



LAPORAN KINERJA TW III

TAHUN 2024

DIREKTORAT PEMASARAN

DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA
SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN

KATA PENGANTAR

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024 disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja pencapaian rencana kerja Direktorat Pemasaran pada Triwulan III Tahun 2024. 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 PERMENKUP 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 Juli – September Tahun 2024. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-8 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan III tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan III Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105,50%

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, 18 Oktober 2024

Direktur Pemasaran



Erwin Dwiyanas 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 III Tahun 2024 disusun sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kinerja (Performance Results) Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP selama Triwulan III Tahun 2024, dikaitkan dengan Rencana Kinerja (Performance Plan) tahun 2024 yang sepenuhnya mengacu pada Rencana Strategis Ditjen PDSPKP Tahun 2020 - 2024.

Sesuai dengan Rencana Kinerja dan Perjanjian Kinerja Tahun 2024, 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 13 Sasaran kegiatan dan 28 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 28 indikator kinerja tersebut sebanyak 8 (delapan) indikator telah dilakukan pengukuran pada Triwulan III Tahun 2024, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada triwulan III. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-8 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan III tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan III Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjajaku adalah sebesar 105,50%.

Pencapaian terhadap target sasaran kinerja Direktorat Pemasaran yang telah dicapai selama Triwulan III Tahun 2024 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 28 indikator kinerja tersebut seluruhnya telah dilakukan pengukuran pada Triwulan III Tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Direktorat Pemasaran pada Triwulan III Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105.50%. Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024 adalah sebagai berikut :

1. Dari 28 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 15 indikator kinerja bersifat tahunan, 4 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 9 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 15 indikator kinerja dimaksud yaitu (1) Jumlah Provinsi yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga (Provinsi), (2) Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun, (3) Kegiatan Pendampingan Major Project pembangunan pelabuhan perikanan terintegrasi dengan pasar ikan bertaraf internasional, (4) Pasar Ikan yang dibangun, (5) Sentra Kuliner Ikan yang dibangun, (6) Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi, (7) Layanan Perizinan Usaha Pemasaran bagi pelaku usaha kelautan dan perikanan, (8) Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (9) Direktorat Pemasaran berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK), (10) Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (11) Batas tertinggi nilai temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (12) Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran, (13) Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran, (14) Tingkat efektivitas pelaksanaan program prioritas/strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran, (15) Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA lingkup Ditjen PDSPKP.
3. Tiga indikator kinerja yang bersifat semesteran yaitu (1) Profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan (2) Profil pasar dalam negeri hasil kelautan perikanan dan (3) Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditjen PDSPKP. (4) Nilai transaksi dari promosi skala internasional

4. Sedangkan sepuluh indikator kinerja yang bersifat triwulanan yaitu (1) Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi, (2) Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan, (3) Promosi Gemarikan yang dilaksanakan, (4) Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri, (5) Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina, (6) Peralatan Pemasaran yang disediakan, (7) Tenaga kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (Orang), (8) Persentase jumlah hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran dan (9) Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar.

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan atas capaian dan akuntabilitas kinerja sampai dengan Triwulan III Tahun 2024, seluruh Sasaran Kegiatan (SK) dan Indikator Kinerja Kegiatan Direktorat Pemasaran mencapai target yang telah ditetapkan. Berdasarkan aplikasi kinerja KKP, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) pada periode pelaporan Triwulan III adalah sebesar 105,50 % (kategori Baik). Nilai tersebut diperoleh dari capaian kinerja yang ditargetkan pada Triwulan III tahun 2024. Adapun rincian capaian periode Triwulan III Tahun 2024 yaitu :

1. IKK Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan (Promosi) target 4 Promosi, capaian 4 Promosi atau setara 100%.
2. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi) target 65 Kegiatan Promosi, capaian 72 Kegiatan Promosi atau setara 110,77%.
3. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri (Promosi) target 1 Kegiatan Promosi, capaian 1 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
4. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga) target 30 Lembaga, capaian 30 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
5. IKK Peralatan Pemasaran yang disediakan target 2000 (unit) coolbox, capaian 2088 unit coolbox atau setara 104,40%
6. IKK Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang) target 11.770 Orang, capaian 11.770 Orang atau setara 100%.

7. IKK Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 80,00 %, capaian 95,24 % atau setara 119,05 %.
8. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%) target 94,00 %, capaian 133,33 % atau setara 120,00 %

Pada Triwulan III Tahun 2024 Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 sebesar Rp 76.080.900.000,00 dan pada triwulan III tahun 2024 telah terealisasi sebesar Rp 40.446.503.023,00. Realisasi anggaran tersebut setara dengan 53,16 %.

3.2.6.IK.7. Pendampingan <i>Major Project</i> Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	47
	48
6.2.7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	48
3.2.7.IK.8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan	48
Jumlah keikutsertaan KKP pada promosi produk kelautan dan perikanan skala internasional	48
	51
	51
3.2.7.IK.9. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	52
3.2.7.IK.10. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri	55
3.2.7.IK.11. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah (Promosi)	57
Keikutsertaan dinas yang membidangi kelautan dan perikanan tingkat provinsi pada kegiatan promosi di dalam negeri yang diselenggarakan oleh kementerian kelautan dan perikanan.	57
3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	58
3.2.8.IK.12. Pasar Ikan yang dibangun	58
3.2.8.IK.13. Sentra Kuliner Ikan yang dibangun	58
3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	60
3.2.9.IK.14. Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	60
3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	63
3.2.10.IK.15. Peralatan Pemasaran	63
3.2.10.IK.16. Kendaraan Pemasaran Ahli Teknologi Informasi	64
3.2.11. Nilai PNBP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP	65
3.2.11.IK.17. Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (RP Miliar)	65
3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP	66
3.2.12.IK.18. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP	66
	67
3.2.13. Terlaksananya Layanan Dukman dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran	68
	68
3.2.13.IK.19. Nilai Minimal yg dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yg Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran	68
3.2.13.IK.20. Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran	69
3.2.13.IK.21. Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	70
3.2.13.IK.22. Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Lingkup Direktorat Pemasaran	72
3.2.13.IK.23. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran	73
Pengukuran indikator kinerja ini dilakukan oleh Itjen KKP atau dapat dilihat pada Aplikasi SIDAK dengan periode perhitungan triwulanan. Capaian Indikator kinerja Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan Yang Dimanfaatkan Untuk Perbaikan Kinerja Di Lingkungan Direktorat Pemasaran bersifat tahunan, Pada Triwulan III Tahun 2024 sebesar 95,24% atau setara 119,05% terhadap target triwulan III tahun 2024 atau setara 123,02% dari target tahun 2024 yaitu 80,00%. jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan II tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 4,76%, dan bila dibandingkan dengan capaian triwulan III tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 4,76%.	73
3.2.13.IK.24. Inovasi Pelayanan Publik yg di Terapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran	74
	75
3.2.13.IK.25. Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yang Terstandar	75
3.2.13.IK.26. Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran	77
3.2.13.IK.27. Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran	78
	78
3.2.13.IK.28. Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP	79
	80
3.3. REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN	80

BAB IV	82
PENUTUP	82
4.1. KESIMPULAN	82
4.2. PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI	83
4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2024	84
4.4. LAMPIRAN	85
4.4.1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024	85
4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024	86
4.4.3. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024	86

DAFTAR TABLE

Table 1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III tahun 2024.....	24
Table 2 Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III tahun 2024.....	27
Table 3 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi dari Promosi Skala International (Juta USD).....	27
Table 4 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi).....	32
Table 5 Perkembangan serapan ikan rumah tangga di tingkat provinsi tahun 2022- 2023.....	34
Table 6 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun.....	34
Table 7 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang diFasilitasi.....	37
Table 8 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Ekspor Hasil KP (Data).....	40
Table 9 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Dalam Negeri Hasil KP (Data).....	44
Table 10 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional.....	47
Table 11 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan.....	48
Table 12 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Promosi Gemarikan yang dilaksanakan.....	52
Table 13 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri.....	55
Table 14 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri oleh Daerah.....	57
Table 15 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pasar Ikan yang dibangun	58
Table 16 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Sentra Kuliner Ikan yang dibangun	59
Table 17 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	60
Table 18 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran	63
Table 19 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Kendaraan Pemasaran Ahli teknologi Informasi.....	64

<i>Table 20 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran</i>	<i>65</i>
<i>Table 21 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tenga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP.....</i>	<i>66</i>
<i>Table 22 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran</i>	<i>68</i>
<i>Table 23 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar</i>	<i>69</i>
<i>Table 24 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran</i>	<i>71</i>
<i>Table 25 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Ditsar.....</i>	<i>72</i>
<i>Table 26 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan.....</i>	<i>73</i>
<i>Table 27 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Ditsar</i>	<i>74</i>
<i>Table 28 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Unit Kerja Ditsar yg Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yg Terstandar</i>	<i>76</i>
<i>Table 29 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Ditsar</i>	<i>77</i>
<i>Table 30 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran</i>	<i>78</i>
<i>Table 31 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP.....</i>	<i>79</i>
<i>Table 32 Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024.....</i>	<i>81</i>
<i>Table 33 Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut.....</i>	<i>84</i>
<i>Table 34 Perbandingan Tindak Lanjut TW II 2024 dan TW III 2024.....</i>	<i>84</i>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran	17
Gambar 2 Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran	18
Gambar 3 Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW III Tahun 2024	25
Gambar 4 Seafood Expo North America (SENA).....	29
Gambar 5 . Pelepasan Ekspor produk ikan tuna kaleng di Banyuwangi	29
Gambar 6 Seafood Expo Global (SEG)	30
Gambar 7 Nusatic 2024	30
Gambar 8 Indo Fisheries 2024 Expo & Forum	31
Gambar 9 Screenshot Aplikasi Bursa Pasar Ikan	35
Gambar 10 Koordinasi Aplikasi Bursa Pasar Ikan.....	36
Gambar 11 serangkaian pertemuan dengan US Department of Commerce (USDOC) dan pihak terkait lainnya di Washington D.C.....	39
Gambar 12 Kunjungan MKP ke Rusia untuk penguatan kerjasama bidang kelautan dan perikanan.....	43
Gambar 13 FGD Profil Pasar LN untuk Komoditas Udang dan Rumput Laut	43
Gambar 14 Penyusunan Buku Konsumsi dan Serapan Ikan	45
Gambar 15 Penghitungan AKI.....	45
Gambar 16 Finalisasi data AKI.....	46
Gambar 17 Surat Menteri tentang usulan perubahan lokasi prioritas pelabuhan perikanan	48
Gambar 18 Seafood Expo North America (SENA).....	50
Gambar 19 Seafood Expo Global (SEG).....	50
Gambar 20 NUSATIC 2024.....	51
Gambar 21 Indo Fisheries 2024 Expo & Forum	52
Gambar 22 Kampanye Gemarikan di Kab. Ponorogo	54
Gambar 23 kampanye Bazar	54
Gambar 24 Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan	55
Gambar 25 Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bangga Berwisata di Indonesia (Gernas BBI/BBWI).....	57
Gambar 26 Raker Komisi IV dengan Menteri Kelautan dan Perikanan	59
Gambar 27 Pembinaan Pasar Kanoman di Cirebon	63
Gambar 28 Penerima bantuan pemerintah berupa peralatan pemasaran di Kab. Cilacap dan Kab. Wonosobo.....	64

<i>Gambar 29 Rapat PNB</i>	66
<i>Gambar 30 Gerai Perijinan Kampanye Gemarikan di Cirebon</i>	67
<i>Gambar 31 IP ASN Direktorat Pemasaran</i>	70
<i>Gambar 32 Keikutsertaan rapat SAKIP di lingkup PDSPKP</i>	72
<i>Gambar 33 Rekomendasi hasil pengawasan</i>	74
<i>Gambar 34 Sertifikat KURAS IKAN</i>	75
<i>Gambar 35 Gerai Perijinan Kampanye Gemarikan di Cirebon</i>	80
<i>Gambar 36 PK Direktorat Pemasaran Tahun 2024,</i>	85
<i>Gambar 37 Lampiran PK Direktorat Pemasaran Tahun 2024</i>	86
<i>Gambar 38 Data Anggaran Ditsar Tahun 2024</i>	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024 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 III Tahun 2024. Laporan Kinerja ini secara terstruktur akan menginformasikan capaian kinerja dari setiap pelaksanaan program dan kegiatan dalam kurun waktu bulan Juli - September Tahun 2024.

1.2. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dan tujuan penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran tahun 2024 adalah untuk menyampaikan capaian kinerja Direktorat Pemasaran dalam satu tahun anggaran dengan pembanding 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 III Tahun 2024. 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 III tahun 2024
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. Nilai transaksi dari promosi skala internasional;
2. Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga;
3. Tersedianya sistem informasi pemasaran;
4. Terfasilitasinya forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor;;
5. Tersedianya data dan informasi publik bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan;
6. Terselenggaranya Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional;
7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan;
8. Terbangunnya Sarana dan Prasarana Pemasaran;
9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan;
10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran;
11. Nilai PNPB Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Ditjen PDSPKP;
12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan;
13. Terlaksananya Layanan Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran.

2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN

Ikhtisar perjanjian kinerja tahun berjalan, dengan format sebagai berikut :

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional	1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	300
2.	Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga	2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18
3	Tersedianya Sistem Informasi Pemasaran	3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1
4	Terfasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	4	Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)	3
5	Tersedianya Data dan Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	4
		6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan (Data)	4
6	Terselenggaranya Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	7	Pendampingan <i>Major Project</i> Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi Kebijakan)	1

7	Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	8	Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi)	6
		9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	185
		10	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri (Promosi)	4
		11	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri oleh daerah (Promosi)	38
8	Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	12	Pasar Ikan yang Dibangun (Unit)	2
		13	Sentra Kuliner Ikan yang Dibangun (Unit)	11
9	Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	14	Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga)	100
10	Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	15	Peralatan Pemasaran yang Disediakan (Unit)	6000
		16	Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi yang disediakan (Unit)	2
11	Nilai PNBP Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	17	Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	1,786

12	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	18	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang)	15.286
13	Terlaksananya Layanan Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran	19	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
		20	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
		21	Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	84
		22	Batas Tertinggi Nilai Temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	100
		23	Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	85
		24	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1

		25	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94
		26	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95
		27	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
		28	Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (%)	100

Table 1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III tahun 2024

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

Capaian kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024 tercermin dari hasil evaluasi kinerja sasaran yang telah ditargetkan pada tahun 2024. 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 III Tahun 2024

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada Triwulan III tahun 2024 sebesar 105,50% dan mengalami penurunan sebesar 7% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada Triwulan III tahun 2023 yaitu sebesar 112,50%. Penurunan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan di Triwulan III tahun 2024 karena ada beberapa target IKU yang belum seluruhnya tercapai di Triwulan III 2024. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III tahun 2024 disajikan pada tabel sebagai berikut;

Indikator Kinerja		Target		Realisasi TW III 2024	Persentase terhadap Target (%)	
		Tahun 2024	TW III 2024		Tahun 2024	TW III 2024
1	Nilai transaksi dari promosi skala internasional (Juta USD)	300	-	-	50	-
2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18	-	-	-	-
3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1	-	-	-	-
4	Forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang difasilitasi	3	-	-	-	-
5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan	4	-	-	-	-
6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan	4	-	-	-	-
7	Pendampingan <i>Major Project</i> Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1	-	-	-	-
8	Promosi skala internasional yang dilaksanakan	6	4	4	66,67	100
9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	185	65	72	87,57	110,77
10	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri	4	1	1	75	100
11	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri oleh daerah	38	-	-	-	-
12	Pasar Ikan yang dibangun	2	-	-	-	-
13	Sentra Kuliner Ikan yang dibangun	11	-	-	-	-
14	Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina	100	30	30	70	100
15	Peralatan pemasaran yang disediakan	6000	2000	2088	34,8	104,4
16	Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi yang disediakan	2	-	-	-	-
17	Nilai PNBP di lingkungan Direktorat Pemasaran	1,786	-	-	-	-
18	Tenaga kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (Orang)	15.286	11770	11770	77	100
19	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran	75	-	-	-	-
20	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran	87	-	-	-	-
21	Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	84	-	-	-	-
22	Persentase penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran	100	-	-	-	-
23	Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80	80	95,24	119,05	119,05
24	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran	1	-	-	-	-

25	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94,00	94,00	133,33	120	120
26	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95	-	-	-	-
27	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80	-	-	-	-
28	Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA lingkup Ditjen PDSPKP	100	-	-	-	-

Table 2 Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III tahun 2024

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA

3.2.1. Sasaran Strategis 1 Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional

3.2.1.IK.1. Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)

Nilai transaksi dari promosi skala internasional adalah sejumlah nilai transaksi yang dicatat/dihasilkan dari pameran skala internasional yang diikuti oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan hingga akhir tahun berjalan. Nilai transaksi tersebut merupakan hasil rekapitulasi transaksi dari peserta kegiatan promosi skala internasional yang dicatat selama kegiatan promosi hingga akhir tahun berjalan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)		-		300		-		150	-	50		-

Table 3 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)

Capaian Indikator kinerja Nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional bersifat semesteran, sehingga capaiannya akan diukur pada Semester I dan akhir tahun 2024. Indikator kinerja nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional sudah tercapai 50% atau setara USD 150 juta dari target tahun 2024 sebesar USD 300 Juta.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah situasi ekonomi global paska pandemi yang berpengaruh terhadap permintaan produk

perikanan Indonesia di pasar global. Selain itu, beberapa situasi di negara tujuan ekspor sebagai hambatan ekspor juga berpengaruh terhadap pencapaian target potensi nilai transaksi. Pencapaian target diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan promosi skala internasional dan realisasi nilai potensi transaksi yang didapatkan dari kegiatan dimaksud. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa promosi skala internasional di wilayah eksisting dan negara tujuan ekspor terbesar untuk mempertahankan pasar yang sudah ada serta perluasan promosi di wilayah potensial lainnya

Salah satu kegiatan pendukung pencapaian indikator kinerja nilai transaksi yaitu keikutsertaan pada pameran internasional. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memperkenalkan dan memperkuat *branding* produk kelautan dan perikanan Indonesia di pasar global, juga untuk memperluas pasar ekspor di pasar prospektif dan potensial. Melalui keikutsertaan pada pameran tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan ekspor hasil perikanan Indonesia melalui kontrak dan transaksi dagang yang terjadi pada saat dan setelah kegiatan pameran. Beberapa pameran internasional yang diikuti sampai dengan periode triwulan III tahun 2024 antara lain:

Seafood Expo North America (SENA) yang dilaksanakan di Boston, Amerika Serikat pada 10 - 12 Maret 2024. Kegiatan promosi dilakukan melalui fasilitas Paviliun Indonesia seluas 1.600 sqft (150 m) yang menampilkan berbagai produk perikanan antara lain: tuna, udang, cumi, sotong, gurita, kakap dan ikan lainnya. Negara Amerika Serikat merupakan tujuan pasar utama yang berkontribusi sebesar 34% terhadap total nilai ekspor perikanan Indonesia. Dalam rangka mendukung tahun 2024 sebagai Tahun Tuna Indonesia, KKP melibatkan 10 (sepuluh) eksportir tuna sebagai peserta pameran. Nilai potensi transaksi yang dihasilkan sebesar USD 58,47 juta atau 17% di atas target yang ditetapkan sebesar USD 50 Juta. Produk yang diminati oleh buyers antara lain: tuna (loin, frozen, saku), udang (breaded, frozen), octopus, baramundi, cumi, kakap, tilapia, mahi mahi, dan ikan lainnya. Para *buyers* antara lain berasal dari: AS, Taiwan, Belgia, India, Korea Selatan, Spanyol, Inggris, Kanada, Hongkong, China, Australia, Jepang, Perancis, Belanda, Arab Saudi, Peru, Chile, Swiss, Vietnam, dan Kosta Rika.



Gambar 4 Seafood Expo North America (SENA)

Adapun Hasil dari Pameran *Seafood Expo North America (SENA)* yang dilaksanakan di Boston mendapatkan respon positive dari salah satu Perusahaan. Produk ikan tuna kaleng dari Kabupaten Banyuwangi kembali menembus pasar ekspor. Sebanyak 3 kontainer ikan tuna kaleng dengan nilai kontrak sebesar 10 juta USD diberangkatkan dari Banyuwangi menuju Kanada. Pelepasan ekspor dilakukan oleh Menteri Kelautan dan Perikanan (MKP), Sakti Wahyu Trenggono, di kawasan pabrik PT Pasific Masami Indonesia, Banyuwangi, pada hari Senin 30 September 2024. Sebelumnya, produk yang sama telah rutin diekspor ke pasar Eropa, Afrika, dan Asia. Produk ikan tuna kaleng tersebut diproduksi oleh PT. Pasific Masami Indonesia, perusahaan olahan makanan laut yang berlokasi di Kecamatan Kalipuro, Banyuwangi. PT. Pasific Masami Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT. Pacific Harvest Group yang berpusat di Kecamatan Muncar



Gambar 5 Pelepasan Ekspor produk ikan tuna kaleng di Banyuwangi

Seafood Expo Global (SEG) dilaksanakan pada tanggal 23-25 April 2024 di Barcelona, Spanyol. KKP melakukan fasilitasi promosi bagi 19 eksportir melalui fasilitasi Paviliun Indonesia seluas 216 m² pada pameran tersebut. Produk perikanan yang didisplay di paviliun antara lain: tuna, udang, cumi, sotong, gurita, kakap, telur ikan terbang, ikan tuna kaleng dan ikan lainnya. Nilai transaksi potensial yang dihasilkan selama 3 hari pameran sebesar USD 63,8 juta atau 27,6% melebihi target sebesar USD 50 juta.



Gambar 6 Seafood Expo Global (SEG)

Kegiatan promosi lainnya yang diselenggarakan oleh KKP adalah NUSATIC 2024, sebagai host berkolaborasi dengan PT. Akuatik Flona Nusantara Kreasi sebagai organizer pada tanggal 7-9 Juni 2024 di ICE BSD, Tangerang. KKP menyediakan paviliun seluas 160 m² untuk 7 (tujuh) UMKM, 3 (tiga) eksportir, SMKN 61 Kepulauan Seribu, dan Raiser Ikan Hias Cibinong.

Capaian potensi transaksi selama 3 (tiga) hari pameran berlangsung sebesar Rp 2,67 miliar atau USD 162,62 ribu untuk transaksi on-site. Sementara itu potensi transaksi sebesar Rp 22,63 miliar atau USD 1,38 miliar dengan komoditas yang diminati yaitu: live coral, axolotl, aquascape, paludarium, ikan hias air laut, ikan air tawar, dan tanaman air. Para calon buyers berasal dari Indonesia, Inggris, Amerika Serikat, Swedia, Singapura, Tunisia, Perancis, Afrika Selatan, dan Belanda.



Gambar 7 Nusatic 2024

Bentuk promosi skala internasional yang dilaksanakan pada triwulan III ini adalah melalui penyelenggaraan pameran Indo Fisheries 2024 Expo & Forum. Indo Fisheries 2024 Expo & Forum diselenggarakan oleh KKP, KKP sebagai host, berkolaborasi dengan PT. Napindo Media Ashatama (sebagai organizer). Pameran ini dilaksanakan pada tanggal 17-19 Juli 2024 di Jakarta Convention Center, Jakarta.

Pada pameran ini, KKP memfasilitasi paviliun seluas 126 m² untuk empat brand produk perikanan Indonesia yaitu *Indonesian Tuna*, *Indonesian Shrimp*, *Indonesian Pangasius*, dan *Indonesian Seaweed*, serta 6 (enam) pelaku usaha siap ekspor. Selain itu, KKP juga membuka pelayanan informasi kebijakan KKP.

Capaian nilai potensi transaksi selama 3 (tiga) hari pameran berlangsung sebesar **Rp 151,75 miliar** untuk keseluruhan pameran Indo Fisheries 2024 dengan komoditas yang diminati yaitu agar, karaginan, fillet kakap merah, fillet kerapu, udang, fillet sweetlips, cumi, fishmaw, bandeng, tuna, permesinan, pakan dan obat-obatan. Potensial buyer berasal dari Indonesia, Korea, Vietnam, Malaysia, China, dan Singapura.



Gambar 8 Indo Fisheries 2024 Expo & Forum

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 6.372.009.152 atau setara dengan 89,65 % dari total pagu sebesar Rp 7.107.899.000.

3.2.2. Provinsi Yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga

3.2.2.IK.2. Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)

Serapan ikan dalam rumah tangga merupakan hasil pengkalian jumlah konsumsi ikan rumah tangga dengan jumlah penduduk dalam periode satu tahun. Penghitungan serapan ikan dalam rumah tangga dilakukan berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi

Nasional (Susenas) yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik minus satu tahun dari tahun berjalan (T-1). Jumlah provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga diketahui berdasarkan perkembangan data serapan ikan dalam rumah tangga tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2022.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	-	-	-	18	-	-	-	-	-	-		

Table 4 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)

Indikator Kinerja Jumlah provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Sehubungan dengan telah diperoleh raw data Susenas tahun 2023, pada tanggal 20-22 Mei 2024 telah dilaksanakan Workshop Penghitungan AKI Tahun 2023 secara hybrid dan dihadiri oleh 38 (tiga puluh delapan) provinsi di Indonesia. Pada kegiatan tersebut disepakati bahwa penghitungan AKI tahun 2023 dilakukan pada *tools Neng Geulis* dan telah diperoleh AKI di dalam rumah tangga tahun 2023.

Penghitungan konsumsi ikan di dalam rumah tangga dihitung dengan terlebih dahulu mengkonversi ikan yang dikonsumsi ke dalam bentuk setara utuh segar. Hasil penghitungan, capaian konsumsi ikan di dalam rumah tangga nasional tahun 2023 yaitu sebesar 36,95 kg/kapita/tahun setara utuh segar atau sama dengan serapan ikan sebanyak 8.319.775 ton setara utuh segar. Berdasarkan perkembangan serapan ikan rumah tangga tahun 2022-2023, terdapat 21 (dua puluh satu) provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan rumah tangga atau mencapai **116,67%** dari target 18 (delapan belas) provinsi.

Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan rumah tangga tertinggi yaitu di D.I. Yogyakarta yaitu sebesar 14,36% atau mengalami peningkatan dari 77.533 ton setara utuh segar di tahun 2022 menjadi 88.877 ton setara utuh segar di tahun 2023. Provinsi

yang mengalami peningkatan tertinggi berikutnya yaitu Provinsi Bali sebesar 13,57% dan Provinsi Kepulauan Riau sebesar 12,34%.

Berdasarkan wilayah provinsi, serapan ikan rumah tangga tertinggi tahun 2023 terdapat di Provinsi Jawa Barat sebesar 1.220.725 ton setara utuh segar, Provinsi Jawa Timur sebesar 1.004.505 ton setara utuh segar, dan Provinsi Jawa Tengah sebesar 709.861 ton setara utuh segar. Adapun provinsi yang memiliki serapan ikan rumah tangga terendah terdapat di Provinsi Kalimantan Utara sebesar 34.180 ton setara utuh segar, Provinsi Papua Barat sebesar 48.314 ton setara utuh segar, dan Provinsi Gorontalo sebesar 52.539 ton setara utuh segar.

Perkembangan serapan ikan rumah tangga di tingkat provinsi tahun 2022- 2023 selengkapnya sebagai berikut :

No	Provinsi	Tahun 2022	Tahun 2023	Perkembangan Serapan Ikan RT 2022-2023 (%)
1	Aceh	236.112	244.379	3,50
2	Sumatera Utara	601.234	605.393	0,69
3	Sumatera Barat	152.776	156.746	2,60
4	Riau	248.171	269.700	8,67
5	Jambi	117.589	116.583	-0,86
6	Sumatera Selatan	307.117	321.980	4,84
7	Bengkulu	57.687	58.363	1,17
8	Lampung	247.078	248.113	0,42
9	Kepulauan Bangka Belitung	66.051	65.856	-0,30
10	Kepulauan Riau	93.147	104.645	12,34
11	DKI Jakarta	354.002	342.601	-3,22
12	Jawa Barat	1.144.644	1.220.725	6,65
13	Jawa Tengah	750.880	709.861	-5,46
14	DI. Yogyakarta	77.533	88.877	14,63
15	Jawa Timur	994.172	1.004.505	1,04
16	Banten	396.658	423.683	6,81
17	Bali	88.815	100.867	13,57
18	Nusa Tenggara Barat	185.163	186.647	0,80
19	Nusa Tenggara Timur	156.042	153.224	-1,81
20	Kalimantan Barat	190.810	184.998	-3,05
21	Kalimantan Tengah	118.201	112.836	-4,54
22	Kalimantan Selatan	180.094	192.356	6,81
23	Kalimantan Timur	160.679	161.662	0,61
24	Kalimantan Utara	32.301	34.180	5,82
25	Sulawesi Utara	138.229	129.077	-6,62

26	Sulawesi Tengah	130.226	138.350	6,24
27	Sulawesi Selatan	404.719	400.193	-1,12
28	Sulawesi Tenggara	127.669	138.999	8,88
29	Gorontalo	48.506	52.539	8,32
30	Sulawesi Barat	60.717	55.318	-8,89
31	Maluku	86.885	89.138	2,59
32	Maluku Utara	69.101	62.163	-10,04
33	Papua Barat	54.623	48.314	-11,55
34	Papua	121.369	96.902	-20,16
	Nasional	8.198.999	8.319.775	1,47

Table 5 Perkembangan serapan ikan rumah tangga di tingkat provinsi tahun 2022- 2023

Keterangan

	: Mengalami peningkatan diatas 10%
	: Mengalami peningkatan antara 5-10%
	: Mengalami peningkatan dibawah 5%

3.2.3. Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun

3.2.3.IK.3. Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang di Bangun (Sistem Informasi)

Penyusunan sistem informasi berupa bursa pasar ikan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang di Bangun (Sistem Informasi)	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 6 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun

Sistem Bursa Pasar Ikan merupakan suatu sistem informasi yang disediakan untuk mendukung penyusunan kebijakan yang akan diambil oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan. Kegiatan pengolahan dan sekaligus pemasaran merupakan tulang punggung dari rantai bisnis perikanan, namun saat ini tantangan terbesar dalam peningkatan rantai ekonomi dalam bisnis perikanan adalah fasilitasi akses kepada pasar khususnya pasar domestik, bagi para poklhasar UKM. Mengingat tantangan yang cukup besar, dengan dibangunnya Bursa Ikan ini diharapkan memberikan fasilitasi akses pasar yang lebih luas bagi poklhasar UKM dan Non-UMKM.

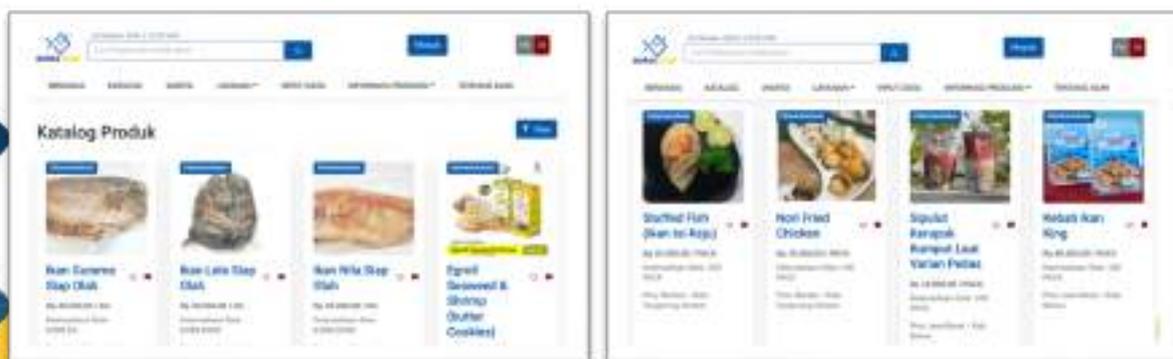
Capaian Indikator Kinerja Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

Pembangunan Aplikasi Bursa Pasar Ikan merupakan salah satu kegiatan dalam rangka peningkatan akses pasar produk perikanan berbasis elektronik melalui media digital. Adapun tujuan dari dibangunnya sistem informasi bursa pasar ikan adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan layanan informasi pasar yang berkualitas kepada nelayan, pembudidaya, pengolah dan pemasar, eksportir, dan pelaku usaha hasil perikanan, serta pemangku kepentingan lainnya.
2. Melaksanakan dan memberikan pelayanan informasi publik KKP;
3. Membangun dan mengembangkan sistem layanan informasi pasar hasil perikanan secara efektif dan efisien;

Adapun manfaat yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha dan masyarakat secara umum antara lain:

1. Pelaku usaha dan masyarakat secara umum dapat mengakses layanan informasi pasar hasil perikanan yang berkualitas khususnya terkait dengan perkembangan harga komoditas dan perkembangan ekspor produk perikanan Indonesia.
2. Membuka akses pasar bagi pelaku usaha UMKM melalui fitur penawaran dan permintaan produk perikanan di aplikasi bursa ikan dan dapat dimanfaatkan secara gratis tanpa dipungut biaya apapun.
3. Sebagai platform yang mempertemukan bahan baku di sentra produksi perikanan dengan sentra Unit Pengolah Ikan (UPI) yang sedang membutuhkan informasi harga secara terbuka dan fasilitas komunikasi dua arah.



Gambar 9 Screenshoot Aplikasi Bursa Pasar Ikan

Pada Triwulan III, telah dilaksanakan beberapa pertemuan koordinasi antara pengembang aplikasi, Pusdatin KKP, dan tim Direktorat Pemasaran untuk memperbaiki error dan mengupdate jenis ikan yang ada dalam website. Berdasarkan hasil koordinasi tersebut, error pada saat proses login terjadi karena adanya pembaharuan pada sistem server KKP sehingga memengaruhi website Bursa Ikan, dan telah ditindaklanjuti perbaikannya.

Selanjutnya, dilakukan sosialisasi kepada pelaku usaha di beberapa lokasi antara lain Kota Tangerang Provinsi Banten pada tanggal 13-14 Agustus 2024, Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat pada tanggal 20 Agustus 2024, dan Kota Jakarta Timur Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 22 Agustus 2024. Pada kegiatan sosialisasi tersebut disampaikan pengenalan sistem informasi bursa pasar ikan yang dapat diakses pada laman <https://bursaikan.kkp.go.id/id>, pembuatan akun pengguna dan pendampingan bagi pelaku usaha yang belum memiliki KUSUKA, serta pendampingan dalam memasang iklan produk UMKM kelautan dan perikanan.



Gambar 10 Koordinasi Aplikasi Bursa Pasar Ikan

Capaian Indikator kinerja Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan bersifat tahunan, sehingga Triwulan III Tahun 2024 belum menghasilkan output kinerja, namun telah dilakukan kegiatan-kegiatan untuk mencapai target kinerja tersebut. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah masih banyak pelaku usaha UMKM yang belum memiliki KUSUKA dan NIB yang menjadi syarat wajib pembuatan akun user sehingga produk belum bisa dipromosikan melalui website bursa pasar ikan.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 52.824.690 atau setara dengan 26,31 % dari total pagu sebesar Rp 200.792.000.

3.2.4. Terasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor

3.2.4.IK.4. Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)

Keikutsertaan dan/atau fasilitasi forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang diselenggarakan dalam rangka peningkatan ekspor komoditas unggulan perikanan melalui penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, dan perundingan perdagangan bilateral/regional/multilateral.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)	-	1	-	3	-	1	-	1	-	-	-	-

Table 7 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi

Forum perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi merupakan kegiatan keikutsertaan dan/atau fasilitasi forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang diselenggarakan dalam rangka peningkatan ekspor komoditas unggulan perikanan melalui penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, dan perundingan perdagangan bilateral/regional/multilateral.

Capaian Indikator kinerja Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi bersifat triwulan, hingga Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan 1 forum atau setara 100 %, atau setara 33,33 % dari target tahunan yaitu 3 kegiatan. Capaian pada Triwulan III Tahun 2024 tidak dapat dibandingkan dengan capaian pada triwulan tahun sebelumnya karena indikator kinerja tersebut belum memiliki target di Triwulan III. Capaian indikator kinerja kegiatan Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi tahun 2024 sebanyak 1 forum, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja promosi skala internasional target di triwulan III tahun 2024 hanya terdapat 1 kegiatan forum.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III diantaranya terjadinya perlambatan pertumbuhan ekonomi global dan situasi geopolitik dunia mempengaruhi ekspor impor komoditas global, termasuk produk perikanan. Produk perikanan di pasar tujuan ekspor, yang masih bertumpu pada pasar tradisional, mendapatkan tantangan dan hambatan peningkatan ekspor. Sebagai contoh, Amerika Serikat yang mengajukan tuduhan subsidi dan mengenakan tarif anti-dumping untuk produk udang Indonesia, serta mengeluarkan regulasi-regulasi baru terkait isu mutu, ketertelusuran dan keberlanjutan yang memberikan hambatan baru bagi produk perikanan. Disamping itu, gap kepentingan yang sangat besar dengan negara mitra, membuat negosiasi berlangsung lebih lama dan tidak mudah dicapai kesepakatan.

Salah satu kegiatan dalam forum perluasan yang telah selesai diselenggarakan adalah kegiatan *business matching* antara Indonesia dan Singapura di bawah kerjasama *Indonesia-Singapore Agribusiness Working Group (ISAWG)*. Kegiatan *business matching* telah diselenggarakan pada 19 Juni 2024 secara virtual yang diikuti oleh 13 eksportir Indonesia dan 16 perusahaan dari Singapura.

Adapun rekomendasi untuk pelaksanaan kedepan adalah dengan mengoptimalkan pemanfaatan hasil perjanjian dan terus berupaya melakukan penanganan hambatan ekspor dalam rangka meningkatkan ekspor hasil perikanan Indonesia.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III tahun 2024 indikator kinerja tersebut antara lain :

1. Kegiatan Peningkatan Akses Pasar

- Melakukan finalisasi *Operational Procedure* Protokol Perubahan *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)*. Indonesia dan Jepang telah menyelesaikan perundingan Protokol Perubahan IJEPA melalui penandatanganan naskah perjanjian oleh Menteri Perdagangan RI dengan Menteri Luar Negeri Jepang pada tanggal 8 Agustus 2024 secara virtual. Hasil perundingan IJEPA tersebut telah mengakomodasi kepentingan Indonesia khususnya pembebasan 4 pos tarif produk olahan tuna dan cakalang asal Indonesia dimana 2 (dua) produk (HS 1604.14.091 dan HS 1604.14.099)

dengan persyaratan tambahan ukuran panjang bahan baku cakalang tidak kurang dari 30 cm. KKP dan Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) Jepang telah melakukan finalisasi *Operational Procedure* terkait dengan persyaratan panjang bahan baku cakalang tersebut dalam bentuk sertifikat barang. Selain 4 (empat) pos tarif olahan tuna, Indonesia juga mendapatkan pembebasan tarif 0% sebanyak 67 pos tarif produk perikanan antara lain yellowfin tuna beku, fillet tilapia segar, fillet swordfish beku, kekerangan, olahan lobster, dan rajungan beku. Kesepakatan Protokol Perubahan IJEPA akan mulai berlaku saat perjanjian diimplementasikan setelah melalui proses ratifikasi di parlemen kedua negara dan diharapkan akan berlaku efektif tahun 2025.

2. Kegiatan Penanganan Hambatan Ekspor

- Melaksanakan serangkaian pertemuan dengan *US Department of Commerce* (USDOC) dan berbagai pihak terkait (*Lawyer, National Fisheries Institute*, dan Importir udang Indonesia) di Washington DC pada tanggal 19 – 22 Agustus 2024 dalam rangka penanganan kasus Anti-Dumping (AD) Udang Beku asal Indonesia. Tujuan utama (*high call position*) penanganan AD pada tahap *final determination* USDOC adalah Indonesia mendapatkan nilai de-minimis (dumping margin dibawah 2%) sehingga tidak dikenakan bea masuk AD, atau USITC menetapkan tidak ada kerugian industri udang AS sebagaimana dituduhkan oleh petitioner.



Gambar 11 serangkaian pertemuan dengan *US Department of Commerce* (USDOC) dan pihak terkait lainnya di Washington D.C

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 744.629.244 atau setara dengan 69,74% dari total pagu sebesar Rp 1.067.774.000,00.

3.2.5. Tersedianya Data & Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil KP

3.2.5.IK.5. Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)

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.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Profile Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	-	2	-	4	-	-	-	2	-	50	-	-

Table 8 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Ekspor Hasil KP (Data)

Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan merupakan kegiatan penyusunan profil pasar ekspor hasil kelautan perikanan , yang 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 kinerja Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan bersifat semesteran, sehingga capaiannya akan diukur pada semester II atau diakhir tahun 2024, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran. Indikator kinerja Profil Ekspor Hasil Kelautan Perikanan target di semesteran I tahun 2024 hanya terdapat 2 data.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan pada triwulan III adalah : Keterbatasan Akses ke Sumber Data Alternatif: (1) Selain data resmi yang diterbitkan setiap tanggal 15, sumber data alternatif seperti laporan pasar internasional atau data industri swasta mungkin tidak tersedia secara *real-time*. Keterbatasan ini memperlambat validasi dan verifikasi data ekspor, serta mengurangi fleksibilitas dalam penyesuaian analisis yang cepat. (2) Koordinasi Antar Instansi: Pengumpulan data memerlukan koordinasi antara berbagai instansi pemerintah, seperti Kementerian Perdagangan, Bea Cukai, dan lembaga statistik. Koordinasi ini dapat memperpanjang waktu untuk mendapatkan informasi ekspor yang tepat waktu. (3) Adanya perbedaan metodologi pengumpulan dan pelaporan data yang berbeda di antara instansi atau asosiasi eksportir yang membuat analisis data menjadi lebih kompleks karena perlu adanya harmonisasi atau penyamaan format data yang digunakan.

Adapun keberhasilan atau pencapaian dari indikator ini adalah telah selesai disusunnya profil pasar luar negeri untuk komoditas rumput laut, udang dan tilapia . Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa (1) Pemetaan Potensi Pasar Baru: Selain menyusun profil pasar untuk komoditas yang ada, perlu dilakukan pemetaan potensi pasar baru untuk komoditas perikanan lainnya. Identifikasi negara-negara yang menunjukkan minat atau memiliki potensi permintaan yang tinggi akan membantu memperluas pangsa pasar ekspor. (2) Kampanye Pemasaran Terpadu: Perlu dilakukan kampanye pemasaran yang lebih terintegrasi untuk mempromosikan keunggulan komoditas perikanan Indonesia di pasar internasional. Menggunakan platform digital, pameran dagang di pasar non-internasional, dan kerja sama dengan distributor lokal di negara tujuan dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk perikanan Indonesia.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III tahun 2024 untuk mendukung capaian indikator kinerja tersebut antara lain :

1. Keikutsertaan pada Pameran *Asia Pacific Aquaculture* pada 1-6 Juli 2024, dimana Timja APLN (Analis Pasar Luar Negeri) mendiseminasikan sekaligus melakukan

pertukaran informasi terkait *booklet* profil pasar luar negeri yang telah disusun untuk komoditas prioritas seperti udang, tilapia dan rumput laut, *booklet* analisa investas kepada calon investor, stakeholder, peneliti, akademisi, dan pelaku bisnis di bidang perikanan dari dalam dan luar negeri. Selama penyelenggaraan pameran, booth Ditjen PDSPKP dikunjungi oleh beberapa pengunjung baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Pengunjung tertarik dengan publikasi hasil analisa pasar luar negeri dan analisa investasi 5 komoditas unggulan ekspor.

2. Pelaksanaan Rapat Finalisasi *Booklet* Bilingual Profil Pasar Luar Negeri pada 11 Juli 2024 untuk komoditas prioritas (udang, tilapia, rumput laut, lobster, dan kepiting) tahun 2023 versi dua bahasa (bilingual) sebagai dukungan pameran Indo Fisheries 2024.
3. Pelaksanaan rapat pembahasan untuk profil pasar luar negeri komoditas rumput laut pada 2 Agustus 2024 dalam melengkapi data terkait produksi, pangsa dan harga karaginan dan agar serta eksportir utama rumput laut
4. Pelaksanaan diseminasi Profil Pasar Luar Negeri Komoditas Tilapia & Sosialisasi *Market Intelligence* Ditjen PDSPKP kepada pelaku usaha pada 19 September 2024 melalui pelaksanaan FGD, dimana pertukaran informasi terkait profil pasar luar negeri untuk komoditas tilapia, strategi penguatan produksi tilapia dan pengembangan hilirisasi industri tilapia serta sosialisasi aplikasi market intelligence disampaikan ke pelaku usaha
5. Mengikuti kunjungan kerja MKP ke Rusia pada 17 – 21 September 2024. Tindaklanjut Delegasi KKP untuk akselerasi penyelesaian MoU tentang Perikanan dan Budidaya antara RI dan Rusia, serta *Mutual Recognition Arrangement* antara KKP dan *Federal Service of Veterinary and Phytosanitary Surveillance* mengenai jaminan kualitas, keamanan, dan kesehatan produk ikan dan perikanan impor dan ekspor.
6. Pelaksanaan diseminasi Profil Pasar Luar Negeri Komoditas Udang dan Rumput Laut & Sosialisasi *Market Intelligence* Ditjen PDSPKP kepada pelaku usaha tanggal 27 September 2024 melalui pelaksanaan FGD. Adanya pertukaran informasi terkait profil pasar luar negeri untuk komoditas udang dan rumput laut, strategi

penguatan produksi dan pengembangan hilirisasi industri udang dan rumput laut serta sosialisasi aplikasi *market intelligence*, yang disampaikan ke pelaku usaha



Gambar 12 Kunjungan MKP ke Rusia untuk penguatan kerjasama bidang kelautan dan perikanan



Gambar 13 FGD Profil Pasar LN untuk Komoditas Udang dan Rumput Laut

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp. 449.771.952 atau setara dengan 69.39 % dari total pagu sebesar Rp 648.205.000.

3.2.5.IK.6. Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)

Profil pasar dalam negeri hasil kelautan dan perikanan disusun sebagai bahan rekomendasi dalam rangka mendukung kebijakan KKP, yang berisi tentang data dan informasi terkait dengan konsumsi ikan, preferensi konsumen, serta perluasan akses pasar dalam negeri untuk komoditas unggulan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	-	2	-	4	-	2	-	2	-	50	-	-

Table 9 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Dalam Negeri Hasil KP (Data)

Capaian Indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan bersifat semesteran, sehingga capaiannya akan diukur pada semester II atau diakhir tahun 2024, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan target di semesteran II tahun 2024 hanya terdapat 2 data.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah kurangnya pemahaman enumerator kabupaten/kota dalam melakukan entri data AKI Periode Bulanan pada *tools* entri data sehingga data diperoleh tidak valid. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan penyusunan buku peta konsumsi dan serapan ikan berdasarkan preferensi konsumen rumah tangga tahun 2023 serta pelaksanaan finalisasi data AKI Nasional Tahun 2023. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah verifikasi dan validasi data AKI Bulanan tahun 2024 serta penghitungan capaian sementara AKI Tahun 2024.

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

1. Penyusunan buku peta konsumsi dan serapan ikan berdasarkan preferensi

konsumen rumah tangga tahun 2023. Buku peta tahun 2023 menyampaikan data konsumsi dan serapan ikan berdasarkan 15 jenis ikan dengan preferensi tertinggi di masing-masing provinsi dan kabupaten/kota.



Gambar 14 Penyusunan Buku Konsumsi dan Serapan Ikan

2. Koordinasi dan pendampingan penghitungan AKI di wilayah Kabupaten/Kota dan Provinsi. Kegiatan dilaksanakan dengan penjelasan metode penghitungan AKI tahunan dan/atau AKI periode bulanan, asistensi penghitungan AKI Tahunan dan/atau AKI periode bulanan. Waktu pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:
- Provinsi Papua Barat pada tanggal 9-11 Juli 2024,
 - Provinsi Kalimantan Selatan pada tanggal 22-23 Juli 2024,
 - Provinsi Papua pada tanggal 23 Juli 2024, Provinsi Kalimantan Barat pada tanggal 25 Juli 2024,
 - Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara pada tanggal 20-21 Agustus 2024, dan
 - Provinsi Lampung pada tanggal 30-31 Juli 2024.



Gambar 15 Penghitungan AKI

3. Pelaksanaan finalisasi data AKI Nasional tahun 2023 pada tanggal 13 Agustus 2024 dihadiri oleh perwakilan Dinas Kelautan dan Perikanan di 34 Provinsi. Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, Capaian AKI Nasional tahun 2023 sebesar 57,91 Kg/Kapita/Tahun setara utuh segar atau mencapai 100,53% dari target AKI Nasional tahun 2023 sebesar 57,61 Kg/Kapita/Tahun setara utuh segar. Capaian serapan total tahun 2023 sebesar 13,05 juta ton setara utuh segar dengan preferensi konsumen berdasarkan 5 (lima) jenis ikan tertinggi antara lain: tongkol 8,05%, kembung 6,30%, cakalang 6,17%, nila 6,10%, dan lele 5,13%.



Gambar 16 Finalisasi data AKI

4. Validasi data AKI Periode bulan Januari-Juli tahun 2024. Berdasarkan hasil validasi, masih terdapat enumerator yang belum melakukan entri data serta masih terdapat data yang dinyatakan tidak valid. Data tidak valid karena ada kolom data yang tidak lengkap, data yang di entri tidak wajar (terlalu kecil atau terlalu besar). Setelah dikonfirmasi, data tidak wajar tersebut karena adanya salah persepsi enumerator dalam melakukan entri data ke tools nenggeulis. Enumerator selanjutnya memperbaiki data tersebut dan akan divalidasi kembali oleh provinsi dan pusat.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 635.018.811 atau setara dengan 82,31 % dari total pagu sebesar Rp 771.515.000.

6.2.6. Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional

3.2.6.IK.7. Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional

Proses pembuatan pra FS untuk pembangunan pasar ikan bertaraf internasional (rekomendasi kebijakan) sesuai dengan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 tentang Percepatan Pembangunan Industri Perikanan Nasional; Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2017 tentang Rencana Aksi Percepatan Pembangunan Industri Perikanan Nasional dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024.

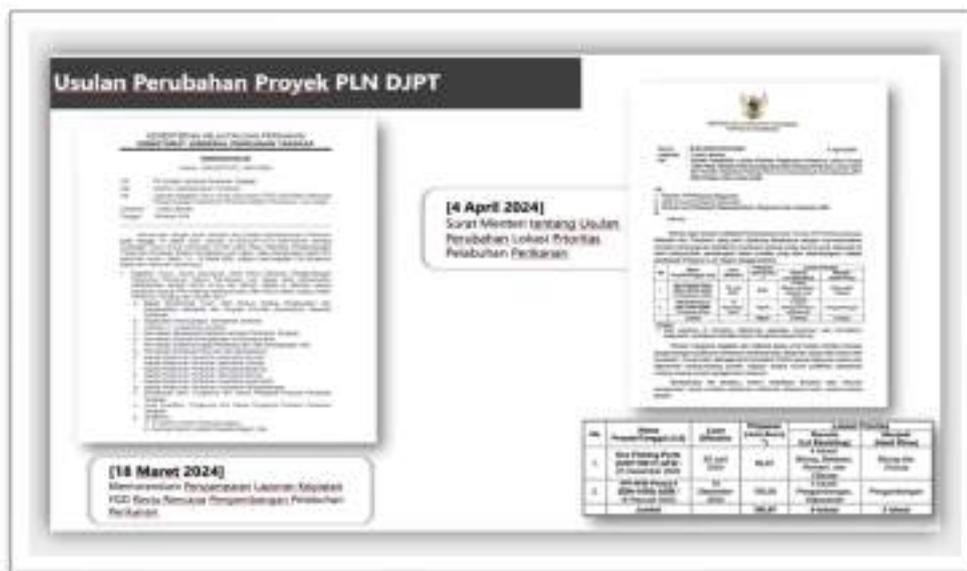
Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Pendampingan <i>Major Project</i> Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Pasar Ikan Bertaraf Internasional	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 10 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional

Capaian indikator kinerja pendampingan *major project* pembangunan pasar ikan bertaraf Internasional ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Adapun kegiatan pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan terintegrasi dengan Pasar ikan bertaraf internasional yang telah dilaksanakan yaitu:

- Rapat monitoring dan evaluasi PHLN di Hotel Cikini tanggal 18-19 April 2024, disampaikan bahwa berdasar kebijakan terbaru, pembangunan pelabuhan diarahkan untuk mendukung program Perikanan Ikan Terukur. Anggaran yang tersedia di *loan agreement* dipastikan di masing-masing pelabuhan untuk mendukung Penangkapan Ikan Terukur tersebut. Pada saat usulan *greenbook* bahwa kegiatan yang sifatnya *komersil facility* akan dilaksanakan oleh swasta.

Akan tetapi dikarenakan kebijakan bahwa seluruh fasilitas harus siap maka harus disiapkan infrastrukturnya. Progres proyek Sector Loan for IFP-IFM Phase I – Tranche 1 saat ini dalam proses penandatanganan *Loan Agreement* antara Kementerian Keuangan dan JICA setelah penyelesaian E/N (Kementerian Luar Negeri Indonesia dan Pemerintah Jepang).



Gambar 17 Surat Menteri tentang usulan perubahan lokasi prioritas pelabuhan perikanan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 186.768.917 atau setara dengan 71,60 % dari total pagu sebesar Rp 260.852.000.

6.2.7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan

3.2.7.IK.8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan

Jumlah keikutsertaan KKP pada promosi produk kelautan dan perikanan skala internasional

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan	4	3	1	6	4	3	5	4	100	66,67	33,33	-20

Table 11 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan

Capaian Indikator kinerja promosi skala internasional bersifat triwulan, hingga Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan 4 kegiatan promosi atau setara 100 % dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 66,67 % dari target tahunan yaitu 6 kegiatan. Capaian pada triwulan III tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 33,33% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi triwulan III 2024 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan capaian triwulan III tahun 2023 sebanyak 5 kegiatan promosi, atau mengalami penurunan sebesar 20 % dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran untuk Indikator kinerja promosi skala internasional, target di triwulan III tahun 2024 adalah 4 kegiatan promosi.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah situasi ekonomi global pasca pandemi yang berpengaruh terhadap permintaan produk perikanan Indonesia di pasar global. Selain itu, hambatan ekspor juga disebabkan situasi di beberapa negara tujuan ekspor yang berpengaruh terhadap pencapaian target potensi nilai transaksi. Adapun keberhasilan atau pencapaian diperoleh melalui pelaksanaan kegiatan promosi skala internasional dan realisasi nilai potensi transaksi yang didapatkan dari kegiatan dimaksud. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa promosi skala internasional di wilayah eksisting dan tujuan ekspor terbesar untuk merawat pasar serta perluasan promosi di wilayah potensial lainnya

Kegiatan promosi skala internasional yang telah dilaksanakan pada Triwulan III sebanyak 4 promosi yaitu (1) *Seafood Expo North America (SENA)* yang dilaksanakan di Boston pada 10-12 Maret 2024, (2) *Seafood Expo Global (SEG)* tanggal 23-25 April 2024 di Barcelona, Spanyol, (3) *NUSATIC 2024* di ICE BSD, Tangerang pada tanggal 7-9 Juni 2024, (4) *Indo Fisheries 2024 Expo & Forum* di Jakarta Convention Center, Jakarta pada tanggal 17-19 Juli 2024

(1) *Seafood Expo North America (SENA)*, dilaksanakan di Boston, Amerika Serikat pada tanggal 10 - 12 Maret 2024. Kegiatan promosi dilakukan melalui penyediaan Paviliun Indonesia seluas 1.600 sqft (150 m) yang menampilkan berbagai produk perikanan antara lain: tuna, udang, cumi, sotong, gurita, kakap dan ikan lainnya. Amerika Serikat

merupakan tujuan pasar utama yang berkontribusi sebesar 34% terhadap total nilai ekspor perikanan Indonesia. Dalam rangka mendukung tahun 2024 sebagai Tahun Tuna Indonesia, KKP membawa 10 (sepuluh) eksportir tuna sebagai peserta pameran. Nilai potensi transaksi yang dihasilkan sebesar USD 58,47 juta atau 17% di atas target yang ditetapkan sebesar USD 50 Juta. Produk yang diminati oleh buyers antara lain: tuna (loin, frozen, saku), udang (breaded, frozen), octopus, baramundi, cumi, kakap, tilapia, mahi mahi, dan ikan lainnya. Para *buyers* antara lain berasal dari: AS, Taiwan, Belgia, India, Korea Selatan, Spanyol, Inggris, Kanada, Hongkong, China, Australia, Jepang, Perancis, Belanda, Arab Saudi, Peru, Chile, Swiss, Vietnam, dan Kosta Rika.



Gambar 18 Seafood Expo North America (SENA)

(2) Seafood Expo Global (SEG) dilaksanakan pada tanggal 23-25 April 2024 di Barcelona, Spanyol. KKP melakukan fasilitasi promosi bagi 19 eksportir melalui fasilitasi Paviliun Indonesia seluas 216 m² pada pameran tersebut. Produk perikanan yang didisplay di paviliun antara lain: tuna, udang, cumi, sotong, gurita, kakap, telur ikan terbang, ikan tuna kaleng dan ikan lainnya. Nilai transaksi potensial yang dihasilkan selama 3 hari pameran sebesar USD 63,8 juta atau 27,6% melebihi target sebesar USD 50 juta.



Gambar 19 Seafood Expo Global (SEG)

(3) NUSATIC 2024 diselenggarakan oleh KKP (sebagai host) berkolaborasi dengan PT. Akuatik Flona Nusantara Kreasi (sebagai organizer) pada tanggal 7-9 Juni 2024 di ICE BSD, Tangerang. KKP menyediakan paviliun seluas 160 m2 untuk 7 (tujuh) UMKM, 3 (tiga) eksportir, SMKN 61 Kepulauan Seribu, dan Raiser Ikan Hias Cibinong.

Komoditas yang dipromosikan antara lain: ikan hias air tawar, ikan hias air laut, coral, aquascape, tanaman air, dan aksesoris akuarium. Selain itu KKP juga membuka pelayanan informasi budidaya ikan hias, Surat Angkut Jenis Ikan (SAJI), dan Surat Izin Pemanfaatan Jenis Ikan (SIPJI).

Capaian transaksi selama 3 (tiga) hari pameran berlangsung sebesar Rp 2,67 miliar atau setara USD 162,62 ribu untuk transaksi on-site. Sementara itu potensi transaksi sebesar Rp 22,63 miliar atau setara USD 1,38 miliar dengan komoditas yang diminati yaitu: *live coral*, *axolotl*, *aquascape*, *paludarium*, ikan hias air laut, ikan air tawar, dan tanaman air. Para calon *buyers* berasal dari Indonesia, Inggris, Amerika Serikat, Swedia, Singapura, Tunisia, Perancis, Afrika Selatan, dan Belanda.



Gambar 20 NUSATIC 2024

(4) Pameran Indo Fisheries 2024 Expo & Forum yang dilaksanakan di triwulan III. Indo Fisheries 2024 Expo & Forum diselenggarakan oleh KKP (sebagai host) berkolaborasi dengan PT. Napindo Media Ashatama (sebagai organizer) pada tanggal 17-19 Juli 2024 di Jakarta Convention Center, Jakarta.

Pada pameran ini, KKP memfasilitasi paviliun seluas 126 m2 untuk empat brand produk perikanan Indonesia yaitu Indonesian Tuna, Indonesian Shrimp, Indonesian Pangasius, dan *Indonesian Seaweed*, serta 6 (enam) pelaku usaha siap ekspor. KKP juga membuka pelayanan informasi kebijakan KKP.

Capaian nilai potensi transaksi selama 3 (tiga) hari pameran berlangsung sebesar **Rp 151,75 miliar** untuk keseluruhan pameran Indo Fisheries 2024 dengan komoditas yang diminati yaitu agar, karaginan, fillet kakap merah, fillet kerapu, udang, *fillet sweetlips*, cumi, *fishmaw*, bandeng, tuna, permesinan, pakan dan obat-obatan. Potensial buyer berasal dari Indonesia, Korea, Vietnam, Malaysia, China, dan Singapura.



Gambar 21 Indo Fisheries 2024 Expo & Forum

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 6.372.009.152,- atau setara dengan 89,65 % dari total pagu sebesar Rp 7.107.899.000,-

3.2.7.IK.9. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan

Promosi peningkatan konsumsi ikan yang dilaksanakan adalah kegiatan promosi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan). Lokasi merupakan kabupaten/kota prioritas penanganan stunting, dan lokasi lainnya.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Kegiatan Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	65	55	52	185	72	55	52	162	110,77	87,57	30,91	38,46

Table 12 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Promosi Gemarikan yang dilaksanakan

Capaian Indikator kinerja Kampanye Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) bersifat triwulan, hingga Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan 72 kegiatan promosi atau setara 110,77 % dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 87,57 % dari target tahunan yaitu 185 kegiatan promosi. Capaian pada triwulan III tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 30,91% dibandingkan dengan capaian pada

triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi triwulan III 2024 mengalami pertumbuhan jika dibandingkan dengan capaian triwulan III tahun 2023 sebanyak 52 kegiatan promosi, atau mengalami pertumbuhan sebesar 38,46% dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran untuk Indikator kinerja promosi skala internasional, target di triwulan III tahun 2024 adalah 55 kegiatan promosi.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah

1. Kurangnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap manfaat ikan sebagai sumber gizi yang baik,
2. Kurangnya ketersediaan dan pemerataan tingkat konsumsi ikan antar daerah,
3. Adanya mitos atau anggapan negative terhadap konsumsi ikan yang mempengaruhi tingkat konsumsi ikan.

Adapun keberhasilan atau pencapaian dari indikator kinerja ini adalah telah dilaksanakan kegiatan promosi gemarikan sesuai dengan target. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa edukasi tentang pentingnya mengkonsumsi ikan yang baik untuk Kesehatan.

Adapun kegiatan yang telah terlaksana sebanyak 72 kegiatan promosi, yang terdiri dari 66 promosi dari kegiatan Perluasan Safari Gemarikan, 3 promosi dari kegiatan Bazar dan 3 promosi pada media sosial Gemarikan.

1. 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. Adapun lokasi Perluasan Safari Gemarikan yang telah dilaksanakan pada Triwulan III adalah di beberapa

Kab/Kota yaitu : OKI, Kab. kupang, Timor Tengah Utara, Timor Tengah Selatan, Madiun, Nganjuk, Jombang Ponorogo Kota Kupang, Kab Kupang, Kab Timor Tengah Selatan, Madiun, Kab. Kebumen, Kab. Banjarnegara, Kab. Purbalingga, Kab. Karo, Kab. Nagakeo, Kab. Ngada, Lampung Selatan, Bantaeng, Tulangbawang, Cilacap, Kab. Kepulauan Sula, Purworejo, Magelang, Temanggung, Kota Samarinda, Kota Jambi , Kab. Jambi, Garut, Palopo, Blitar, Pati, Rembang



Gambar 22 Kampanye Gemarikan di Kab. Ponorogo

2. Pelaksanaan Bazar di Gedung Minabahari 3, memiliki tujuan untuk meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat, sekaligus mempromosikan produk – produk perikanan agar lebih dikenal luas. Bazar ini Sekaligus mendorong kemajuan UMKM di sektor perikanan untuk memperoleh sarana promosi dan pemasaran produknya lebih luas dengan target meningkatnya omzet dan kesejahteraan pelaku UMKM di perikanan. Kegiatan bazar dilaksanakan selama 2 hari pukul 07.00-16.00 WIB di halaman parkir dan koridor Gedung Mina Bahari III, Jalan Medan Merdeka Timur No.16, Jakarta Pusat. Bazar Produk Perikanan bulan Juli dilaksanakan pada tanggal 4-5 Juli 2024, bulan Agustus dilaksanakan pada tanggal 8-9 Agustus 2024, dan bulan September dilaksanakan pada tanggal 12-13 September 2024.



Gambar 23 kampanye Bazar

- Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan Tujuan kegiatan Promosi melalui Media Sosial adalah untuk meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat, sekaligus mempromosikan produk – produk perikanan agar lebih dikenal luas melalui Media Sosial Gemarikan diantara lain Instagram, Facebook, Tiktok dan Youtube.



Gambar 24 Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 26.032.154.817,- atau setara dengan 80,63 % dari total pagu sebesar Rp 32.285.798.000,-

3.2.7.IK.10. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri adalah kegiatan promosi produk UMKM kelautan dan perikanan yang berada di dalam negeri.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri	1	2	-	4	1	2	-	3	100	75	-50	-

Table 13 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri

Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri bersifat triwulan, pada Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan 1 kegiatan promosi atau setara 100% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 75 % dari target tahunan yaitu 4 kegiatan promosi. Capaian pada triwulan III tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 50% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi produk kelautan dan perikanan di dalam negeri di

triwulan III 2024 belum bisa dibandingkan dengan capaian kinerja di triwulan III tahun 2023 dikarenakan belum memiliki target pada tahun tersebut.

Belum terdapat Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri pada triwulan III. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan 1 (satu) kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada Triwulan III yaitu :

1. Pelaksanaan Kampanye Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bangga Berwisata di Indonesia (Gernas BBI/BBWI) di Provinsi Maluku pada tanggal 23-24 Agustus 2024 di Lapangan Merdeka, Ambon yang mengusung tema “**Maluku Mendunia!**”, dengan pesan semangat dalam mengangkat potensi Maluku Mendunia dengan potensi kekayaan alam dan pariwisata antara lain Tuna Indonesia, rempah-rempah, destinasi wisata, kerajinan, seni budaya dan musik. Rangkaian kegiatan dimeriahkan dengan acara pesta rakyat yang mengangkat budaya lokal, seremonial bersama pimpinan K/L dan daerah, pameran dan bazar UMKM unggulan, pameran potensi wisata Maluku, 5 (lima) sesi *talkshow*, apresiasi, *entertainment* serta berbagai kegiatan lainnya. Acara bazar melibatkan 104 UKM hasil kurasi yang terbagi dalam 4 klaster, yaitu: Pangan/Kuliner, Kerajinan, Herbal/Kecantikan dan Fashion. Kegiatan dihadiri oleh Deputy Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kemenkomarves, Penjabat Gubernur Maluku, Para Bupati dan Walikota se-Provinsi Maluku, Pejabat lingkup K/L, Pejabat lingkup KKP dan Pemerintah Daerah Provinsi Maluku, Ketua Dekranasda Provinsi Maluku dan Kabupaten/Kota se-Provinsi Maluku, mitra *Top Brands* dan pelaku UMKM. Pada kegiatan ini sekaligus dilakukan penyerahan apresiasi kepada: 1) 6 UMKM perwakilan penerima SKP, 2) 3 UMKM dengan kategori transaksi tertinggi, 3 UMKM dengan kategori produk ramah lingkungan, dan 5 UMKM dengan kategori *socialpreneur*, *rising star*, inspiratif, inovatif dan *Go Digital*, 3) UMKM penerima Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Adapun Total transaksi penjualan produk-produk UMKM selama 2 (dua) hari pelaksanaan Bazar UMKM mencapai Rp. 236.169.000,-.



Gambar 25 Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bangga Berwisata di Indonesia (Gernas BBI/BBWI)

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 560.668.887,- atau setara dengan 29,37 % dari total pagu sebesar Rp 1.908.747.000,-

3.2.7.IK.11. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah (Promosi)

Keikutsertaan dinas yang membidangi kelautan dan perikanan tingkat provinsi pada kegiatan promosi di dalam negeri yang diselenggarakan oleh kementerian kelautan dan perikanan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 14 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri oleh Daerah

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri adalah kegiatan promosi produk UMKM kelautan dan perikanan yang berada di dalam negeri yang dilaksanakan oleh daerah. Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Pada Triwulan III Tahun 2024 belum tercapai, dikarenakan belum terlaksananya kegiatan promosi dalam negeri yang dilaksanakan oleh daerah. Pada Triwulan III Tahun 2024 belum ditetapkan target. Capaian ditriwulan III setara 0% dari target tahunan yaitu 38 pelaksanaan. Capaian indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri yang dilaksanakan oleh daerah pada Triwulan III tahun 2024 ini bersifat

tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Indikator kinerja ini merupakan indikator kinerja baru dan pelaksanaannya diserahkan ke daerah.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri yang dilaksanakan oleh daerah ini anggaran diserahkan ke masing – masing daerah.

3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan

3.2.8.IK.12. Pasar Ikan yang dibangun

Jumlah Pasar ikan yang dibangun (unit) oleh KKP yang merupakan bantuan Pemerintah dengan akun 526 untuk diserahkan kepada Pemerintah Daerah, berupa bangunan gedung yang diperuntukkan bagi pemasaran produk perikanan dalam bentuk segar, hidup maupun olahan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Pasar Ikan yang dibangun	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 15 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pasar Ikan yang dibangun

Capaian indikator kinerja Pasar ikan yang dibangun pada Triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 belum ada penggunaan anggaran dikarenakan *Automatic Adjustmen* sehingga indikator kinerja ini belum dapat dilaksanakan dari total pagu sebesar Rp 3.500.000.000,00.

3.2.8.IK.13. Sentra Kuliner Ikan yang dibangun

Jumlah sentra kuliner yang dibangun (unit) oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan yang merupakan bantuan Pemerintah dengan akun 526 untuk diserahkan kepada Pemerintah Daerah, berupa bangunan gedung yang diperuntukkan bagi pemasaran kuliner dan pusat oleh-oleh berbahan baku ikan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Sentra Kuliner Ikan yang dibangun	-	-	-	11	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 16 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Sentra Kuliner Ikan yang dibangun

Capaian Indikator Pembangunan sentra kuliner ikan triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Dalam rangka mendukung pencapaian indikator kinerja ini sudah melakukan identifikasi sebanyak 10 (sepuluh) lokasi Kalamo (Kampung Nelayan Modern) diantara lain; (1) Setono Kota Pekalongan (Jawa Tengah), (2) Lateng Kabupaten Banyuwangi (Jawa Timur), (3) Bulumeduro Kabupaten Tuban (Jawa Timur), (4) Pasarbanggi Kabupaten Rembang (Jawa Tengah), (5) Ciwaru Kabupaten Sukabumi (Jawa Barat), (6) Cikiruhwetan Kabupaten Pandeglang (Banten), (7) Warloka Pesisir Kabupaten Manggarai Barat (NTT), (8) Sorue Jaya Kabupaten Konawe (Sulawesi Tenggara), (9) Kuala Raja Kabupaten Bireuen (Aceh), dan (10) Ekas Buana Kabupaten Lombok Timur (NTB). Adapun kondisi sekarang sesuai dengan kebijakan program pembangunan KALAMO ditjen PDSPKP hanya berfokus pada satu lokasi KALAMO di Lateng, Kabupaten Banyuwangi dengan anggaran sebesar Rp. 21.025.000.000

Berdasarkan Rapat Kerja Komisi IV dengan Menteri Kelautan dan Perikanan pada tanggal 3 September 2024, kegiatan Sentra Kuliner Ikan yang dibangun di Triwulan III yang diharapkan akan dilaksanakan untuk mendukung program prioritas *Kampung Nelayan Modern* pada tahun 2024 akan diundur pelaksanaannya dan akan dilakukan pada Tahun berikutnya yaitu tahun 2025.



Gambar 26 Raker Komisi IV dengan Menteri Kelautan dan Perikanan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 1.271.771.164 atau setara dengan 12,97 % dari total pagu sebesar Rp 9.809.250.000,00.

3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan

3.2.9.IK.14. Lembaga Pengelola Pasar yang Dibina

Pasar ikan terdiri dari pasar ikan khusus, pasar umum yang mempunyai los ikan, sarana dan prasarana pemasaran lain yang dibina oleh Direktorat Pemasaran. Pembinaan pasar dimaksudkan untuk memberikan pembinaan kepada pembina pasar (Dinas Provinsi/Kabupaten/Kota yang terlibat dalam pembinaan pedagang ikan dan/atau pengelola pasar ikan), pengelola pasar dan pedagang dalam rangka mewujudkan pasar ikan yang sehat, bersih, aman dan nyaman serta memenuhi kaidah sanitasi dan higienis. Pembinaan dapat dilakukan melalui kunjungan langsung, pertemuan dengan pembina pasar, pedagang dan pengelola pasar atau menyampaikan melalui media sosialisasi yaitu poster, video, dan lain-lain. Kegiatan ini dilakukan dengan sosialisasi dan pembinaan dalam rangka penerapan SOP menuju pasar ikan yang memenuhi standar, antara lain: SOP pengelolaan pasar, SOP cara berjualan ikan yang baik, SOP kesehatan dan kebersihan pribadi pelaku pasar, serta pedagang ikan, SOP pembersihan dan sanitasi tempat berjualan ikan, SOP pengelolaan limbah/sampah, SOP pembongkaran ikan segar di area pasar ikan, SOP cara memajang (display) ikan segar dan SOP penyimpanan ikan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	30	25	12	100	30	25	12	40	100	70	20	150

Table 17 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang Dibina

Capaian Indikator kinerja Lembaga Pengelola Pasar yang dibina bersifat triwulan, pada Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan 30 kegiatan pembinaan pasar atau setara 100 % dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 70% dari target tahunan yaitu 100 kegiatan pembinaan pengelola pasar. Capaian pada triwulan III tahun 2024

mengalami pertumbuhan sebesar 20% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang dibina triwulan III 2024 mengalami pertumbuhan jika dibandingkan dengan capaian triwulan III tahun 2023 sebanyak 12 kegiatan Lembaga Pengelola Pasar, atau mengalami pertumbuhan sebesar 150% dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran untuk Indikator kinerja Lembaga Pengelola Pasar yang dibina, target di triwulan III tahun 2024 adalah 30 kegiatan.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah di beberapa pasar di daerah, jam operasional hanya sampai jam 09.00 WIB. Adapun keberhasilan atau pencapaian dari indikator ini adalah telah dilaksanakan 25 kegiatan Pembinaan Lembaga Pengelola Pasar. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah melakukan Pembinaan Lembaga Pasar di pagi hari untuk mengoptimalkan hasil kegiatan tersebut.

Adapun pemanfaatan dan pengelolaan pasar ikan yang telah dilaksanakan sebanyak 30 lembaga yaitu :

1. Pasar Bahagia Kubu Raya,
2. Pasar Plamboyan Pontianak,
3. Pasar Kemuning Pontianak,
4. Pasar Dramaga Kab. Bogor,
5. Pasar Gunung Batu Kab. Bogor,
6. Pasar Tanah Baru Bogor,
7. Pasar Basah Modern Marakas Bekasi.
8. Pasar Babelan Bekasi,
9. Pasar Harapan Bekasi,
10. Pasar Depok Jaya,
11. Pasar Bersih Sentul,
12. Pasar Ikan Bersih Wameo,
13. Pasar Ikan Bersih Laino,

14. Pasar Ikan Lelong Makasar,
15. Pasar Ikan Bersih Sula,
16. Pasar Kramat Cirebon,
17. Pasar Kanoman Cirebon,
18. Pasar Ikan Fandoi Biak Numfor,
19. Pasar Leuwi Panjang Bandung,
20. Pasar Anyar Bandung,
21. Pasar Induk Caringin Bandung,
22. Pasar Pasundan Sukabumi,
23. Pasar Lettu Bakri Sukabumi,
24. Pasar Pelita Sukabumi
25. Pasar Bantul DIY
26. Pasar Niten DIY
27. Pasar Ikan Modern Bandung
28. Pasar Cikurubuk Tasikmalaya
29. Pasar Cihidiang Tasikmalaya
30. Pasar Pabean Surabaya.

Salah satu kegiatan pendukung dalam rangka Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina di Cirebon, Pembinaan kepada pengelola pasar untuk meningkatkan pengetahuan tentang standar penanganan ikan yang baik. Pasar Kanoman di Cirebon menyediakan aneka ragam kebutuhan pokok masyarakat seperti ikan, daging, bumbu dapur dan sebagainya. Ada juga kebutuhan lain seperti, pakaian, tas, toko elektronik, dan toko emas. Untuk operasional pasar buka dari jam 03.00 - 17.00 WIB, tetapi untuk pasar ikannya operasional dari jam 03.00 dinihari sampai tengah hari. Di Pasar Kanoman Cirebon menjual ikan air tawar dan ikan laut, jumlah pedagang ikan sekitar 50-70 orang. Pengelola Pasar Kanoman adalah Disperindag Kabupaten Cirebon.



Gambar 27 Pembinaan Pasar Kanoman di Cirebon

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 737,923,074,- atau setara dengan 58,87 % dari total pagu sebesar Rp 1,253,382,000,- .

3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran

3.2.10.IK.15. 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.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Peralatan Pemasaran	2000	-	-	6000	2088	-	-	2088	104,40	34,80	-	-

Table 18 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran

Capaian Indikator kinerja peralatan pemasaran bersifat triwulan, hingga Triwulan III Tahun 2024 telah melaksanakan pengiriman sebanyak 2088 unit coolbox atau setara 104,40% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 34,80% dari target tahunan yaitu 6000 unit coolbox. Capaian pada triwulan III tahun 2024 belum bisa dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya dan triwulan tahun 2023 dikarenakan belum memiliki target capaian kinerja. Hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat

Pemasaran untuk Indikator kinerja peralatan pemasaran, target di triwulan III tahun 2024 adalah 2000 unit coolbox.

Adapun kegiatan yang telah dilakukan di triwulan III yaitu Telah mengirimkan bantuan pemerintah Tahap I berupa peralatan pemasaran coolbox kapasitas 100 dan 120 liter sebanyak 2088 unit coolbox. Telah melaksanakan pengiriman ke 117 kelompok pelaku usaha kelautan dan perikanan di 31 kabupaten/kota seluruh Indonesia. Kegiatan pengiriman unit coolbox dilakukan oleh penyedia melalui ekatalog yaitu PT. Arafah dan PT. Surya Dinamis Nusantara Jaya.



Gambar 28 Penerima bantuan pemerintah berupa peralatan pemasaran di Kab. Cilacap dan Kab. Wonosobo

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 sebesar Rp 3.413.307.315,- atau setara dengan 47,32 % dari total pagu sebesar Rp 7.213.025.000,- .

3.2.10.IK.16. Kendaraan Pemasaran Ahli Teknologi Informasi

Kendaraan pemasaran alih teknologi dan informasi merupakan kendaraan yang memiliki fungsi dalam pemasaran, penyebarluasan informasi, serta edukasi pengolahan produk kelautan dan perikanan untuk peningkatan konsumsi ikan masyarakat.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Kendaraan Pemasaran Ahli Teknologi Informasi	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 19 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Kendaraan Pemasaran Ahli teknologi Informasi

Capaian Indikator kinerja Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024,

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2024 belum ada penggunaan anggaran dari total pagu sebesar Rp 1.200.000.000,- dikarenakan Automatic Adjustmen.

3.2.11. Nilai PNBP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP

3.2.11.IK.17. Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (RP Miliar)

Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran adalah pungutan yang dibayar oleh orang pribadi atau badan dengan memperoleh manfaat langsung maupun tidak langsung atas layanan atau pemanfaatan sumber daya dan hak yang diperoleh negara berdasarkan peraturan perundang undangan, yang menjadi penerimaan Pemerintah Pusat di luar penerimaan perpajakan dan hibah dan dikelola dalam mekanisme anggaran pendapatan dan belanja negara dari sektor kelautan dan perikanan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	-	-	-	1,786	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 20 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator kinerja Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada Triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran sudah melakukan

1. Penagihan ke PT. Perikanan Indonesia berdasarkan surat No. B.9536/DJPDSPKP.1/PL.720/X/2024 PT Perindo agar melakukan pembayaran sewa

Pasar Ikan Modern pada rekening Kas Umum Negara sebagaimana billing tagihan PNBP sebesar Rp. 826.355.264 periode (7 september 2023 – 16 Februari 2024)

2. Telah melakukan rapat Potensi PNBP objek sewa PIM Muara Baru, Raiser Ikan Hias, CS 2000 Ton dan Kendaraan Berpendingin dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2024 di GMB III lantai 15. kondisi cashflow PT. Perikanan Indonesia belum memungkinkan untuk melakukan pembayaran PNBP Pasar Ikan Modern, PT. Perikanan Indonesia Berkomitmen untuk melakukan pembayaran PNBP setelah para pedagang Pasar Ikan Modern membayar uang sewa lapak yang saat ini masih dalam proses pengumpulan uang sewa lapak yang sampai september masih dilakukan oleh PT. Perikanan Indonesia.



Gambar 29 Rapat PNBP

3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

3.2.12.IK.18. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

Tenaga kerja yang terlibat dalam sektor penguatan daya saing produk KP merupakan setiap orang yang melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang/jasa maupun yang menerima manfaat dalam kegiatan prioritas fisik ataupun non fisik baik dibidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP	11770	5134	-	15826	11770	5134	-	11770	100	74,37	129,25	-

Table 21 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

Capaian Indikator kinerja Tenaga kerja yang terlibat bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan bersifat tahunan, Pada Triwulan III Tahun 2024 sebesar

11770 atau setara 100% terhadap target triwulan III tahun 2024 atau setara 74,37 % dari target tahun 2024, jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2024 mengalami peningkatan Tenaga kerja Sebesar 129,25%. Tenaga kerja tidak bisa dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya hal ini disebabkan karena belum adanya target di triwulan pada tahun 2023.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan III adalah masih belum optimalnya kegiatan indikator kinerja yang mendukung untuk data dukung Indikator kinerja Tenaga kerja yang terlibat bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan kegiatan di kegiatan promosi Gemarikan yang dilaksanakan dan Perijinan Berusaha, serta peralatan pemasaran. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa optimalisasi Indikator – indikator kinerja untuk mendukung Tenaga kerja yang terlibat.

Tenaga kerja yang terlibat dalam sektor penguatan daya saing produk kelautan dan perikanan merupakan setiap orang yang melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang/jasa di bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan. Adapun rekapitulasi tenaga kerja yang terlibat pada kegiatan Direktorat Pemasaran terdapat pada halaman lampiran. Capaian Indikator Kinerja ini, sebagian besar dari pelaksanaan kegiatan fasilitasi :

1. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan
2. Perijinan Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA.
3. Peralatan Pemasaran yg disediakan



Gambar 30 Gerai Perijinan Kampanye Gemarikan di Cirebon

Pencapaian Indikator Kinerja ini berasal dari hampir seluruh kegiatan di Direktorat Pemasaran, sehingga penggunaan sumberdaya merupakan realisasi anggaran dari Direktorat Pemasaran.

3.2.13. Terlaksananya Layanan Dukman dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran

3.2.13.IK.19. Nilai Minimal yg dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yg Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran

WBK adalah sebutan atau predikat yang diberikan kepada suatu unit kerja yang memenuhi sebagian besar manajemen perubahan, penataan tata laksana, penataan sistem manajemen SDM, penguatan pengawasan, dan penguatan akuntabilitas kinerja. Secara teknis unit kerja tersebut memperoleh hasil penilaian indikator proses dan memenuhi syarat indikator hasil WBK ≥ 75 .

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	-	--

Table 22 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran

Capaian Indikator Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 189 Tahun 2023 Tentang Unit Kerja Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Dari Korupsi Di Lingkungan Kementerian Kelautan Dan Perikanan Tahun 2023, Direktorat Pemasaran memperoleh predikat sebagai unit kerja berpredikat WBK. Sebagai tindak lanjut hasil ini, Pada tahun 2024, Direktorat Pemasaran diusulkan sebagai unit kerja yang akan diajukan penilaian oleh Tim Penilai Nasional, sesuai memorandum

Sesditjen PDSPKP nomor 346/DJPDSPKP.1/OT.710/II/2024, perihal pengusulan unit kerja ke Tim Penilaian Nasional.

Pada tanggal 19 - 23 Februari 2024 Inspektorat IV telah melakukan Kegiatan Pemantauan dalam rangka Pemantauan Pembangunan Unit Kerja Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) pada Direktorat Pemasaran, berdasarkan Surat Tugas Inspektur Jenderal Nomor ST- B.3470.1/ITJ.4/KP.440/II/2024, tanggal 16 Februari 2024. Berdasarkan hasil pemantauan perkembangan pembangunan ZI di Direktorat Pemasaran diperoleh nilai sementara sebesar 76,38 terdiri dari nilai komponen pengungkit sebesar 38,85 dan komponen hasil sebesar 37,53.

Pada Triwulan III Tahun 2024, Indikator Kinerja di atas diukur dengan periode Tahunan sehingga pencapaiannya baru dapat dilihat pada akhir tahun. Capaian indikator kinerja ini nantinya dapat dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yaitu 80,24 dan target jangka menengah tahun 2024 yaitu 75.

3.2.13.IK.20. Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran

1. Profesionalitas adalah kualitas para anggota profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki untuk melakukan tugas tugasnya.
2. Indeks profesionalitas ASN adalah ukuran statistik yang menggambarkan kualitas ASN berdasarkan kesesuaian kualifikasi, kompetensi, kinerja, dan kedisiplinan pegawai ASN dalam melaksanakan tugas jabatan (Permen PAN dan RB Nomor 38 Tahun 2018). Dan
3. Nilai indeks profesionalitas ASN merupakan gambaran kualitas profesionalitas ASN yang diukur setiap tahun oleh Bag. SDM Aparatur dan Organisasi, Sekretariat Ditjen PDSPKP.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar	-	76	-	87	-	84,24	-	84,24	-	96,83	-	-

Table 23 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar

Capaian Indikator kinerja Indeks Profesionalitas ASN lingkup Direktorat Pemasaran bersifat indikator yang diukur pada akhir tahun namun menurut sifatnya indikator ini diukur secara semester, hingga Triwulan II Tahun 2024 sebesar 84,24 atau setara 110,84 % dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 84,24 % dari target tahunan. Capaian indikator kinerja kegiatan Indeks Profesionalitas ASN lingkup direktorat Pemasaran triwulan II 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 9,80 % bila dibandingkan capaian triwulan II tahun 2023 sebesar 76,72 %.

No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai yang Ditunjuk	Kualifikasi (Jumlah 25)		Kompetensi (Jumlah 40)		Bahasa (Jumlah 50)		Jumlah (Jumlah 5)	TOTAL	Berkas	
			#	Persentase	#	Persentase	#	Persentase				#
1	DIREKTORAT BIDAN PEGAWAI DAN LAIN-LAIN PROSES KELOMPOK DAN PERUMAHAN	16	2164	86,56 %	2171	86,81 %	202	80,8 %	0	100 %	16,81	SELESAI
2	DIREKTORAT LISI/BI	11	121	96,4 %	272	818 %	242	8187 %	0	100 %	78,42	SELESAI
3	DIREKTORAT PENGOLAHAN DAN BINA MASYARAKAT	10	2234	98,68 %	2114	78,88 %	151	8187 %	0	100 %	83,88	TUNGGU
4	DIREKTORAT TEKNOLOGI	10	2178	87 %	3181	8188 %	1208	8188 %	0	100 %	84,31	TUNGGU
5	DIREKTORAT LAIN-LAIN LAIN-LAIN	10	2234	98,68 %	2114	8188 %	251	8177 %	0	100 %	85,17	TUNGGU
6	KALAJEDAH PENGOLAHAN PERUMAHAN MUDA KELUARAN DAN PERUMAHAN	17	2230	94,71 %	2018	78,48 %	1483	82,77 %	0	100 %	81,83	TUNGGU

Gambar 31 IP ASN Direktorat Pemasaran

3.2.13.IK.21. Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) adalah rangkaian sistematis dari berbagai aktivitas, alat, dan prosedur yang dirancang untuk tujuan penetapan dan pengukuran, pengumpulan data, pengklasifikasi, pengikhtisaran, dan pelaporan kinerja pada instansi pemerintah, dalam rangka pertanggungjawaban dan peningkatan kinerja instansi pemerintah. Untuk mengetahui sejauh mana implementasi SAKIP dilaksanakan, serta mendorong peningkatan pencapaian kinerja yang tepat sasaran dan berorientasi hasil, maka perlu dilakukan evaluasi AKIP atau evaluasi atas implementasi SAKIP.

Proses evaluasi cepat terhadap pelaksanaan pengelolaan kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran. Rekonsiliasi kinerja dilakukan untuk meningkatkan pemahaman

para pengelola kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran, menjadi sarana bersama untuk mengidentifikasi terhadap perubahan dan perkembangan pengelolaan kinerja dan sebagai sarana pendampingan untuk mengawal SAKIP menjadi lebih baik.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 24 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator kinerja Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Indikator kinerja ini merupakan proses evaluasi cepat terhadap pelaksanaan pengelolaan kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran. Rekonsiliasi kinerja dilakukan untuk meningkatkan pemahaman para pengelola kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran, menjadi sarana bersama untuk mengidentifikasi terhadap perubahan dan perkembangan pengelolaan kinerja dan sebagai sarana pendampingan untuk mengawal SAKIP menjadi lebih baik. SAKIP Direktorat Pemasaran Meliputi :

1. Indikator Kinerja Utama (IKU)
2. Rencana Strategis (Renstra)
3. Rencana Kinerja Tahunan (RKT)
4. Perjanjian Kinerja Tahunan (PKT)
5. Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKJ)
6. Rencana Aksi Kerja (Renaksi)

Kegiatan Pendukung yang dilaksanakan dalam Indikator ini antara lain:

1. Keikutsertaan pada kegiatan pengukuran dan pengisian capaian kinerja pada sistem aplikasi pengelolaan kinerja KKP pada tanggal 1-2 April 2024;
2. Keikutsertaan pada penyusunan draft Laporan Kinerja periode triwulan II tahun 2024 pada tanggal 22-24 April 2024;

- Keikutsertaan pada finalisasi PM SAKIP tahun 2024 lingkup Ditjen PDSPKP tanggal 27-28 Juni 2024.



Gambar 32 Keikutsertaan rapat SAKIP di lingkup PDSPKP

3.2.13.IK.22. Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Llingkup Direktorat Pemasaran

Indikator Kinerja Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Direktorat Pemasaran merupakan nilai presentase penyelesaian temuan LHP BPK yang telah ditindaklanjuti/diselesaikan dibandingkan dengan jumlah temuan LHP BPK.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Direktorat Pemasaran	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 25 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Ditsar

Capaian indikator kinerja Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Direktorat Pemasaran triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Indikator kinerja terkait temuan LHP BPK-RI yaitu Jumlah nilai temuan keuangan terbatas pada nilai Tuntutan Ganti Rugi Unit Eselon I atas hasil pemeriksaan BPK terhadap Laporan Keuangan KKP Tahun 2023 dibandingkan dengan realisasi anggaran Unit Eselon I tahun 2023.

3.2.13.IK.23. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Pengukuran indikator kinerja ini dilakukan oleh Itjen KKP atau dapat dilihat pada Aplikasi SIDAK dengan periode perhitungan triwulanan. Capaian Indikator kinerja Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan Yang Dimanfaatkan Untuk Perbaikan Kinerja Di Lingkungan Direktorat Pemasaran bersifat tahunan, Pada Triwulan III Tahun 2024 sebesar 95,24% atau setara 119,05% terhadap target triwulan III tahun 2024 atau setara 123,02% dari target tahun 2024 yaitu 80,00%. jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan II tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 4,76%, dan bila dibandingkan dengan capaian triwulan III tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 4,76%.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Direktorat Pemasaran	80	80	75	80	95,24	100	100	95,24	119,05	123,02	-4,76	-4,76

Table 26 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan

Capaian Indikator kinerja ini adalah Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan Itjen yang terbit pada periode Triwulan IV Tahun 2022 s.d. Triwulan III Tahun 2023 yang telah ditindaklanjuti secara tuntas (status tindak lanjut adalah TUNTAS) oleh unit Eselon I lingkup KKP. Rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Triwulan II Tahun 2024 sebesar 100 atau setara 120 % dari target. indikator Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran triwulan II tahun 2024 lebih rendah dari capaian triwulan IV tahun 2023 yang mencapai 100% atau 133% dari Target. Persentase rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja lingkup Ditjen PDSPKP didefinisikan sebagai jumlah rekomendasi hasil pengawasan Inspektorat Jenderal kepada Direktorat Pemasaran berdasarkan LHP (terbatas pada LHP Audit, Reviu dan Evaluasi baik bentuk

surat maupun bab) yang telah ditindaklanjuti (berstatus proses dan/atau tuntas) yang menjadi objek pengawasan.

Data Rekapitulasi Capaian IKU Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan Untuk Perbaikan Kinerja Lingkup Ditjen PDSPKP Triwulan III Tahun 2024

No	Unit Kerja	Jumlah Rekom	Tindak Lanjut (Tuntas)	% Tuntas	Sisa Rekom	% Sisa Rekom
1	Setditjen PDSPKP	44	42	95,45%	2	4,55%
2	Direktorat Logistik	36	34	94,44%	2	5,56%
3	Direktorat Pemasaran	21	20	95,24%	1	4,76%
4	Direktorat Pengolahan	4	4	100%	-	100%
5	Direktorat Pemberdayaan Usaha	-	-	100%	-	100%
6	BBP3KP	-	-	100%	-	100%
	Total	105	100	95,24	5	4,76%

Gambar 33 Rekomendasi hasil pengawasan

3.2.13.IK.24. Inovasi Pelayanan Publik yg di Terapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran

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.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 27 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Ditsar

Capaian indikator kinerja Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III tahun 2024 indikator kinerja tersebut antara lain : Telah dilaksanakannya penilaian Proposal Inovasi Pelayanan Publik Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2024 dan adanya Nota Dinas Kepala Pusat Data Statistik dan Informasi Nomor: 3374/SJ.7/TU.210/IX/2024 tanggal 5 September 2024 perihal Penyampaian Berita Acara Pleno Penilaian Proposal Inovasi Pelayanan Publik Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2024, Adapun hasil pleno penilaian oleh Tim Penilai Kementerian Kelautan dan Perikanan terhadap Proposal Inovasi Pelayanan Publik Direktorat Pemasaran adalah : KURAS IKAN (Kurasi Produk Perikanan Untuk Naik Kelas) dengan mendapatkan Nilai Akhir 85.825



Gambar 34 Sertifikat KURAS IKAN

3.2.13.IK.25. Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yang Terstandar

Sistem Manajemen Pengetahuan adalah suatu rangkaian yang memanfaatkan teknologi informasi yang digunakan oleh instansi pemerintah ataupun swasta untuk mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan, dan mendistribusikan pengetahuan untuk digunakan kembali, diketahui dan dipelajari. Pengukuran capaian Manajemen Pengetahuan pada Triwulan IV Tahun 2023 menggunakan platform Portal Collaboration Office (<https://portal.kkp.go.id>).

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Persentase Unit Kerja Di Lingkungan Direktorat Pemasaran Yang Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan Yang Terstandar	94	94	92	94	133,33	133,33	100	133,33	141,84	141,84	-	33,33

Table 28 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Unit Kerja Ditsar yg Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yg Terstandar

Capaian Indikator kinerja Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan sistem manajemen pengetahuan yang terstandar bersifat triwulan, Pada Triwulan III Tahun 2024 sebesar 133,33 atau setara 141,84 % dari target tahun 2024 sebesar 94 %, Capaian pada triwulan III 2024 setara dengan pertumbuhan sebesar 133,33% jika dibandingkan dengan capaian triwulan sebelumnya pada tahun berjalan, dan tumbuh sebesar 33,33% dibandingkan capaian pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Perhitungan penerapan Manajemen Pengetahuan lingkup Direktorat Pemasaran dilakukan atas (i) tingkat sharing dokumen mandatory; (ii) tingkat keikutsertakan pejabat dan staf serta (iii) tingkat keaktifan dalam SI-MP. Terdapat 3 Komponen yang dijadikan sebagai tolak ukur capaian kinerja berdasarkan sistem Manajemen Pengetahuan Level 2 ini diantaranya :

1. Dokumen (Bobot 20%): Perjanjian Kinerja 2 tahun 2022; Manual IKU level level; Rencana Aksi Kinerja atas PK Tahunan level 1 dan 2; Laporan Kinerja level 1 tahun 2024.
2. Keikutsertaan (Bobot 10%): Persentase Pimpinan Unit Eselon I – II, JFT (yang diberikan tugas tambahan sebagai Koordinator dan Sub Koordinator) dan Staf Pelaksana (minimal 2 orang); yang tergabung dalam aplikasi Bitrix)
3. Keaktifan (bobot 70%): Upload dokumentasi kegiatan/informasi dilengkapi dengan foto atau video (es II) atau notulensi hasil rapat yang bersifat boleh

dipublikasikan dan PPT rapat terkait kegiatan prioritas dengan kriteria mengandung informasi (5W1H), Cara Mengukur :

- a. Menggunakan aplikasi Manajemen Pengetahuan yang ditunjuk (britrix)
- b. Pengukuran dilakukan setiap triwulan, dengan rincian:
 - Keikutsertaan akan direkap setiap hari dalam satu triwulan
 - Penghitungan Keaktifan dilakukan setiap hari dalam satu triwulan dengan komposisi minimal 3 kali
 - upload informasi /campaign/ jurnal/ hasil penelitian
 - Untuk konten video diharapkan bersifat edukasi atau ajakan, yang di upload minimal satu kali dalam triwulan
 - Pengukuran level 1 dihitung dengan lingkup pejabat pusat
 - Pusdatin menyediakan data hasil rekapan pejabat yang telah aktif padasetiap triwulan untuk diolah dan dijadikan nilai IKU MP masing-masing unit kerja eselon I.

3.2.13.IK.26. Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Persentase realisasi anggaran adalah indikator yang ditetapkan untuk menggambarkan kualitas pelaksanaan anggaran belanja dari sisi kesesuaian terhadap perencanaan, efektivitas pelaksanaan anggaran dan penggunaan belanja secara proporsional.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Persentase Realisasi Anggaran Di Lingkungan Direktorat Pemasaran	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 29 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Ditsar

Capaian indikator kinerja Persentase Realisasi Anggaran Di Lingkungan Direktorat Pemasaran triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

3.2.13.IK.27. Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Tingkat efektivitas pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis merupakan ukuran atas tingkat keberhasilan/efektivitas dari pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis lingkup Ditjen PDSPKP. Dalam hal ini, Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Strategis merupakan 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. Capaian indikator kinerja Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Adapun Kriteria kegiatan prioritas/strategis antara lain:

1. memiliki dampak langsung dan besar kepada masyarakat;
2. memiliki anggaran besar;
3. mendukung secara langsung pencapaian agenda pembangunan nasional;
4. mendukung pencapaian prioritas nasional;
5. merupakan arahan direktif presiden; dan
6. pertimbangan lainnya

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 30 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran

Pengukuran/penilaian dilaksanakan oleh Inspektorat Jenderal pada Triwulan IV Tahun Pengukuran terhadap pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis tahun sebelumnya. Penilaian indikator kinerja ini dilakukan oleh Itjen KKP sebagaimana disampaikan melalui Memorandum Plt. Inspektur Jenderal kepada Menteri Kelautan dan

Perikanan Nomor : Nomor: 402/ITJ/XI/2023 Tanggal : 21 November 2023 Perihal: Hasil Evaluasi Tingkat Efektivitas Pengawasan Terhadap Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Strategis Lingkup KKP TA 2021. Pada tahun 2023, kegiatan prioritas/strategis untuk mancapai indikator kinerja nilai ekspor dan angka konsumsi ikan.

3.2.13.IK.28. Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP

Persentase pelaku usaha kelautan dan perikanan yang terintegrasi KUSUKA, merupakan penilaian atas capaian pendataan pelaku usaha yang telah mendapatkan kartu KUSUKA secara elektronik. Pendataan pelaku usaha bertujuan untuk mengumpulkan/updating data pelaku usaha kelautan dan perikanan (nelayan, pembudidaya ikan, pedagang/pemasar ikan dan petambak garam), meliputi data RTP, sarana dan jenis kegiatan. Pendataan KUSUKA dihitung mulai 1 Januari s.d. 31 Desember 2024, dengan baseline data hasil pendataan terakhir tahun 2023 (31 Desember 2023).

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2024 (2)	TW II 2024 (3)	TW III 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW III 2024 (6)	TW II 2024 (7)	TW III 2023 (8)	S.d TW III 2024 (9)			TW II 2024 (12)	TW III 2023 (13)
% Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 31 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP

Capaian indikator kinerja Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP target pada tahun 2024 sebanyak 10.467 pemasar ikan. indikator kinerja Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP pada triwulan III tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. adapun hasil dari proses Pendataan Kartu Kusuka yang dapat diajukan online melalui laman <https://satudata.kkp.go.id/> dengan melampirkan data-data yang dibutuhkan dan secara offline dibantu oleh tenaga penyuluh (Dinas Perikanan) dengan melampirkan data-data yang dibutuhkan. Selanjutnya Kartu Pelaku Usaha dan Kelautan dan Perikanan (KUSUKA) diterbitkan Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan masa berlaku selama lima tahun dan dapat diperpanjang. adapun kegiatan yang telah dilakukan di tahun 2024 antara lain:

Gerai perijinan berusaha KUSUKA Kampanye Gemarikan di Cirebon, Membuka Gerai Perizinan Pendataan pelaku usaha yang bertujuan untuk mengumpulkan/updating data pelaku usaha kelautan dan perikanan di Cirebon, Jawa Barat pada tanggal 10 – 13 Agustus 2024.



Gambar 35 Gerai Perijinan Kampanye Gemarikan di Cirebon

Dalam hal kegiatan ini tidak terdapat penggunaan anggaran. capaian triwulan III tahun 2024 indikator kinerja Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA hanya dilakukan dengan berkomunikasi melalui media online dengan Pusdatin karena tidak terdapat anggaran khusus pendataan KUSUKA.

3.3. REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN

Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 sebesar Rp76.080.900.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 62.781.239.000 (Diluar anggaran yang di AA). Adapun reralisasi anggaran sampai dengan Triwulan III tahun 2024 sebesar Rp. 40.446.503.023, atau setara 64.42 % dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KRO/R O	PAGU AWAL (Rp)	PAGU SETELAH AA (Rp)	REALISASI		SISA ANGGARAN (Rp)
			KEUANGAN (Rp)	%	
Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang dibina	1.500.000.000	1,253,382,000	737,923,074	58.87%	515,458,926
Rekomendasi Kebijakan Pendampingan Major Project Pelabuhan Perikanan yang Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	500.000.000	260,852,000	186,768,917	91.60%	74,083,083

Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	1.500.000.000	1,067,774,000	744,629,244	69.74 %	323,144,756
Kampanye Gerakan Masyarakat Makan Ikan (Gemarikan)	35.180.900.000	32,285,798,000	26,032,154,817	80.63 %	6,253,643,183
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Skala Internasional	9.000.000.000	7,107,899,000	6,372,009,152	89.65 %	735,889,848
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri	2.000.000.000	1,908,747,000	560,668,887	29.37%	1,348,078,113
Peralatan Pemasaran	8.100.000.000	7,213,025,000	3,413,307,315	47.32 %	3,799,717,685
Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	648,205,000	439,426,952	67.79 %	208,778,048
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	771,515,000	635,018,811	82.31 %	136,496,189
Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	14.500.000.000	10,063,250,000	1,271,771,164	12.64 %	8,791,478,836
Bursa Pasar Ikan	500.000.000	200,792,000	52,824,690	26.31 %	147,967,310
JUMLAH	74.780.900.000	62.781.239.000	40.446.503.023	64.42 %	22,334,735,977

Table 32 Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2024

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Triwulan III Tahun 2024 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari Juli sampai dengan September 2024. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerja sampai dengan Triwulan III sebesar 105,50 % (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Triwulan III diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan Capaian Indikator kinerja Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana 4 promosi atau setara 100% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 66,67% dari target Tahun 2024 yaitu 6 Target Promosi.
2. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan Capaian Indikator kinerja Promosi Gemarikan yang dilaksanakan Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana 72 promosi atau setara 110,77% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 87,57% dari target Tahun 2024 yaitu 185 Target Promosi.
3. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana 1 promosi atau setara 100% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 75,00% dari target Tahun 2024 yaitu 4 Target Promosi.
4. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina Capaian Indikator kinerja Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana 30 pembinaan atau setara 100% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 70,00% dari target Tahun 2024 yaitu 100 Target Pembinaan.
5. IKK Peralatan Pemasaran yang Disediakan Capaian Indikator kinerja Peralatan Pemasaran yang Disediakan Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana pengiriman sebesar 2088 unit Coolbox atau setara 104,40% dari target triwulan III

tahun 2024, atau setara 34,80 dari target Tahun 2024 yaitu 6000 unit peralatan pemasaran (coolbox).

6. IKK Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan
Capaian Indikator kinerja Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan Pada Triwulan III Tahun 2024 telah terlaksana 11.770 orang terlibat atau setara 100% dari target triwulan III tahun 2024, atau setara 77% dari target Tahun 2024 yaitu 15.286 Target Tenaga kerja yang terlibat.
7. IKK Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%); target 80 %; capaian 95,24% atau sebesar 119,05 % dari target
8. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%); target 94 %, capaian 133,33 % atau setara 120,00 %

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 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
Sarana dan Kelembagaan Pemasaran	Progres pengumpulan proposal dan kelengkapan calon penerima oleh TA DPR berjalan lambat dan masa jabatan anggota DPR telah selesai	Melakukan Percepatan penyelesaian Pengiriman Coolbox Tahun 2024
Profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan	Perlunya penyusunan Booklet Bilingual komoditas Tilapia untuk memperkuat profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan	Tersusunnya Booklet Bilingual komoditas Tilapia untuk memperkuat profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan

Table 33 Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut

4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2024

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 I Tahun 2023	Tindak Lanjut pada Triwulan II Tahun 2024
Sarana dan Kelembagaan Pemasaran	1. Progres pengumpulan proposal dan kelengkapan calon penerima oleh TA DPR berjalan lambat	1. Melakukan pengiriman sebanyak 2088 unit coolbox terhadap 117 kelompok dengan no SK tahap I <i>KEP.451/DJPDSPKP.5/HK.150/VI/2024</i> 2. Telah melakukan pembayaran terhadap 2 penyedia dengan bukti: 241751301039770 dan 241751302047324data dientri pada laman: http://data.pdspkp.id..

Table 34 Perbandingan Tindak Lanjut TW II 2024 dan TW III 2024

4.4. LAMPIRAN

4.4.1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024



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.pdt@kkp.go.id

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024
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 pertama.

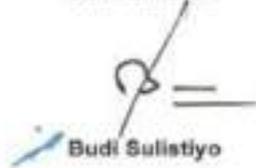
Nama : **Budi Sulistyo**
Jabatan : **Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan**

Selaku atasan pihak pertama, selanjutnya disebut pihak kedua

Pihak pertama berjanji akan mewujudkan target kinerja yang seharusnya 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, Januari 2024

<p>Pihak Kedua</p> <p>Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan</p>  <p>Budi Sulistyo</p>	<p>Pihak Pertama</p> <p>Direktur Pemasaran</p>  <p>Erwin Dwiyana</p>
---	--

Gambar 36 PK Direktorat Pemasaran Tahun 2024,

4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024

**PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024
DIREKTORAT PEMASARAN**

SASARAN/KELOMPOK SASARAN	INDIKATOR KINERJA KELOMPOK SASARAN	TARGET
1. Arah Tembak dan Promosi Skala Internasional	1. Nilai Tawaran dan Promosi Skala Internasional (Auto B2B)	300
2. Proses yang mengawali perngalaban, analisis dan dalam-canal hingga	2. Jumlah Promosi yang mengalamai peningkatan sebesar 50% (Promo)	18
3. Terlembahnya Sistem Informasi Pemasaran	3. Sistem Informasi Utama Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1
4. Terlembahnya Forum Pemasaran Utama Pasar Negara Tujuan Ekspor	4. Forum Pemasaran Utama Pasar Negara Tujuan Ekspor yang aktif/terlemba (Promo)	3
5. Terlembahnya Data dan Informasi Publik di Bidang Pemasaran Hasil Keluaran dan Perikanan	5. Profil Pasar Besar Hasil Keluaran dan Perikanan (Data)	4
	6. Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Keluaran Perikanan (Data)	4
6. Terlengkapannya Pendampingan Mayor Proyek Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terpadu dengan Pasar Ikan Modern Internasional (Perencanaan)	7. Pendampingan Mayor Proyek Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terpadu dengan Pasar Ikan Modern Internasional (Perencanaan)	1
7. Terlembahnya Promosi, Pemasaran Produk Perikanan	8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan (Promo)	8
	9. Promosi Gemarkan yang dilaksanakan (Promo)	180
	10. Promosi Produk Keluaran dan Perikanan Dalam Negeri (Promo)	4
	11. Promosi Produk Keluaran dan Perikanan Dalam Negeri oleh daerah (Promo)	20

SASARAN/KELOMPOK SASARAN	INDIKATOR KINERJA KELOMPOK SASARAN	TARGET
8. Terlembahnya Pemasaran Pemasaran Keluaran dan Perikanan	12. Pasar Ikan yang dibangun (Unit)	3
	13. Sentra Kurnia Ikan yang dibangun (Unit)	11
9. Terlembahnya Pemasaran Perikanan dan Perikanan	14. Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga)	180
10. Terlembahnya Bantuan Pemasaran/Sarana Pemasaran	15. Pemasaran Pemasaran yang Dibina (Unit)	8000
	16. Kemitraan Pemasaran Arah Teknologi Informasi yang dibangun (Unit)	2
11. Nilai PHDF Sektor Keluaran dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Perikanan Dayang Seng Produk Keluaran dan Perikanan	17. Nilai PHDF di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	1.730
12. Tenaga Kerja yang Terlibat dalam Bidang Perikanan Dayang Seng Produk Keluaran dan Perikanan	18. Tenaga Kerja yang Terlibat dalam Pemasaran Hasil Keluaran dan Perikanan (orang)	11.289
13. Terlembahnya layanan dukungan pemasaran dan pelayanan tugas teknis lainnya di lingkungan Direktorat Pemasaran	19. Nilai Minimal yang dipersiapkan untuk pembangunan unit kerja bagrodial teknis Wilayah Baku Korporasi (WBR) Direktorat Pemasaran (Miliar)	70
	20. Jumlah Profesionalisasi ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (orang)	87
	21. Pemasaran Mandiri SAOP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Miliar)	64
	22. Pemasaran perikanan melalui BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%)	100

SASARAN/KELOMPOK SASARAN	INDIKATOR KINERJA KELOMPOK SASARAN	TARGET
	23. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
	24. Inovasi pelayanan publik yang dibangun pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
	25. Persentase unit kerja Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Peningkatan Rendah (M)	94
	26. Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
	27. Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
	28. Persentase Petaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA lingkup Diten PDSKP (%)	100

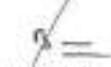
Gambar 37 Lampiran PK Direktorat Pemasaran Tahun 2024

4.4.3. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024

DATA ANGGARAN

NO	REKAMAH	ANGGARAN (Rp.000)
1	Pemasaran Hasil Keluaran dan Perikanan	76.302.000
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024		76.086.000

Jakarta, Januari 2024

Pihak Kepala
 Direktur Jenderal
 Pengawasan Daya Saing Produk Keluaran
 dan Perikanan

 Budi Salim

Pihak Pertama
 Direktur Pemasaran

 Erni Delyta

Gambar 38 Data Anggaran Ditsar Tahun 2024