



KEMENTERIAN
KELAUTAN DAN
PERIKANAN



EKONOMI BIRU **UNTUK**
INDONESIA EMAS



LAPORAN KINERJA DIREKTORAT PEMASARAN



TAHUN 20 25

CERDAS
Cepat Efisien Responsif Digitalisasi Adaptasi Sinergi

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

KATA PENGANTAR



Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025 disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja pencapaian rencana kerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025. Penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP), Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan Kinerja dan Tata Cara Reviu Atas Laporan Kinerja dan Permen KP Nomor 35 Tahun 2023 tentang Pengelolaan Kinerja Organisasi di Lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai capaian kinerja dari lima tim kerja teknis (Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri, Pemetaan dan Analisis Pasar Luar Negeri, Pembinaan Pemasaran, Pengendalian dan Substitusi Impor, Sistem Informasi Pemasaran, dan satu tim kerja Subbagian Tata Usaha). Laporan ini juga memuat hasil-hasil pelaksanaan program dan kegiatan serta permasalahan yang dihadapi selama Tahun 2025.

Dari 8 indikator kinerja pada Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025, sebanyak 8 (delapan) telah dilakukan pengukuran pada Tahun 2025. Berdasarkan hasil pengukuran Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerja adalah sebesar 108,42%, dengan 8 dari 8 indikator kinerja telah mencapai target tahun 2025.

Kami menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi pelaksanaan program dan kegiatan di masa mendatang.

Jakarta, 14 Januari 2026

Direktur Pemasaran

Erwin Dwiyan S.Pi., M.Sc

TIM PENYUSUN

PENGARAH

`Direktur Pemasaran

PENYUSUN

Tim Penyusunan Pelaporan Direktorat Pemasaran

KONTRIBUTOR

Tim Penguatan Akuntabilitas Kinerja Lingkup Direktorat Pemasaran,
Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan

IKHTISAR EKSEKUTIF

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (Ditjen PDSPKP) Tahun 2025 disusun sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kinerja (*Performance Results*) Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP selama Tahun 2025, dikaitkan dengan Rencana Kinerja (*Performance Plan*) Tahun 2025 yang sepenuhnya mengacu pada Rencana Strategis Ditjen PDSPKP Tahun 2025 - 2029.

Sesuai dengan Rencana Kinerja dan Perjanjian Kinerja Tahun 2025, Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP melakukan pengukuran terhadap Kegiatan Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan untuk mencapai tujuan strategis meningkatkan volume produk olahan kelautan dan perikanan. Tujuan strategis di atas selanjutnya dijabarkan dalam sasaran strategis Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP yang telah ditetapkan dalam bentuk perjanjian kinerja antara Direktur Pemasaran dengan Direktur Jenderal PDSPKP, yang terdiri atas 3 Sasaran kegiatan dan 8 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 8 indikator kinerja tersebut sebanyak 8 (delapan) telah dilakukan pengukuran pada Tahun 2025. Berdasarkan hasil pengukuran Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 108,42%, dengan 8 dari 8 indikator kinerja telah mencapai target pada tahun 2025.

Pencapaian terhadap target sasaran kinerja Direktorat Pemasaran yang telah dicapai selama Tahun 2025 serta rencana tindak lanjut penyelesaian permasalahan yang dihadapi diharapkan dapat menjadi salah satu acuan untuk merumuskan langkah-langkah percepatan pelaksanaan kegiatan di tahun berikutnya

Hasil analisis yang komprehensif terhadap masing-masing IKU diharapkan dapat dijadikan umpan balik dan acuan perencanaan berikutnya, hal ini merupakan salah satu fungsi pokok dan tujuan dari Laporan Kinerja diharapkan dapat dijadikan umpan balik dan acuan perencanaan berikutnya

Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025 adalah sebagai berikut:

1. Dari 8 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 5 indikator kinerja bersifat tahunan, 1 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 2 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 5 indikator kinerja dimaksud yaitu (1) Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (%), (2) Persentase Penyelesaian temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (%), (3) Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk Pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (nilai), (4) Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%), (5) Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi),
3. Satu indikator kinerja yang bersifat semesteran yaitu (1) Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks).
4. Sedangkan Dua indikator kinerja yang bersifat triwulanan yaitu (1) Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (%), (2) Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%).

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan atas capaian dan akuntabilitas kinerja sampai dengan Tahun 2025, seluruh Sasaran Kegiatan (SK) dan Indikator Kinerja Kegiatan Direktorat Pemasaran mencapai target yang telah ditetapkan. Adapun rincian capaian periode Tahun 2025 yaitu:

1. IKK Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)

Capaian Indikator Kinerja Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan pada Tahun 2025 telah mencapai 11%* terhadap Impor, setara dengan 181,82%* dari target Tahun 2025 yaitu <20%.

2. Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)

Capaian Indikator kinerja Persentase Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya pada Tahun 2025 telah mencapai 100% provinsi yaitu 38 Provinsi, setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu 100% provinsi atau setara 38 Provinsi.

3. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja Direktorat Pemasaran (Persen)

Capaian Indikator kinerja Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Tahun 2025 berdasarkan aplikasi SIDAK yaitu dari jumlah rekomendasi 88, telah ditindaklanjuti sebanyak 88 atau sebanyak 100%, jika dibandingkan dengan target sebesar 95%, maka capaiannya sebesar 105,26%.

4. Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Capaian Indikator Kinerja Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 100% terhadap temuan BPK, setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu 100%.

5. Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Capaian Indikator Kinerja Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai Nilai 89,67, setara dengan 119,56% dari target Tahun 2025 yaitu 75.

6. Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Capaian Indikator Kinerja Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai Nilai 86,70, setara dengan 100,81% dari target Tahun 2025 yaitu 86.

7. Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)

Capaian Indikator Kinerja Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 88,17 (Indeks), setara dengan 108,85% dari target Tahun 2025 yaitu 81 (Indeks).

8. Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)

Capaian Indikator Kinerja Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 1 Inovasi, setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu 1 Inovasi.

Pada Tahun 2025 Alokasi Anggaran Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 sebesar Rp1.481.069.000,00. Namun, berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu efektif Direktorat Pemasaran Rp. 1.230.440.000. Adapun realisasi anggaran sampai dengan Desember tahun 2025 sebesar Rp. 1.226.845.935, atau setara 99.71% dari total anggaran pada DIPA. Berdasarkan Perjanjian Kinerja tertanggal 8 Desember 2025, jumlah blokir sebesar Rp.250.626.000,- yang terdapat pada RO Pelaku Usaha Pemasaran yang dibina dan RO Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan.

DAFTAR ISI

TIM PENYUSUN	1
IKHTISAR EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR LAMPIRAN	9
BAB I	10
PENDAHULUAN.....	10
1.1. LATAR BELAKANG	10
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	12
1.3. TUGAS DAN FUNGSI.....	12
1.4. KERAGAMAN SUMBER DAYA MANUSIA.....	13
1.5. PERMASALAHAN UTAMA	14
1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN.....	16
BAB II.....	17
PERENCANAAN KINERJA	17
BAB III.....	20
AKUNTABILITAS KINERJA	20
3.1. CAPAIAN KINERJA	20
3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA	21
3.2.1. Sasaran Strategis 1 Terkendalinya Neraca Perdagangan Hasil Perikanan	21
3.2.2. Tersedianya Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Sektor Kelautan dan Perikanan Berdasar Preferensi Konsumen.....	32
3.2.3. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	41
3.2.4. REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN.....	55
BAB IV	56
PENUTUP.....	56
4.1 KESIMPULAN	56
4.2 PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI	61
4.3 TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2025.....	62
4.4 LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perjanjian Kinerja Tahun 2025	19
Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....	21
Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)	22
Tabel 4. Tabel Impor Berdasarkan Negara Asal Tahun 2024-2025	23
Tabel 5. Tabel Impor Berdasarkan Komoditas Utama Tahun 2024-2025.....	24
Tabel 6. Neraca Perdagangan Produk Perikanan Tahun 2024-2025	24
Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)	32
Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	41
Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	43
Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai).....	45
Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai).....	48
Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	51
Tabel 13. Ikhtisar Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	53
Tabel 14. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....	55
Tabel 15. Serapan Ikan Nasional Per Komoditas	58
Tabel 16. Permasalahan di Tahun 2025 dan Rencana Tindak Lanjut terkait Triwulan I 2026	61
Tabel 17. Tindak Lanjut Triwulan III dan dilaksanakan di TW IV 2025	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran	12
Gambar 2. Surat Tugas Tim Kerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....	13
Gambar 3. Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran	14
Gambar 4. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....	20
Gambar 5. Rapat Pembahasan Capaian Nilai Impor terhadap Ekspor dan Profil Ekspor Pasar Luar Negeri	25
Gambar 6. Rapat Verifikasi Penyusunan Neraca Komoditas	31
Gambar 7. Rapat Koordinasi Terbatas tingkat Menteri	31
Gambar 8. Rapat Penghitungan Konsumsi Ikan, Serapan Ikan, dan Preferensi Konsumen terhadap 38 Provinsi.....	34
Gambar 9. Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran di beberapa Lokasi.....	35
Gambar 10. Promosi Ikan Hias di Kabupaten Garut	40
Gambar 11. Rekomendasi Hasil Pengawasan Pengendalian pada Aplikasi SIDAK dan Hasil Pengawasan Lingkup PDSPKP.....	43
Gambar 12. Capaian Penyelesaian Temuan BPK pada Tahun 2025.....	44
Gambar 13. Penyusunan Kelengkapan Data Dukung Wilayah Bebas Korupsi.....	46
Gambar 14. Hasil Penilaian Wilayah Bebas Korupsi	47
Gambar 15. Penginputan Perencanaan Kinerja Tahun 2025	49
Gambar 16. Penginputan Capaian Kinerja Triwulan III 2025	49
Gambar 17. Hasil Evaluasi Penilaian Mandiri AKIP	50
Gambar 18. Rapat Monitoring dan Evaluasi Bantuan Pemerintah dan Rincian Output Prioritas Lingkup Ditjen PDSPKP.....	50
Gambar 19. Peningkatan Pemenuhan Indeks Profesionalitas ASN dan Hasil Indeks Profesionalitas	52
Gambar 20. Top 15 Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2025	54
Gambar 21. Peta Konsumsi Ikan Masyarakat Per Provinsi Tahun 2025	58

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....</i>	<i>63</i>
<i>Lampiran 2. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....</i>	<i>65</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 merupakan pelaksanaan dari Peraturan Presiden Nomor 29 tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Seluruh kebijakan yang ditempuh merupakan lanjutan dari kebijakan tahun sebelumnya dengan berbagai perbaikan dalam rangka pelaksanaan 3 pilar, isi pembangunan dalam Rencana Strategis (Renstra) Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan yakni Kedaulatan, Keberlanjutan, dan Kesejahteraan.

Direktorat Pemasaran adalah unsur pelaksana teknis yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan yang dalam pelaksanaan tugasnya mengacu pada Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor: 2/PERMEN-KP/2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kelautan dan Perikanan. Direktorat Pemasaran mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pelaksanaan pemantauan, analisis, evaluasi dan pelaporan di bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan.

Dalam melaksanakan tugas tersebut Direktorat Pemasaran menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang pemetaan dan analisis perilaku konsumen, pasar, dan produk hasil kelautan dan perikanan, penyusunan neraca komoditas perikanan, dan analisis pengendalian dan substitusi impor hasil kelautan dan perikanan, serta pengembangan sistem informasi pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang pemetaan dan analisis perilaku konsumen, pasar, dan produk hasil kelautan dan perikanan, penyusunan neraca komoditas perikanan, dan analisis pengendalian dan substitusi impor

- hasil kelautan dan perikanan, serta pengembangan sistem informasi pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pemetaan dan analisis perilaku konsumen, pasar, dan produk hasil kelautan dan perikanan, penyusunan neraca komoditas perikanan, dan analisis pengendalian dan substitusi impor hasil kelautan dan perikanan, serta pengembangan sistem informasi pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
 - d. Pelaksanaan pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pemetaan dan analisis perilaku konsumen, pasar, dan produk hasil kelautan dan perikanan, penyusunan neraca komoditas perikanan, dan analisis pengendalian dan substitusi impor hasil kelautan dan perikanan, serta pengembangan sistem informasi pemasaran hasil kelautan dan perikanan; dan
 - e. pelaksanaan urusan administrasi Direktorat Pemasaran.

Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, dan Peraturan Menteri PAN dan RB Nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan Kinerja dan Tata Cara Reviu atas Laporan Kinerja Instansi Pemerintah, Direktorat Pemasaran sebagai Entitas Akuntabilitas Kinerja berkewajiban menyusun perjanjian kinerja, melakukan pengukuran kinerja dan pengelolaan data kinerja, serta menyampaikan Laporan Kinerja yang merupakan wujud akuntabilitas dari mandat yang diemban.

Dokumen Laporan Kinerja merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban Instansi Pemerintah dalam pelaksanaan program dan kegiatan pembangunan yang dilaksanakan berdasarkan Renstra maupun Rencana Kerja Tahunan yang dibuat sebelumnya, serta merupakan sarana untuk menilai dan mengevaluasi pencapaian kinerja berdasarkan indikator sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Untuk menilai efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta mengukur sejauh mana pencapaian sasaran berdasarkan indikator yang ada, Direktorat Pemasaran menyusun Laporan Kinerja Tahun 2025. Laporan Kinerja ini secara terstruktur akan menginformasikan capaian kinerja dari setiap pelaksanaan program dan kegiatan dalam kurun waktu bulan Januari - Desember Tahun 2025.

1.2. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dan tujuan penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran tahun 2025 adalah untuk menyampaikan capaian kinerja Direktorat Pemasaran dalam satu tahun anggaran dengan pembandingan adalah target kinerja.

1.3. TUGAS DAN FUNGSI

Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 43 Tahun 2023 tentang Mekanisme Kerja Untuk Penyederhanaan Birokrasi di Lingkungan KKP, Direktorat Pemasaran didukung oleh susunan organisasi yang terdiri dari Lima (5) Tim Kerja yang secara lengkap diuraikan sebagai berikut:

1. Tim Kerja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri;
2. Tim Kerja Pemetaan dan Analisis Pasar Luar Negeri;
3. Tim Kerja Pengendalian dan Substitusi Impor;
4. Tim Kerja Sistem Informasi Pemasaran;
5. Tim Kerja Pembinaan Pemasaran;
6. Subbagian Tata Usaha.



Secara lengkap, struktur organisasi Direktorat Pemasaran adalah sebagaimana tersaji pada Gambar 1.

Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran

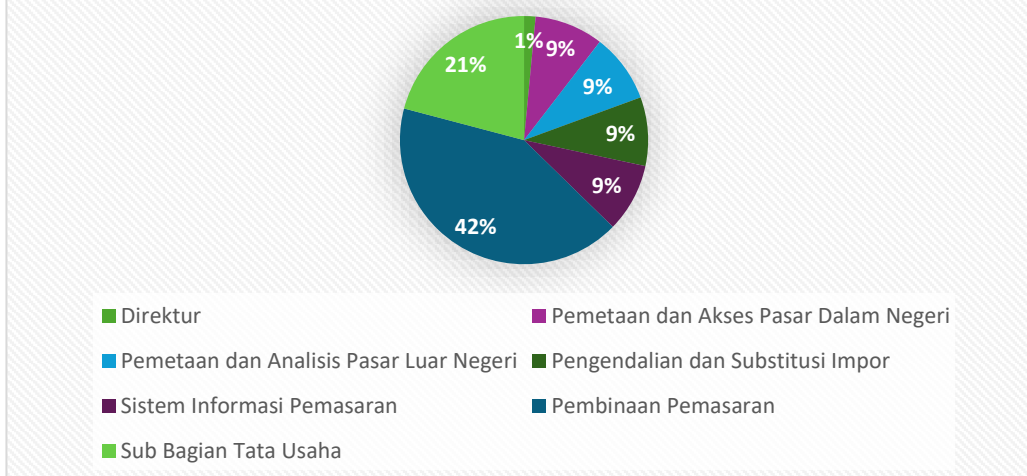
Lampiran: Surat Tugas
 Nomor : B.2/766/DJPOSPKP.6/KP.440/X/2025
 Tanggal : 9 Oktober 2025

SUSUNAN KEANGGOTAAN TIM KERJA DAN SUBBAGIAN TATA USAHA PADA DIREKTORAT PEMASARAN DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN						
No.	Nama	NAMA TIM KERJA				
		TIM KERJA PEMETAAN DAN ANALISIS PASAR DALAM NEGERI 1	TIM KERJA PEMETAAN DAN ANALISIS PASAR LUAR NEGERI 2	TIM KERJA PENGENDALIAN DAN SUBSTITUSI IMPOR 3	TIM KERJA SISTEM INFORMASI PEMASARAN 4	TIM KERJA PEMBINAAN PEMASARAN 5
						Sub Bagian Tata Usaha 6
1	Artati Widiarti	Analisis Pasar Hasil Perikanan Utama				
2	Winarto	Ketua				
3	Holwijaya Marpaung	Ketua				
4	Indra Nur Cahyo	Ketua				
5	Kaharuddin Sholeh	Ketua				
6	Usap Suhendar	Ketua				
7	Puri Fajar Handayani	Ketua				
8	Cecopri Iman Sobani	Ketua				
9	Amalia Irfan	Ketua				
10	R. Agus Asmoro	Ketua				
11	Palindungan	Ketua				
12	Suryanti Astuti Nengseh	Ketua				
13	Diska Amni Rahmaty	Ketua				
14	Henu Sulistyono	Ketua				
15	M. R. Ghulur Driyono	Ketua				

KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA SAING
PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN

Jalan Merdeka Selatan No. 100, Jakarta 10110
 Telp. (021) 5717011, 5717012, 5717013, 5717014
 Fax. (021) 5717015, 5717016, 5717017, 5717018, 5717019, 5717020, 5717021, 5717022, 5717023, 5717024, 5717025, 5717026, 5717027, 5717028, 5717029, 5717030, 5717031, 5717032, 5717033, 5717034, 5717035, 5717036, 5717037, 5717038, 5717039, 5717040, 5717041, 5717042, 5717043, 5717044, 5717045, 5717046, 5717047, 5717048, 5717049, 5717050, 5717051, 5717052, 5717053, 5717054, 5717055, 5717056, 5717057, 5717058, 5717059, 5717060, 5717061, 5717062, 5717063, 5717064, 5717065, 5717066, 5717067, 5717068, 5717069, 5717070, 5717071, 5717072, 5717073, 5717074, 5717075, 5717076, 5717077, 5717078, 5717079, 5717080, 5717081, 5717082, 5717083, 5717084, 5717085, 5717086, 5717087, 5717088, 5717089, 5717090, 5717091, 5717092, 5717093, 5717094, 5717095, 5717096, 5717097, 5717098, 5717099, 5717100, 5717101, 5717102, 5717103, 5717104, 5717105, 5717106, 5717107, 5717108, 5717109, 5717110, 5717111, 5717112, 5717113, 5717114, 5717115, 5717116, 5717117, 5717118, 5717119, 5717120, 5717121, 5717122, 5717123, 5717124, 5717125, 5717126, 5717127, 5717128, 5717129, 5717130, 5717131, 5717132, 5717133, 5717134, 5717135, 5717136, 5717137, 5717138, 5717139, 5717140, 5717141, 5717142, 5717143, 5717144, 5717145, 5717146, 5717147, 5717148, 5717149, 5717150, 5717151, 5717152, 5717153, 5717154, 5717155, 5717156, 5717157, 5717158, 5717159, 5717160, 5717161, 5717162, 5717163, 5717164, 5717165, 5717166, 5717167, 5717168, 5717169, 5717170, 5717171, 5717172, 5717173, 5717174, 5717175, 5717176, 5717177, 5717178, 5717179, 5717180, 5717181, 5717182, 5717183, 5717184, 5717185, 5717186, 5717187, 5717188, 5717189, 5717190, 5717191, 5717192, 5717193, 5717194, 5717195, 5717196, 5717197, 5717198, 5717199, 5717200, 5717201, 5717202, 5717203, 5717204, 5717205, 5717206, 5717207, 5717208, 5717209, 5717210, 5717211, 5717212, 5717213, 5717214, 5717215, 5717216, 5717217, 5717218, 5717219, 5717220, 5717221, 5717222, 5717223, 5717224, 5717225, 5717226, 5717227, 5717228, 5717229, 5717230, 5717231, 5717232, 5717233, 5717234, 5717235, 5717236, 5717237, 5717238, 5717239, 5717240, 5717241, 5717242, 5717243, 5717244, 5717245, 5717246, 5717247, 5717248, 5717249, 5717250, 5717251, 5717252, 5717253, 5717254, 5717255, 5717256, 5717257, 5717258, 5717259, 5717260, 5717261, 5717262, 5717263, 5717264, 5717265, 5717266, 5717267, 5717268, 5717269, 5717270, 5717271, 5717272, 5717273, 5717274, 5717275, 5717276, 5717277, 5717278, 5717279, 5717280, 5717281, 5717282, 5717283, 5717284, 5717285, 5717286, 5717287, 5717288, 5717289, 5717290, 5717291, 5717292, 5717293, 5717294, 5717295, 5717296, 5717297, 5717298, 5717299, 5717300, 5717301, 5717302, 5717303, 5717304, 5717305, 5717306, 5717307, 5717308, 5717309, 5717310, 5717311, 5717312, 5717313, 5717314, 5717315, 5717316, 5717317, 5717318, 5717319, 5717320, 5717321, 5717322, 5717323, 5717324, 5717325, 5717326, 5717327, 5717328, 5717329, 5717330, 5717331, 5717332, 5717333, 5717334, 5717335, 5717336, 5717337, 5717338, 5717339, 5717340, 5717341, 5717342, 5717343, 5717344, 5717345, 5717346, 5717347, 5717348, 5717349, 5717350, 5717351, 5717352, 5717353, 5717354, 5717355, 5717356, 5717357, 5717358, 5717359, 5717360, 5717361, 5717362, 5717363, 5717364, 5717365, 5717366, 5717367, 5717368, 5717369, 5717370, 5717371, 5717372, 5717373, 5717374, 5717375, 5717376, 5717377, 5717378, 5717379, 5717380, 5717381, 5717382, 5717383, 5717384, 5717385, 5717386, 5717387, 5717388, 5717389, 5717390, 5717391, 5717392, 5717393, 5717394, 5717395, 5717396, 5717397, 5717398, 5717399, 5717400, 5717401, 5717402, 5717403, 5717404, 5717405, 5717406, 5717407, 5717408, 5717409, 5717410, 5717411, 5717412, 5717413, 5717414, 5717415, 5717416, 5717417, 5717418, 5717419, 5717420, 5717421, 5717422, 5717423, 5717424, 5717425, 5717426, 5717427, 5717428, 5717429, 5717430, 5717431, 5717432, 5717433, 5717434, 5717435, 5717436, 5717437, 5717438, 5717439, 5717440, 5717441, 5717442, 5717443, 5717444, 5717445, 5717446, 5717447, 5717448, 5717449, 5717450, 5717451, 5717452, 5717453, 5717454, 5717455, 5717456, 5717457, 5717458, 5717459, 5717460, 5717461, 5717462, 5717463, 5717464, 5717465, 5717466, 5717467, 5717468, 5717469, 5717470, 5717471, 5717472, 5717473, 5717474, 5717475, 5717476, 5717477, 5717478, 5717479, 5717480, 5717481, 5717482, 5717483, 5717484, 5717485, 5717486, 5717487, 5717488, 5717489, 5717490, 5717491, 5717492, 5717493, 5717494, 5717495, 5717496, 5717497, 5717498, 5717499, 5717500, 5717501, 5717502, 5717503, 5717504, 5717505, 5717506, 5717507, 5717508, 5717509, 5717510, 5717511, 5717512, 5717513, 5717514, 5717515, 5717516, 5717517, 5717518, 5717519, 5717520, 5717521, 5717522, 5717523, 5717524, 5717525, 5717526, 5717527, 5717528, 5717529, 5717530, 5717531, 5717532, 5717533, 5717534, 5717535, 5717536, 5717537, 5717538, 5717539, 5717540, 5717541, 5717542, 5717543, 5717544, 5717545, 5717546, 5717547, 5717548, 5717549, 5717550, 5717551, 5717552, 5717553, 5717554, 5717555, 5717556, 5717557, 5717558, 5717559, 5717560, 5717561, 5717562, 5717563, 5717564, 5717565, 5717566, 5717567, 5717568, 5717569, 5717570, 5717571, 5717572, 5717573, 5717574, 5717575, 5717576, 5717577, 5717578, 5717579, 5717580, 5717581, 5717582, 5717583, 5717584, 5717585, 5717586, 5717587, 5717588, 5717589, 5717590, 5717591, 5717592, 5717593, 5717594, 5717595, 5717596, 5717597, 5717598, 5717599, 5717600, 5717601, 5717602, 5717603, 5717604, 5717605, 5717606, 5717607, 5717608, 5717609, 5717610, 5717611, 5717612, 5717613, 5717614, 5717615, 5717616, 5717617, 5717618, 5717619, 5717620, 5717621, 5717622, 5717623, 5717624, 5717625, 5717626, 5717627, 5717628, 5717629, 5717630, 5717631, 5717632, 5717633, 5717634, 5717635, 5717636, 5717637, 5717638, 5717639, 5717640, 5717641, 5717642, 5717643, 5717644, 5717645, 5717646, 5717647, 5717648, 5717649, 5717650, 5717651, 5717652, 5717653, 5717654, 5717655, 5717656, 5717657, 5717658, 5717659, 5717660, 5717661, 5717662, 5717663, 5717664, 5717665, 5717666, 5717667, 5717668, 5717669, 5717670, 5717671, 5717672, 5717673, 5717674, 5717675, 5717676, 5717677, 5717678, 5717679, 5717680, 5717681, 5717682, 5717683, 5717684, 5717685, 5717686, 5717687, 5717688, 5717689, 5717690, 5717691, 5717692, 5717693, 5717694, 5717695, 5717696, 5717697, 5717698, 5717699, 5717700, 5717701, 5717702, 5717703, 5717704, 5717705, 5717706, 5717707, 5717708, 5717709, 5717710, 5717711, 5717712, 5717713, 5717714, 5717715, 5717716, 5717717, 5717718, 5717719, 5717720, 5717721, 5717722, 5717723, 5717724, 5717725, 5717726, 5717727, 5717728, 5717729, 5717730, 5717731, 5717732, 5717733, 5717734, 5717735, 5717736, 5717737, 5717738, 5717739, 5717740, 5717741, 5717742, 5717743, 5717744, 5717745, 5717746, 5717747, 5717748, 5717749, 5717750, 5717751, 5717752, 5717753, 5717754, 5717755, 5717756, 5717757, 5717758, 5717759, 5717760, 5717761, 5717762, 5717763, 5717764, 5717765, 5717766, 5717767, 5717768, 5717769, 5717770, 5717771, 5717772, 5717773, 5717774, 5717775, 5717776, 5717777, 5717778, 5717779, 5717780, 5717781, 5717782, 5717783, 5717784, 5717785, 5717786, 5717787, 5717788, 5717789, 5717790, 5717791, 5717792, 5717793, 5717794, 5717795, 5717796, 5717797, 5717798, 5717799, 5717800, 5717801, 5717802, 5717803, 5717804, 5717805, 5717806, 5717807, 5717808, 5717809, 5717810, 5717811, 5717812, 5717813, 5717814, 5717815, 5717816, 5717817, 5717818, 5717819, 5717820, 5717821, 5717822, 5717823, 5717824, 5717825, 5717826, 5717827, 5717828, 5717829, 5717830, 5717831, 5717832, 5717833, 5717834, 5717835, 5717836, 5717837, 5717838, 5717839, 5717840, 5717841, 5717842, 5717843, 5717844, 5717845, 5717846, 5717847, 5717848, 5717849, 5717850, 5717851, 5717852, 5717853, 5717854, 5717855, 5717856, 5717857, 5717858, 5717859, 5717860, 5717861, 5717862, 5717863, 5717864, 5717865, 5717866, 5717867, 5717868, 5717869, 5717870, 5717871, 5717872, 5717873, 5717874, 5717875, 5717876, 5717877, 5717878, 5717879, 5717880, 5717881, 5717882, 5717883, 5717884, 5717885, 5717886, 5717887, 5717888, 5717889, 5717890, 5717891, 5717892, 5717893, 5717894, 5717895, 5717896, 5717897, 5717898, 5717899, 5717900, 5717901, 5717902, 5717903, 5717904, 5717905, 5717906, 5717907, 5717908, 5717909, 5717910, 5717911, 5717912, 5717913, 5717914, 5717915, 5717916, 5717917, 5717918, 5717919, 5717920, 5717921, 5717922, 5717923, 5717924, 5717925, 5717926, 5717927, 5717928, 5717929, 5717930, 5717931, 5717932, 5717933, 5717934, 5717935, 5717936, 5717937, 5717938, 5717939, 5717940, 5717941, 5717942, 5717943, 5717944, 5717945, 5717946, 5717947, 5717948, 5717949, 5717950, 5717951, 5717952, 5717953, 5717954, 5717955, 5717956, 5717957, 5717958, 5717959, 5717960, 5717961, 5717962, 5717963, 5717964, 5717965, 5717966, 5717967, 5717968, 5717969, 5717970, 5717971, 5717972, 5717973, 5717974, 5717975, 5717976, 5717977, 5717978, 5717979, 5717980, 5717981, 5717982, 5717983, 5717984, 5717985, 5717986, 5717987, 5717988, 5717989, 5717990, 5717991, 5717992, 5717993, 5717994, 5717995, 5717996, 5717997, 5717998, 5717999, 5718000, 5718001, 5718002, 5718003, 5718004, 5718005, 5718006, 5718007, 5718008, 5718009, 5718010, 5718011, 5718012, 5718013, 5718014, 5718015, 5718016, 5718017, 5718018, 5718019, 5718020, 5718021, 5718022, 5718023, 5718024, 5718025, 5718026, 5718027, 5718028, 5718029, 5718030, 5718031, 5718032, 5718033, 5718034, 5718035, 5718036, 5718037, 5718038, 5718039, 5718040, 5718041, 5718042, 5718043, 5718044, 5718045, 5718046, 5718047, 5718048, 5718049, 5718050, 5718051, 5718052, 5718053, 5718054, 5718055, 5718056, 5718057, 5718058, 5718059, 5718060, 5718061, 5718062, 5718063, 5718064, 5718065, 5718066, 5718067, 5718068, 5718069, 5718070, 5718071, 5718072, 5718073, 5718074, 5718075, 5718076, 5718077, 5718078, 5718079, 5718080, 5718081, 5718082, 5718083, 5718084, 5718085, 5718086, 5718087, 5718088, 5718089, 5718090, 5718091, 5718092, 5718093, 5718094, 5718095, 5718096, 5718097, 5718098, 5718099, 5718100, 5718101, 5718102, 5718103, 5718104, 5718105, 5718106, 5718107, 5718108, 5718109, 5718110, 5718111, 5718112, 5718113, 5718114, 5718115, 5718116, 5718117, 5718118, 5718119, 5718120, 5718121, 5718122, 5718123, 5718124, 5718125, 5718126, 5718127, 5718128, 5718129, 5718130, 5718131, 5718132, 5718133, 5718134, 5718135, 5718136, 5718137, 5718138, 5718139, 5718140, 5718141, 5718142, 5718143, 5718144, 5718145, 5718146, 5718147, 5718148, 5718149, 5718150, 5718151, 5718152, 5718153, 5718154, 5718155, 5718156, 5718157, 5718158, 5718159, 5718160, 5718161, 5718162, 5718163, 5718164, 5718165, 5718166, 5718167, 5718168, 5718169, 5718170, 5718171, 5718172, 5718173, 5718174, 5718175, 5718176, 5718177, 5718178, 5718179, 5718180, 5718181, 5718182, 5718183, 5718184, 5718185, 5718186, 5718187, 5718188, 5718189, 5718190, 5718191, 57

Direktorat Pemasaran



Gambar 3. Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran

Perincian sumber daya manusia berdasarkan jenjang pendidikan yaitu S2 sebanyak 16 orang, S1 sebanyak 26 orang, D3 sebanyak 6 orang, SMA sebanyak 18 orang, SMP 1 orang, SD 1 orang. Total pegawai Direktorat Pemasaran 68 orang terdiri dari 49 Pegawai Laki-Laki dan 19 Pegawai Perempuan.

1.5. PERMASALAHAN UTAMA

1. Sebagian daerah belum mengadopsi KIM sebagai indikator kinerja dan masih menggunakan AKI, sehingga terjadi ketidaksinkronan target dan pengukuran capaian konsumsi ikan secara nasional;
2. Raw data Susenas yang diterima pada akhir tahun menyebabkan diseminasi informasi tertunda, sehingga sosialisasi kepada daerah baru dapat dilaksanakan pada awal tahun berikutnya dan kurang mendukung perencanaan program secara tepat waktu. Ketersediaan sarana dan prasarana pemasaran yang belum sesuai dengan prinsip penanganan ikan yang baik;
3. Keterbatasan akses data pasar yang mutakhir dan berkelanjutan—meliputi harga harian ikan, pasokan dan permintaan, tren, dan perilaku konsumen—menghambat penyusunan strategi pemasaran yang responsif, presisi, dan berbasis data;

4. Belum terpenuhinya dokumen clearance belanja TIK tahun 2025. Mengingat pengurusan clearance pra dipa sudah lewat dari batas waktu sehingga menunggu pengurusan clearance tahun berjalan yang nantinya akan dilakukan secara kolektif dan terpusat oleh Sekjen KKP.
5. Masih kurangnya integrasi dan koordinasi tata laksana atau mekanisme bagi pakai data antar eselon 2, sehingga belum dapat dimanfaatkan atau diperkaya menyesuaikan fungsi dari eselon 2 masing;
6. Penerapan standar pengelolaan pasar ikan yang baik belum diterapkan oleh pengelola pasar;
7. Pengelolaan pasar yang dibangun umumnya diserahkan ke Dinas yang menangani perdagangan sehingga menyulitkan dalam pembinaan dan monev oleh Direktorat Pemasaran;
8. Keterbatasan ketersediaan data pemasaran terkini akibat jeda waktu publikasi. Data impor udang dunia tersedia dengan jeda waktu hingga satu tahun, di mana data tahun berjalan baru dapat diakses pada semester II tahun berikutnya. Sementara itu, data ekspor udang Indonesia yang bersumber dari BPS juga mengalami lag waktu sekitar satu bulan, sehingga analisis pada akhir tahun berjalan masih menggunakan data proyeksi;
9. Keterbatasan pendalaman analisis akibat dinamika data dan isu ekspor. Pembaruan data dan dinamika isu ekspor udang Indonesia yang terjadi hingga semester II tahun 2025 memerlukan penyesuaian dalam proses analisis. Kondisi ini membatasi tingkat pendalaman analisis terhadap seluruh perkembangan terbaru pasar udang di tingkat global;
10. Data rencana kebutuhan dan rencana pasokan- sebagai dasar penghitungan kebutuhan impor dalam Neraca Komoditas- bersifat estimasi dan terdapat potensi perubahan saat tahun berjalan Neraca Komoditas akibat fluktuasi pasokan dan dinamika permintaan saat tahun berjalan;
11. Data rencana pasokan yang tersedia belum tersedia berdasarkan rincian sesuai rencana kebutuhan;
12. Proses verifikasi tidak optimal karena jangka waktu verifikasi yang terbatas dibandingkan dengan jumlah pemohon impor dalam neraca komoditas;

13. Kemampuan SDM yang belum merata dalam melakukan Analisis Pasar dan Pembinaan Mutu hasil perikanan.

1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN

Pada dasarnya Laporan Kinerja ini untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan capaian kinerja Koordinator lingkup Direktorat Pemasaran selama Tahun 2025. Sistematika Penyajian Laporan Kinerja ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I. Pendahuluan, menjelaskan latar belakang penulisan, data umum organisasi dan struktur organisasi
2. Bab II. Perencanaan Kinerja, menjelaskan kebijakan dan program, serta Perjanjian Kinerja yang ada di Direktorat Pemasaran
3. Bab III. Akuntabilitas Kinerja, menjelaskan uraian capaian kinerja organisasi Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025
4. Bab IV. Penutup

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

2.1. RENCANA STRATEGIS

Berdasarkan Rencana Strategis Ditjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan 2025-2029, kegiatan yang dilaksanakan Direktorat Pemasaran merupakan pelaksanaan **Program Peningkatan Daya Saing Usaha dan Produk Kelautan dan Perikanan** yang dijabarkan lebih lanjut menjadi **Kegiatan Pemasaran, Akses, dan Promosi Hasil Kelautan dan Perikanan**. Sasaran kegiatan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Terkendalinya Neraca Perdagangan Hasil Perikanan;
2. Tersedianya Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Sektor Kelautan dan Perikanan Berdasar Preferensi Konsumen; dan
3. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.

Visi DJPDS :

Terwujudnya Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan sebagai Pilar Pembangunan Sektor Kelautan dan Perikanan untuk Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Kelautan dan Perikanan”

Misi DJPDS :

1. Mengembangkan sektor kelautan dan perikanan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi berkelanjutan
2. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, dan berkualitas

Tujuan :

1. Meningkatkan akses pasar produk kelautan dan perikanan di pasar dalam dan luar negeri serta usaha pengolahan dan pemasaran.

Pencapaian tujuan ini ditandai dengan:

- a. Target Indikator Nilai Ekspor Rumput Laut tahun 2025 sebesar USD 574 juta dan dan meningkat sebesar USD 898 juta pada tahun 2029;
- b. Target Indikator Nilai Ekspor Produk Perikanan Lainnya tahun 2025 sebesar USD 5,68 miliar dan meningkat sebesar USD 7,60 miliar pada tahun 2029;
- c. Target Nilai Pemasaran Produk Perikanan Dalam Negeri tahun 2025 sebesar Rp310,51 triliun dan meningkat sebesar Rp352,01 triliun pada tahun 2029;
- d. Target Persentase UMKM Pengolahan Produk Kelautan dan Perikanan Naik Kelas tahun 2025 sebesar 5% dan meningkat sebesar 7% pada tahun 2029.

2. Mewujudkan tata kelola birokrasi yang efisien, profesional, dan berorientasi hasil dalam mendukung penguatan daya saing sektor kelautan dan perikanan.

Pencapaian tujuan ini ditandai dengan:

- a. Target Nilai Implementasi Reformasi Birokrasi Lingkup Ditjen PDSPKP tahun 2025 sebesar 86 dan meningkat sebesar 88 pada tahun 2029.

2.2. PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN

Ikhtisar perjanjian kinerja tahun berjalan, dengan format sebagai berikut:

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Terkendalinya Neraca Perdagangan Hasil Perikanan	1	Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)	<20
2	Tersedianya Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Sektor Kelautan dan Perikanan Berdasar Preferensi Konsumen	2	Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)	100
3	Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	3	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95
		4	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100
		5	Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju	75

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
			Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	
		6	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86
		7	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	81
		8	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1

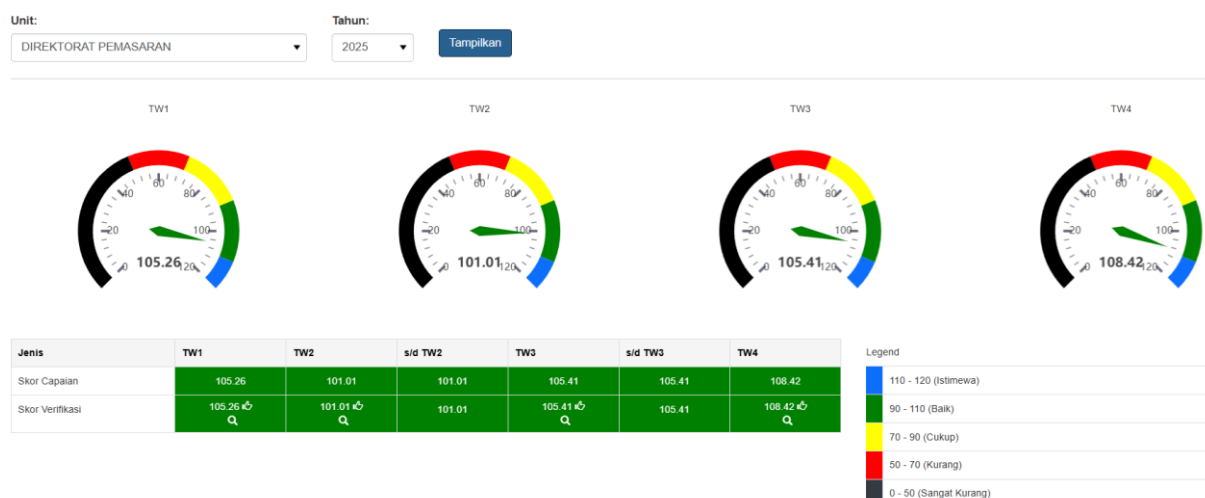
Tabel 1. Perjanjian Kinerja Tahun 2025

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

Capaian kinerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 tercermin dari hasil evaluasi kinerja sasaran yang telah ditargetkan pada tahun 2025. Berdasarkan perjanjian kinerja level Direktorat Pemasaran telah dilakukan pengukuran dan evaluasi kinerja secara berkala dengan menggunakan Sistem Aplikasi Pengelolaan Kinerja (SAPK).



Gambar 4. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran Tahun 2025

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada tahun 2025 sebesar 108,42% dan mengalami kenaikan sebesar 4,12% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada tahun 2024 yaitu sebesar 104,30 %. Kenaikan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan di tahun 2025 karena sudah semua target IKU tercapai di 2025 dan adanya IKU baru. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran pada tahun 2025 disajikan pada tabel sebagai berikut;

Indikator Kinerja		Target		Realisasi TW IV 2025	Persentase terhadap Target (%)	
		Tahun 2025	TW IV 2025		Tahun 2025	TW IV 2025
1	Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)	<20	<20	11*	181,82*	181,82*
2	Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)	100	100	100	100	100
3	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95	95	100	105,26	105,26
4	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100	100	100	100	100
5	Nilai Minimal yang Diperkirakan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75	75	89,67	119,56	119,56
6	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86	86	86,70	100,81	100,81
7	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	81	81	88,17	108,85	108,85
8	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1	1	1	100	100

Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025

*merupakan angka prognosa

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA

3.2.1. Sasaran Strategis 1 Terkendalinya Neraca Perdagangan Hasil Perikanan

3.2.1.1. *Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)*

Rasio nilai ekspor rumput laut Indonesia yang telah mengalami proses pengolahan menjadi produk akhir setengah jadi dan/atau jadi baik layak dikonsumsi manusia atau tidak, selain rumput laut segar dan kering dibandingkan dengan total ekspor komoditas rumput laut Indonesia pada periode waktu tertentu. Perhitungan proporsi nilai impor terhadap ekspor hasil perikanan dihitung berdasarkan prognosa melalui metode ARIMA karena ketersediaan data ekspor BPS terdapat lag 1 bulan.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Target RPJMN 2025	Target RPJMN 2029	Realisasi s.d 2025*	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2025)	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2029)
Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)	2025*	<20	11*	181,82*	<20	<20	11*	181,82*	181,82*
	2024	-	-	-					
	2023	-	-	-					
	2022	-	-	-					
	2021	-	-	-					

Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)

*merupakan angka prognosa

Capaian Indikator kinerja Nilai Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan pada Tahun 2025 adalah sebesar 11%, atau setara dengan 181,82% terhadap target tahun 2025 dan target RPJMN 2025 dan 2029 sebesar <20%, Capaian tahun 2025 belum bisa dibandingkan dengan tahun - tahun sebelumnya dikarenakan IKU baru. Capaian yang melebihi target menunjukkan terjaganya kinerja ekspor perikanan dan terkendalinya impor hasil perikanan. Kondisi ini juga mencerminkan struktur pemasaran hasil Perikanan Indonesia yang sehat dengan didominasi oleh ekspor. Impor hasil perikanan terutama diperuntukkan sebagai bahan baku industri pengolahan, untuk memenuhi kebutuhan pasar institusional-khususnya jenis-jenis produk perikanan yang tidak tersedia di Indonesia-serta kebutuhan konsumsi segmen tertentu seperti komunitas ekspatriat. Selain itu, impor juga dimanfaatkan sebagai input produksi budidaya, terutama bahan baku pakan, guna mendukung keberlangsungan dan produktivitas usaha budidaya perikanan.

Capaian yang jauh melampaui target menunjukkan bahwa nilai ekspor hasil perikanan tumbuh lebih tinggi dibandingkan nilai impor, sehingga rasio impor terhadap ekspor semakin kecil. Kondisi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain:

1. **Peningkatan kinerja ekspor perikanan**, baik dari sisi volume maupun nilai, yang didorong oleh membaiknya akses pasar, penguatan promosi dagang, serta meningkatnya permintaan dari negara tujuan ekspor utama.
2. **Pengendalian impor yang lebih selektif**, khususnya untuk produk konsumsi langsung, sehingga impor lebih diarahkan pada kebutuhan bahan baku industri dan input produksi yang belum tersedia di dalam negeri.

Berdasarkan data BPS, total nilai impor produk perikanan sampai periode November 2025 mencapai USD 607,01 Juta dengan total volume impor sebesar 402,66 Ribuan Ton. Capaian nilai tersebut meningkat 30,1% dibanding capaian pada periode yang sama tahun sebelumnya. Pada periode tersebut, Indonesia mengimpor dari Tiongkok sebesar USD 111,80 Juta (18,4% terhadap total nilai impor), ASEAN sebesar USD 60,53 Juta (10,0%), Amerika Serikat sebesar USD 54,54 Juta (9,0%), Norwegia sebesar USD 53,96 Juta (8,9%), Jepang sebesar USD 46,22 Juta (7,6%), dan produk re-impor sebesar USD 46,12 Juta (7,6%).

Negara Asal	Volume (Ribuan Ton)			Nilai (USD Juta)		
	2024	2025	YoY	2024	2025	YoY
Tiongkok	59,18	82,35	39,1%	84,52	111,80	32,3%
ASEAN	23,47	28,36	20,8%	54,40	60,53	11,3%
Amerika Serikat	9,80	11,98	22,2%	37,69	54,54	44,7%
Norwegia	7,51	8,93	19,0%	43,96	53,96	22,8%
Jepang	8,28	46,36	459,7%	21,02	46,22	119,9%
Indonesia	1,63	5,81	256,7%	8,55	46,12	439,4%
Lainnya	169,22	218,86	29,3%	216,34	233,85	24,5%
TOTAL	279,10	402,66	44,3%	466,48	607,01	30,1%

Tabel 4. Tabel Impor Berdasarkan Negara Asal Tahun 2024-2025

Impor perikanan Indonesia meliputi Makarel sebesar USD 97,17 Juta (16,0% terhadap total nilai impor), Salmon-Trout sebesar USD 79,84 Juta (13,2%), Udang sebesar USD 68,30 Juta (11,3%), Tepung Ikan-Pellet sebesar USD 60,05 Juta (9,9%) dan Rajungan-Kepiting sebesar USD 59,16 Juta (9,7%). Dari kelima komoditas tersebut, komoditas dengan kenaikan nilai impor tertinggi adalah Udang. Peningkatan impor udang tersebut disebabkan oleh produk re-impor dari AS karena kasus Cesium-137.

Komoditas Utama	Volume (Ribuan Ton)			Nilai (USD Juta)		
	2024	2025	YoY	2024	2025	YoY
Makarel	57,56	81,60	41,8%	65,16	97,17	49,1%
Salmon-Trout	8,55	10,15	18,7%	66,63	79,84	19,8%
Udang	2,38	7,34	208,7%	22,90	68,30	198,3%
Tepung Ikan-Pellet	130,70	186,40	42,6%	51,66	60,05	16,3%
Rajungan-Kepiting	6,95	7,29	5,0%	52,75	59,16	12,1%
Lainnya	72,97	109,87	50,6%	207,38	242,49	16,9%
TOTAL	279,10	402,66	44,3%	466,48	607,01	30,1%

Tabel 5. Tabel Impor Berdasarkan Komoditas Utama Tahun 2024-2025

Sampai dengan November 2025, neraca perdagangan produk perikanan mengalami surplus sebesar USD 5,01 Miliar atau meningkat 1,9% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Nilai impor mencapai USD 607,01 Juta atau sekitar 10,8% terhadap total nilai ekspor yang sebesar USD 5,62 Miliar, sehingga Indonesia menjadi negara nett exporter produk perikanan.

KETERANGAN	Nilai (USD Juta)		
	2024	2025	YoY
Ekspor	5.381,44	5.615,97	4,4%
Impor	466,48	607,01	30,1%
Neraca Perdagangan	4.914,96	5.008,96	1,9%

Tabel 6. Neraca Perdagangan Produk Perikanan Tahun 2024-2025

Berdasarkan hasil perhitungan prognosa sampai dengan Desember 2025, capaian nilai ekspor diperkirakan sebagai berikut:

- Total perikanan mencapai USD 6,17 miliar atau 98,8% dari target tahunan;
- Perikanan lainnya (non rumput laut) mencapai USD 5,855 miliar atau 103,2% dari target tahunan; dan
- Rumput laut mencapai USD 0,320 miliar atau 55,7% dari target tahunan.

Sementara itu, nilai impor perikanan pada tahun 2025 diperkirakan mencapai USD 0,68 miliar sehingga rasio nilai impor terhadap ekspor berada pada kisaran 11%*.

Sampai dengan akhir Tahun 2025, Telah dilaksanakan penghitungan capaian Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor dan penyusunan Profil Pasar Ekspor Udang Tahun 2025 yang dilaksanakan melalui serangkaian rapat pada tanggal 5, 9, 12, dan 24 Desember 2025, termasuk koordinasi dan pembahasan dengan Pusat Kebijakan Strategis yang dihadiri oleh Tim Kerja Pemetaan dan Analis Pasar Luar Negeri dan perwakilan Tim Kerja Pengendalian dan Substitusi Impor. Dokumen hasil penyusunan telah disampaikan melalui Nota Dinas Direktur Pemasaran Nomor 2763/DJPDSPKP.5/PDS.320/XII/2025 tanggal 31 Desember 2025 untuk mendukung pencapaian indikator kinerja Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan.



Gambar 5. Rapat Pembahasan Capaian Nilai Impor terhadap Ekspor dan Profil Ekspor Pasar Luar Negeri

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan sampai dengan periode desember tahun 2025 antara lain:

1. Penyusunan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan

Dalam rangka mendukung perumusan kebijakan penguatan daya saing produk kelautan dan perikanan, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan kegiatan Penyusunan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan Tahun 2025 untuk komoditas udang. Profil pasar ini diharapkan menjadi dasar analisis kondisi pasar global, posisi daya saing Indonesia, serta potensi dan tantangan ekspor udang Indonesia di pasar utama dan potensial.

Cakupan profil pasar ekspor udang tahun 2025 meliputi perkembangan pasar dunia, kinerja ekspor udang Indonesia, struktur dan karakteristik pasar utama, serta posisi daya saing Indonesia dibandingkan dengan negara pesaing. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam upaya peningkatan daya saing dan perluasan pasar ekspor udang Indonesia.

Hasil profiling menunjukkan bahwa pasar udang dunia pada tahun 2024 memiliki nilai impor sebesar USD 25,87 miliar dengan kecenderungan pertumbuhan yang relatif fluktuatif. Amerika Serikat, Uni Eropa, Tiongkok, dan Jepang merupakan pasar utama yang menyerap sebagian besar impor udang dunia. Dari sisi pasokan, ekspor udang dunia didominasi oleh Ekuador, India, Vietnam, dan Tiongkok, sementara Indonesia menempati peringkat lima besar eksportir dunia dengan pangsa sebesar 5,9%. Kondisi ini menunjukkan posisi yang masih cukup strategis namun menghadapi persaingan yang ketat.

Struktur perdagangan udang dunia masih didominasi oleh produk udang mentah beku, meskipun permintaan terhadap produk olahan dan bernilai tambah menunjukkan tren peningkatan di beberapa pasar utama. Kondisi ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia dalam mengembangkan diversifikasi produk ekspor.

Kinerja ekspor udang Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebesar USD 1,68 miliar. Pada periode Januari hingga Oktober 2025, ekspor udang Indonesia menunjukkan tren pemulihan dengan nilai mencapai USD 1,48 miliar atau tumbuh 8,6% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh peningkatan ekspor ke Uni Eropa, Jepang, dan Tiongkok.

Dari sisi struktur produk, ekspor udang Indonesia masih didominasi oleh udang mentah beku, diikuti oleh udang matang beku dan produk olahan. Kondisi ini mencerminkan bahwa pengembangan produk bernilai tambah masih memiliki ruang yang cukup besar untuk ditingkatkan.

Adapun perkembangan pasar udang di beberapa negara tujuan utama, sebagai berikut:

a. Pasar Amerika Serikat

- 1) Tahun 2024: Impor udang AS mencapai USD 6,33 miliar atau turun sebesar 5,0% (YoY) dengan eksportir utama adalah India, Ekuador, Indonesia dan Vietnam yang berkontribusi hingga 86,8% dari total impor AS.
- 2) Periode Jan-Ags 2025: Impor Udang AS mencapai USD 4,77 miliar, atau tumbuh 23,1% (YoY). Pada periode ini, ekspor India turun signifikan pada sebesar 31,0%, sedangkan Ekuador tumbuh 25,2% dan Indonesia tumbuh 20,1%.
- 3) Ketergantungan tinggi pada pasar AS meningkatkan risiko ekspor, terlebih dengan tekanan tarif resiprokal, bea anti-dumping, kasus Cesium-137, regulasi teknis, dan biaya logistik.
- 4) Belum lancarnya ekspor ke AS karena adanya kewajiban melampirkan sertifikat pengujian cesium diperkirakan berimplikasi terhadap penurunan harga udang di tingkat petambak.
- 5) Apabila India berhasil menurunkan tarif resiprokal dari 50% menjadi 15%, maka diperkirakan nilai ekspor udang Indonesia turun 2,73%, India turun 10,01% dan Vietnam turun 6,04%, sedangkan Ekuador naik 2,51%.
- 6) Produk breaded potensial untuk dikembangkan, namun produk mentah dan matang beku juga perlu terus didorong karena kontribusinya yang sangat besar meskipun saat ini daya saingnya kalah dibandingkan India dan Ekuador.

b. Pasar Uni Eropa

- 1) Tahun 2024: Impor udang UE mencapai USD 4,51 miliar atau turun sebesar 1,7% (YoY) dengan eksportir utama adalah Ekuador, India, dan Argentina. Indonesia hanya menduduki peringkat ke-12 dengan pangsa 1,4%, namun ekspornya tumbuh 8,9% (YoY).
- 2) Periode Jan-Sep 2025: Impor Udang UE mencapai USD 3,63 miliar, atau tumbuh 13,4% (YoY). Eksportir utama adalah Ekuador, India dan Vietnam. Pada periode ini, ekspor ketiga negara tersebut meningkat masing-masing sebesar 43,2%, 29,9% dan 18,1%. Indonesia menduduki peringkat ke-10, dan ekspornya tumbuh 35,0% (YoY).

- 3) Beberapa tantangan dan potensi rendahnya daya saing udang Indonesia di UE antara lain tarif bea masuk yang masih tinggi, moratorium penambahan *approval number* baru, terbatasnya jumlah tambak tersertifikasi CBIB, dan belum masuknya Indonesia dalam negara yang dapat mengekspor hasil budidaya ke UE.
- 4) Apabila larangan ekspor udang budidaya berlaku mulai September 2026, maka *potential loss* ekspor udang tahun 2026 mencapai USD 16,64 juta (proyeksi ekspor bulan September-Desember 2026). Sementara itu, dengan mempertimbangkan rencana implementasi I-EU CEPA tahun 2027 dimana seluruh HS udang mentah beku Indonesia mendapatkan tarif 0% saat *entry into force*, maka *potential loss* ekspor udang tahun 2027 sebesar USD 56,52 Juta.

c. Pasar Tiongkok

- 1) Tahun 2024: Impor udang Tiongkok mencapai USD 5,07 miliar atau turun 15,8% (YoY) dengan eksportir utama adalah Ekuador, India, dan Thailand. Indonesia menduduki peringkat ke-10 (pangsa 2,7%), dan ekspornya turun 31,3% (YoY).
- 2) Periode Jan-Sep 2025: Impor udang Tiongkok mencapai USD 3,88 miliar, atau tumbuh 7,0% (YoY). Pada periode ini, ekspor Ekuador tumbuh 7,2%, India 7,6%, dan Thailand 10,9%. Ekspor Indonesia juga tumbuh 30,9%.
- 3) Impor Tiongkok didominasi oleh utuh beku (*raw material*) dengan Ekuador sebagai pemasok utama dikarenakan harga udang ditingkat petambak cenderung lebih murah.
- 4) Produk diolah-diawetkan potensial untuk dikembangkan meskipun kontribusinya masih sangat kecil.

d. Pasar Jepang

- 1) Tahun 2024: Impor udang Jepang mencapai USD 1,93 miliar atau turun sebesar 0,6% (YoY) dengan eksportir utama adalah Vietnam, India, dan Indonesia.

- 2) Periode Jan-Okt 2025: Impor udang Jepang mencapai USD 1,64 miliar, atau tumbuh 6,1% (YoY). Pada periode ini, ekspor Vietnam, India, dan Indonesia tumbuh masing-masing sebesar 5,4%, 1,4%, dan 0,2%.
- 3) Produk mentah beku dan diolah-diawetkan memiliki daya saing yang baik dan potensial untuk dikembangkan.

e. Pasar Australia

- 1) Tahun 2024: Impor udang Australia mencapai USD 327,55 juta atau naik 0,3% (YoY). Eksportir utama Vietnam (pangsa 73,0%) dan Thailand (16,0%). Indonesia menduduki peringkat ke-5 (pangsa 0,8%), namun ekspornya naik 65,3% (YoY).
- 2) Periode Jan-Sep 2025: Impor udang Australia mencapai USD 243,37 juta, atau tumbuh 3,9% (YoY). Pada periode ini, ekspor Vietnam tumbuh 4,7%, dan Tiongkok 2,5%. Sementara Indonesia turun ke peringkat ke-6, namun ekspornya tumbuh 95,3%.
- 3) Daya saing produk udang Indonesia masih rendah dibandingkan kompetitor yang salah satunya dikarenakan adanya aturan terkait pengujian parasit dan virus di pelabuhan masuk Australia.

f. Pasar Korea Selatan

- 1) Tahun 2024: Impor udang Korea Selatan mencapai USD 699,19 juta atau turun sebesar 1,0% (YoY) dengan eksportir utama adalah Vietnam, Tiongkok, dan Thailand. Indonesia hanya menduduki peringkat ke-12.
- 2) Periode Jan-Okt 2025: Impor udang Korea Selatan mencapai USD 640,07 juta, atau tumbuh 11,8% (YoY). Pada periode ini, ekspor Vietnam, Tiongkok, dan Thailand tumbuh masing-masing sebesar 4,0%, 62,8%, dan 1,2%. Sementara Indonesia naik ke peringkat ke-11, dan ekspornya meningkat 185,0%.
- 3) Daya saing produk udang Indonesia masih rendah dibandingkan kompetitor.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, beberapa rekomendasi tindak lanjut yang dihasilkan antara lain:

- a. Mengurangi ketergantungan pasar AS melalui diversifikasi pasar ke UE, Jepang, Tiongkok, dan pasar non-tradisional.
- b. Mempercepat perjanjian dagang strategis untuk menurunkan tarif dan memperluas akses pasar, termasuk implementasi hasil perundingan I-EU CEPA.
- c. Memperkuat kepatuhan regulasi dan sertifikasi guna meningkatkan penerimaan produk di pasar ekspor utama, antara lain:
 - 1) pengadaan alat uji cesium tahun 2026 oleh BPPMHKP diharapkan dapat dilakukan di awal tahun untuk mengurai bottleneck ekspor ke pasar AS.
 - 2) mendorong negosiasi penurunan tarif resiprokal, bea anti-dumping, kasus Cesium 137, serta regulasi teknis lainnya di pasar AS.
 - 3) peningkatan tambak udang yang tersertifikasi CBIB, penyelesaian rekomendasi DG SANTE, dan negosiasi agar Indonesia dapat masuk ke dalam daftar negara yang dapat ekspor hasil budidaya ke pasar UE.
 - 4) negosiasi pemenuhan aturan terkait pengujian parasit dan virus di pasar Australia.
- d. Efisiensi biaya produksi hulu-hilir, termasuk menekan biaya logistik dan memperkuat rantai dingin untuk meningkatkan daya saing ekspor.
- e. Memperkuat promosi dan intelijen pasar sebagai dasar strategi ekspor yang lebih terarah.

2. Penyusunan Rekomendasi Kebijakan Pemasukan Hasil Perikanan Berbasis Mekanisme Neraca Komoditas.

Dalam penyusunan Rekomendasi Kebijakan Pemasukan Hasil Perikanan Berbasis Mekanisme Neraca Komoditas, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan verifikasi terhadap usulan Rencana Kebutuhan Impor yang disampaikan oleh Pelaku Usaha. Kegiatan Verifikasi dilaksanakan pada tanggal 2-16 Oktober 2025 secara daring melalui aplikasi Zoom dan luring melalui tatap muka.

Kegiatan verifikasi rencana kebutuhan komoditas perikanan bertujuan untuk melakukan pemeriksaan kelengkapan dan kesesuaian data dan informasi rencana usaha yang disampaikan pelaku usaha. Data dan Informasi rencana usaha terverifikasi akan menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan neraca komoditas dan usulan alokasi impor komoditas perikanan.

Verifikasi dilakukan terhadap 202 perusahaan. Petugas verifikator melakukan verifikasi terhadap usulan rencana kebutuhan impor yang diajukan pelaku usaha dengan data dukung yang disampaikan. Selanjutnya dilakukan pembahasan terhadap hasil verifikasi tersebut untuk menentukan hasil penilaian kinerja pelaku usaha. Hasil penilaian kinerja tersebut yang kemudian menjadi dasar pemberian alokasi neraca komoditas perikanan tahun 2026.



Gambar 6. Rapat Verifikasi Penyusunan Neraca Komoditas

Usulan neraca komoditas perikanan dari KKP tersebut disampaikan kepada Kemenko Pangan dan dilakukan pembahasan melalui Rapat Koordinasi Teknis tingkat II dan tingkat I pada tanggal 12 Desember dan 15 Desember 2025. Selanjutnya dilakukan pembahasan di Rapat Koordinasi Terbatas tingkat Menteri tanggal 30 Desember 2025.



Gambar 7. Rapat Koordinasi Terbatas tingkat Menteri

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Desember Tahun 2025 sebesar Rp 139.372.701 atau setara dengan 99,45 % dari total pagu sebesar Rp 140.141.000. Terdapat efisiensi anggaran sebesar Rp 768.299,- atau sebesar 0,55% pada tahun 2025.

3.2.2. Tersedianya Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Sektor Kelautan dan Perikanan Berdasar Preferensi Konsumen

3.2.2.IK.2. Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)

Jumlah Provinsi dalam suatu wilayah yang telah memiliki data preferensi konsumen berdasarkan jenis ikan yang paling banyak dikonsumsi dibandingkan total provinsi dalam wilayah tersebut pada periode satu tahun. Preferensi konsumen adalah pilihan atau kecenderungan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan nilai-nilai tertentu.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Target RPJMN 2025	Target RPJMN 2029	Realisasi s.d 2025	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2025)	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2029)
Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)	2025	100	100	100	100	100	100	100	100
	2024	-	-	-					
	2023	-	-	-					
	2022	-	-	-					
	2021	-	-	-					

Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)

Capaian Indikator kinerja Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya pada tahun 2025 adalah sebesar 100%, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2025 dan target RPJMN 2025 dan 2029 sebesar 100%, Capaian tahun 2025 belum bisa dibandingkan dengan tahun - tahun sebelumnya dikarenakan IKU baru.

Sehubungan dengan telah diterimanya raw data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Badan Pusat Statistik Tahun 2025, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan kegiatan pemetaan preferensi konsumen di 38 provinsi. Secara nasional, preferensi konsumen tertinggi tahun 2025 terdapat pada konsumsi ikan dan udang segar (74%), selanjutnya konsumsi ikan dan udang awetan (18%) dan konsumsi ikan dalam bentuk makanan jadi (8%). Adapun preferensi konsumen tertinggi terdapat pada jenis ikan lele (7,94%), ikan matang (7,87%), tongkol (7,36%), kembung (6,76%) dan

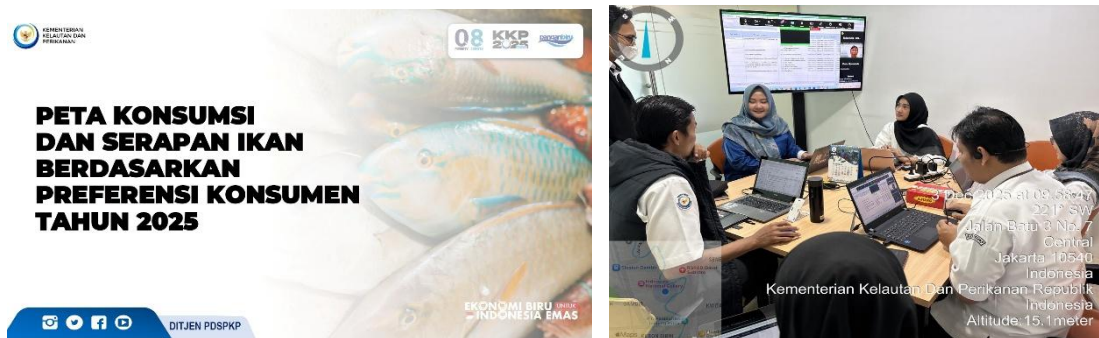
nila (6,04%). Serapan lele, ikan matang, kembung dan nila mengalami peningkatan serapan dibandingkan tahun 2024, sedangkan tongkol mengalami penurunan.

Pada tahun 2025, serapan ikan tertinggi terdapat di Provinsi Jawa Barat dengan serapan total 1.045.968 ton dengan pertumbuhan 6,73% dari tahun 2024 (979.979 ton), Provinsi Jawa Timur 904.043 ton dengan pertumbuhan 4,81% dari tahun 2024 (862.580 ton), Provinsi Jawa Tengah 579.686 ton dengan pertumbuhan 4,10% dari tahun 2024 (556.864 ton), Provinsi Sumatera Utara 558.170 ton dengan pertumbuhan 4,92% dari tahun 2024 (532.012 ton), dan Provinsi Banten 359.875 ton dengan pertumbuhan -0,04% dari tahun 2024 (360.032 ton).

Rincian preferensi konsumen tertinggi berdasarkan wilayah provinsi tersebut sebagai berikut:

1. Provinsi Jawa Barat meliputi mas dengan serapan 121.437 ton (11,61% dari total serapan Provinsi Jawa Barat), ikan matang 108.878 ton (10,41%), nila 80.090 ton (7,66%), mujair 79.913 ton (7,64%), dan lele 72.642 ton (6,94%).
2. Provinsi Jawa Timur meliputi lele dengan serapan 125.898 ton (13,93% dari total serapan Provinsi Jawa Timur), tuna-cakalang-tongkol diawetkan 107.109 ton (11,85%), mujair 75.026 ton (8,30%), tongkol 65.255 ton (7,22%), dan ikan matang 62.907 ton (6,96%).
3. Provinsi Jawa Tengah meliputi lele dengan serapan 93.641 ton (16,15% dari total serapan Provinsi Jawa Tengah), ikan matang 74.405 ton (12,84%), bandeng 39.818 ton (6,87%), tuna-cakalang-tongkol diawetkan sebesar 38.774 ton (6,69%), dan nila 29.937 ton (5,16%).
4. Provinsi Sumatera Utara meliputi cakalang dengan serapan 60.985 ton (10,93% dari total serapan Provinsi Sumatera Utara), tongkol 60.326 ton (10,81%), teri diawetkan 54.091 ton (9,69%), kembung 52.451 ton (9,40%), dan nila 41.288 ton (7,40%).
5. Provinsi Banten meliputi kembung dengan serapan 49.624 ton (13,79% dari total serapan Provinsi Banten), lele 36.716 ton (10,20%), bandeng 28.917 ton (8,04%), ikan matang 24.063 ton (6,69%), dan tongkol 23.413 ton (6,51%).
6. Preferensi konsumen berdasarkan wilayah provinsi selengkapnya disampaikan pada tautan <https://bit.ly/preferensi2025>

Pada tanggal 3 Desember 2025 telah dilakukan penghitungan Konsumsi Ikan Masyarakat (KIM) tahun 2025, Serapan Ikan, Peta Preferensi Konsumen terhadap 38 Provinsi di Ruang Rapat Pemasaran. Kemudian telah disampaikan melalui Nota Dinas Direktur Pemasaran Nomor 2599/DJPDSPKP.5/TU.210/XII/2025 tanggal 22 Desember 2025 perihal Capaian Konsumsi Ikan Masyarakat Tahun 2025. Kegiatan tersebut mendukung persentase provinsi yang terpetakan preferensi konsumennya.



Gambar 8. Rapat Penghitungan Konsumsi Ikan, Serapan Ikan, dan Preferensi Konsumen terhadap 38 Provinsi

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya sampai dengan tahun 2025 antara lain:

1. Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran

Melakukan koordinasi dengan stakeholders terkait untuk menentukan lokasi pembinaan, dengan prioritas pelaku - pelaku usaha pemasaran meliputi: pasar-pasar ikan, maupun pasar umum yang memiliki pedagang ikan. Hasil analisa kebutuhan adalah : lokasi pasar ikan di daerah kabupaten/kota yang membutuhkan pembinaan, jenis sarana dan prasarana yang tersedia di pasar, jumlah pedagang, kontak dinas/penyuluh di lokasi dan data-data lainnya, Bentuk nya adalah pertemuan/pelatihan dengan peserta dari Pengelola Pasar dan para pedagang. Pelaksanaan pembinaan dilaksanakan secara *on the spot* baik di lokasi pasar ataupun di kantor dinas yang menangani sektor kelautan dan perikanan di tingkat kabupaten/kota. Jumlah peserta pada masing-masing lokasi disesuaikan dengan jumlah pelaku usaha yang ada. Pada Tahun 2025 Telah dilaksanakannya Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran sebanyak 400 pelaku usaha pemasaran di beberapa daerah yaitu: 1. Pasar Ikan Modern Muara Baru Jakarta pada tanggal 28 agustus 2025 dengan bekerja sama dengan Bank BNI untuk pengenalan produk pembayaran digital

perbankan sebanyak 200 pelaku usaha, 2. Kantor Dinas Perikanan Purworejo terkait Peningkatan Akses Pemasaran dengan Sarana Pemasaran yang baik dan benar bagi Pelaku Usaha di daerah Purworejo sebanyak 50 orang pada tanggal 10 september 2025, 3. Kantor dinas Perikanan Yogyakarta terkait Pemanfaatan Bantuan Pemerintah berupa *Coolbox* dan *Ice Flake* Mesin sebanyak 50 orang pada tanggal 18 desember 2025. 4. Sentra Kuliner di Kabupaten Garut terkait Pemanfaatan Bantuan Pemerintah berupa *Coolbox* dan *Ice Flake* Mesin sebanyak 50 orang pada tanggal 11 september 2025. 5. Kantor dinas Ciamis terkait Pemanfaatan Bantuan Pemerintah berupa *Coolbox* dan *Ice Flake* Mesin sebanyak 50 orang pada tanggal 19 september 2025.



Gambar 9. Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran di beberapa Lokasi

2. Penyusunan Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan,

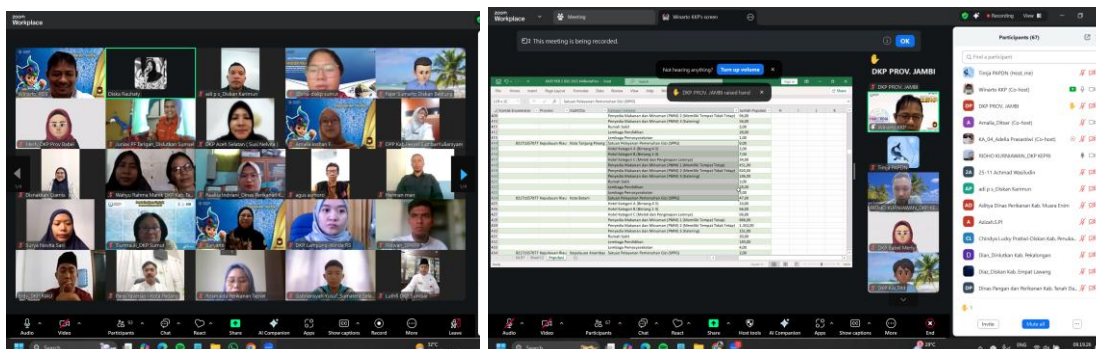
Penyusunan profil pasar dalam negeri hasil kelautan perikanan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan, terdiri dari kegiatan penghitungan angka konsumsi ikan, penghitungan nilai pemasaran produk perikanan dalam negeri, serta penghitungan data dan informasi lainnya. Tahun 2025 telah

disusun 1 profil pasar dalam negeri hasil kelautan dan perikanan, Kegiatan yang dilaksanakan pada tahun 2025, yaitu:

- a. Untuk mendukung ketersediaan data konsumsi di luar rumah tangga dan mendukung program prioritas nasional (MBG), telah dilakukan pendataan konsumsi ikan di luar rumah tangga periode Oktober-November 2025. Pendataan dilaksanakan oleh enumerator Dinas Kabupaten/Kota yang membidangi perikanan dan DKP Provinsi, dengan sampel pendataan sebanyak 10 instansi yang menyediakan menu makanan berbahan baku ikan. Berdasarkan hasil pendataan di 268 kabupaten/kota diketahui jenis ikan yang paling banyak dikonsumsi yaitu:

- 1) Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan patin, lele dan tuna.
- 2) Hotel kategori A (Bintang 4-5), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan teri, kakap dan patin.
- 3) Hotel kategori B (Bintang 1-3), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan patin, cakalang, dan gurame.
- 4) Hotel kategori C (Non bintang seperti motel, losmen, wisma, guesthouse, dan penginapan non-bintang lainnya), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan baronang, nila dan tuna.
- 5) Penyedia makanan dan minuman (PMM) kategori 1 (restoran yang memiliki tempat tetap), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan nila, tuna dan lele.
- 6) PMM kategori 2 (restoran yang memiliki tempat tidak tetap), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan patin, lele dan tenggiri.
- 7) PMM kategori 3 (katering), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan nila, tongkol dan lele.
- 8) Rumah sakit, konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan nila, tuna dan patin.
- 9) Lembaga pendidikan lainnya (*boarding school*, pesantren, dll), konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan lele, bandeng dan kembung.

10) Lembaga pemasyarakatan, konsumsi terbanyak terdapat pada jenis ikan kembung, tongkol dan lele.



Gambar 7. Finalisasi Data Konsumsi Ikan Masyarakat

- b. Menindaklanjuti pembahasan program penyusunan peraturan Kementerian Kelautan dan Perikanan, telah disampaikan data dukung untuk Rancangan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan tentang Pedoman Penghitungan Konsumsi Ikan Masyarakat. Proses penyusunan akan dilaksanakan di Tahun 2026.

- c. Penghitungan konsumsi ikan masyarakat tahun 2025

Sehubungan dengan telah diterimanya raw data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik tahun 2025, telah dilakukan penghitungan capaian konsumsi ikan masyarakat tahun 2025. Hasil penghitungan capaian KIM Nasional tahun 2025 sebesar 26,08 kg/kapita/tahun atau mencapai 99,32% dari target (26,26 kg/kapita/tahun), dengan total serapan ikan nasional sebesar 7,34 juta ton. Capaian KIM tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 3,05% dibandingkan tahun 2024 sebesar 25,31 kg/kapita/tahun, sedangkan dalam kurun waktu 5 tahun (2021-2025) rerata pertumbuhan sebesar 1,30% per tahun.

Berdasarkan wilayah provinsi, capaian KIM tertinggi terdapat di Provinsi Sulawesi Utara sebesar 48,97 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 126,89 ribu ton, Provinsi Papua Selatan sebesar 44,44 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 23,79 ribu ton, dan Provinsi Papua Barat Daya sebesar 44,38 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 25,61 ribu ton. Adapun capaian KIM terendah terdapat di Provinsi Papua Pegunungan sebesar 10,66 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 11,97 ribu ton,

Provinsi Jawa Tengah sebesar 16,32 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 579,69 ribu ton, dan Provinsi DI. Yogyakarta sebesar 16,53 kg/kapita/tahun dengan serapan ikan sebesar 68,79 ribu ton.

d. Penghitungan nilai pemasaran produk hasil perikanan dalam negeri

Nilai pemasaran produk perikanan dalam negeri merupakan total nilai yang dihasilkan dari serapan produk perikanan nasional. Penghitungan nilai pemasaran produk perikanan dalam negeri menggunakan basis data Susenas BPS. Nilai pemasaran produk perikanan dalam negeri tahun 2025 mencapai Rp335,53 triliun atau 108,06% dari target yang telah ditetapkan (310,51 triliun rupiah). Capaian nilai pemasaran tersebut mengalami pertumbuhan 5,59% dari tahun 2024 (Rp317,76 triliun), sedangkan dalam periode 6 tahun terakhir (2020-2025) mengalami pertumbuhan sebesar 6,35% per tahun.

Pada tahun 2025, nilai pemasaran produk hasil perikanan tertinggi terdapat di Provinsi Jawa Barat dengan nilai Rp55,17 triliun (16,44% terhadap total nilai pemasaran), dilanjutkan Provinsi Jawa Timur sebesar Rp38,16 triliun (11,37%), Provinsi Sumatera Utara sebesar Rp28,13 triliun (8,38%), Provinsi Jawa Tengah sebesar Rp22,89 triliun (6,82%) dan Provinsi DKI Jakarta sebesar Rp17,76 triliun (5,29%).

Berdasarkan produk hasil perikanan, nilai pemasaran produk hasil perikanan tertinggi terdapat pada produk teri diawetkan dengan nilai Rp30,88 triliun (9,20% terhadap total nilai), dilanjutkan dengan udang sebesar Rp21,51 triliun (6,41%), kembung sebesar Rp20,13 triliun (6,00%), tongkol sebesar Rp19,99 triliun (5,96%), dan nila sebesar Rp18,99 triliun (5,66%).

e. Kajian Perilaku dan Preferensi Konsumen

Kajian Perilaku dan Preferensi Konsumen bertujuan untuk menyediakan gambaran empiris mengenai pola konsumsi ikan dan produk hasil perikanan rumah tangga Indonesia melalui analisis dan pemetaan jenis/bentuk produk perikanan, analisis preferensi konsumen berdasarkan wilayah, demografi, dan sosial ekonomi, serta analisis faktor-faktor penentu keputusan konsumsi. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder (Survei Sosial Ekonomi Nasional Badan Pusat Statistik dan *E-commerce Tokpee*) dan data

primer (observasi pasar tradisional dan retail modern serta diskusi kelompok terarah (FGD). Adapun analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif untuk data sekunder dan analisis kualitatif untuk data primer.

Hasil kajian menunjukkan bahwa pola konsumsi ikan di Indonesia sangat beragam, dipengaruhi perbedaan wilayah, tingkat urbanisasi, dan kelompok sosial ekonomi. Produk ikan segar masih mendominasi konsumsi rumah tangga, khususnya di wilayah pesisir dan pasar tradisional. Namun demikian, terdapat kecenderungan peningkatan permintaan terhadap produk perikanan yang praktis dan siap konsumsi, terutama di kalangan konsumen urban dan kelas menengah. Preferensi konsumen dipengaruhi oleh faktor harga, kepraktisan, kepercayaan terhadap kualitas dan kehalalan, serta kemudahan akses melalui berbagai kanal distribusi, baik pasar tradisional, ritel modern, maupun *marketplace digital*.

f. Kajian Analisis Kelayakan Pemasaran Mobile

Dalam rangka mendukung pelaksanaan rencana pengadaan Bantuan Pemerintah Outlet Pemasaran *Mobile*, telah melaksanakan penyusunan Kajian Studi Kelayakan Outlet Pemasaran *Mobile*. Outlet Pemasaran *mobile* yaitu usaha yang bergerak di bidang pemasaran produk makanan siap saji dengan menggunakan sarana kendaraan bermotor sebagai media penjualan, khususnya untuk produk hasil perikanan. Kajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terkait potensi, peluang, dan risiko pasar, serta analisis kelayakan usaha pengembangan outlet pemasaran *mobile*.

Outlet Pemasaran *Mobile* memiliki potensi pengembangan yang signifikan, khususnya di wilayah perkotaan dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi, khususnya di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Konsep pemasaran berbasis kendaraan bergerak dinilai mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan siap saji yang praktis, cepat, dan mudah diakses, dengan peluang pasar yang luas dan segmentasi konsumen yang beragam, meskipun dihadapkan pada tingkat persaingan usaha yang relatif ketat. Keunggulan utama usaha ini terletak pada fleksibilitas lokasi dan waktu operasional yang memungkinkan penyesuaian strategi pemasaran sesuai dinamika pasar. Dari aspek finansial, Outlet Pemasaran *Mobile* dinilai layak

untuk dikembangkan berdasarkan proyeksi pendapatan yang stabil serta hasil analisis kelayakan keuangan yang positif.

3. Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri (Promosi Ikan Hias)

Kegiatan promosi produk bertujuan untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan produk-produk perikanan dalam negeri, memperluas akses pasar hasil perikanan dan kelautan, serta terlaksananya dukungan kegiatan dengan Kementerian/Lembaga, instansi, dan mitra lain.

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam rangka Promosi Ikan Hias yaitu Melaksanakan Kontes Ikan Hias Cupang dengan tema “Nyupang Bari Wisata” pada tanggal 4-6 Oktober 2025 di Sentra Kuliner Kabupaten Garut. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang kompetisi ikan hias, tetapi juga menjadi panggung promosi potensi ikan hias Indonesia, khususnya ikan cupang, sebagai salah satu komoditas unggulan ekspor yang bernilai tinggi dan diminati pasar global. Melalui kegiatan ini diharapkan tumbuh kesadaran baru bahwa ikan hias bukan sekadar hobi, tetapi juga bagian dari ekonomi kreatif dan daya tarik wisata daerah yang mendukung pertumbuhan pelaku usaha pemasaran sektor kelautan dan perikanan secara berkelanjutan.



Gambar 10. Promosi Ikan Hias di Kabupaten Garut

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Desember Tahun 2025 sebesar Rp 1.087.473.234 atau setara dengan 99,74 % dari total pagu efektif sebesar Rp1.090.299.000,-. Pada kegiatan ini terdapat blokir anggaran sebesar terdapat blokir anggaran sebesar Rp250.629.000,-. Terdapat efisiensi anggaran sebesar Rp2.825.766,- atau sebesar 0,26% pada tahun 2025.

3.2.3. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan

3.2.3.IK.3. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Jumlah rekomendasi hasil pengawasan Itjen yang telah ditindaklanjuti secara tuntas (status tindak lanjut adalah TUNTAS) oleh Unit Kerja Direktorat Pemasaran sampai dengan waktu pengukuran.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Target RPJMN 2025	Target RPJMN 2029	Realisasi s.d 2025	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2025)	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2029)
Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	2025	95	100	105,26	85	89	100	117,65	112,36
	2024	80	100	125					
	2023	75	100	133,33					
	2022	70	100	142,86					
	2021	65	97,40	149,85					

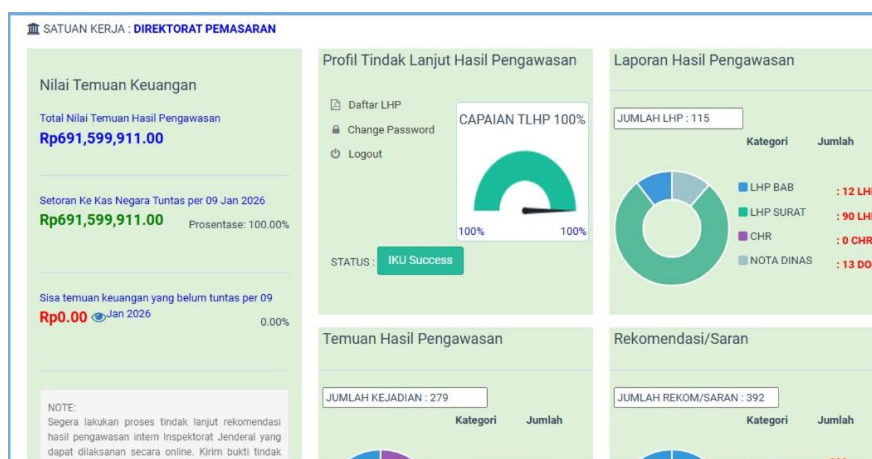
Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Pada tahun 2021 capaian mencapai 149,85%, kemudian menurun menjadi 142,86% pada 2022, 133,33% pada 2023, 125,00% pada 2024, dan 105,26% pada 2025. Secara sekilas, tren ini menunjukkan penurunan capaian dari tahun ke tahun.

Namun demikian, penurunan tersebut bukan disebabkan oleh turunnya kinerja, melainkan karena peningkatan target yang ditetapkan setiap tahun (65% pada 2021 meningkat menjadi 95% pada 2025). Sejak tahun 2022 hingga 2025, realisasi indikator secara konsisten telah mencapai 100%, yang berarti seluruh rekomendasi hasil pengawasan telah dimanfaatkan secara optimal. Dengan meningkatnya target, ruang capaian yang melebihi target menjadi semakin kecil, sehingga persentase capaian terhadap target secara matematis mengalami penurunan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kinerja Direktorat Pemasaran dalam menindaklanjuti dan memanfaatkan rekomendasi hasil pengawasan berada pada tingkat yang sangat baik dan stabil.

Kegiatan berupa pemantauan tindak lanjut dengan hasil terdapat 3 (tiga) Laporan Hasil Pengawasan (LHP) Itjen yang disampaikan pada <https://sidak.kkp.go.id/>, dengan rincian 9 temuan dan 21 rekomendasi dengan nilai keuangan Rp10.200.000,00. Atas rekomendasi tersebut, seluruh rekomendasi telah tuntas ditindaklanjuti dan telah dilakukan penyetoran ke Kas Negara senilai Rp10.200.000,00 dengan Nomor NTPN 9FC097QLV2GMU52N, tanggal 26 Juni 2025 dengan Keterangan Pengembalian Belanja Pembayaran Honorarium yang Melebihi SBM pada Kegiatan Gemarikan TA 2024.



Data Rekapitulasi Capaian IKU
Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan Untuk
Perbaikan Kinerja Lingkup Ditjen PDSPKP Triwulan III Tahun 2025

No	Unit Kerja	Jumlah Rekom	Tindak Lanjut (Tuntas)	% Tuntas	Sisa Rekom	(%) Sisa Rekom
1	Direktorat Logistik	0	0	100%	0	0%
2	Direktorat Pengolahan	0	0	100%	0	0%
3	Direktorat Pemberdayaan Usaha	0	0	1000%	0	0%
4	Direktorat Pemasaran	23	23	100%	0	0%
5	Setditjen PDSPKP	80	67	83,75%	13	16,25%
6	BBP3KP	7	7	100%	0	0%
TOTAL		110	97	88,18%	13	11,82%

Gambar 11. Rekomendasi Hasil Pengawasan Pengendalian pada Aplikasi SIDAK dan Hasil Pengawasan Lingkup PDSPKP

3.2.3.IK.4. Persentase penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Jumlah nilai temuan keuangan terbatas pada nilai Tuntutan Ganti Rugi Direktorat Pemasaran atas hasil pemeriksaan BPK terhadap Laporan Keuangan KKP Tahun 2024 dibandingkan dengan realisasi anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Realisasi s.d 2025
Persentase Penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	2025	100	100	100	100
	2024	100	100	100	
	2023	100	100	100	
	2022	75	75	100	
	2021	75	75	100	

Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Capaian indikator persentase penyelesaian temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 adalah 100% atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2025 yakni 100%. Capaian tersebut tidak dapat dibandingkan dengan target RPJMN. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2024 yaitu 100% atau setara 100% dari target 100%, maka realisasi tahun 2025 baik realisasi maupun

capaiannya tidak mengalami pertumbuhan. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yaitu 100% atau setara 100% dari target 100%, maka realisasi tahun 2025 baik realisasi maupun capaiannya tidak mengalami pertumbuhan. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 yaitu 75% atau setara 100% dari target 75%, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 25%, sedangkan capaiannya tidak mengalami pertumbuhan. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 yaitu 75% atau setara 100% dari target 75%, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 25%, sedangkan capaiannya tidak mengalami pertumbuhan.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada Triwulan tahun 2025 yaitu pemenuhan Dokumen Tindak Lanjut Temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran atas Pekerjaan Lanjutan Pembangunan Sentra Kuliner di Bau-Bau dan Biak, Pekerjaan Pembangunan Pasar Ikan Bersih di Kab Boyolali, Kelebihan Pembayaran Tunjangan Kinerja pada Pegawai Tugas Belajar, dan Temuan atas Belanja Bahan.

Lampiran
 Nomor : 151/DJPDSPKP.1/TU.210/I/2026
 Tanggal : 13 Januari 2026

No.	Unit Kerja	Nilai Temuan (Rp)	Nilai Tindak Lanjut (Rp)	Capaian (%)
1.	Sekretariat Ditjen PDSPKP	0	0	100
2.	Direktorat Prasarana dan Sarana	0	0	100
3.	Direktorat Pemberdayaan Usaha	0	0	100
4.	Direktorat Pengolahan	64.069.530,94	64.069.530,94	100
5.	Direktorat Pemasaran	0	0	100
6.	Direktorat Akses dan Promosi	0	0	100
7.	BBP3KP	0	0	100
		64.069.530,94	64.069.530,94	100

Gambar 12. Capaian Penyelesaian Temuan BPK pada Tahun 2025

3.2.3.IK.5. Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Suatu predikat yang diperoleh unit kerja yang memenuhi standar penilaian sebagai Zona Integritas menuju Wilayah Bebas dari Korupsi.

1. Memiliki nilai total (pengungkit dan hasil) minimal 75 dengan minimal nilai pengungkit adalah 40;
2. Bobot nilai per area pengungkit minimal 60% untuk semua area pengungkit;
3. Memiliki nilai komponen hasil “Terwujudnya Pemerintah yang Bersih dan Bebas KKN” minimal 18,50, dengan nilai sub komponen Survei Persepsi Anti Korupsi minimal 13,5 dan sub komponen Presentasi TLHP minimal 5,0;
4. Memiliki nilai komponen hasil “Terwujudnya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik kepada Masyarakat” minimal 15.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Realisasi s.d 2025
Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat Menuju wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	2025	75	89,67	119,56	89,67
	2024	75	85,63	114,17	
	2023	75	80,24	106,99	
	2022	-	-	-	
	2021	-	-	-	

Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Capaian indikator nilai minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 adalah 89,67 atau setara dengan 119,56% terhadap target tahun 2025 yakni 75. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2024 yaitu 85,63 atau setara 114,17% dari target 75, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 4,04 dan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar 5,39. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yaitu 80,24 atau setara 106,99% dari target 75, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 9,43% dan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar 12,57. Pada Tahun 2022 dan 2021 belum bisa dibandingkan dikarenakan IKK tersebut tidak termasuk dalam Perjanjian Kinerja.

1. Monitoring dan evaluasi keberlanjutan pembangunan ZI Direktorat Pemasaran pada 5 s.d. 7 Agustus 2025, dengan hasil Direktorat Pemasaran telah memenuhi

aspek predikat WBK yang telah diraih Tahun 2023 sampai dengan saat ini, dengan rincian hasil:

- a. Nilai total sebesar 88,63 melebihi syarat minimal 75,00, terdiri dari nilai komponen pengungkit sebesar 51,13 dan komponen hasil sebesar 37,50.
- b. Nilai komponen pengungkit sebesar 51,13 telah memenuhi syarat nilai minimal sebesar 40,00;
- c. Bobot nilai 6 (enam) area pengungkit seluruhnya memenuhi syarat minimal persentase 60% yaitu pada komponen Manajemen Perubahan dengan perolehan 86,28%, Penataan Tatalaksana dengan perolehan 86,52%, Penataan Sistem Manajemen SDM dengan perolehan 83,84%, Penguatan Akuntabilitas dengan perolehan 87,20%, Penguatan Pengawasan sebesar 78,02%, dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik sebesar 93,66%.



Gambar 13. Penyusunan Kelengkapan Data Dukung Wilayah Bebas Korupsi

- d. Nilai komponen Hasil “Birokrasi yang Bersih dan Akuntabel” sebesar 20,00 memenuhi syarat minimal sebesar 18,25;
 - e. Nilai sub komponen “Survei Persepsi Anti Korupsi” sebesar 17,50 memenuhi syarat minimal sebesar 15,75;
 - f. Nilai sub komponen “Kinerja Lebih Baik” sebesar 2,50 memenuhi syarat minimal sebesar 2,50; dan
 - g. Nilai Survei Persepsi Kualitas Pelayanan sebesar 17,50 memenuhi syarat minimal sebesar 14,00.
2. Penyampaian hasil *assesment* mandiri oleh Direktur Pemasaran dalam Nota Dinas Nomor 1674/DJPDSPKP.5/OT.210/VIII/2025 tanggal 24 Agustus 2025

kepada Sekretaris Direktorat Jenderal PDSPKP berdasarkan hasil monev oleh Kasubbag Tata Usaha.

- Monitoring dan evaluasi rencana kerja pembangunan ZI Triwulan III dalam rapat pada 2 Oktober 2025 yaitu terhadap 49 target pembangunan ZI.

LEMBAR KERJA EVALUASI ZONA INTEGRITAS

WBK

UNIT KERJA : DIREKTORAT PEMASARAN

Area Perubahan			Bobot	Pemenuhan	Reform	Nilai	%	Pemenuhan Nilai Min
A. PENGUNGKIT			60,00					
	1.	MANAJEMEN PERUBAHAN	8,00	3,14	3,17	6,31	78,82%	OK
	2.	PENATAAN TATALAKSANA	7,00	3,14	2,67	5,81	82,95%	OK
	3.	PENATAAN SISTEM MANAJEMEN SDM APARATUR	10,00	3,79	4,25	8,04	80,40%	OK
	4.	PENGUATAN AKUNTABILITAS	10,00	5,00	4,51	9,51	95,05%	OK
	5.	PENGUATAN PENGAWASAN	15,00	6,50	7,50	14,00	93,33%	OK
	6.	PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK	10,00	4,07	3,76	7,83	78,28%	OK
TOTAL PENGUNGKIT						51,49	85,81%	OK
B. HASIL			40,00					
I. BIROKRASI YANG BERSIH DAN AKUNTABEL			22,50			21,12	93,86%	OK
	a	Nilai Survey Persepsi Korupsi (Survei Eksternal :)	17,50			17,37	99,25%	OK
	b	Capaian Kinerja Lebih Baik dari pada Capaian Kinerja Sebelumnya	5,00			3,75	75,00%	OK
II. PELAYANAN PUBLIK YANG PRIMA			17,50			17,06	97,50%	
	-	Nilai Persepsi Kualitas Pelayanan (Survei Eksternal : Indeks Persepsi Kualitas Pelayanan Publik / IPKP)	17,50			17,06	97,50%	OK
TOTAL HASIL						38,18	95,45%	
NILAI EVALUASI REFORMASI BIROKRASI						89,67		OK

Ketua Tim Pelaksana Pembangunan ZI Menuju WBBK dan WBBM pada Direktorat Pemasaran

Usep Suhendar, S.Pi., M.P.

Jakarta, 17 September 2025

Tim Penilai Mandiri Pembangunan Zona Integritas

- Hazi Kharutman
- Dian Lestari Pujiastuti
- Erwan Triyanto
- Rifai Dwi Prasetyo
- Widya Chandra Puspita
- Aris Rifiansah
- Helen Gusnita
- Aries Stevanus Genyianto
- Muthia Khairunnisa
- Yudi Prasetyo Nugroho
- Yanti Yulianti
- Ridzqi Ayulisa Gunadi

Gambar 14. Hasil Penilaian Wilayah Bebas Korupsi

3.2.3.IK.6. Nilai penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Indikator yang mengukur implementasi akuntabilitas kinerja instansi pemerintah melalui penilaian mandiri dengan aspek penilaian antara lain perencanaan kinerja, pengukuran kinerja, pelaporan kinerja dan evaluasi kinerja.

Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran dihitung berdasarkan Permen PAN dan RB Nomor 88 Tahun 2021 tentang Pedoman Evaluasi atas Implementasi SAKIP. Terdapat 4 aspek penilaian di dalam evaluasi atas implementasi SAKIP, yakni perencanaan kinerja (30%), pengukuran kinerja (30%), pelaporan kinerja (15%), dan

evaluasi kinerja (25%). Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran merupakan ukuran perkembangan implementasi SAKIP di Direktorat Pemasaran.

Hasil penilaian mandiri terhadap SAKIP Direktorat Pemasaran tahun 2025 memperoleh nilai A (Memuaskan), dengan rincian nilai sebagai berikut:

- a. Perencanaan kinerja dengan nilai 25,80;
- b. Pengukuran kinerja dengan nilai 24,60;
- c. Pelaporan Kinerja dengan nilai 13,80; dan
- d. Evaluasi Akuntabilitas Kinerja Internal dengan nilai 22,50

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Target RPJMN 2025	Target RPJMN 2029	Realisasi s.d 2025	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2025)	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2029)
Nilai penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	2025	86	86,70	100,81	86	86,8	86,7	100,81	99,88
	2024	84	84,60	100,71					
	2023	80,5	84,05	104,41					
	2022	-	-	-					
	2021	-	-	-					

Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

Capaian indikator nilai penilaian mandiri SAKIP di lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 adalah 86,7 atau setara dengan 100,81% terhadap target tahun 2025 yakni 86. Capaian tersebut setara dengan 100,81% dari target RPJMN Tahun 2025 sebesar 86 dan setara 99,88% dari target RPJMN Tahun 2029 sebesar 86,8. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2024 yaitu 84,69 atau setara 100,71% dari target 84, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 2,01%, dan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar 0,1%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yaitu 84,05 atau setara 104,41% dari target 80,5, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 2,65%, sedangkan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar -3,6%. Capaian tahun 2025 tidak dapat

dibandingkan dengan capaian tahun 2022 dan 2021 karena tidak termasuk dalam IKK pada tahun tersebut.

Berdasarkan Memorandum Nomor 2495/DJPDSPKP.1/TU.210/VII/2025 tanggal 7 Juli 2025 perihal Hasil Penilaian Mandiri SAKIP Lingkup Ditjen PDSPKP 2025 untuk Capaian Indikator kinerja Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran yang dinilai oleh Sekretariat Direktorat Jenderal PDSPKP bahwa seluruh rekomendasi telah ditindaklanjuti dan dinyatakan TUNTAS dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan dan penilaian tim akuntabilitas.

Kegiatan yang telah dilakukan oleh Direktorat Pemasaran dalam rangka pencapaian target indikator kinerja di atas adalah:

1) Penginputan perencanaan kinerja tahun anggaran 2025 lingkup Direktorat Jenderal PDSPKP pada aplikasi *esr.menpan.go.id* tanggal 16 September 2025 di RR Karaginan GMB3.



Gambar 15. Penginputan Perencanaan Kinerja Tahun 2025

2) Penginputan capaian kinerja triwulan III 2025 di SAPK tanggal 9 Oktober 2025 di RR.Setditjen PDSPKP It 14, GMB 3.



Gambar 16. Penginputan Capaian Kinerja Triwulan III 2025

3) Monitoring dan evaluasi bantuan pemerintah serta Rincian Output (RO) Prioritas Lingkup Ditjen PDSPKP tanggal 17 Desember 2025 di RR. Setditjen PDSPKP Lt 14, GMB 3.



Gambar 18. Rapat Monitoring dan Evaluasi Bantuan Pemerintah dan Rincian Output Prioritas Lingkup Ditjen PDSPKP

Tabel 1. Hasil Evaluasi Penilaian Mandiri AKIP lingkup Ditjen PDSPKP 2025

No.	Komponen yang Dinilai	Bobot	Setdit	Dit. Logistik	Dit. Pemasaran	Dit. Pengolahan	Dit. PU	BBP3KP
1.	Perencanaan Kinerja	30%	25,80	25,80	25,80	25,80	25,80	25,80
2.	Pengukuran Kinerja	30%	24,60	24,60	24,60	24,60	24,60	24,60
3.	Pelaporan Kinerja	15%	13,80	13,80	13,80	13,80	13,80	13,80
4.	Evaluasi Akuntabilitas Kinerja Internal	25%	23,00	23,00	22,50	23,00	22,50	23,00
	Nilai Hasil Evaluasi	100%	87,20	87,20	86,70	87,20	86,70	87,20
	Predikat Penilaian		A	A	A	A	A	A

Gambar 17. Hasil Evaluasi Penilaian Mandiri AKIP

3.2.3.IK.7. Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)

Profesionalitas adalah kualitas para anggota profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki untuk melakukan tugas tugasnya. Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disingkat ASN adalah profesi bagi Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja yang bekerja pada instansi pemerintah. Pengukuran Indeks Profesionalitas Aparatur Sipil Negara adalah ukuran statistik yang menggambarkan kualitas ASN berdasarkan kesesuaian kualifikasi, kompetensi, kinerja, dan kedisiplinan pegawai ASN dalam melaksanakan tugas jabatan.

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Target RPJMN 2025	Target RPJMN 2029	Realisasi s.d 2025	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2025)	Persentase Realisasi s.d 2025 terhadap Target RPJMN (2029)
Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	2025	81	88,17	108,85	81	83	88,17	108,85	106,23
	2024	87	89,13	102,45					
	2023	83,20	89	106,97					
	2022	74	85,41	115,42					
	2021	73	84,85	115,68					

Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)

Capaian indikator kinerja Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 adalah 88,17 atau setara dengan 108,85% terhadap target tahun 2025 yakni 81. Capaian tersebut setara dengan 108,85% dari target RPJMN tahun 2025 sebesar 81 dan setara 106,23% dari target RPJMN tahun 2029 sebesar 83. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2024 yaitu 89,13 atau setara 102,45% dari target 87, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar -0,96%, sedangkan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar 6,40%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yaitu 89 atau setara 106,97% dari target 83,2, maka realisasi tahun 2025 pertumbuhan sebesar -0,83%, dan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar 1,88%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 yaitu 85,41 atau setara 115,42% dari target 74, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 2,76% sedangkan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar -6,57%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 yaitu 84,85 atau setara 115,68% dari target 73, maka realisasi tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 3,32% dan capaiannya mengalami pertumbuhan sebesar -6,83%.

Dalam rangka optimalisasi capaian pada Semester II Tahun 2025, telah dilaksanakan rencana aksi berupa:

1. Menyusun rekapitulasi pemenuhan kompetensi setiap pegawai;
2. Menyusun rencana training need analysis pegawai; dan
3. Mendorong keikutsertaan pegawai dalam pemenuhan kompetensinya.

Hal tersebut mendorong peningkatan indeks profesionalitas ASN s.d. Semester II mencapai 88,17 dari target Semester II/tahunan 81,00. Serta dalam rangka peningkatan pemenuhan 20 JP bagi P3K penerimaan Tahun 2025, Tim ada Subbagian Tata Usaha telah melakukan pendampingan pelaksanaan pengembangan kompetensi melalui elearning.kkp.go.id pada 9 Oktober 2025, dengan hasil 80% ASN telah memenuhi 12 JP pengembangan kompetensinya.



No	Unit Kerja	Kualifikasi	Kompetensi	Kinerja	Disiplin	Total	Ket
1	Setditjen	23,21	33,50	25,43	5	87,14	Tinggi
2	Dit. Logistik (Prasana dan Sarana)	24,25	32,83	24,53	5	86,60	Tinggi
3	Dit. Pemberdayaan Usaha	24,05	35,12	25,36	5	89,52	Tinggi
4	Dit. Pengolahan	24,03	31,41	25,56	4,97	85,97	Tinggi
5	Dit. Pemasaran/ Dit. Akses dan Promosi	23,03	34,84	25,30	5	88,17	Tinggi
6	BBP3KP	22,86	33,42	25,05	5	86,33	Tinggi

Gambar 19. Peningkatan Pemenuhan Indeks Profesionalitas ASN dan Hasil Indeks Profesionalitas

3.2.3.IK.8. Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)

Berdasarkan **Peraturan Menteri PANRB No. 7/2021**, inovasi pelayanan publik adalah terobosan jenis pelayanan publik baik yang merupakan gagasan/ide kreatif orisinal dan/atau adaptasi/modifikasi yang memberikan manfaat bagi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kata lain, inovasi pelayanan publik sendiri tidak mengharuskan suatu penemuan baru, melainkan pula mencakup satu

pendekatan baru bersifat kontekstual baik berupa inovasi pelayanan publik hasil dari perluasan maupun peningkatan kualitas pada inovasi pelayanan publik yang ada.

KRITERIA INOVASI

1. Memiliki Kebaruan
2. Efektif
3. Bermanfaat
4. Mudah disebarakan
5. Berkelanjutan

KELOMPOK INOVASI

1. Kelompok Umum
2. Kelompok Khusus

Indikator Kinerja	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi Terhadap Target	Realisasi s.d 2025
Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	2025	1	1	100	1
	2024	1	1	100	
	2023	1	1	100	
	2022	-	-	-	
	2021	-	-	-	

Tabel 13. Ikhtisar Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)

Capaian Indikator Kinerja Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 adalah 1 (Inovasi). Capaian ini setara dengan 100% terhadap target tahun 2025 yakni 1 (Inovasi). Jika dibandingkan dengan target tahun 2024 dan 2023 yaitu 1 (Indeks) atau setara 100% maka target dan capaian tahun 2025 tidak mengalami pertumbuhan.

Sebagai upaya dalam mendukung pencapaian target Indikator Kinerja Individu (IKI), Direktorat Pemasaran telah melakukan beberapa langkah strategis. Salah satunya adalah penyusunan proposal Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) dengan judul "GEN IKAN" (Generasi Alfa Gemar Makan Ikan) pada bulan Mei 2025.

Proposal tersebut dilengkapi dengan surat pernyataan implementasi inovasi serta identitas inovator yang telah ditandatangani oleh Direktur Pemasaran sebagai bentuk komitmen pelaksanaan inovasi.

Inovasi ini dilatarbelakangi oleh tantangan rendahnya minat konsumsi ikan di kalangan Generasi Alfa (anak-anak yang lahir pada tahun 2010–2024), yang disebabkan oleh anggapan bahwa ikan memiliki banyak duri dan berbau amis.

Melalui kampanye edukatif yang mengangkat kandungan gizi dan manfaat makan ikan, inovasi GEN IKAN diharapkan dapat meningkatkan minat konsumsi ikan pada generasi muda. Tujuannya adalah membentuk generasi yang sehat, kuat, dan cerdas, sekaligus berkontribusi terhadap pencapaian visi nasional Indonesia Emas 2045.



Gambar 20. Top 15 Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2025

3.2.4 REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN

Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2025 sebesar Rp1.481.069.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 1.230.440.000,- (Pagu Efektif) dengan jumlah blokir sebesar Rp. 250.629.000,- Adapun realisasi anggaran sampai dengan Desember tahun 2025 sebesar Rp. 1.226.845.935, atau setara 99,71 % dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KRO/RO	PAGU AWAL (Rp)	PAGU EFEKTIF (Rp)	REALISASI		SISA ANGGARAN (Rp)
			KEUANGAN (Rp)	%	
Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan	140.141.000	140.141.000	139.372.701	99.45%	768,299
Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya	1.340.928.000	1.090,229,000	1.087.473.234	99.74%	2.825.766
JUMLAH	1.481.069.000	1.230.440.000	1.226.845.935	99,71	3.594.065

Tabel 14. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Tahun 2025 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari Januari sampai dengan Desember 2025. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerja sampai dengan Desember sebesar 108,42 % (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Desember diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)

Capaian Indikator Kinerja Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan pada Tahun 2025 telah mencapai 11%* terhadap impor, setara dengan 181,82%* dari target Tahun 2025 yaitu <20%.

Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu Penyusunan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan serta Penyusunan Rekomendasi Kebijakan Pemasukan Hasil Perikanan Berbasis Mekanisme Neraca Komoditas. Sampai dengan November 2025, neraca perdagangan produk perikanan mengalami surplus sebesar USD 5,1 Miliar atau meningkat 1,9% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Nilai Impor mencapai USD 607,01 Juta atau sekitar 10,8% terhadap total nilai ekspor yaitu sebesar USD 5,62 Miliar, sehingga Indonesia menjadi negara nett exporter produk perikanan. Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Desember Tahun 2025 sebesar Rp 139.372.701,- atau setara dengan 99,45% dari total pagu Rp 140.141.000,-. Terdapat efisiensi anggaran sebesar Rp 768.299,- atau sebesar 0,55% pada tahun 2025. Capaian yang melebihi target menunjukkan terjaganya kinerja ekspor perikanan dan terkendalinya impor hasil perikanan. Kondisi ini juga mencerminkan struktur pemasaran hasil Perikanan Indonesia yang sehat dengan didominasi oleh ekspor. Impor hasil perikanan terutama diperuntukkan sebagai bahan baku industri pengolahan, untuk memenuhi

kebutuhan pasar institusional-khususnya jenis-jenis produk perikanan yang tidak tersedia di Indonesia-serta kebutuhan konsumsi segmen tertentu seperti komunitas ekspatriat. Selain itu, impor juga dimanfaatkan sebagai input produksi budidaya, terutama bahan baku pakan, guna mendukung keberlangsungan dan produktivitas usaha budidaya perikanan

2. Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya

Capaian indikator kinerja Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya pada Tahun 2025 telah mencapai 100% yaitu 38 provinsi telah terpetakan preferensi konsumennya, setara dengan 100% dari target 38 provinsi.

Pada tahun 2025, serapan ikan tertinggi terdapat di Provinsi Jawa Barat dengan serapan total 1.045.968 ton dengan pertumbuhan 6,73% dari tahun 2024 (979.979 ton), Provinsi Jawa Timur 904.043 ton dengan pertumbuhan 4,81% dari tahun 2024 (862.580 ton), Provinsi Jawa Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang telah diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara 2 Tengah 579.686 ton dengan pertumbuhan 4,10% dari tahun 2024 (556.864 ton), Provinsi Sumatera Utara 558.170 ton dengan pertumbuhan 4,92% dari tahun 2024 (532.012 ton), dan Provinsi Banten 359.875 ton dengan pertumbuhan -0,04% dari tahun 2024 (360.032 ton). Rincian preferensi konsumen tertinggi berdasarkan wilayah provinsi tersebut sebagai berikut: a. Provinsi Jawa Barat meliputi mas dengan serapan 121.437 ton (11,61% dari total serapan Provinsi Jawa Barat), ikan matang 108.878 ton (10,41%), nila 80.090 ton (7,66%), mujair 79.913 ton (7,64%), dan lele 72.642 ton (6,94%). b. Provinsi Jawa Timur meliputi lele dengan serapan 125.898 ton (13,93% dari total serapan Provinsi Jawa Timur), tuna-cakalang-tongkol diawetkan 107.109 ton (11,85%), mujair 75.026 ton (8,30%), tongkol 65.255 ton (7,22%), dan ikan matang 62.907 ton (6,96%). c. Provinsi Jawa Tengah meliputi lele dengan serapan 93.641 ton (16,15% dari total serapan Provinsi Jawa Tengah), ikan matang 74.405 ton (12,84%), bandeng 39.818 ton (6,87%), tuna-cakalang-tongkol diawetkan sebesar 38.774 ton (6,69%), dan nila 29.937 ton (5,16%). d.

Provinsi Sumatera Utara meliputi cakalang dengan serapan 60.985 ton (10,93% dari total serapan Provinsi Sumatera Utara), tongkol 60.326 ton (10,81%), teri diawetkan 54.091 ton (9,69%), kembung 52.451 ton (9,40%), dan nila 41.288 ton (7,40%). e. Provinsi Banten meliputi kembung dengan serapan 49.624 ton (13,79% dari total serapan Provinsi Banten), lele 36.716 ton (10,20%), bandeng 28.917 ton (8,04%), ikan matang 24.063 ton (6,69%), dan tongkol 23.413 ton (6,51%).

Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran, Penyusunan Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan serta Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri.



Gambar 21. Peta Konsumsi Ikan Masyarakat Per Provinsi Tahun 2025

Jenis	Serapan Ikan Nasional (Ton)			Preferensi Konsumen (%)
	2024	2025	YoY	
Lele	559,366	582,855	4,20%	7,94
Ikan Matang	527,985	578,015	9,48%	7,87
Tongkol	619,219	540,871	-12,65%	7,36
Kembung	486,491	496,710	2,10%	6,76
Nila	403,633	443,882	9,97%	6,04

Tabel 15. Serapan Ikan Nasional Per Komoditas

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Desember Tahun 2025 sebesar Rp 1.087.473.234,- atau setara dengan 99,74% dari total pagu Rp 1.090.299.000,-. Terdapat efisiensi anggaran sebesar Rp2.825.766,- atau sebesar 0,26% pada tahun 2025.

3. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja Direktorat Pemasaran

Capaian Indikator kinerja Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Tahun 2025 telah melaksanakan 4 kegiatan dengan output 4 dokumen atau setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu 4 dokumen. Kegiatan berupa pemantauan tindak lanjut dengan hasil terdapat 1 (satu) Laporan Hasil Pengawasan (LHP) Itjen yang disampaikan pada <https://sidak.kkp.go.id/>, dengan rincian 279 temuan dan 392 rekomendasi dengan nilai keuangan Rp691.599.911,00. Atas rekomendasi tersebut, seluruh rekomendasi telah tuntas ditindaklanjuti dan telah dilakukan penyetoran ke Kas Negara senilai Rp691.599.911,00. Penyusunan Laporan Kinerja ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan perencanaan untuk kegiatan selanjutnya. Hal-hal yang memerlukan tindak lanjut pada triwulan berikutnya dapat menggunakan basis informasi yang disajikan pada laporan ini. Dalam upaya mencapai sasaran kegiatan pokok Direktorat Pemasaran, kerja sama dan koordinasi antar semua pemangku kepentingan yang berkaitan dengan pemasaran produk perikanan menjadi hal yang mendasar. Dalam rangka peningkatan akuntabilitas kinerja rencana penetapan kinerja, diperlukan mekanisme kajian yang bersifat realistis dan dapat dicapai baik dalam menentukan indikator input, proses maupun output. Dengan selesainya laporan ini diharapkan penetapan kinerja 2025 dapat memanfaatkan kinerja output yang telah dihasilkan pada triwulan sebelumnya sebagai bentuk kontinuitas dan akuntabilitas kegiatan.

4. Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

Capaian Indikator Kinerja Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 100% terhadap temuan BPK, setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu 100%

5. Nilai Minimal yang Diperkirakan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai) Capaian Indikator Kinerja Nilai Minimal yang Diperkirakan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai nilai 89,67, setara dengan 119,56% dari target Tahun 2025 yaitu 75.

6. Nilai Penilaian Mandiri SAKIP Direktorat Pemasaran

Capaian Indikator Kinerja Nilai Penilaian Mandiri SAKIP Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai nilai 86,70, setara dengan 100,81% dari target Tahun 2025 yaitu 86.

Sesuai dengan memorandum Nomor 2495/DJPDSPKP.1/TU.210/VII/2025 tanggal 7 Juli 2025 perihal Hasil Penilaian Mandiri SAKIP Lingkup Ditjen PDSPKP 2025 untuk capaian indikator kinerja Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran yang dinilai oleh Sekretariat Direktorat Jenderal PDSPKP bahwa seluruh rekomendasi telah ditindaklanjuti dan dinyatakan TUNTAS dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan dan penilaian tim akuntabilitas. Adapun hasil penilaian mandiri dari nilai PM SAKIP dinyatakan MEMUASKAN dengan nilai hasil evaluasi sebesar 86,70 atau setara dengan 100,81% dari target nilai sebesar 86,00.

7. Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian Indikator Kinerja Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 88,17 Indeks, setara dengan 108,85% dari target Tahun 2025 yaitu sebesar 81.

Sebagai tindak lanjut Peraturan Menteri PAN RB Nomor 38 Tahun 2018 tentang Pengukuran Indeks Profesionalitas Aparatur Sipil Negara dan Peraturan Kepala Badan Kepegawaian Negara Nomor 8 Tahun 2019 tentang Pedoman Tata Cara dan Pelaksanaan Pengukuran Indeks Profesionalitas Aparatur Sipil Negara telah dilaksanakan Pelatihan Pemenuhan kompetensi 20 JP di lingkup Direktorat Pemasaran.

8. Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran

Capaian Indikator Kinerja Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 telah mencapai 1 Inovasi, setara dengan 100% dari target Tahun 2025 yaitu sebesar 1 Inovasi.

Adapaun kegiatan yang dilaksanakan yaitu Sesuai dengan memorandum Nomor 2401/SJ.8/KP.540/VII/2025 tanggal 29 Juli 2025 perihal Hasil Top 15 Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik Lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2025 untuk capaian indikator kinerja Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran yang dinilai oleh Sekretariat Jenderal KKP. Adapun Inovasi yang diajukan oleh Direktorat Pemasaran untuk Inovasi Pelayanan Publik yaitu GEN IKAN (GENerasi Alfa Gemar Makan IKAN).

4.2 PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI

Menguraikan permasalahan-permasalahan dalam proses pencapaian indikator kinerja, terutama untuk indikator kinerja yang tidak mencapai target. Setiap permasalahan yang disampaikan disertai dengan rencana tindak lanjut yang akan dilakukan pada triwulan berikutnya. Permasalahan pada triwulan berjalan dan rencana tindak lanjut yang akan dilakukan pada triwulan selanjutnya disampaikan dalam format berikut:

Indikator Kinerja	Permasalahan	Rencana Tindak Lanjut
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan	Raw data Susenas Tahun 2025 diperoleh pada akhir tahun sehingga penyampaian data ke Provinsi tidak dapat dilaksanakan pada tahun berjalan	Sosialisasi penghitungan konsumsi ikan masyarakat tahun 2025 kepada pemerintah daerah (DKP Provinsi dan dinas kab/kota yang membidangi perikanan)

Tabel 16. Permasalahan di Tahun 2025 dan Rencana Tindak Lanjut terkait Triwulan I 2026

4.3 TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2025

Menguraikan rekomendasi/rencana tindak lanjut yang termuat dalam Laporan Kinerja triwulan sebelumnya yang telah dilaksanakan atau ditindaklanjuti pada triwulan berjalan. Rekomendasi/Rencana tindak lanjut triwulan sebelumnya yang telah ditindaklanjuti pada triwulan berjalan disampaikan dalam format berikut:

Indikator Kinerja	Rekomendasi/Rencana TindakLanjut pada Triwulan III Tahun 2025	Tindak Lanjut pada Triwulan IV Tahun 2025
Indikator Profesionalitas ASN	Berdasarkan hasil analisis, IP ASN Direktorat Pemasaran dalam kategori rendah yaitu sebesar 80,98% lebih rendah dari target Triwulan II sebesar 82,00%. Hal ini disebabkan beberapa pegawai yang belum memenuhi 20 JP pada Jabatan Fungsional Tertentu dikarenakan belum melaksanakan diklat atau pelatihan lainnya dan pegawai Jabatan Fungsional Tertentu belum mendapat pelatihan terkait kompetensinya	Telah Melaksanakan beberapa kegiatan untuk mendukung Kinerja Indeks Profesionalitas ASN, yaitu: 1. Menyusun rekapitulasi pemenuhan kompetensi setiap pegawai; 2. Telah melaksanakan keikutsertaan pegawai dalam pemenuhan kompetensinya untuk memenuhi 20 JP Dengan No Undangan B.2765/DJPDSPKP.5/TU.330/X/2025 

Tabel 17. Tindak Lanjut Triwulan III dan dilaksanakan di TW IV 2025

4.4 LAMPIRAN

4.4.1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025



KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA
SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN
JALAN MEDAN MERDEKA TIMUR NOMOR 16
JAKARTA 10110 KOTAK POS 4130 JKP 10041
TELEPON (021) 3519070 (LACAK), FAKSIMILE (021) 3500132
LAMAM www.kkp.go.id SUREL persuratan.pds@kkp.go.id

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2025
DIREKTORAT PEMASARAN

Dalam rangka mewujudkan manajemen pemerintahan yang efektif, transparan, akuntabel dan berorientasi pada hasil, kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Erwin Dwiyan**
Jabatan : Direktur Pemasaran

Selanjutnya disebut Pihak Kesatu

Nama : **Machmud**
Jabatan : Plt. Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan

Selaku atasan Pihak Kesatu, selanjutnya disebut Pihak Kedua

Pihak Kesatu berjanji akan mewujudkan target kinerja sesuai lampiran perjanjian ini, dalam rangka mencapai target kinerja jangka menengah seperti yang telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian target kinerja tersebut menjadi tanggung jawab kami.

Pihak Kedua akan melakukan supervisi yang diperlukan serta akan melakukan evaluasi terhadap capaian kinerja dari perjanjian ini dan mengambil tindakan yang diperlukan dalam rangka pemberian penghargaan dan sanksi.

Jakarta, 8 Desember 2025

Pihak Kedua, Plt. Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	Pihak Kesatu, Direktur Pemasaran
 Machmud	 Erwin Dwiyan

Lampiran 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025

4.4.2 Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2025 DIREKTORAT PEMASARAN				
SASARAN KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET		
1 Terkendalinya Neraca Perdagangan Hasil Perikanan	1 Proporsi Nilai Impor terhadap Ekspor Hasil Perikanan (Persen)	<20		
2 Tersedianya Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Sektor Kelautan dan Perikanan Berdasar Preferensi Konsumen	2 Persentase Provinsi yang Terpetakan Preferensi Konsumennya (Persen)	100		
3 Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	3 Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95		
	4 Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100		
	5 Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75		
	6 Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86		
	7 Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	81		
	8 Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1		

4.4.3 Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025

Data Anggaran :

PROGRAM/KEGIATAN	ANGGARAN (Rp.)
<i>PROGRAM : Nilai Tambah dan Daya Saing Industri</i>	
Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	1.481.069.000
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025	1.481.069.000

Jakarta, 8 Desember 2025

Pihak Kedua, Plt. Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	Pihak Kesatu, Direktur Pemasaran
 Machmud	 Erwin Dwiyan

Lampiran 2. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025