



LAPORAN KINERJA TW I 2025

DIREKTORAT PEMASARAN

DIREKTORAT JENDERAL
PENGUATAN DAYA SAING PRODUK
KELAUTAN DAN PERIKANAN

KATA PENGANTAR

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025 disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja pencapaian rencana kerja Direktorat Pemasaran pada Triwulan I 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 PERMENKP No. 68 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Kinerja. Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai capaian kinerja dari tujuh tim kerja teknis (Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri, Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri, Analisis Pasar Luar Negeri, Promosi Dalam Negeri, Prasarana Pemasaran, Sarana Kelembagaan Pemasaran, dan Kurasi Produk Perikanan) dan satu tim kerja Dukungan Manajerial. Laporan ini juga memuat hasil-hasil pelaksanaan program dan kegiatan serta permasalahan yang dihadapi selama periode Januari – Maret Tahun 2025. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-1 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan I tahun 2025. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan I Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105,26%

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, 17 April 2025

Direktur Pemasaran



**Ditandatangani
Secara Elektronik**

Erwin Dwiyana 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) Triwulan I Tahun 2025 disusun sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kinerja (Performance Results) Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP selama Triwulan I 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 4 Sasaran kegiatan dan 15 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 15 indikator kinerja tersebut sebanyak 1 (satu) telah dilakukan pengukuran pada Triwulan I Tahun 2025, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada triwulan I. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-1 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan I tahun 2025. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan I Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105,26%.

Pencapaian terhadap target sasaran kinerja Direktorat Pemasaran yang telah dicapai selama Triwulan I 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, hal ini merupakan salah satu fungsi pokok dan tujuan dari Laporan Kinerja.

Dari 15 indikator kinerja tersebut seluruhnya telah dilakukan pengukuran pada Triwulan I Tahun 2025. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Direktorat Pemasaran pada Triwulan I Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerja adalah sebesar 105.26%. Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025 adalah sebagai berikut :

1. Dari 15 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 9 indikator kinerja bersifat tahunan, 3 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 3 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 9 indikator kinerja dimaksud yaitu (1) Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (%), (2) Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (%), (3) Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional (Juta USD), (4) Kontribusi Protein Ikan terhadap Sumber Protein Hewani (%), (5) Persentase Penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%), (6) Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis Direktorat Pemasaran (%), (7) Nilai Minimal yang Diperyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai), (8) Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran (Nilai), (9) Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi).
3. Tiga indikator kinerja yang bersifat semesteran yaitu (1) Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (%), (2) Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (%) dan (3) Indeks Profesionalitas ASN Direktorat Pemasaran (Indeks).
4. Sedangkan tiga indikator kinerja yang bersifat triwulanan yaitu (1) Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan (%), (2) Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (%), (3) Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja Direktorat Pemasaran (%).

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan atas capaian dan akuntabilitas kinerja sampai dengan Triwulan I Tahun 2025, seluruh Sasaran Kegiatan (SK) dan Indikator Kinerja Kegiatan Direktorat Pemasaran mencapai target yang telah ditetapkan. Berdasarkan aplikasi

kinerjaku KKP Nilai Kinerja Organisasi (NKO) pada periode pelaporan Triwulan I adalah sebesar 105,26 % (kategori Baik). Nilai tersebut diperoleh dari capaian kinerja yang ditargetnya pada Triwulan I tahun 2025. Adapun rincian capaian periode Triwulan I Tahun 2025 yaitu :

1. IKK Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Kegiatan) target 1 Kegiatan, capaian 1 Kegiatan atau setara 100%.

Pada Triwulan I Tahun 2025 Alokasi Anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2025 sebesar Rp86.845.450.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 12.864.910.000 (Diluar anggaran yang di Blokir). Adapun reralisasi anggaran sampai dengan Triwulan I tahun 2025 sebesar Rp. 729.227.016, atau setara 5.67 % dari total anggaran pada DIPA.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
TIM PENYUSUN.....	3
IKHTISAR EKSEKUTIF	4
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
BAB I	11
PENDAHULUAN	11
1.1. LATAR BELAKANG.....	11
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	12
1.3. TUGAS DAN FUNGSI	13
1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA	13
1.5. PERMASALAH UTAMA	14
1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN	15
BAB II	16
PERENCANAAN KINERJA	16
2.2 RENCANA STRATEGIS.....	16
2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN	16
BAB III.....	20
AKUNTABILITAS KINERJA	20
3.1. CAPAIAN KINERJA	20
3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA	22
3.2.1. <i>Sasaran Strategis 1 Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut</i>	22
3.2.2. <i>Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri.....</i>	26
3.2.3. <i>Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani.....</i>	33
3.2.4. <i>Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.....</i>	46
3.3.5 REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN	55
BAB IV.....	56
PENUTUP	56
4.1. KESIMPULAN.....	56
4.2. PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI.....	56
4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2025	57
4.4. LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025	19
Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025	21
Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan	22
Tabel 4. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen).....	27
Tabel 5. Target ekspor Perikanan Tahun 2024-2029.....	28
Tabel 6. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional	33
Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani	33
Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan	36
Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina.....	38
Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan	39
Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti.....	42
Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan	46
Tabel 13. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian temuan BPK	47
Tabel 14. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tingkat Efektifitas Program Prioritas/Strategi di Direktorat Pemasaran	48
Tabel 15. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat menuju wilayah bebas korupsi (WBK).....	49
Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP	51
Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran	52
Tabel 18. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik	53
Tabel 19. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025	55
Tabel 20. Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut	57
Tabel 21. Perbandingan Tindak Lanjut TW IV 2024 dan TW I 2025	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran.....	13
Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran	14
Gambar 3. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW I Tahun 2025	20
Gambar 4. Rapat Pembahasan Penyusunan Roadmap dan Integrated Acton Plan on Natonal Seaweed Development.....	25
Gambar 5. Kegiatan Kerjasama Rumput Laut dengan Koperasi Mina Agar Makmur.....	26
Gambar 6. Pencapaian Ekspor Produk Perikanan	29
Gambar 7. Rapat Eksportir Potensial.....	32
Gambar 8. Web AKI	34
Gambar 9. Pre-Workshop Penghitungan AKI	35
Gambar 10. Kegiatan Safari Gemarikan di Kabupaten Pamekasan dan Bogor	37
Gambar 11, Rapat Pembahasan Juknis Peralatan Pemasaran	39
Gambar 12. Rapat Pembahasan Kampung Nelayan Modern Banyuwangi.....	41
Gambar 13. Gambar Model Kampung Nelayan Modern.....	42
Gambar 14. UMKM yang sudah di Kurasi	43
Gambar 15. Pelatihan Pemasaran Digital bersama PT Shopee.....	45
Gambar 16. Hasil Rekomendasi Pengawasan Direktorat Pemasaran TW I 2025.....	47
Gambar 17, Rapat Reformasi Birokrasi di lingkup Direktorat Pemasaran	50
Gambar 18. Pembahasan dokumen perencanaan kinerja	51
Gambar 19. Penginputan perencanaan kinerja pada aplikasi SAPK	51
Gambar 20. Pelatihan digital bersama PT Shopee	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025.....	58
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I 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: 6/PERMEN-KP/2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kelautan dan Perikanan. Direktorat Pemasaran mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang Pemasaran produk kelautan dan perikanan.

Dalam melaksanakan tugas tersebut Direktorat Pemasaran menyelenggarakan fungsi :

- a. Perumusan kebijakan di bidang pemetaan, akses dan promosi pasar dalam dan luar negeri serta kemitraan publik pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
- b. Pelaksanaan kebijakan di pemetaan, akses dan promosi pasar dalam dan luar negeri serta kemitraan publik pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pemetaan, akses dan promosi pasar dalam dan luar negeri serta kemitraan publik pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
- d. Pelaksanaan bimbingan teknis di bidang pemetaan, akses dan promosi pasar dalam dan luar negeri serta kemitraan publik pemasaran hasil kelautan dan perikanan;

- e. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pemetaan, akses dan promosi pasar dalam dan luar negeri serta kemitraan publik pemasaran hasil kelautan dan perikanan; dan
- f. Pelaksanaan tata usaha dan rumah tangga Direktorat Pemasaran. Mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem.

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 Kinerja 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 Triwulan I Tahun 2025. Laporan Kinerja ini secara terstruktur akan menginformasikan capaian kinerja dari setiap pelaksanaan program dan kegiatan dalam kurun waktu bulan Januari - Maret 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 Tujuh (7) Tim Kerja yang secara lengkap diuraikan sebagai berikut:

1. Tim Kerja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri;
2. Tim Kerja Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri;
3. Tim Kerja Prasarana Pemasaran;
4. Tim Kerja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran;
5. Tim Kerja Promosi Dalam Negeri;
6. Tim Kerja Analisis Pasar Luar Negeri;
7. Tim Kerja Kurasi Produk ;
8. Tim Kerja Dukungan Manajerial.

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



Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran

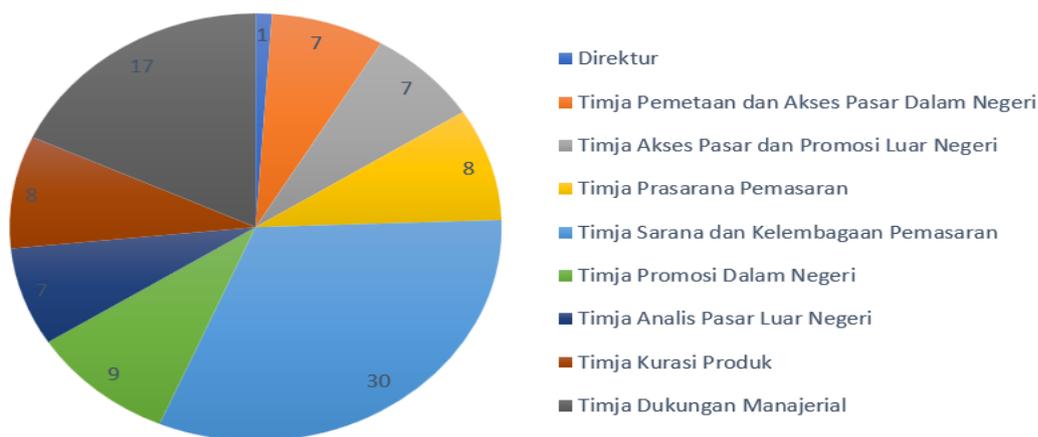
1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA

Sumber daya manusia merupakan pilar perumus kebijakan dan penggerak program dan kegiatan dalam suatu organisasi. Kuantitas dan kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja suatu organisasi.

Sumber daya manusia pada Direktorat Pemasaran berjumlah 93 orang yang terdiri dari, sebagai berikut :

1. Direktur
2. Timja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri 7 orang
3. Timja Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri 7 orang
4. Timja Prasarana Pemasaran 8 orang
5. Timja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran 30 orang.
6. Timja Promosi Dalam Negeri 9 orang
7. Timja Analis Pasar Luar Negeri 7 orang
8. Timja Kurasi Produk 8 orang
9. Timja Dukungan Manajerial 17 orang

Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran



Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran

Perincian sumber daya manusia berdasarkan jenjang pendidikan yaitu S2 sebanyak 26 orang, S1 sebanyak 38 orang, D3 sebanyak 7 orang, SMA sebanyak 22 orang. Total pegawai Direktorat Pemasaran 93 orang terdiri dari 61 Pegawai Laki-Laki dan 32 Pegawai Perempuan.

1.5. PERMASALAH UTAMA

1. Belum meratanya konsumsi ikan masyarakat Indonesia;
2. Pemahaman masyarakat tentang manfaat konsumsi ikan yang rendah;

3. Ketersediaan sarana dan prasarana pemasaran yang belum sesuai dengan prinsip penanganan ikan yang baik;
4. Pasar ekspor produk perikanan masih bertumpu pada pasar tradisional (AS, UE dan Jepang) dan Masih adanya hambatan peningkatan pasar ekspor;
5. Sumber data yang belum terekam secara berkala (harga, serapan, permintaan diberbagai tingkat rantai pasok pelaku hingga konsumen dan berbagai tingkat daerah);
6. Pemanfaatan dan pengelolaan prasarana pemasaran (Pasar Ikan Bersih dan Sentra Kuliner Ikan) yang telah dibangun, baik untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat maupun untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemda setempat masih belum optimal;
7. Ketersediaan lahan yang clear and clean milik Pemda untuk dibangunnya prasarana pemasaran seperti Pasar Ikan Bersih dan Sentra Kuliner Ikan masih sangat terbatas; dan
8. 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 Triwulan I 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 triwulan I tahun 2025
4. Bab IV. Penutup

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

2.2 RENCANA STRATEGIS

Kegiatan yang dilaksanakan Direktorat Pemasaran merupakan pelaksanaan kebijakan dan program Ditjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan yaitu **Program Peningkatan Daya Saing Usaha dan Produk Kelautan dan Perikanan** yang dijabarkan lebih lanjut menjadi **Program Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan**. Sasaran kegiatan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut;
2. Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri;
3. Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani;
4. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.

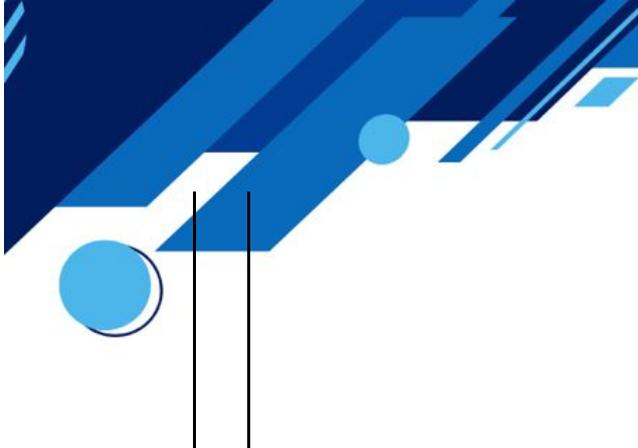
2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN

Ikhtisar perjanjian kinerja tahun berjalan, dengan format sebagai berikut :

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut	1	Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (Persen)	46,5
2	Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri	2	Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	4,23

		3	Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional (Juta USD)	10
3	Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani	4	Kontribusi Protein Ikan terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	53
		5	Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan (Persen)	5
		6	Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (Persen)	100
		7	Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (Persen)	80
		8	Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (Persen)	70
4	Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang	9	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di	95

Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan		Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	
	10	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100
	11	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	81
	12	Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
	13	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86
	14	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87



		15	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
--	--	----	---	---

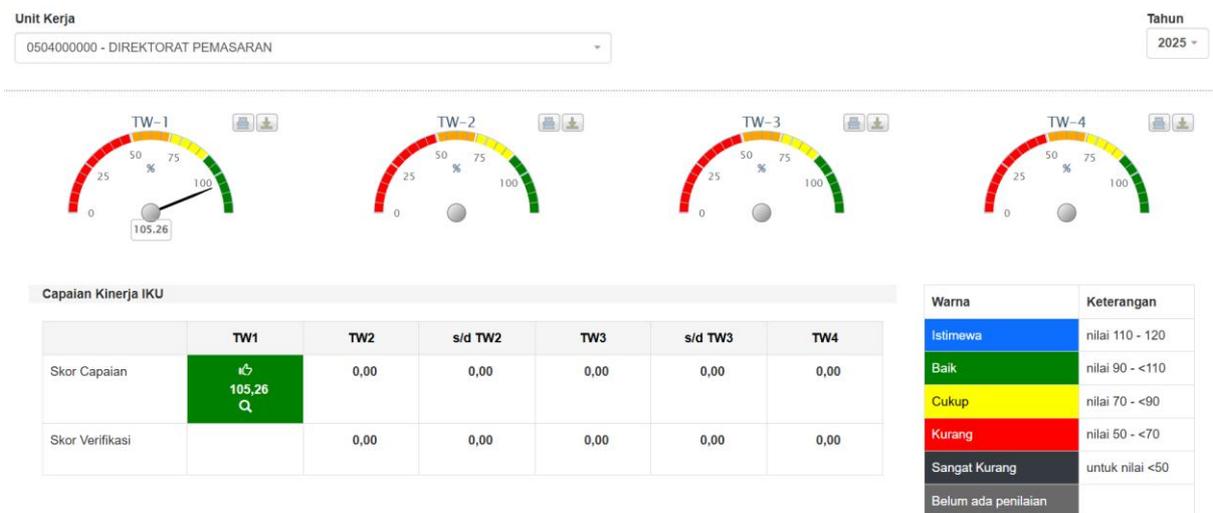
Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

Capaian kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I 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 3. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW I Tahun 2025

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada Triwulan I tahun 2025 sebesar 105,26% dan mengalami kenaikan sebesar 0,26% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada Triwulan I tahun 2024 yaitu sebesar 105,00 %. Kenaikan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan di Triwulan I tahun 2025 karena sudah ada beberapa target IKU yang tercapai di Triwulan I 2025. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I tahun 2025 disajikan pada tabel sebagai berikut;

Indikator Kinerja		Target		Realisasi TW I 2025	Persentase terhadap Target (%)	
		Tahun 2025	TW I 2025		Tahun 2025	TW I 2025
1	Proporsi Ekspor Produk rumput Laut Olahan (Persen)	46,5	-	-	-	-
2	Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	4,23	-	-	-	-
3	Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional (Juta USD)	10	-	-	-	-
4	Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	53	-	-	-	-
5	Persentase Peningkatan Produk Perikanan Yang Dipromosikan (Persen)	5	-	-	-	-
6	Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran Yang Dibina (Persen)	100	-	-	-	-
7	Persentase Sarana dan Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan (Persen)	80	-	-	-	-
8	Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (Persen)	70	-	-	-	-
9	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95	95	100	25	105,26
10	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100	-	-	-	-
11	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	81	-	-	-	-
12	Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75	-	-	-	-
13	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86	-	-	-	-
14	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87	-	-	-	-
15	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1	-	-	-	-

Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA

3.2.1. Sasaran Strategis 1 Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut

3.2.1.IK.1. Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (Persen)

Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan adalah 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.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (Persen)		-		46,5		-		-	-	-		-

Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan

Capaian Indikator kinerja Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan bersifat tahunan, sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025. Indikator ini merupakan indikator kinerja baru pada tahun 2025 yang merupakan tahun pertama periode Renstra 2025-2029. Oleh karena itu capaian periode triwulan I belum dapat dibandingkan baik dengan capaian pada triwulan sebelumnya pada tahun berjalan maupun dengan capaian pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan sampai dengan periode triwulan I tahun 2025 antara lain:

(1) Penumbuhan Eksportir Produk Rumput,

Pemerintah menekankan pentingnya untuk terus meningkatkan ekspor dan investasi dalam menjaga pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ekspor dan investasi harus

dijaga agar terus meningkat karena basis pertumbuhan ekonomi Indonesia masih berdasarkan konsumsi, baik konsumsi pemerintah maupun konsumsi swasta.

Pembahasan Penyusunan Roadmap dan Integrated Action Plan on National Seaweed Development dilaksanakan pada tanggal 27 Maret 2025. Rapat dipimpin oleh : Direktur Pemasaran dan dihadiri perwakilan dari Biro Perencanaan, Setditjen Perikanan Budidaya, Setditjen PDSPKP, Dit. Rumput Laut, Dit. Pengolahan, Bappenas, Kemenkopangan, Astruli, UNIDO, JASUDA, Prof. La Ode M. Aslan (Universitas Haluoleo), dan Prof. Dr. Ir. Joko Santoso (IPB University). Rapat bertujuan untuk mendapatkan outline masukan terkait dengan penyusunan roadmap dan integrated action plan on national seaweed development dari KKP-TSIN untuk disampaikan kepada Bappenas, serta rencana pelaksanaan FGD.

Topik I: Perbaikan Kualitas Data seperti menambahkan isu mengenai perlunya revisi data lahan potensi untuk budidaya rumput laut karena terjadinya tumpang tindih penggunaan lahan, konversi lahan budidaya untuk peruntukan lain, dan degradasi lingkungan, menambahkan isu perlu adanya verifikasi terhadap data pembudidaya RL (sertifikasi pembudidaya ke depan), menambahkan isu data dampak perubahan iklim terhadap kontinuitas produksi RL, mendesak adanya kesepakatan terhadap metode yang harus dipilih dalam perbaikan metodologi dan penggunaan teknologi satelit dan drone untuk perhitungan data produksi, menyampaikan usulan rekomendasi kajian data produksi RL dari alam (menurut jenis lokasi dan spesies), menyampaikan usulan rekomendasi kajian/riset data lahan potensi untuk budidaya rumput laut perlu direvisi, menyampaikan usulan rekomendasi kajian/riset terkait data pembudidaya RL perlu diverifikasi (sertifikasi pembudidaya kedepan), menyampaikan usulan rekomendasi kajian/riset data dampak perubahan iklim pada lokasi sentra budidaya di seluruh Indonesia terhadap penurunan produksi dan kerentanan serangan penyakit/hama, kewajiban pencatatan kepada apra pelaku pemasaran untuk menghindari redundan pencatatan/pendataan berbasis IT), menyampaikan usulan rekomendasi pendataan yang lebih sederhana untuk menghindari pendataan yang redundan/berulang sehingga mengganggu data RL, Data perlu dibahas lebih detail dengan stakeholder dan

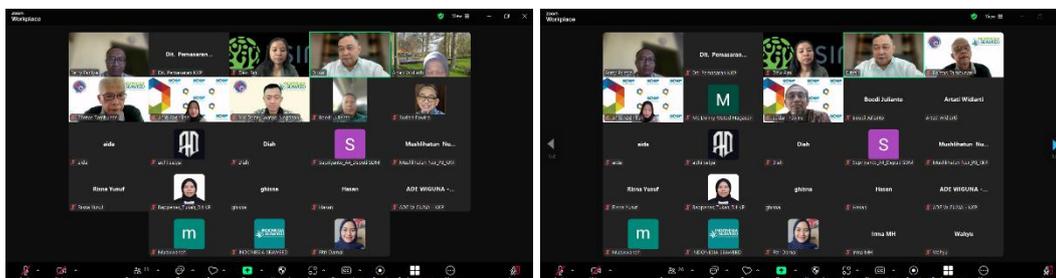
masuk dalam subpilar yang ada di rencana aksi dan perlu melakukan koreksi kembali mengenai jumlah pembudidaya.

Topik II: Penguatan Produksi Hulu antara lain menambahkan isu penataan dan sinkronisasi lahan via *roundtable discussion* multipihak untuk mencapai kesepakatan zonasi dan perizinan PKKPR/ KL lain (pemerintah pusat dan pemda) efek dari UU Cipta Lapangan Kerja (UU Omnibus Law), menambahkan isu lemahnya penegakan hukum bagi pencemaran lingkungan perairan khususnya eks tambang/saat tahap penetapan Kawasan lahan tambang hingga tahap eksplorasi dan eksploitasi industri tambang, usulan rekomendasi menjaga kebersihan dan Kesehatan perairan sebagai media tumbuhnya rumput laut dimulai dengan penataan tata ruang secara berkelanjutan/tidak berdekatan dengan industri ekstraktir bekas industri tambang (berdampak pada tingginya kadar logam berat pada rumput laut yang dibudidayakan, usulan rekomendasi pemetaan lokasi kesesuaian untuk budidaya rumput laut termasuk pemanfaatan water column/deeper area, usulan rekomendasi penataan zonasi budidaya rumput laut guna mencegah konflik pemanfaatan, dan pengelolaan tata ruang pesisir dan laut secara bertanggung jawab. Persetujuan Kesesuaian Kegiatan Pemanfaatan Ruang Laut (PKKPR/ KL) dimonitoring dan dievaluasi secara rutin dan berkala (ada yg jelas-jelas melanggar tetapi tidak ditindak), usulan rekomendasi penegakan hukum dan tidak dilakukan pembiaran pada aktivitas yang nyata-nyata melanggar hukum dan mengganggu aktivitas pembudidaya, usulan rekomendasi pengembangan riset berkelanjutan pemilihan jenis-jenis RL prospektif dari alam (peluang sangat besar karena Indonesia memiliki 1005 jenis RL), usulan rekomendasi pembibitan yang berkualitas seperti melakukan penelitian dan pemuliaan genetic (bukan GMO), peningkatan kapasitas dan kualitas produksi bibit melalui kultur jaringan, seleksi klon, grafting, dan intercropping method, perlu mengevaluasi peningkatan jumlah, kapasitas dan kualitas kebun bibit serta peningkatan kemudahan distribusi bibit ke berbagai lokasi, kajian Domestikasi dan pengembangan pembibitan jenis jenis ekonomis penting di alam yang saat ini belum dibudidayakan seperti misalnya *Halymenia spp* yang mempunyai laju tumbuh tinggi, usulan rekomendasi pengembangan sarana produksi budidaya yang ramah lingkungan (mengurangi

penggunaan plastik) dan mekanisasi untuk penanaman dan pemanenan, menyampaikan usulan rekomendasi inovasi yang dilakukan pada para pembudidaya seharusnya berdasarkan *scientific based approaches* (kasus pemanfaatan batok kelapa tidak terulang), usulan rekomendasi Sosialisasi dan pendampingan terus menerus untuk budidaya, cara panen dan penanganan pasca panen yang baik menggunakan panduan CBIB RL (UNIDO sudah menyusun panduan CB RL yang baik), menyampaikan usulan rekomendasi pengembangan sertifikasi bibit dan pembudidaya terdidik serta pasca panen/INDOGAP, usulan rekomendasi pengembangan teknik budidaya *Gelidium indonesianum* dan rekomendasi: perlu dikembangkan protokol dan *digital tool* untuk “*water quality monitoring*” di lokasi budidaya rumput laut

Topik III: Tataniaga dan Pemasaran antara lain menambahkan isu volatilitas harga rumput laut kering (masalah utama yang mempengaruhi semangat para pihak RL, usulan rekomendasi pengembangan bulog untuk menjaga kualitas dan kuantitas bisnis rumput laut, mendorong adanya harga eceran terendah untuk melindungi pembudidaya, melakukan sinergitas koperasi RL dengan koperasi merah putih, membentuk ekosistem dan tempat pertemuan antara seller, buyer, dan Lembaga pendukung (resi Gudang, perbankan).

Topik IV: Nilai Tambah, Pengolahan dan Diversifikasi Produk antara lain menambahkan isu perlu dukungan terkait kajian dan promosi produk olahan RL di luar poin 4, mengusulkan solusi bank sampah khusus sampah plastik RL, memanfaatkan *Sargassum* untuk diolah dan diekspor, perlu meningkatkan buffer stok dengan meningkatkan stok RL ketika produksi tinggi serta meningkatkan sistem pergudangan dan perlu penguatan *existing industry* pengolahan yang ada (agar dan carriagean): revitalisasi, restrukturisasi, relokasi, penguatan untuk blended/formulasi (teknologi).



Gambar 4. Rapat Pembahasan Penyusunan Roadmap dan Integrated Action Plan on National Seaweed Development

(2) Perumusan Kerjasama Pemasaran Rumput Laut.

Dalam upaya perumusan kerjasama pemasaran rumput laut, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan fasilitasi kerjasama antarpelaku melalui penandatanganan Nota Kesepahaman pada tanggal 25 Januari 2025 antara:

- a. Koperasi Produsen Mina Agar Makmur dengan PT. Agarindo Bogatama dengan nomor 01/PKS/KMAM-ABT.1/2025 dan 01/PKS/ABT-KMAM.1/2025 tentang Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria* spp.
- b. Koperasi Produsen Mina Agar Makmur dengan Kelompok Pembudidaya Tunas Makmur dengan nomor 02/PKS/KMAM-ABT.I/2025 dan 01/PKS/KTMKMAM.I/2025 tentang Pemasaran Rumput Laut.



Gambar 5. Kegiatan Kerjasama Rumput Laut dengan Koperasi Mina Agar Makmur

(3) Pelaksanaan Promosi Produk Rumput Laut Skala Internasional,

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 18.659.650 atau setara dengan 2,24 % dari total pagu sebesar Rp 832.890.000.

3.2.2. Meningkatkan Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri

3.2.2.IK.2. Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)

Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan merupakan Persentase perubahan jumlah total nilai ekspor komoditas hasil perikanan selain komoditas rumput laut pada periode waktu tertentu dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025	TW IV 2024	TW I 2024	Tahun 2025	TW I 2025	TW IV 2024	TW I 2024	S.d TW I 2025			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)				
Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	-	-	-	4,23	-	-	-	-	-	-	-	-

Tabel 4. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)

Indikator Kinerja Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan sampai dengan periode triwulan I tahun 2025 antara lain:

(1) Penyusunan Strategi Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor Perikanan

Dalam rangka penguatan ekspor produk perikanan Indonesia Direktorat Pemasaran telah melaksanakan rapat secara hybrid pada 12 Maret 2025 yang dihadiri oleh Tenaga Ahli Menteri Kelautan dan Perikanan Bidang Perlindungan Nelayan dan Awak Kapal Perikanan, Dr. Suhana, Dr. Adipati Rahmat Gumelar, wakil-wakil dari Setditjen PDSPKP, Dit. PSDI, Dit. Ikan Air Payau, Dit. Pengolahan, Dit. Logistik, Dit. PU, dan Pusat Manajemen Mutu. Rapat bertujuan membahas strategi penguatan ekspor, dengan komoditas utama udang, tuna-cakalang, rajungan-kepiting, rumput laut, lobster, dan tilapia.

Menilik kinerja ekspor hasil perikanan tahun 2022-2024, tercatat bahwa sektor perikanan berkontribusi sebesar 2-3 % dari total ekspor nasional pada periode yang sama. Sementara itu, tahun 2024, nilai ekspor perikanan mencapai USD 5,95 miliar, angka ini tumbuh 5,7 % dibandingkan tahun 2023. Negara tujuan ekspor utama secara berturut turut adalah AS, Tiongkok, ASEAN, Jepang dan Uni Eropa (UE), sedangkan komoditas utama adalah udang, tuna-cakalang- tongkol, cumi-sotong-gurita, rajungan-kepiting, dan rumput laut. Pada RPJMN 2025-2029, telah ditetapkan target ekspor hasil perikanan yaitu:

Tahun	Target (miliar USD)
2025	6,25
2026	6,70
2027	7,20

2028	7,80
2029	8,50

Tabel 5. Target ekspor Perikanan Tahun 2024-2029

Dalam rangka pencapaian target ekspor dimaksud, telah disusun strategi pencapaian antara lain: (a). Penurunan atau eliminasi tarif melalui berbagai perundingan perdagangan baik yang sifatnya bilateral, regional maupun multilateral seperti dengan Uni Eropa, Canada, GCC, Intra dan Ekstra ASEAN, EAEU, Peru, Tunisia dan beberapa negara lainnya; (b). Mendorong unit kerja terkait, khususnya di sisi hulu (produksi) untuk menghasilkan bahan baku sesuai dengan standar ekspor diantaranya melalui sertifikasi; (c). Mendorong unit kerja terkait selaku penjamin mutu dan keamanan produk hasil perikanan untuk memastikan bahwa hasil perikanan Indonesia telah memenuhi syarat mutu dan keamanan pangan (sanitary, phytosanitary, food safety) yang ditetapkan negara tujuan ekspor; (d). Mendorong diversifikasi hasil perikanan untuk mendukung program hilirisasi; (e). Penguatan upaya promosi dan branding produk perikanan Indonesia melalui partisipasi pada pameran perikanan skala internasional, temu bisnis atau business matching, misi dagang atau foreign buyer mission dan bentuk lainnya; (f). Penanganan hambatan ekspor yang sifatnya non-tariff diantaranya adalah (1). menindaklanjuti rekomendasi temuan Uni Eropa untuk penambahan jumlah eksportir ke UE, (2) dilarangnya produk perikanan budidaya masuk ke pasar UE mulai September 2026 karena isu antimicrobial resistance (AMR), (3) penambahan nomor register ekspor ke pasar Arab Saudi, (4) Registrasi udang tangkapan untuk ekspor ke AS, (5) Comparability Finding U.S. MMPA, dan (6) Penambahan nomor register untuk ekspor ke pasar Russia. dan (g). Penanganan hambatan tersebut di atas berkaitan dengan jaminan mutu dan keamanan produk perikanan, isu keberlanjutan terkait praktik penangkapan ikan dan udang, jaminan praktik budidaya berkelanjutan dan keamanan produk perikanan hasil budidaya dan juga isu traceability atau ketelusuran produk perikanan Indonesia.

Pada pertemuan tersebut, para peserta rapat mengusulkan beberapa rekomendasi antara lain: (a). perlu disusun kelompok kerja untuk membuat rencana aksi jangka pendek, menengah dan panjang yang memiliki dampak luas dan secara berkelanjutan mengawal pelaksanaan rencana kerja tersebut; (b). KP perlu memiliki dashboard yang bisa

menghubungkan data dan status hulu-hilir yang dapat diakses oleh pimpinan sebagai bahan menentukan kebijakan. STELINA diharapkan dapat mempercepat penyediaan dashboard data tersebut; (c). perlu melakukan exercise terkait nilai ekspor yang tercantum di Rencana Strategis dimana capaian ekspor selama beberapa tahun terakhir tidak tercapai; (d). apabila KKP akan mendorong ekspor lobster, diusulkan agar benih bening lobster tidak diekspor untuk dibudidayakan di luar negeri karena Indonesia akan kalah bersaing dengan Viet Nam khususnya di Pasar Tiongkok; (e). mendorong industri pengolahan dengan mengoptimalkan penyerapan bahan baku di dalam negeri; (f). mendorong ekspor ikan hias dimana Indonesia saat ini merupakan eksportir terbesar kedua setelah Jepang; (g). memperkuat inovasi dan teknologi rumput laut; (h). menyelaraskan konsep hilirisasi dan rencana strategi ekspor



Gambar 6. Pencapaian Ekspor Produk Perikanan

(2) Pemetaan Pasar Luar Negeri, Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan merupakan kegiatan penyusunan profil pasar ekspor hasil kelautan perikanan disampaikan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan misalnya tentang rekomendasi

kebijakan untuk penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, peningkatan ekspor komoditas unggulan, profiling pasar ekspor dan pemanfaatan hasil perundingan akses pasar. Capaian Indikator Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan yang dibangun ini bersifat semesteran

(3) Identifikasi Eksportir Kelautan dan Perikanan Potensial,

Dalam rangka mendapatkan eksportir potensial, perlu dilakukan identifikasi calon eksportir potensial melalui koordinasi dengan internal KKP, dengan dinas setempat, asosiasi dan calon eksportir. Beberapa parameter yang diidentifikasi antara lain kemampuan memenuhi kebutuhan permintaan pembeli, pemenuhan persyaratan ke negara tujuan ekspor dan pemenuhan persyaratan yang disyaratkan oleh calon buyers. Eksportir potensial dimaksud akan didorong agar dapat melakukan ekspor ke wilayah atau negara prospektif dan potensial. Selain itu, KKP juga akan memfasilitasi eksportir potensial dimaksud agar dapat melaksanakan kontak dagang dengan calon buyers.

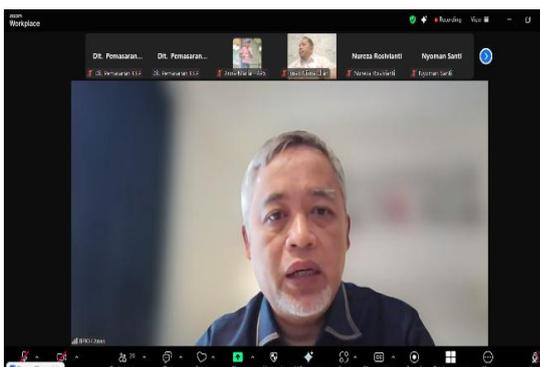
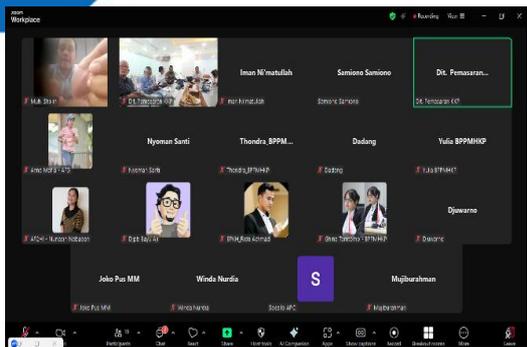
Kementerian Kelautan dan Perikanan telah melakukan rapat koordinasi untuk mendorong ekspor produk perikanan ke Arab Saudi pada tanggal 13 Februari 2025. Upaya mendorong produk perikanan masuk pada menu catering haji sudah berlangsung lama. Pada tahun 2019, Indonesia melakukan ekspor perdana produk perikanan dalam menu catering haji dengan mendorong komoditas ikan patin. Indonesia mengekspor ikan patin cut portion dan fillet sekitar 237 ton. Pada tahun 2023 telah diupayakan ekspor untuk memenuhi catering Haji namun terkendala kesepakatan bisnis antara eksportir dan importir (harga dan lain-lain)

Berdasarkan informasi dari kemenag bahwa kebutuhan ikan tahun 2025: 715,2 ton (tuna: 288,4 ton; patin: 82,9 ton; dori fillet 243,9 ton). Pada tahun 2024, tuna yang masuk dalam catering haji ada Tuna Aloha dari Bitung. (pemasok tuna kaleng lain: Delta pasific, ATI, pacific harvest). Pada tahun 2024, Kemenag baru bisa mengkoordinir untuk penyediaan bumbu dari Indonesia. Kemenag belum tahu berapa data ikan yang tersedia di Arab Saudi. Apabila sudah ada datanya, akan diperhitungkan kepada penyedia catering untuk menggunakan ikan indonesia dan diharapkan ada menu ikan lainnya agar jamaah haji tidak jenuh. Lelang terbuka dilakukan oleh BPKH Ltd., namun margin tidak sebanyak apabila ekspor langsung kepada importir dari Arab. Untuk haji 2026, perlu segera dikoordinasikan. Estimasi

penetapan kuota haji pada Juli 2025. Untuk penyediaan ikan pada haji 2025, selama produk perikanan sudah ada di Arab Saudi, maka masih bisa dimasukkan dalam supply tersebut. Tahun 2024, kemenag menyiapkan 12 menu makanan siap saji, namun produsen hanya mampu 2 produk saja. Tahun 2023, gagal karena ada gelembung.

Berdasarkan informasi dari BPKH bahwa sejak tahun 2023, BPKH mendirikan anak usaha di Arab Saudi dengan mendirikan BPKH Ltd. untuk memfasilitasi produk Indonesia sehingga dapat terkoordinasi dengan baik di Arab Saudi. Pada tahun 2024, BPKH mengkoordinir untuk pasokan bumbu dari Indonesia. Kendala tahun lalu yaitu mendapatkan perijinan dari SFDA. Apabila ada perubahan kandungan pun, maka akan ditolak. Untuk haji selanjutnya akan menambah pasokan makanan ready to eat. BPKH memulai dengan bumbu karena minim pesaing di Arab Saudi, dibandingkan beras, ikan, sayur, daging, dll. Saat ini sudah menjalin kontrak dengan 55 dapur di Mekkah dengan cita rasa khas Indonesia saat musim haji. Proses produksi, pengiriman, dapur, cara masak dipantau untuk menjaga kualitas. Ada permintaan ikan di Arab Saudi, namun kesulitan perizinan SFDA. Saat ini belum ada kontrak produk perikanan. Namun sebelumnya sudah komunikasi dengan asosiasi patin di Tulungagung.

Informasi dari BPPMHKP bahwa perkembangan pengajuan approval number SFDA: saat ini hanya ada 58 UPI perikanan tangkap yang memiliki approval number. Untuk mendaftar sebesar 27 ribu riyal per UPI. Pada 2023 sebanyak 6 UPI yang bersedia mendaftar (produk budidaya, tangkap dan kerupuk): 4 perusahaan sudah memuaskan untuk tindakan perbaikannya, 2 perusahaan belum memuaskan. Info APCI, dari 6 UPI itu, hasil yang sudah keluar baru PT. Alam Jaya padahal ada perbaikan. BPPMHKP menyampaikan bahwa PT. Alam Jaya sudah terdaftar untuk perikanan tangkap sebelum 2023, kemudian pada tahun 2023 menambah ruang lingkup produk budidaya (sudah membayar dan diinspeksi). Namun yang usulan produk budidaya belum keluar (termasuk 2 UPI yang belum memuaskan). Info BPOM pada Des 2024, SFDA belum menerima tindakan perbaikan lanjutan dari 2 UPI dan meminta info terkait penyakit di website WOA. Pada 2024 BPPMHKP sudah mengajukan lagi PT. Aquafarm untuk produk tilapia. Namun belum mendapatkan respon juga dari Arab Saudi.



Gambar 7. Rapat Eksportir Potensial

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 16.070.941 atau setara dengan 6,97 % dari total pagu sebesar Rp 230.455.000.

3.2.2.IK.3. Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional (Juta USD)

Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional merupakan sejumlah nilai potensi transaksi yang dicatat/dihasilkan dari kegiatan hasil temu bisnis, misi dagang, business matching, pameran skala internasional, dan kegiatan promosi luar negeri lainnya yang diikuti oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan hingga akhir tahun berjalan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)

Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional (Juta USD)	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-
---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	---	---	---

Tabel 6. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional

Capaian Indikator Kinerja Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk mendukung Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional sampai dengan periode triwulan I tahun 2025 antara lain:

- (1) Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Skala Internasional,

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 0 atau setara dengan 0 % dari total pagu sebesar Rp 737.793.000.

3.2.3. Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani

3.2.3.IK.4. Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)

Persentase kontribusi protein ikan, termasuk didalamnya kelompok ikan, udang dan hewan air lainnya dalam bentuk segar, awetan/olahan, bumbu-bumbuan (terasi/petis), dan makanan jadi (ikan matang) terhadap total protein hewani yang dikonsumsi. Penghitungan kontribusi protein ikan menggunakan basis data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik yang diperoleh 1 (satu) tahun setelah tahun berjalan, sehingga capaian yang dihasilkan merupakan angka prognosa.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-		

Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani

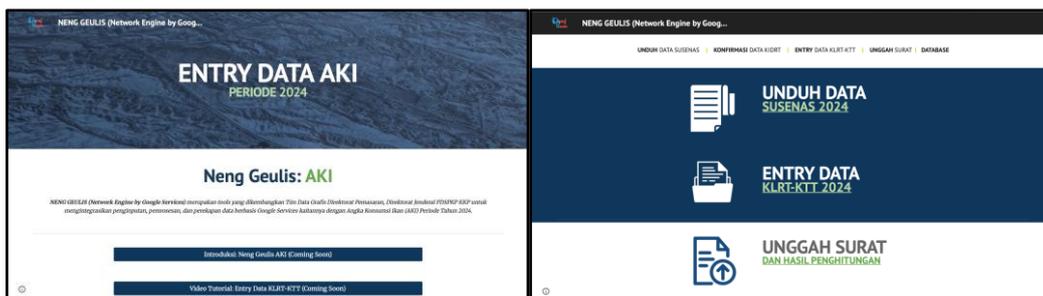
Capaian Indikator Kinerja Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 untuk indikator kinerja tersebut antara lain :

(1) Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan 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. Kegiatan yang dilaksanakan pada Triwulan I, yaitu:

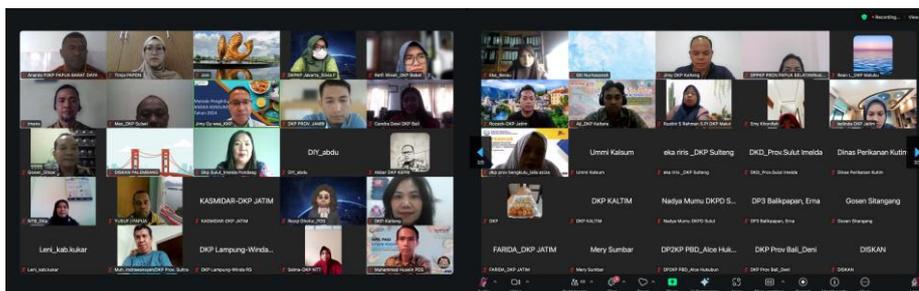
- a. Pengolahan raw data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik Tahun 2024 untuk memperoleh data angka konsumsi ikan (AKI) tertimbang tahun 2024. Capaian AKI Tertimbang Nasional sebesar 25,31 kg/kapita/tahun setara utuh segar atau meningkat 0,96% dari tahun 2023 (capaian AKI Tertimbang 2023 sebesar 25,07 kg/kapita/tahun setara utuh segar)
- b. Pengembangan *tools* pengolahan data AKI eksisting tahun 2024 yaitu Neng Geulis. Tools ini bertujuan untuk pengolahan data di pusat dan daerah dalam menghitung data AKI, serapan ikan, dan preferensi konsumen berdasarkan wilayah nasional, provinsi dan kabupaten/kota serta berdasarkan jenis ikan secara lebih efisien.



Gambar 8. Web AKI

- c. Pelaksanaan *Pre-Workshop* Penghitungan AKI pada tanggal 21 Maret 2025 secara daring. Kegiatan dihadiri oleh Sekretariat Ditjen PDSPKP, Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi dan Dinas Kabupaten/Kota yang membidangi kelautan dan perikanan. Pada kegiatan tersebut disampaikan bahwa pada tahun 2025 akan dilakukan finalisasi data

AKI Eksisting tahun 2024, penghitungan AKI Tertimbang tahun 2025, serta penyampaian basis data AKI Tertimbang tahun 2019-2024.



Gambar 9. Pre-Workshop Penghitungan AKI

d. Penyusunan profil pasar komoditas perikanan budidaya berdasarkan preferensi konsumen sebagaimana tercantum pada Nota Dinas nomor 158/DJPDSPKP/TU.210/I/2025 tanggal 17 Januari 2025 perihal Preferensi Konsumsi Ikan Budi Daya tahun 2024.

(2) Perumusan Kesepakatan Pemasaran Produk Perikanan di Dalam Negeri

Perumusan kesepakatan pemasaran produk perikanan di dalam negeri bertujuan untuk memfasilitasi kesepakatan antarpelaku usaha perikanan dalam rangka pemasaran hasil perikanan, antara lain kesepakatan bersama antarkelompok usaha, koperasi, badan usaha, asosiasi maupun *stakeholder* terkait lainnya dalam memasarkan hasil kelautan dan perikanan.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 31.904.106 atau setara dengan 37,56% dari total pagu sebesar Rp 84.947.000,00.

3.2.3.IK.5. Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan (Persen)

Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan merupakan Persentase hasil perikanan konsumsi yang mendapatkan fasilitasi promosi dan/atau pemasaran dalam negeri.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)

Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan (Persen)	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan

Capaian Indikator kinerja Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan bersifat triwulan, Tetapi pada Triwulan I Tahun 2025 belum terdapat target yang ditetapkan pada IKU tersebut disebabkan sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 indikator kinerja tersebut antara lain :

1. Pelaksanaan Promosi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan), Perluasan Safari Gemarikan adalah Kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kandungan gizi ikan bagi kesehatan, meningkatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsi ikan, mendukung program prioritas nasional percepatan penurunan stunting dan gizi buruk, mempromosikan produk perikanan sebagai makanan kaya gizi dan protein serta menyerap produksi ikan/olahan ikan pada UMKM setempat serta pemenuhan gizi masyarakat. Pada kegiatan ini juga dilakukan distribusi Paket Gemarikan dengan tujuan untuk mengenalkan ragam produk olahan ikan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam tingkatan semua usia dan mengenalkan produk UMKM dan menjadi sumber pendapatan untuk UMKM setempat. Telah dilaksanakannya kegiatan promosi kampanye Gemarikan di beberapa daerah pada Triwulan I Tahun 2025, meliputi Kota Medan, Kota Jakarta Timur, Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Bogor.



Gambar 10. Kegiatan Safari Gemarikan di Kabupaten Pamekasan dan Bogor

2. Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri, kegiatan promosi produk bertujuan untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan produk-produk perikanan dalam negeri, meningkatkan konsumsi dan pemasaran hasil perikanan dan kelautan.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp. 608.092.637 atau setara dengan 5.81 % dari total pagu sebesar Rp 10.461.724.000.

3.2.3.IK.6. Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Pemasaran yang dibina (Persen)

Persentase peningkatan kapasitas pelaku pemasaran yang dibina merupakan persentase peningkatan soft skill / pemahaman terkait pemasaran ikan antara lain:

1. Pemasaran ikan yang baik
2. Menjaga kualitas produk / mutu ikan
3. Branding
4. Soft skill terkait pemasaran lainnya

Bentuk pembinaan berbentuk sosialisasi, workshop dan lainnya (daring atau luring).

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
	Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (Persen)	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	

Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina

Capaian Indikator kinerja Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan bersifat triwulan, Tetapi pada Triwulan I Tahun 2025 belum terdapat target yang ditetapkan pada IKU tersebut disebabkan sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III tahun 2024 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Peningkatan Kapasitas 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 dimasing-masing lokasi disesuaikan dengan jumlah pelaku usaha yang ada.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 11.271.900 atau setara dengan 35,41 % dari total pagu sebesar Rp 31.832.000.

3.2.3.IK.7. Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (Persen)

Persentase Pemanfaatan Sarana Prasarana Pemasaran Yang Diserahkan adalah prosentase pemanfaatan sarana dan prasarana yang diserahkan kepada masyarakat/pemda pada tahun sebelumnya

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan (Persen)	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-		

Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan

Capaian indikator kinerja Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Penyediaan Peralatan Pemasaran, Peralatan pemasaran merupakan Bantuan Pemerintah langsung kepada masyarakat dalam hal ini koperasi/kelompok perikanan berupa cool box guna mendukung distribusi dan pemasaran hasil perikanan. Adapun Kegiatan yang telah dilakukan di Triwulan I yaitu telah dilaksanakan pembahasan Juknis Bantuan Peralatan Pemasaran pada tanggal 18 Februari 2025 untuk mempercepat koordinasi proposal yang akan di serahkan dari anggota DPR ke Direktorat Pemasaran.



Gambar 11, Rapat Pembahasan Juknis Peralatan Pemasaran

2. Pembangunan Prasarana Pemasaran,

Pekerjaan pembangunan Pekerjaan pembangunan Kampung Nelayan Modern di Lateng Kabupaten Banyuwangi Tahun 2025 merupakan kegiatan Tahun 2024 yang belum dapat dilaksanakan dikarenakan dukungan anggaran yang memerlukan revisi kewenangan Direktorat Jenderal Anggaran Kementerian Keuangan tidak dapat disetujui

Adapun untuk Tahun Anggaran 2025, alokasi anggaran yang tersedia dalam RAK K/L Sekretariat Ditjen PDSPKP Tahun 2025 senilai Rp17.725.981.000,00, namun demikian anggaran tersebut masih dalam kondisi terblokir terkait kelengkapan data dukung berupa *Master Plan* Kampung Kelautan dan Perikanan Modern yang masih proses di Biro Perencanaan Setjen KKP

Telah dilaksanakan Rapat Reviu Dokumen Perencanaan Pembangunan Sentra Kuliner Ikan di Kalamo Lateng Kabupaten Banyuwangi yang dilaksanakan di Raiser Ikan Hias Cibinong pada tanggal 23 Januari 2025 dengan hasil rapat:

- 1) Telah dilakukan perbaikan terhadap rumus yang mengakibatkan persentase Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) lebih dari 100%;
- 2) Telah dilakukan penyesuaian harga satuan tenaga kerja, dikarenakan belum ada penerbitan peraturan turunan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, maka digunakan acuan Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia nomor 16 tahun 2024 tentang Penetapan Upah Minimum Tahun 2025 sebesar 6,5%;
- 3) Telah dilakukan penyesuaian harga satuan material mengacu pada besaran inflasi tahun 2024 sebesar 1,57 %. Berdasarkan informasi dari Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Kabupaten Banyuwangi, untuk AHSP Bidang PU Kab. Banyuwangi Tahun 2025, masih dalam proses penyusunan;
- 4) Terdapat perbaikan gambar DED pada Pekerjaan SPBN, posisi saat ini tanki bbm berada diatas tanah. Sedangkan yang dimaksud perencana posisi ada dibawah tanah/system tanam;
- 5) Pada RAB di pekerjaan SPBN terdapat 2 tipe system pengisian bahan bakar, system nuzzle dan modular. Tetapi pada gambar DED baru 1 yang di gambar;

6) Terdapat penyesuaian kapasitas pada tangki bahan bakar minyak. Sesuai dengan masukan dari Patra Niaga sebagai mitra Pertamina, bahwa kapasitas tangki tanam yang ada dipasaran sebesar 10 KL / 10.000 L;

7) Hasil pembahasan reviu perencanaan sentra kuliner Kalamo tahun 2024 mengakibatkan adanya perubahan total nilai anggaran yang sementara masih dalam estimasi Konsultan Perencana.



Gambar 12. Rapat Pembahasan Kampung Nelayan Modern Banyuwangi

Telah dilaksanakan rapat koordinasi bersama Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap berdasarkan hasil diskusi dengan Biro Perencanaan dan Kementerian Keuangan akan dialokasikan anggaran untuk 10 lokasi kampung nelayan modern.

Arahan Menteri Kelautan dan Perikanan, Design yang dipaparkan harus sesuai saat pembangunan konstruksi. Staff Ahli Menteri Bidang Ekonomi, Sosial dan Budaya menyampaikan update informasi bahwa akan ada konsorsium yang akan membantu pembiayaan melalui CSR.



Gambar 13. Gambar Model Kampung Nelayan Modern

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 41.074.192 atau setara dengan 9,89 % dari total pagu sebesar Rp 415.413.000.

3.2.3.IK.8. Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti (Persen)

Merupakan akumulasi dari perbandingan antara jumlah UMKM yang produknya telah terkurasi yang mendapat pelatihan / pendampingan dari unit kerja lingkup Ditjen PDSPKP dengan keseluruhan UMKM yang telah dikurasi produknya pada tahun yang sama

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti (Persen)	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-		

Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti

Capaian Indikator kinerja promosi skala internasional bersifat semesteran sehingga capaiannya akan diukur pada triwulan II dan akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1) Pelaksanaan Kurasi Produk Kelautan dan Perikanan

Kegiatan Kurasi Produk Perikanan TW I Tahun 2025 dilaksanakan pada wilayah Kota Jakarta Utara, Kota Mojokerto, Kabupaten Bogor, Kota Depok, Kabupaten Pacitan, Kabupaten Bulungan, Kabupaten Karawang, Kota Tangerang Selatan, Kota Sabang, dan Kota Jakarta Selatan. Jumlah UMUM yang telah dikurasi pada TW I Tahun 2025 yaitu sebanyak 14 UMKM.

Sebagai gambaran pelaksanaan kurasi, UMKM dan Dinas mendengarkan paparan terkait Kurasi Produk Kelautan dan Perikanan dalam bentuk Sosialisasi Kegiatan yang disampaikan oleh Bapak Cecep Iman Sobari - Pembina Mutu Hasil Kelautan dan Perikanan Ahli Pertama Direktorat Pemasaran; dan Bapak Gosen Sitanggang - Analis Pasar Hasil Perikanan Muda Direktorat Pemasaran.

Kurasi Produk UMKM adalah proses menjaga nilai serta mengelola produk UMKM untuk dapat dikembangkan atau dilestarikan dikemudian hari. Dalam mengolah produk UMKM agar memiliki sebuah nilai, diperlukan sebuah standar yang sama satu dengan yang lainnya. Hal ini memudahkan dalam menyeleksi sebuah produk.

Timestamp	S1. Nama Kurator	S2. Waktu Pengisian Form	S3. Nama Responden	S4. Nama UMKM	S5. Nomor Induk Kependudukan (NIK)	S6. Kabupaten/Kota	S7. Provinsi
2/10/2025 15:20:11	Dwi Yuliati	07/02/2025	Fitriyani	Fitriyani		Kota Jakarta Utara	Provinsi DKI Jakarta
2/10/2025 15:32:12	Dwi Yuliati	07/02/2025	Nur Rofi	Nur Rofi		Kota Jakarta Utara	Provinsi DKI Jakarta
2/10/2025 15:40:23	Dwi Yuliati	07/02/2025	Darkim	Darkim		Kota Jakarta Utara	Provinsi DKI Jakarta
2/13/2025 11:25:38	Susetyo Wahyuni	07/02/2025	Rismanto	KUB Kembang Jaya		Kota Jakarta Utara	Provinsi DKI Jakarta
2/26/2025 13:38:21	Dwi Yuliati	26/02/2025	Slamet Khoirul Effendi	UD. Mekar 2 Koki		Kota Mojokerto	Provinsi Jawa Timur
3/3/2025 10:57:12	Susetyo Wahyuni	03/03/2025	Budi Susilo Setiawan	Mitra Tani Farm		Kabupaten Bogor	Provinsi Jawa Barat
3/3/2025 14:16:28	Susetyo Wahyuni	03/03/2025	Ida Zubaedah	Iwakula		Kota Depok	Provinsi Jawa Barat
3/6/2025 10:21:13	Susetyo Wahyuni	03/03/2025	rinawati	alsafood		Kabupaten Pacitan	Provinsi Jawa Timur
3/6/2025 14:59:29	Susetyo Wahyuni	06/03/2025	Eka Susilawati	Maju Bersama		Kabupaten Bulungan	Provinsi Kalimantan Utara
3/6/2025 19:15:13	Susetyo Wahyuni	06/03/2025	Cain Nul Karim	Israfood		Kabupaten Karawang	Provinsi Jawa Barat
3/6/2025 21:40:37	Susetyo Wahyuni	05/03/2025	Yuniarti	TEK NOENI		Kota Tangerang Selatan	Provinsi Banten
3/8/2025 16:06:19	Susetyo Wahyuni	02/08/2025	Puspitaningrum Pratiwi	Gerai D'Pita		Kota Depok	Provinsi Jawa Barat
3/17/2025 11:25:49	Susetyo Wahyuni	17/03/2025	Sugeng Purnomo	Anugrah Food		Kota Sabang	Provinsi Aceh
3/29/2025 11:18:48	Susetyo Wahyuni	08/03/2025	Teuku Ria Fahriza	PT. Baba Mentari Nusantara		Kota Jakarta Selatan	Provinsi DKI Jakarta

Gambar 14. UMKM yang sudah di Kurasi

2) Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital UMKM Perikanan

Kegiatan lain dalam rangka peningkatan akses pemasaran digital, Direktorat Pemasaran bekerjasama dengan PT Shopee Internasional Indonesia telah melaksanakan pelatihan pemasaran digital melalui platform Shopee. Pelatihan Pemasaran Digital UMKM Perikanan dilaksanakan secara online pada tanggal 26-27 Februari 2025, dibuka oleh Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, dihadiri oleh Direktur Pemasaran, Trainer dari Kampus UMKM Shopee, UMKM perikanan, wakil dari Direktorat Pemberdayaan Usaha, Setditjen PDSPKP, dan Tim Kerja Kurasi Produk.

Pelatihan terbagi dalam 4 (empat) angkatan yang diikuti oleh 144 UMKM pengolah dan pemasar produk perikanan dari 208 UMKM terpilih dari hasil kurasi UMKM. Adapun sebaran peserta pelatihan adalah sebagai berikut : Jawa Barat (47 UMKM), Jawa Timur (21 UMKM), Jawa Tengah (15 UMKM), Banten (10 UMKM), Maluku (8 UMKM), DKI Jakarta (11 UMKM), lainnya (32 UMKM).

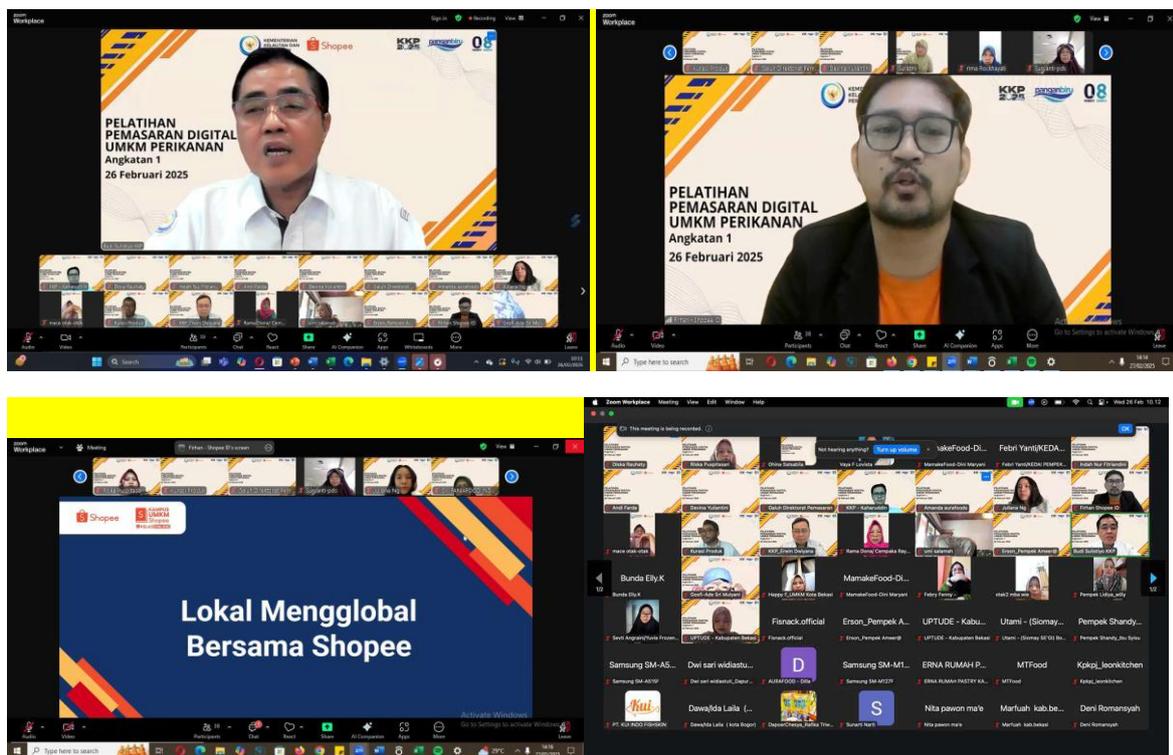
Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan menyampaikan bahwa penguatan kapasitas pelaku UMKM menjadi prioritas Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam mendukung program hilirisasi sektor kelautan dan perikanan. UMKM sebagai pendorong perekonomian nasional harus terus berkembang, siap bersaing di era digital dengan memanfaatkan pemasaran digital. Selain itu UMKM juga dapat mendukung dalam program Makan Bergizi Gratis.

Pemateri dari PT. Shopee International Indonesia menyampaikan materi, diantaranya :

1. Potensi Perkembangan Bisnis UMKM di Era Digital, 70% penduduk Indonesia saat ini adalah kaum milenial yang sudah paham teknologi, dan proyeksi pengguna e-commerce Indonesia mencapai sekitar 244,67 juta;
2. Keuntungan berjualan di e-commerce dibandingkan dengan media sosial;
3. Program-program yang ditawarkan Shopee dalam mendukung UMKM melalui Kampus UMKM Shopee dan program promosi UMKM binaan, serta program Shopee ekspor;
4. Pengenalan Platform Shopee : fitur dan promosi Shopee, fitur sosial interactive Shopee melalui live streaming dengan shopee live;
5. Pendampingan onboarding UMKM pada e-commerce Shopee.

Kesan UMKM peserta pelatihan :

1. Shopee memberi ruang untuk UMKM agar naik kelas dan berharap bisa ekspor lewat program Shopee Ekspor;
2. Materi yang disampaikan sangat menarik, jelas, mudah dipahami, dan bermanfaat bagi UMKM, sehingga UMKM termotivasi;
3. Pelatihan yang diberikan sangat penting dan sesuai dengan kebutuhan UMKM untuk lebih mengenal pemasaran secara online guna mengoptimalkan penjualan UMKM.



Gambar 15. Pelatihan Pemasaran Digital bersama PT Shopee

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I Tahun 2025 sebesar Rp 2.153.590,- atau setara dengan 3,08 % dari total pagu sebesar Rp 69.856.000,-

3.2.4. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan

3.2.4.IK.9. 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 (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95	80	80	95	100	100	99			100	105,26

Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan

Capaian Indikator kinerja Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran bersifat triwulan, hingga Triwulan I Tahun 2025 telah melaksanakan 1 dokumen atau setara 105,26 % dari target triwulan I tahun 2025 yaitu sebesar 95 %, atau setara 25,00 % dari target tahunan yaitu 4 dokumen. Capaian pada triwulan I tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar -14,74% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan Rekomendasi Hasil Pengawasan triwulan I 2025 setara jika dibandingkan dengan capaian triwulan I tahun 2024 sebanyak 1 dokumen, atau mengalami pertumbuhan sebesar -14,74% dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran untuk Indikator kinerja Rekomendasi Hasil Pengawasan, target di triwulan I tahun 2025 sebesar 95 % dari 1 dokumen.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Pendampingan serta Pemantauan tindak Lanjut atas Hasil Pengawasan Itjen,

Data Rekapitulasi Capaian IKU

“Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan Untuk Perbaikan Kinerja Lingkup Ditjen PDSPKP” Triwulan I Tahun 2025

No	Unit Kerja	Jumlah Rekom	Tindak Lanjut (Tuntas)	% Tuntas	Sisa Rekom	(%) Sisa Rekom
1	Direktorat Logistik	16	16	100%	0	0%
2	Direktorat Pengolahan	15	15	100%	0	0%
3	Direktorat Pemberdayaan Usaha	5	5	100%	0	0%
4	Direktorat Pemasaran	5	5	100%	0	0%
5	Setditjen PDSPKP	50	50	100%	0	0%
6	BBP3KP	11	11	100%	0	0%
TOTAL		102	102	100%	0	0%

Gambar 16. Hasil Rekomendasi Pengawasan Direktorat Pemasaran TW I 2025

3.2.4.IK.10. 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 (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Persentase Penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-

Tabel 13. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian temuan BPK

Capaian indikator kinerja Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Pemenuhan Dokumen Tindak Lanjut Temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran,

3.2.4.IK.11. Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (Dokumen)

Suatu ukuran atas kesesuaian antara rencana (kebutuhan) dan realisasi kegiatan prioritas/strategis dalam bentuk bantuan dari KKP kepada masyarakat kelautan dan perikanan dan/atau kegiatan yang bersifat strategis berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria kegiatan prioritas/strategis antara lain: memiliki dampak langsung dan besar kepada masyarakat; memiliki anggaran besar; mendukung secara langsung pencapaian agenda pembangunan nasional; mendukung pencapaian prioritas nasional; merupakan arahan direktif presiden; dan pertimbangan lainnya.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (Dokumen)	-	-	-	81	-	-	-	-	-	-		

Tabel 14. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tingkat Efektifitas Program Prioritas/Strategi di Direktorat Pemasaran.

Capaian indikator kinerja Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Penyusunan Laporan Program/Kegiatan prioritas,

3.2.4.IK.12. 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 Persentasi TLHP minimal 5,0;
4. Memiliki nilai komponen hasil “Terwujudnya Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik kepada Masyarakat” minimal 15.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat Menuju wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-		

Tabel 15. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat menuju wilayah bebas korupsi (WBK)

Capaian indikator kinerja Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan I tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Pemenuhan dokumen untuk pemeliharaan predikat menuju Wilayah bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran, Telah dilaksanakannya Rapat Reformasi Birokrasi pada tanggal 10 Februari 2025 di Ruangn Direktorat Pemasaran GMB III.



Gambar 17, Rapat Reformasi Birokrasi di lingkup Direktorat Pemasaran

3.2.4.IK.13. 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.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-

Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP

Capaian indikator kinerja Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025. Nilai penilaian mandiri SAKIP di lingkungan BBP3KP ditargetkan sebesar 86. Penghitungan capaian indikator kinerja ini dilakukan secara tahunan sehingga capaiannya belum bisa dihitung pada triwulan I tahun 2025 serta belum dapat dibandingkan baik dengan capaian triwulan sebelumnya maupun dengan capaian pada periode yang sama pada tahun sebelumnya.

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

- 1) Pembahasan dokumen perencanaan kinerja Level 1 dan Level 2 tanggal 3 Januari 2025 di RR Karaginan GMB 3.



Gambar 18. Pembahasan dokumen perencanaan kinerja

- 2) Penginputan perencanaan kinerja tahun anggaran 2025 lingkup Direktorat Jenderal PDSPKP pada aplikasi SAPK tanggal 12 Maret 2025 di RR Setditjen PDSPKP GMB 3.



Gambar 19. Penginputan perencanaan kinerja pada aplikasi SAPK

3.2.4.IK.14. Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)

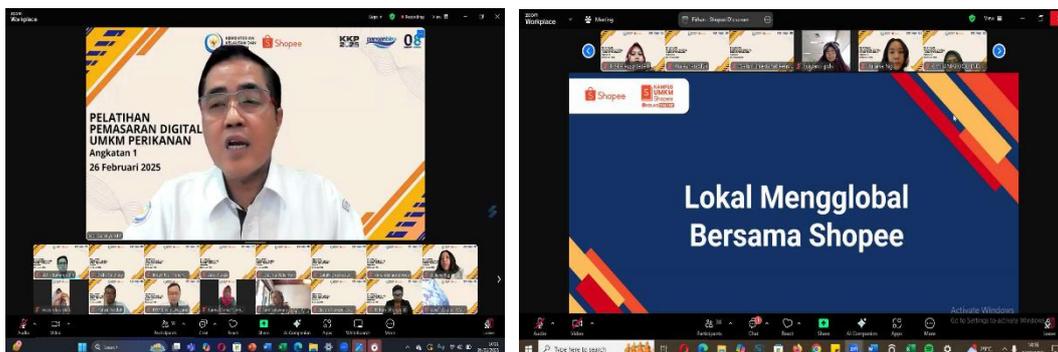
Profesionalitas adalah kualitas para anggota profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki untuk melakukan tugas tugasnya. Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disingkat ASN adalah profesi bagi Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja 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 (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-		

Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator kinerja Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat semesteran sehingga capaiannya akan diukur pada akhir juni 2025. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada Triwulan I adalah:

1. Pelatihan pengembangan ASN dalam rangka peningkatan akses pemasaran digital Bersama PT Shopee pada tanggal 26-27 Februari 2025.



Gambar 20. Pelatihan digital bersama PT Shopee

3.2.4.IK.15. 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
Kelompok Khusus

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW I (10)	% Realisasi s.d TW I Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW I 2025 (2)	TW IV 2024 (3)	TW I 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW I 2025 (6)	TW IV 2024 (7)	TW I 2024 (8)	S.d TW I 2025 (9)			TW IV 2024 (12)	TW I 2024 (13)
Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-		

Tabel 18. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik



Capaian indikator kinerja Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2025.

3.3.5 REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN

Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2025 sebesar Rp83.469.450.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 12.864.910.000 (Diluar anggaran yang di Blokir). Adapun realisasi anggaran sampai dengan Triwulan I tahun 2025 sebesar Rp. 729.227.016, atau setara 5.67 % dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KRO/RO	PAGU AWAL (Rp)	PAGU SETELAH DIBLOKIR (Rp)	REALISASI		SISA ANGGARAN (Rp)
			KEUANGAN (Rp)	%	
Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan	1.250.000.000	832.890.000	18.659.650	2.24%	814.230.350
Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan	1.315.950.000	230.455.000	16.070.941	6.97%	214.384.059
Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional	900.000.000	737.793.000	-	-	737.793.000
Kontribusi Protein Ikan terhadap sumber Protein Hewani	600.000.000	84.947.000	31.904.106	37.56 %	53.042.894
Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang dipromosikan	33.074.000.000	10.461.724.000	608.092.637	5.81 %	9.853.631.363
Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang dibina	810.000.000	31.832.000	11.271.900	35.41%	20.560.100
Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan	44.979.500.000	415.414.000	41.074.192	9.89 %	374.339.808
Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti	540.000.000	69.856.000	2.153.590	3.08 %	67.702.410
JUMLAH	83.469.450.000	12.864.910.000	729.227.016	5.67 %	12.135.682.984

Tabel 19. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan I Tahun 2025

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Triwulan I Tahun 2025 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari Januari sampai dengan Maret 2025. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerja sampai dengan Triwulan I sebesar 105,26 % (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Triwulan I diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Kegiatan) target 1 dokumen, capaian 1 Dokumen atau setara 100%. dari target triwulan I tahun 2025, atau setara 25% dari target Tahun 2024 yaitu 4 Target Dokumen.

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 2024 dapat memanfaatkan kinerja output yang telah dihasilkan pada triwulan sebelumnya sebagai bentuk kontinuitas dan akuntabilitas kegiatan.

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
Promosi Dalam Negeri	Progres sosialisasi Kampanye Gemarikan berjalan lambat dikarenakan masih banyak anggota DPR belum menyampaikan titik lokasi untuk sosialisasi tersebut	Melakukan Percepatan Safari Gemarikan dengan koordinasi anggota DPR untuk merealisasikan Kampanye Gemarikan

Tabel 20. Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut

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 Tindak Lanjut pada Triwulan IV Tahun 2024	Tindak Lanjut pada Triwulan I Tahun 2025
Profil Akses Pasar Dalam Negeri	1. Permohonan raw data Susenas BPS Tahun 2024 melalui Pusdatin KKP	1. Telah melakukan koordinasi bersama Pusdatin terkait data yang akan diolah terkait penghitungan Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024 pada tanggal 14 Januari 2025 dengan Memo no.120/DJPDSPKP.5/TU.210/I/2025
		1.

Tabel 21. Perbandingan Tindak Lanjut TW IV 2024 dan TW I 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
LAMAN 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 Dwiyana**
Jabatan : Direktur Pemasaran

Selanjutnya disebut Pihak Kesatu

Nama : **Budi Sulistiyo**
Jabatan : 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, 20 Januari 2025

Pihak Kedua,
Direktur Jenderal Penguatan Daya
Saing Produk Kelautan dan Perikanan

Budi Sulistiyo

Pihak Kesatu,
Direktur Pemasaran

Erwin Dwiyana

4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2025 DIREKTORAT PEMASARAN

SASARAN KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
1 Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut	1 Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (Persen)	46,5
2 Meningkatkan Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri	2 Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	4,23
	3 Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional (Juta USD)	10
3 Meningkatkan Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani	4 Kontribusi Protein Ikan terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	53
	5 Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan (Persen)	5
	6 Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (Persen)	100
	7 Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (Persen)	80
4 Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	8 Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (Persen)	70
	9 Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95
	10 Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100
	11 Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	81
	12 Nilai Minimal yang Diperyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75

SASARAN KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
	13 Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86
	14 Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
	15 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	86.845.450.000
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025	86.845.450.000

Jakarta, 20 Januari 2025

Pihak Kedua,
Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing
Produk Kelautan dan Perikanan



Budi Sulistiyono

Pihak Kesatu,
Direktur Pemasaran



Erwin Dwiyan