, Yulia Nur Hasanah²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
asulthonfh@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, yulianh@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi eksisting *Gocean Export* dan merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam industri ekspor produk perikanan. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini mengumpulkan data dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif di lapangan. Fokus penelitian terletak pada pemahaman dinamika antara *Gocean Export* dan nelayan lokal, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Dengan menerapkan teori-teori terbaru tentang manajemen sumber daya manusia dan komunikasi organisasi, penelitian ini menemukan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan dan perilaku kewirausahaan proaktif berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi yang berfokus pada pengembangan SDM dan komunikasi yang efektif dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha dan kesejahteraan nelayan lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi *Gocean Export* untuk meningkatkan daya saing di pasar global.

Kata Kunci: kinerja, strategi, manajemen, SDM, komunikasi, organisasi.

I. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan garis pantai terpanjang kedua, memiliki kekayaan sumber daya laut yang melimpah. Dengan luas perairan mencapai 5,8 juta km², potensi lestari perikanan diperkirakan mencapai 67 juta ton per tahun, yang mencakup komoditas utama seperti tuna, canned tuna dan ikan pelagis lainnya. Sumber daya ini tidak hanya menjadi penopang ekonomi nasional, tetapi juga membuka peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi pemain dominan di pasar internasional. Namun, potensi besar ini sering kali tidak dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan infrastruktur, regulasi yang rumit, dan persaingan global yang ketat (Aisyah, 2021).

Dalam konteks perdagangan internasional, pasar ekspor seafood menghadirkan tantangan signifikan, seperti menjaga kualitas produk selama pengiriman, mematuhi standar internasional, dan memenuhi preferensi konsumen global. Tantangan ini memerlukan pendekatan yang strategis untuk memastikan daya saing produk Indonesia di pasar internasional (Anugrah, 2021). Salah satu langkah strategis adalah penerapan model bisnis yang terintegrasi dan berbasis teknologi, seperti yang dilakukan oleh Gocean Export, sebuah perusahaan rintisan yang berfokus pada ekspor seafood berkualitas tinggi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Gocean Export dapat mengoptimalkan peluang dan menghadapi tantangan di sektor ekspor seafood melalui analisis rencana bisnis yang mencakup berbagai aspek strategis, seperti segmentasi pasar, pengelolaan sumber daya, dan penerapan teknologi digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat posisi Gocean Export di pasar global.

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah utama, seperti bagaimana memahami dan menganalisis pasar ekspor seafood, merancang model bisnis yang dapat meminimalkan risiko, serta mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran. Untuk menjawab masalah-masalah ini, penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam kepada pelaku bisnis ekspor, stakeholders, dan tim internal Gocean Export.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi bisnis Gocean Export, serta menjadi acuan bagi pelaku usaha lain yang ingin terjun ke pasar ekspor seafood. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam memahami dinamika sektor perikanan dan kelautan Indonesia.

II. DASAR TEORI

Dalam dunia bisnis, perencanaan strategis adalah elemen penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Format rencana bisnis menjadi kerangka kerja yang membantu perusahaan menyusun langkah-langkah operasional dan strategi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Rencana ini tidak hanya memberikan arah yang jelas bagi pengelolaan sumber daya, tetapi juga membantu perusahaan memahami potensi pasar serta menyusun strategi yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Salah satu pendekatan strategis yang sering diterapkan dalam format rencana bisnis adalah strategi biaya rendah. Strategi ini bertujuan untuk menekan biaya operasional agar perusahaan dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing (Porter, 2020). Pendekatan ini memerlukan efisiensi dalam proses produksi, pengelolaan rantai pasok yang optimal, dan penerapan teknologi untuk mendukung automasi. Dalam sektor seafood, seperti yang dijalankan oleh Gocean Export, strategi ini menjadi sangat penting mengingat persaingan harga sering kali menjadi faktor utama dalam menentukan mitra dagang internasional.

Selain itu, strategi pasar niche juga menjadi salah satu pendekatan yang efektif. Dengan fokus pada segmen pasar tertentu yang memiliki kebutuhan khusus, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan (Leeuwen, 2020). Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus membangun reputasi yang kuat di segmen tersebut. Untuk Gocean Export, fokus pada pasar niche, seperti penyediaan produk seafood berkualitas tinggi untuk restoran premium atau pasar yang peduli terhadap keberlanjutan, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar global.

Penerapan strategi biaya rendah dan pasar niche dalam format rencana bisnis membantu perusahaan mengelola biaya operasional secara efisien, memahami kebutuhan pelanggan, dan memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar global dengan cara yang lebih efektif. Dengan pendekatan ini, Gocean Export dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat posisinya sebagai penyedia produk seafood berkualitas tinggi di pasar internasional. Strategi ini juga memungkinkan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang memiliki preferensi khusus, sehingga memperkuat keberlanjutan bisnis di tengah persaingan global.

III. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menyusun rencana bisnis untuk startup Gocean Export dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai fenomena yang diteliti, seperti proses bisnis, tantangan, dan strategi yang diterapkan oleh Gocean Export dalam menghadapi pasar ekspor seafood. Paradigma penelitian yang digunakan adalah interpretivisme, yang menekankan pentingnya memahami konteks sosial dan budaya melalui pengalaman individu, seperti nelayan dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini juga mengadopsi pendekatan induktif untuk mengembangkan teori berdasarkan temuan lapangan.

Selain itu dibutuhkan kepemimpinan dalam menentukan arah organisasi melalui pengembangan visi yang kuat dan kemampuan untuk menginspirasi karyawan menghadapi tantangan. Pemimpin yang efektif tidak hanya memberikan arahan strategis tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi dan mendukung kinerja optimal dari tim. Dalam organisasi yang sukses, kepemimpinan memainkan peran kunci dengan berfokus pada komunikasi visi yang jelas dan pemberian inspirasi untuk mengatasi hambatan. Studi ini menunjukkan bahwa kepemimpinan yang baik dapat memperkuat semangat kerja, meningkatkan kinerja, dan memastikan bahwa tujuan jangka panjang organisasi dapat tercapai secara efektif. Temuan ini relevan dalam berbagai konteks bisnis, termasuk pada sektor-sektor yang kompleks seperti kelistrikan maupun industri lainnya yang memerlukan koordinasi lintas tim dan fokus pada keberhasilan bersama (Fakhri & Mahir Pradana. et al., 2020) manajemen pengetahuan adalah elemen penting yang mendukung kapabilitas inovasi dalam organisasi. Pengetahuan dipandang sebagai sumber daya tak berwujud yang, bersama dengan sumber daya lain seperti keuangan dan aset fisik, memainkan peran penting dalam menciptakan kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen pengetahuan mencakup berbagai aktivitas, termasuk menciptakan, memperoleh, mengorganisasikan, dan mendistribusikan informasi serta memanfaatkan pengalaman untuk mendukung pengambilan keputusan, perencanaan strategis, dan efisiensi kerja. Selain itu, pengetahuan eksplisit seperti kebijakan dan dokumen kerja serta pengetahuan tacit seperti pengalaman pribadi dan keahlian karyawan menjadi komponen penting dalam proses ini. Dalam konteks Gocean Export, penerapan manajemen pengetahuan ini memungkinkan perusahaan untuk menghadapi tantangan pasar global dengan lebih baik, seperti memenuhi standar internasional, mengelola rantai pasok, dan meningkatkan inovasi produk. Strategi ini memberikan nilai tambah dengan menciptakan produk dan layanan yang unggul, memperkuat daya saing di pasar ekspor seafood (Anita Silvianita, 2023).

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, di mana Gocean Export menjadi fokus utama untuk menggambarkan dinamika operasionalnya secara mendalam. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Data yang dikumpulkan mencakup berbagai aspek bisnis, seperti pengelolaan rantai pasok, interaksi dengan nelayan lokal, dan strategi pemasaran. Penelitian dilakukan dalam lingkungan alami tanpa manipulasi, sehingga data yang dihasilkan representatif terhadap realitas yang ada.

Penelitian ini juga memanfaatkan triangulasi untuk memastikan validitas dan kredibilitas data. Triangulasi dilakukan dengan menggabungkan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan proses member check untuk memverifikasi kesesuaian data dengan informasi yang disampaikan oleh sumber data.

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan uji transferability untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat diterapkan pada konteks lain yang serupa. Uji dependability memastikan bahwa metode penelitian

diterapkan secara konsisten, sedangkan uji konfirmabilitas memastikan bahwa temuan penelitian bebas dari bias peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gocean Export memiliki potensi besar dalam industri ekspor seafood berkat pendekatan berbasis design thinking yang berfokus pada kebutuhan pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengidentifikasi solusi inovatif melalui lima tahap: empathize, define, ideate, prototype, dan test. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang tantangan dan peluang yang dihadapi Gocean Export, serta strategi yang dapat diadopsi untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan data yang komprehensif dan relevan untuk mendukung pengembangan rencana bisnis yang efektif bagi Gocean Export.

Hasil penelitian yang dituangkan dalam format rencana bisnis Gocean Export menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi pemain utama di sektor ekspor seafood dengan fokus pada komoditas seperti frozen tuna, tuna loin, dan canned tuna. Dengan strategi bisnis yang terstruktur, inovatif, dan berorientasi pada efisiensi operasional, Gocean Export memanfaatkan jaringan pemasok yang kuat, pemahaman menyeluruh terhadap rantai pasok lokal, dan produk berkualitas tinggi sebagai keunggulan kompetitif. Namun, tantangan seperti keterbatasan kapasitas logistik dan kurangnya diversifikasi produk perlu diatasi untuk mengoptimalkan peluang di pasar global yang terus berkembang.

Segmentasi pasar dilakukan untuk memahami kebutuhan konsumen internasional berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku. Gocean Export menargetkan negara-negara dengan konsumsi tinggi terhadap seafood berkualitas seperti Jepang, Korea Selatan, dan Eropa Barat, serta pasar dengan kesadaran terhadap gaya hidup sehat dan keberlanjutan. Pendekatan berbasis TAM, SAM, dan SOM digunakan untuk mengukur potensi pasar, dengan fokus pada segmen premium yang realistis dapat dijangkau oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Strategi pemasaran Gocean Export mengedepankan digitalisasi melalui pengembangan website, pemanfaatan media sosial, dan integrasi platform e-commerce internasional. Pendekatan ini dirancang untuk menjangkau konsumen global dengan efisiensi waktu dan anggaran, sekaligus membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif. Implementasi sistem ERP menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, dengan fitur seperti integrasi data, automasi proses, akses real-time, dan analisis kinerja yang mendukung transparansi dan akuntabilitas informasi, pengalaman, dan keterampilan antara anggota organisasi. Interaksi di antara anggota organisasi menjadi sumber utama dalam pertukaran pengetahuan, yang mencakup berbagi ide, opini, saran, dan informasi. Namun, meskipun berbagi pengetahuan sangat penting, banyak karyawan enggan melakukannya, terutama dalam organisasi berbasis pengetahuan (Fakhri & Mahir Pradana, et al., 2021). Dalam konteks Gocean Export, konsep ini relevan karena berbagi pengetahuan dapat mendukung kolaborasi tim lintas departemen, memperkuat pengambilan keputusan berbasis data, dan meningkatkan efisiensi operasional. Implementasi sistem ERP dan perilaku berbagi pengetahuan yang efektif di Gocean Export dapat menjadi kunci untuk mendorong inovasi, meningkatkan daya saing, dan memastikan keberlanjutan strategi bisnis perusahaan di pasar global.

Manajemen sumber daya manusia di Gocean Export mencakup struktur tim yang terintegrasi, rekrutmen berbasis kompetensi, dan program pengembangan karyawan. Dengan tim yang terdiri dari CEO, COO, CTO, dan divisi lainnya, perusahaan memastikan koordinasi yang efektif di seluruh proses bisnis. Selain itu, implementasi sistem ERP memfasilitasi kolaborasi antar departemen, memungkinkan perusahaan untuk merespons tantangan pasar ekspor yang semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas. Secara keseluruhan, strategi dan rencana bisnis ini dirancang untuk memanfaatkan potensi besar Gocean Export di sektor ekspor seafood global, sambil menghadapi persaingan dengan pendekatan inovatif dan berkelanjutan.

Rencana keuangan adalah elemen penting dalam perencanaan bisnis yang bertujuan untuk memastikan bahwa sumber daya keuangan perusahaan dikelola secara efektif guna mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Rencana ini mencakup proyeksi pendapatan, pengeluaran, kebutuhan investasi, serta arus kas yang diharapkan. Dalam konteks startup seperti Gocean Export, rencana keuangan menjadi pedoman untuk memahami bagaimana dana akan digunakan, dimanfaatkan, dan dioptimalkan untuk mendukung operasional bisnis dan pengembangan strategi yang telah dirancang.

Pentingnya rencana keuangan terletak pada kemampuannya untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi keuangan perusahaan. Rencana ini memungkinkan pengambilan keputusan yang berbasis data, seperti alokasi anggaran untuk pemasaran, pengembangan teknologi, atau diversifikasi produk. Selain itu, rencana keuangan membantu perusahaan dalam mengantisipasi risiko finansial dan mengidentifikasi peluang investasi yang dapat meningkatkan keuntungan. Dengan demikian, perusahaan dapat menjaga stabilitas keuangan sambil tetap fokus pada pertumbuhan bisnis.

Rencana keuangan mencakup beberapa komponen utama, termasuk proyeksi pendapatan yang didasarkan pada analisis pasar dan target penjualan, serta estimasi biaya operasional seperti biaya produksi, logistik, dan pemasaran. Selain itu, rencana ini juga mempertimbangkan kebutuhan investasi untuk pengadaan aset tetap, seperti mesin atau sistem teknologi seperti ERP, yang mendukung efisiensi operasional. Proyeksi arus kas juga menjadi bagian krusial, karena memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasional harian sekaligus mendanai proyek pengembangan.

Dalam kasus Gocean Export, rencana keuangan memainkan peran penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis di pasar ekspor seafood yang kompetitif. Perusahaan harus merancang rencana keuangan yang mencakup alokasi dana untuk infrastruktur logistik, seperti pengadaan cold storage untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman internasional. Selain itu, investasi dalam teknologi digital dan pemasaran online, seperti pengembangan website dan platform e-commerce, juga perlu direncanakan dengan matang agar dapat menjangkau konsumen global secara efektif.

Dengan rencana keuangan yang terstruktur dan realistik, Gocean Export dapat memastikan bahwa setiap aspek operasional dan strategis perusahaan didukung oleh sumber daya keuangan yang memadai. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan kepercayaan kepada investor dan mitra bisnis, sehingga memperkuat posisi perusahaan di pasar ekspor seafood global. Rencana keuangan juga memungkinkan perusahaan untuk memonitor kinerja keuangannya secara berkala, memberikan fleksibilitas untuk menyesuaikan strategi berdasarkan dinamika pasar dan kebutuhan bisnis yang berubah.

Tabel 4. 1 Biaya Investasi

Item	Harga/Unit (IDR)	Total Biaya (IDR)	Umur Ekonomis(Tahun)	Penyusutan/Tahun (IDR)
Laptop Operasional	8.000.000	40.000.000	5	8.000.000
Kendaraan Operasional	250.000.000	250.000.000	5	50.000.000
Mesin Pendingin (Cold Storage)	100.000.000	100.000.000	10	10.000.000
Peralatan Pengemasan	50.000.000	50.000.000	10	10.000.000
Sistem ERP/Software	25.000.000	25.000.000	5	5.000.000
Total Biaya Investasi		Rp 465.000.000		Rp 83.000.000

Tabel 4. 2 Biaya Produksi

Item	Harga.Unit (IDR)	Total Biaya/ Bln (IDR)	Total Biaya/ Tahun (IDR)
Biaya Penyimpanan (Cold Storage)	10.000.000	10.000.000	120.000.000
Biaya Transportasi Lokal	2.000.000	2.000.000	24.000.000
Gaji Tenaga Kerja Produksi	5.000.000	10.000.000	120.000.000
Biaya Listrik dan Air	6.000.000	6.000.000	72.000.000
Total Biaya Produksi		Rp 28.000.000	Rp 336.000.000

Tabel 4. 3 Biaya Operasional

Item	Qty	Harga/Unit (IDR)	Total Biaya/Bln (IDR)	Total Biaya/Tahun (IDR)
Biaya Perjalanan ke Supplier	3	1.419.378	4.258.135	51.097.626

Biaya Perjalanan ke Buyer	3	2.380.000	7.140.000	85.680.00
Biaya Marketing Digital	1	5.000.000	5.000.000	60.000.000
Maintenance Web	1	200.000	200.000	2.400.000
Gaji Karyawan	6	5.000.000	30.000.000	360.000.000
Total Biaya Operasional			Rp 46.598.135	Rp 559.177.626

Tabel 4. 4 Harga Produk

Harga Produk	
Frozen Tuna	
Frozen Tuna Grade A (Kg)	Rp 85.145
Frozen tuna Grade B (Kg)	Rp 56.763
Tuna Loin	
Tuna Loin (Kg)	Rp 135.000
Canned Tuna	
Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 142g	Rp 478.438
Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 160g	Rp 518.984
Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 170g	Rp 559.529
Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 185g	Rp 583.857
Canned Yellowfin Solid in Vegetable Oil, 48 x NW 95g	Rp 429.783
Canned Yellowfin Solid in Vegetable Oil, 48 x NW 140g	Rp 567.639
Canned Yellowfin Solid in Vegetable Oil, 48 x NW 160	Rp 632.512
Canned Yellowfin Solid in Vegetable Oil, 48 x NW 170g	Rp 656.839
Canned Yellowfin Solid in Vegetable Oil, 48 x NW 185g	Rp 689.276

Tabel 4. 5 Pendapatan

Pendapatan	
Income Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 142g	Rp 1.621
Unit	76.6667
Pendapatan Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 142g (Tahun)	Rp 124.277.207
Income Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 160g	Rp 9.730
Unit	60.000
Pendapatan Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 160g (Tahun)	Rp 583.800.000
Income Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 170g	Rp 17.840
Unit	154.000

Pendapatan Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 170g (Tahun)	Rp 2.747.360.000
Income Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 185g	Rp 17.840
Unit	128.333
Pendapatan Skipjack Flakes in Sunflower Oil (or Soybean Oil, Vegetable Oil), 48 x NW 185g (Tahun)	Rp 2.289.460.720

Tabel 4. 6 Profit

Profit	
Total Pendapatan	Rp 5.744.897.927
Total Cost	Rp 559.177.626
Profit / Tahun	Rp 6.304.075.553
Profit / Bulan	Rp 525.339.629

Gambar 4. 1 Proyeksi Cashflow Gocean Export 2025

Gambar 4. 2 Proyeksi Cashflow Gocean Export 2026

Gambar 4. 3 Proyeksi Cashflow Gocean Export 2027

IV KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Gocean Export telah berhasil memahami pasar ekspor seafood melalui analisis mendalam terhadap komoditas utama seperti frozen tuna, processing tuna, dan canned tuna. Perusahaan menerapkan segmentasi pasar yang mencakup analisis kebutuhan, preferensi konsumen internasional, dan potensi pertumbuhan pasar di negara-negara tujuan ekspor. Pemahaman terhadap regulasi perdagangan internasional dan

standar kualitas produk menjadi kunci utama untuk bersaing di pasar global. Dalam upaya mengoptimalkan sumber daya dan meminimalkan risiko, Gocean Export merancang model bisnis yang berbasis pada pendekatan TAM, SAM, dan SOM, memastikan alokasi sumber daya yang efisien, pengelolaan rantai pasok yang efektif, dan mitigasi risiko melalui kemitraan strategis.

Sistem pemasaran online yang dikembangkan Gocean Export menekankan efisiensi dan kenyamanan pelanggan, dengan menggunakan media sosial, konten menarik, dan platform pemesanan berbasis web. Hal ini memungkinkan pelanggan mengakses informasi produk dan melakukan pemesanan dengan mudah. Selain itu, integrasi teknologi digital, khususnya dalam alat pembayaran internasional, telah menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Sistem pembayaran yang dirancang tidak hanya memenuhi standar keamanan dan efisiensi tetapi juga membangun kepercayaan dengan mitra bisnis dan pelanggan global.

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan tantangan utama yang dihadapi Gocean Export, seperti fluktuasi biaya logistik, perubahan regulasi perdagangan, dan kebutuhan untuk menjaga kualitas produk selama distribusi. Diversifikasi pasar dan pengembangan infrastruktur logistik ditemukan sebagai strategi penting untuk menjaga keberlanjutan operasi. Strategi pengembangan produk perusahaan melibatkan inovasi dalam pengolahan seafood untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing di pasar global. Dengan fokus pada kualitas, keberlanjutan, dan branding produk, Gocean Export menunjukkan potensi besar untuk diterima di pasar ekspor. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa dengan perencanaan bisnis yang terstruktur, optimalisasi sistem pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital, Gocean Export memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama di industri ekspor seafood global.

REFERENSI

- Aisyah, S. (2021). Tantangan dan Peluang Sektor Perikanan Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Perikanan*.
- Anita Silvianita, T. I. (2023). Types of Absorptive Capacity as Antecedents of Innovation Capability: Mediating Effect of Knowledge Management. *Management Scientific Journal*.
- Anugrah, A. N. (2021). Pengelolaan Sumber Daya Perikanan Laut di Indonesia. *Jurnal Sains Edukatika Indonesia (JSEI)*.
- Fakhri, M., & Mahir Pradana. et al., S. S. (2021). Impact of Organizational and Individual Factors on Knowledge Sharing Behavior: Social Capital Perspective. *Sage Open*.
- Fakhri, M., & Mahir Pradana. et al., S. S. (2020). Leadership Style and its Impact on Employee Performance at Indonesian National Electricity Company. *The Open Psychology Journal*.
- Leeuwen, T. &. (2020). Niche Marketing Revisited: Concept, Applications, and Some European Cases. *European Journal of Marketing*.
- Porter, M. E. (2020). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. *Harvard Business Review*.