



LAPORAN KINERJA

2024

DIREKTORAT PEMASARAN

DIREKTORAT JENDERAL
PENGUATAN DAYA SAING PRODUK
KELAUTAN DAN PERIKANAN

KATA PENGANTAR

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV Tahun 2024 disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja pencapaian rencana kerja Direktorat Pemasaran pada Triwulan IV 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 PERMENKP No. 68 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Kinerja. Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai capaian kinerja dari tujuh tim kerja teknis (Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri, Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri, Analis 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 Oktober – Desember Tahun 2024. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-26 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan IV tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan IV Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 104,30%

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

Jakarta, 17 Januari 2025

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 IV Tahun 2024 disusun sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kinerja (Performance Results) Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP selama Triwulan IV 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 26 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 26 indikator kinerja tersebut sebanyak 26 (dua puluh enam) telah dilakukan pengukuran pada Triwulan IV Tahun 2024, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada triwulan IV. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-26 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan IV tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan IV Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaaku adalah sebesar 104,30%.

Pencapaian terhadap target sasaran kinerja Direktorat Pemasaran yang telah dicapai selama Triwulan IV 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 26 indikator kinerja tersebut seluruhnya telah dilakukan pengukuran pada Triwulan IV Tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Direktorat

Pemasaran pada Triwulan IV Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerja adalah sebesar 104.30%. Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV Tahun 2024 adalah sebagai berikut :

1. Dari 26 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 13 indikator kinerja bersifat tahunan, 4 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 9 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 13 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) Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi, (6) Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional, (7) Nilai PNBPN di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (8) Direktorat Pemasaran berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK), (9) Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (10) Batas tertinggi nilai temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (11) Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran, (12) Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran, (13) Tingkat efektivitas pelaksanaan program prioritas/strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran, (14) Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA lingkungan Ditjen PDSPKP.
3. Empat 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 IV 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 IV adalah sebesar 104,30 % (kategori Baik). Nilai tersebut diperoleh dari capaian kinerja yang ditargetnya pada Triwulan IV tahun 2024. Adapun rincian capaian periode Triwulan IV Tahun 2024 yaitu :

1. IKK Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD) target 100 juta USD, capaian 110 Juta USD atau setara 110 %
2. IKK Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi) target 18 Provinsi, capaian 21 Provinsi atau setara 116,67 %
3. IKK Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi) target 1 sistem, capaian 1 sistem atau setara 100 %
4. IKK Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum) target 3 Forum, capaian 3 Forum atau setara 100 %
5. IKK Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data) target 4 Data, capaian 4 Data atau setara 100 %
6. IKK Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan (Data) target 4 Data, capaian 4 Data atau setara 100 %
7. IKK Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi Kebijakan) target 1 Rekomendasi, capaian 1 Rekomendasi atau setara 100 %
8. IKK Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi) target 4 Promosi, capaian 4 Promosi atau setara 100 %
9. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi) target 194 Promosi, capaian 194 Promosi atau setara 100 %
10. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri (Promosi) target 5 Kegiatan Promosi, capaian 5 Kegiatan Promosi atau setara 100%.

11. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh daerah (Promosi) target 38 Kegiatan Promosi, capaian 38 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
12. IKK Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun target 1 (Unit), capaian 1 Unit atau setara 100 %
13. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga) target 85 Lembaga, capaian 91 Kegiatan Promosi atau setara 107,06 %.
14. IKK Peralatan Pemasaran yang disediakan target 5470 (unit) coolbox, capaian 5533 unit coolbox atau setara 101,15 %
15. IKK Nilai PNBPN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar), target 0,750 Miliar, capaian 0,800 Miliar atau setara 106,67
16. IKK Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang) target 15.286 Orang, capaian 15.286 Orang atau setara 100%.
17. IKK Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai) target 75 Nilai, capaian 85,63 atau setara 114,17 %
18. IKK Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (%) target 100, capaian 100 atau setara 100 %
19. IKK Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks) target 87 Indeks, capaian 89,13 Indeks atau setara 102,45 %
20. IKK Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai) target 84 Nilai, capaian 84,60 Nilai atau setara 100,71 %
21. IKK Batas Tertinggi Nilai Temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK-RI di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 100, capaian 99,02 atau setara 99,02 %
22. IKK Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 85, capaian 100 atau setara 117,65 %
23. IKK Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi) target 1 Inovasi, capaian 1 Inovasi atau setara 100 %
24. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%) target 94,00 %, capaian 133,33 % atau setara 141,84 %

25. IKK Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 95, capaian 99,93 atau setara 105,19 %

26. IKK Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 80, capaian 92,44 atau setara 115,55 %

Pada Triwulan IV Tahun 2024 Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 sebesar Rp 60.700.020.000,00 dan pada triwulan IV tahun 2024 telah terealisasi sebesar Rp 60.660.507.591,00. Realisasi anggaran tersebut setara dengan 99,93 % dengan efisiensi anggaran sebesar Rp. 39.512.409 atau setara 0.07%.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
TIM PENYUSUN	3
IKHTISAR EKSEKUTIF	4
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1. LATAR BELAKANG	14
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	15
1.3. TUGAS DAN FUNGSI	15
1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA	16
1.5. PERMASALAH UTAMA	17
1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN	18
BAB II PERENCANAAN KINERJA	19
2.2 RENCANA STRATEGIS	19
2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN	20
BAB III AKUNTABILITAS KINERJA	23
3.1. CAPAIAN KINERJA	23
3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA	25
3.2.1. Sasaran Strategis 1 Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional	25
3.2.1.IK.1. Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	25
3.2.2. Provinsi Yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga	29
3.2.2.IK.2. Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	29
3.2.3. Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun	32
3.2.3.IK.3. Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang di Bangun (Sistem Informasi)	32
3.2.4. Terfasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	35
3.2.4.IK.4. Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang di Fasilitas (Forum)	35
3.2.5. Tersedianya Data & Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil KP	42
3.2.5.IK.5. Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	42
3.2.5.IK.6. Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	46
3.2.6. Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	51
3.2.6.IK.7. Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	51
3.2.7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	53
3.2.7.IK.8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan	53
3.2.7.IK.9. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	56
3.2.7.IK.10. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri	60
3.2.7.IK.11. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah (Promosi)	64
3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	66
3.2.8.IK.12. Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun	66
3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	67
3.2.9.IK.13. Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	67
3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	70
3.2.10.IK.14. Peralatan Pemasaran yang disediakan	70
3.2.11. Nilai PNBSP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP	71
3.2.11.IK.15. Nilai PNBSP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (RP Miliar)	71
3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP	73

3.2.12.IK.16. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang).....	73
3.2.13. <i>Terlaksananya Layanan Dukman dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran.....</i>	<i>74</i>
3.2.13.IK.17. Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yang Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran	74
3.2.13.IK.18. Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP	77
3.2.13.IK.19. Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran.....	79
3.2.13.IK.20. Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	80
3.2.13.IK.21 Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Lingkup Direktorat Pemasaran.....	82
3.2.13.IK.22. Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran	83
3.2.13.IK.23. Inovasi Pelayanan Publik yang di Terapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran	85
3.2.13.IK.24. Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan Manajemen Pengetahuan yang Terstandar	86
3.2.13.IK.25. Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran	89
3.2.13.IK.26. Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan	90
BAB IV PENUTUP.....	94
4.1 KESIMPULAN.....	94
4.2 PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI.....	96
4.3 TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2024	97
4.4 LAMPIRAN.....	98
4.4.1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024	98
4.4.2 Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024.....	99
4.4.3 Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV tahun 2024	22
Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV tahun 2024.....	24
Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Dit. Pemasaran pada Nilai Transaksi dari Promosi Skala International (Juta USD).....	25
Tabel 4. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	29
Tabel 5. Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan	31
Tabel 6. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun.	32
Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang diFasilitasi.....	36
Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Ekspor Hasil KP (Data)	42
Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Dalam Negeri Hasil KP (Data)	46
Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	51
Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan.....	53
Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Promosi Gemarikan yang dilaksanakan.....	57
Tabel 13. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri .	60
Tabel 14. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri oleh Daerah	64
Tabel 15. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pasar Ikan yang dibangun	66
Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	68
Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran	70
Tabel 18. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Nilai PNBK di Lingkungan Direktorat Pemasaran.....	72
Tabel 19. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tenga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP.....	73
Tabel 20. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran.....	75
Tabel 21. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP	78
Tabel 22. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar ..	79
Tabel 23. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	81
Tabel 24. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Ditsar	83
Tabel 25. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan.....	84
Tabel 26. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Ditsar	86
Tabel 27. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Unit Kerja Ditsar yg Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yg Terstandar	87
Tabel 28. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Ditsar	89
Tabel 29. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran.....	91
Tabel 30. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan IV Tahun 2024	93
Tabel 31. Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut	96
Tabel 32. Perbandingan Tindak Lanjut TW III 2024 dan TW IV 2024	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran.....	16
Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran	17
Gambar 3. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW IV Tahun 2024	23
Gambar 4. Seafood Expo North America (SENA)	26
Gambar 5. Seafood Expo Global (SEG)	27
Gambar 6. Pelepasan Ekspor produk ikan tuna kaleng di Banyuwangi	27
Gambar 7. Nusatic 2024	28
Gambar 8. Indo Fisheries 2024 Expo & Forum.....	29
Gambar 9. Screenshoot Aplikasi Bursa Pasar Ikan	33
Gambar 10. Sosialisasi Bursa Pasar Ikan	35
Gambar 11. Video Promosi Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan	35
Gambar 12. Perundingan Indonesia - Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (ICA CEPA).....	38
Gambar 13. Indonesia - Jepang Economic Partnership Agreement (IJEPA).....	39
Gambar 14. Serangkaian koordinasi penanganan kasus CVD dan AD udang beku Indonesia.....	42
Gambar 15. Rapat koordinasi komoditas tuna-cakalang-tongkol	44
Gambar 16. FGD Profil Pasar LN untuk Tuna Cakalang Tongkol	45
Gambar 17. Rapat Finalisasi Booklet Bilingual Profil Pasar Luar Negeri	45
Gambar 18. Profil pedoman penghitungan angka konsumsi ikan.....	47
Gambar 19. Profil Peta Konsumsi dan Serapan Ikan	48
Gambar 20. Sosialisasi Video Profil Pasar Dalam Negeri Komoditas Unggulan	49
Gambar 21. Pengenalan Reformulasi Penghitungan Angka Konsumsi Ikan Tahun 2025	50
Gambar 22. Finalisasi AKI Periode Bulanan Tahun 2024.....	50
Gambar 23. Gambar 23. Rapat pembahasan pendampingan major project pasar ikan bertaraf Internasional ..	52
Gambar 24. Seafood Expo North America (SENA)	54
Gambar 25. Seafood Expo Global (SEG)	55
Gambar 26. NUSATIC 2024.....	55
Gambar 27. Indo Fisheries 2024 Expo & Forum.....	56
Gambar 28. Kampanye Gemarikan	58
Gambar 29. kampanye Bazar	59
Gambar 30. Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan.....	59
Gambar 31. Tuna Investment & Forum	61
Gambar 32. Hari Keluarga Nasional.....	61
Gambar 33. Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bangga Berwisata di Indonesia.....	62
Gambar 34. Trade Expo Indonesia 2024.....	63
Gambar 35. Hari Nusantara 2024	64
Gambar 36. Safari Gemarikan oleh Daerah 2024.....	65
Gambar 37. Pasar Ikan Fandoi	67
Gambar 38. Pembinaan Pasar di Sidoarjo	69
Gambar 39. Penerima bantuan pemerintah berupa peralatan pemasaran tahun 2024	71
Gambar 40. Rapat PNBP.....	72
Gambar 41. Gerai Perijinan Kampanye Gemarikan di Cirebon.....	74
Gambar 42. Koordinasi Penyusunan Kelengkapan Dokumen WBK	77
Gambar 43. Gerai Perijinan dan Capaian pendataan KUSUKA.....	78
Gambar 44. IP ASN Direktorat Pemasaran.....	80
Gambar 45. Keikutsertaan rapat SAKIP di lingkup PDSPKP	82
Gambar 46. Nilai Temuan BPK lingkup PDSPKP	83
Gambar 47. Rekomendasi hasil pengawasan.....	85
Gambar 48. Sertifikat KURAS IKAN.....	86
Gambar 49. Hasil Sistem manajemen pengetahuan yang terstandar.....	89
Gambar 50. Realisasi anggaran Direktorat Pemasaran	90
Gambar 51. Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Bantuan Pemerintah.....	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024.....	105
--	-----

BAB I

PENDAHULUAN

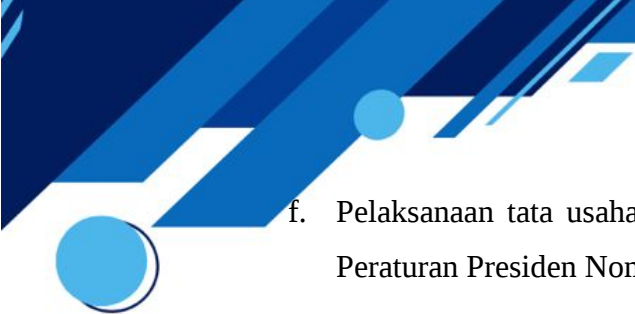
1.1. LATAR BELAKANG

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV 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 IV Tahun 2024. Laporan Kinerja ini secara terstruktur akan menginformasikan capaian kinerja dari setiap pelaksanaan program dan kegiatan dalam kurun waktu bulan Oktober - Desember 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 pembandingan adalah target kinerja.

1.3. TUGAS DAN FUNGSI

Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 43 Tahun 2023 tentang Mekanisme Kerja Untuk Penyederhanaan Birokrasi di Lingkungan KKP, Direktorat Pemasaran didukung oleh susunan organisasi yang terdiri dari Tujuh (7) Tim Kerja yang secara lengkap diuraikan sebagai berikut:

1. Tim Kerja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri;

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

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



Gambar 1 Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran

1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA

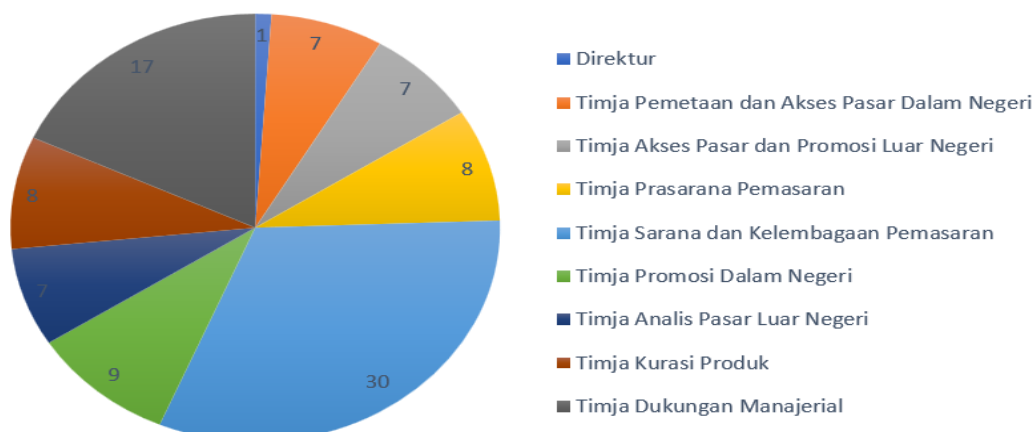
Sumber daya manusia merupakan pilar perumus kebijakan dan penggerak program dan kegiatan dalam suatu organisasi. Kuantitas dan kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja suatu organisasi.

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

1. Direktur
2. Timja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri 7 orang
3. Timja Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri 7 orang
4. Timja Prasarana Pemasaran 8 orang
5. Timja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran 29 orang.
6. Timja Promosi Dalam Negeri 9 orang

7. Timja Analisis Pasar Luar Negeri 7 orang
8. Timja Kurasi Produk 8 orang
9. Timja Dukungan Manajerial 17 orang

Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran

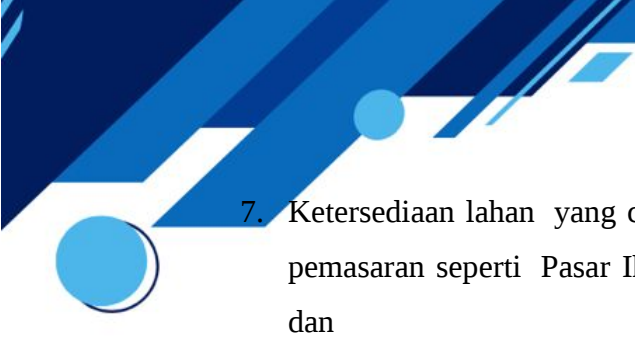


Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran

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 di berbagai 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 IV 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 PNBP 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	Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	100
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 Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1
7	Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	8	Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi)	4
		9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	194
		10	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri (Promosi)	5
		11	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri oleh daerah (Promosi)	38
8	Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	12	Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun	1
9	Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	13	Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga)	85
10	Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	14	Peralatan Pemasaran yang Disediakan (Unit)	5470

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
11	Nilai PNBP Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	15	Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	0,750
12	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	16	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	17	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
		18	Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (%)	100
		19	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
		20	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	84
		21	Persentase Penyelesaian Temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%)	100
		22	Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
		23	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
		24	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94
		25	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95

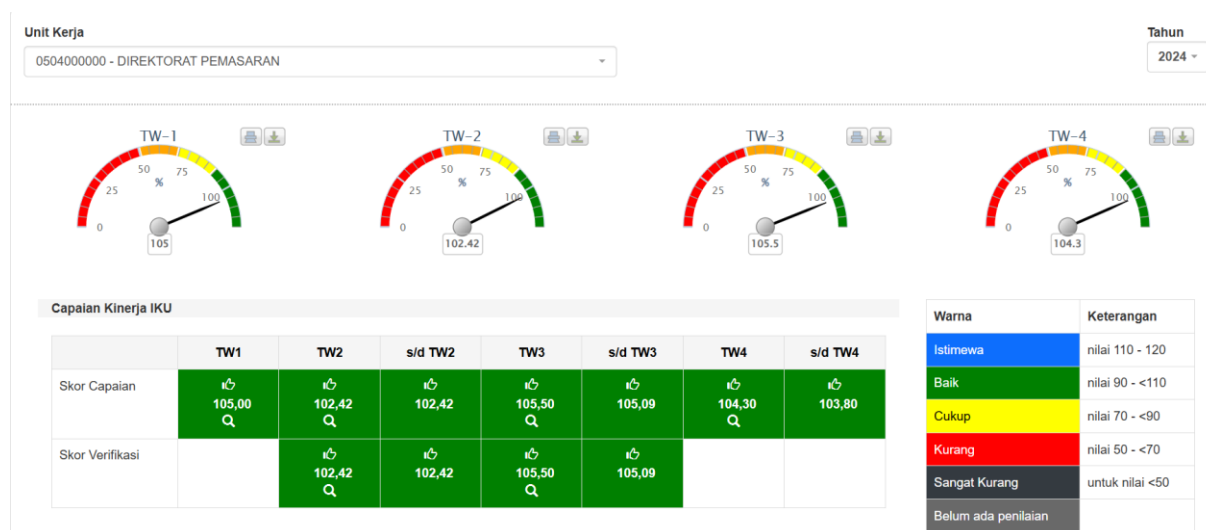
SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
		26	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80

Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV tahun 2024

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

Capaian kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV 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 IV Tahun 2024

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada Triwulan IV tahun 2024 sebesar 104,30% dan mengalami pertumbuhan sebesar -0,15% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada Triwulan IV tahun 2023 yaitu sebesar 104,45 %. Penurunan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan di Triwulan IV tahun 2024 karena ada beberapa target IKU yang belum seluruhnya tercapai di Triwulan IV 2024. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV tahun 2024 disajikan pada tabel sebagai berikut;

Indikator Kinerja	Target	Realisasi TW IV 2024	Persentase terhadap Target (%)
-------------------	--------	----------------------	--------------------------------

		Tahun 2024	TW IV 2024		Tahun 2024	TW IV 2024
1	Potensi Nilai transaksi dari promosi skala internasional (Juta USD)	100	100	110	110	110
2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18	18	21	116,67	116,67
3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1	1	1	100	100
4	Forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang difasilitasi	3	2	2	100	100
5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan	4	2	2	100	100
6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan	4	2	2	100	100
7	Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1	1	1	100	100
8	Promosi skala internasional yang dilaksanakan (Promosi)	4	4	4	100	100
9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	194	32	32	100	100
10	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri (Promosi)	5	3	3	75	100
11	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri oleh daerah (Promosi)	38	38	38	100	100
12	Prasarana pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun	1	1	1	100	100
13	Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina (Lembaga)	85	15	21	107,06	120
14	Peralatan pemasaran yang disediakan (Unit)	5470	3470	3445	101,15	99,28
15	Nilai PNBP di lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp miliar)	0,750	0,750	0,800	106,67	106,67
16	Tenaga kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (Orang)	15.286	15.286	15.286	100	100
17	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75	75	85,63	114,17	114,17
18	Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA lingkup Ditjen PDSPKP	100	100	100	100	100
19	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87	87	89,13	102,45	102,45
20	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	84	84	84,60	100,71	100,71
21	Persentase penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%)	100	100	99,02	99,02	99,02
22	Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	85	80	120	120	120
23	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1	1	1	100	100
24	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94,00	94,00	133,33	120	120
25	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95	95	99,93	105,19	105,19
26	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80	80	92,44	115,55	115,55

Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan IV 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. Potensi 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	2024*	100	110	110	100	110	110
	2023	100	120	120			
	2022	53,10	53,16	100,11			
	2021	20	22	110			
	2020	10	0,73	0,73			

Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Dit. Pemasaran pada Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)

Capaian Indikator kinerja Nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional adalah sebesar 110 Juta USD, atau setara dengan 110% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 100 Juta USD, Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 120 atau setara 120% dari target 100, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar -10%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan sebesar -10%. Jika dibandingkan dengan tahun 2022 sebesar 53,16 atau setara 100,11% dari target 53,10, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan 9,89%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan sebesar 19,89%. Jika dibandingkan dengan tahun 2021 sebesar 22 atau setara 110% dari target 20, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian tahun 2021, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan sebesar -9,89%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 0,73 atau setara 0,73% dari target 10, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar 102,7%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan 109,27%.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan IV 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. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan 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

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 IV tahun 2024 antara lain:

(1) Seafood Expo North America (SENA) yang dilaksanakan di Boston, Amerika Serikat pada 10 - 12 Maret 2024. Kegiatan promosi dilakukan melalui 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 4. 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 5. Seafood Expo Global (SEG)

Adapun hasil dari Pameran Seafood Expo Global (SEG) yang dilaksanakan di Barcelona 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 6. Pelepasan Ekspor produk ikan tuna kaleng di Banyuwangi

(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.

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 juta 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

(4) Bentuk promosi skala internasional yang dilaksanakan pada TW III adalah melalui penyelenggaraan pameran Indo Fisheries 2024 Expo & Forum. 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, 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 atau USD 9,3 Juta 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 IV Tahun 2024 sebesar Rp 7.298.573.675 atau setara dengan 99,87 % dari total pagu sebesar Rp 7.307.899.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 9.325.325 atau setara 0,13%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (7)	Realisasi S.d 2024* (8)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (9)
Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	2024*	18	21	116,67	18	21	116,67
	2023	15	15	100			
	2022	-	-	-			
	2021	5	1	20			
	2020	5	14	280			

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

Capaian indikator Provinsi Yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga pada tahun 2024 adalah sebesar 21 Provinsi, atau setara dengan 116,67% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 21 Provinsi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 15 atau setara 100% dari target 15, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar 16,67%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan sebesar 16,67. Tahun 2022 tidak terdapat target yang ditetapkan. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 1 atau setara 20% dari target 5, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar 96,67%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 14 atau setara 280% dari target 5, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar -163,33%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan sebesar -260%.

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 berdasarkan data 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

Tabel 5. Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan

Keterangan

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

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 647.949.591 atau setara dengan 99,96 % dari total pagu sebesar Rp 648.202.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 252.409 atau setara 0,04%.

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. 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.

Indikator Kinerja (1)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang di Bangun (Sistem Informasi)	2024*	1	1	100	1	1	100
	2023	1	1	100			
	2022	1	1	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Sistem Bursa Pasar Ikan pada tahun 2024 adalah sebesar 1 sistem, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 1 sistem. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 1 sistem atau setara 100% dari target 1 sistem, maka capaian tahun 2024 setara yaitu sebesar 106%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun

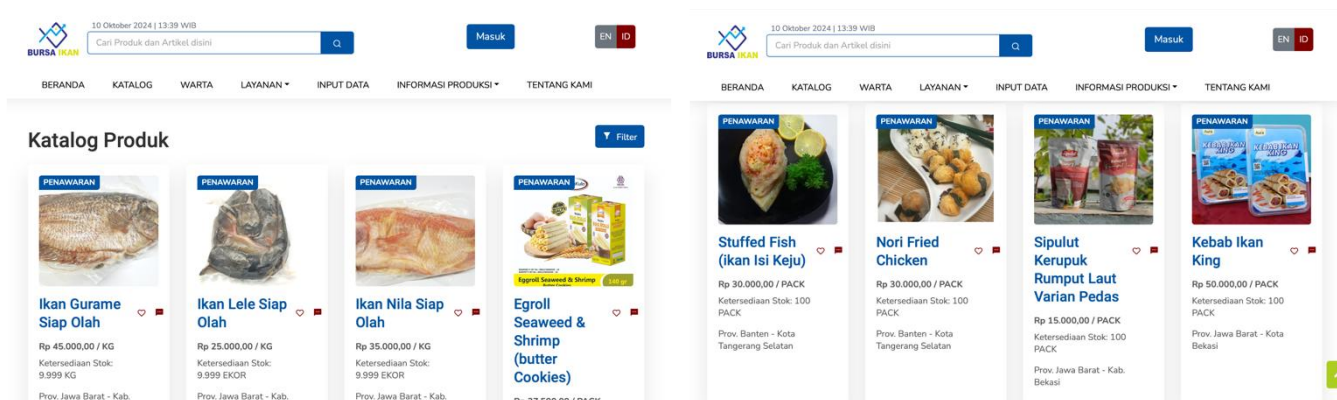
2022 sebesar 1 atau setara 100% dari target 1, maka capaian tahun 2024 setara yaitu sebesar 100%. Pada tahun 2021 dan 2020 belum ada target yang ditetapkan maka belum bisa dibandingkan.

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 dengan informasi harga secara terbuka dan fasilitas komunikasi dua arah.



Gambar 9. Screenshoot Aplikasi Bursa Pasar Ikan

Pada Triwulan IV, dilakukan pembuatan video promosi dalam rangka pengembangan jangkauan sosialisasi bursa pasar ikan. Video promosi bursa pasar ikan menyampaikan latar belakang dan tujuan pengembangan sistem informasi, serta tata cara pendaftaran pada website bursa pasar ikan.

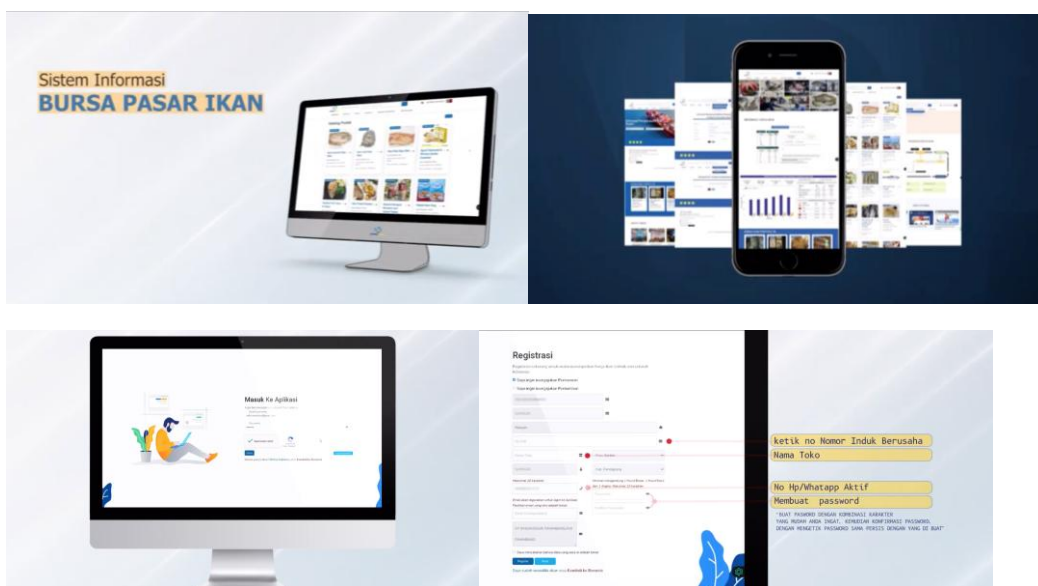
Selanjutnya, dilakukan sosialisasi kepada pelaku usaha di beberapa lokasi yaitu di Kota Jakarta Timur pada tanggal 3 Oktober 2024 yang dihadiri oleh UMKM Jabodetabek, Dinas Kelautan dan Perikanan di 38 Provinsi secara luring di Wisma Gracillaria dan daring melalui aplikasi Zoom. Kegiatan sosialisasi juga dilaksanakan di Kota Cirebon pada tanggal 27 Desember 2024 dihadiri oleh UMKM Kota dan Kabupaten Cirebon, Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Barat, Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota dan Kabupaten Cirebon. Pada kegiatan sosialisasi tersebut disampaikan pengenalan sistem informasi bursa pasar ikan melalui video promosi, pembuatan akun pengguna dan pendampingan bagi pelaku usaha yang belum memiliki KUSUKA, serta pendampingan dalam memasang iklan produk UMKM kelautan dan perikanan.

Sampai saat ini, jumlah pengguna sistem informasi bursa pasar ikan sebanyak 263 pengguna, dengan jumlah pengajuan penawaran dan permintaan iklan sebanyak 194 iklan. Berdasarkan layanan pengajuan penawaran dan permintaan, terdapat 5 (lima) produk yang paling banyak mengajukan layanan ikan, yaitu empek-empek, kerupuk ikan, abon, bandeng presto, dan lele. Sebaran penawaran meliputi 3 provinsi, yaitu Provinsi Lampung (64,5%), Provinsi Jawa Timur (18,8%), dan Provinsi Kepulauan Riau (16,7%). Adapun sebaran permintaan meliputi 4 provinsi, yaitu Provinsi Jawa Timur (50%), Provinsi Jawa Tengah (16,7%), Provinsi DKI Jakarta (16,7%), dan Provinsi Banten (16,7%).





Gambar 10. Sosialisasi Bursa Pasar Ikan



Gambar 11. Video Promosi Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 200.073.898 atau setara dengan 99,64 % dari total pagu sebesar Rp 200.792.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 718.102 atau setara 0,36%.

3.2.4. Terfasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor

3.2.4.IK.4. Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang di Fasilitas (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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)	2024*	3	3	100	3	3	100
	2023	3	3	100			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 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.

Capaian indikator Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi pada tahun 2024 adalah sebesar 3 forum, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 3 Forum. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 3 forum atau setara 100% dari target 3 forum, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2022, 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

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 sampai dengan triwulan IV tahun 2024 indikator kinerja tersebut antara lain :

1. Kegiatan Peningkatan Akses Pasar

- Indonesia - Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (ICA CEPA)
 - a. Indonesia dan Canada telah menyelesaikan perundingan secara substantif Indonesia - Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (I-CA CEPA) pada 8 November 2024.
 - b. KKP turut serta aktif dalam mengikuti setiap perundingan dan menyampaikan masukan terkait sektor perikanan, termasuk dalam penyusunan request/offer perdagangan barang pada perundingan tersebut.
 - c. terkait hal tersebut, KKP telah menyampaikan Initial Request produk perikanan pada 19 April 2024 dengan prioritasasi. KKP mengusulkan Prioritas Utama (P1) agar menghapus tarif bea masuk pada saat perjanjian diimplementasikan (Entry into Force - EIF) untuk seluruh pos tarif produk perikanan yang masih dikenakan tarif oleh Kanada; Prioritas Kedua (P2) penghapusan tarif untuk beberapa pos tarif produk perikanan utama yang telah ditawarkan menjadi 0% pada saat penyampaian initial offer, diantaranya meliputi produk tuna, udang, lobster, dan tilapia. Sedangkan untuk tarif MFN yang telah 0%, KKP juga meminta agar dipastikan bahwa di masa mendatang tidak ada kenaikan tarif (standstill).
 - d. KKP menyampaikan Revised Offer produk perikanan pada 13 September 2024 dengan komposisi: 1) Entry Into Force: Penghapusan tarif pada saat implementasi sebanyak 156 pos tarif, 2) Normal Track-1 (NT-1): Penghapusan tarif bea masuk secara bertahap menjadi 0% dalam 5 tahun sebanyak 46 pos tarif, 3) NT 2: Penghapusan tarif dalam 10 tahun sebanyak

98 pos tarif, dan 4) NT 3: Penghapusan tarif dalam 15 tahun sebanyak 131 pos tarif.

- e. KKP menyampaikan kembali masukan atas revised request Kanada pada 15 Oktober 2024 untuk mengusulkan perbaikan offer 17 pos tarif dalam kategori penghapusan tarif bea masuk dalam 15 tahun (NT3). Dari 11 pos tarif diantaranya yang menjadi prioritas Kanada (must have), dapat dipertimbangkan sebanyak 3 pos tarif untuk diberikan akses pasar dalam kategori NT3. Pembukaan pos-pos tarif tersebut diantaranya untuk mendukung posisi nasional dan dalam rangka mendukung kebijakan peningkatan nilai tambah dan diharapkan beberapa pos tarif produk perikanan yang masih dalam kategori penghapusan tarif dalam 10 tahun (NT2) dapat diberikan perbaikan offer.

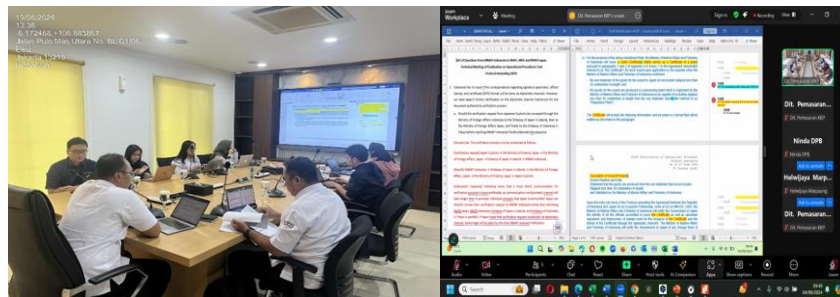


Gambar 12. Perundingan Indonesia - Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (ICA CEPA)

- Indonesia - Jepang Economic Partnership Agreement (IJEPA)
 - a. 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.
 - b. Hasil perundingan IJEPA tersebut telah mengakomodasi kepentingan Indonesia khususnya pembebasan 4 pos tarif produk olahan tuna dan cakalang asal Indonesia. Adapun produk olahan tuna dan cakalang yang mendapatkan pembebasan tarif 0% yaitu: 1) Skipjack and other bonito, in airtight containers (HS 1604.14.010); 2) Tunas, in airtight containers (HS 1604.14.092); 3) Skipjack and other bonito, boiled and dried (HS 1604.14.091); dan 4) Other (HS 1604.14.099). Untuk 2 (dua) produk olahan terakhir (HS 1604.14.091 dan

HS 1604.14.099) dengan persyaratan tambahan ukuran panjang bahan baku cakalang tidak kurang dari 30 cm.

- c. Selain 4 (empat) pos tarif olahan tuna di atas, 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, rajungan beku.
- d. Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dan Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) Jepang telah melakukan finalisasi Operational Procedure terkait dengan persyaratan panjang bahan baku cakalang di atas 30 cm dalam bentuk sertifikat barang. KKP mengusulkan pemenuhan persyaratan panjang bahan baku cakalang masuk dalam skema Sertifikat Hasil Tangkapan Ikan (SHTI) yang sudah diharmonisasikan dengan Japan Catch Documentation Scheme (JCDS).
- e. Kesepakatan Protokol Perubahan IJEPA akan mulai berlaku saat perjanjian diimplementasikan setelah melalui proses ratifikasi di parlemen kedua negara dan diharapkan akan berlaku efektif di akhir tahun 2025 atau awal 2026.
- f. Dengan perubahan protokol IJEPA tersebut, Indonesia akan memiliki preferensi tarif yang sama dengan negara anggota ASEAN produsen olahan tuna lainnya yaitu Thailand.



Gambar 13. Indonesia - Jepang Economic Partnership Agreement (IJEPA)

2. Kegiatan Penanganan Hambatan Ekspor

- Penanganan kasus tuduhan Countervailing Duties dan Anti-Dumping udang beku Indonesia oleh AS
 - a. Pada 25 Oktober 2023, the American Shrimp Processors Association (ASPA) mengajukan petisi pengenaan antidumping dan tindakan pengimbang (Petitions for The Imposition of Antidumping and Countervailing Duties

Pursuant to Sections 701 And 731 Of the Tariff Act of 1930) terhadap produk Frozen Warmwater Shrimp yang berasal dari Ekuador, India, Indonesia, dan Vietnam. Tuduhan AD ditujukan kepada Indonesia dan Ekuador, sedangkan CVD kepada Ekuador, India, Indonesia, dan Vietnam.

- b. ASPA menuduh Pemerintah Indonesia memberikan subsidi melalui berbagai kebijakan dan program kepada pembudidaya dan pengolah udang. Subsidi tersebut dianggap merugikan industri udang di AS secara material. Cakupan udang asal Indonesia yang dikenakan petisi meliputi seluruh udang tropis beku, tidak termasuk udang segar dan udang breaded.
- c. Direktorat Pemasaran melakukan koordinasi intensif dengan unit teknis Eselon I lingkup Kementerian Kelautan dan Perikanan untuk menangani kasus tersebut sesuai dengan timeline yang telah dijadwalkan oleh Otoritas Amerika Serikat.
- d. Untuk itu dibentuk Tim Kerja Penanganan Tuduhan Anti-Dumping dan Countervailing Duties Produk Udang Indonesia di Amerika Serikat melalui Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan Nomor 18 Tahun 2024 yang terdiri atas unit teknis Eselon I KKP dan K/L terkait lainnya.
- e. Tim melakukan penyiapan data dan informasi yang diminta oleh Otoritas Amerika Serikat, sampai dengan diterbitkannya final determination dari proses investigasi untuk kasus anti-dumping dan countervailing duties oleh Otoritas Amerika Serikat. Tim bersama dengan Lawyer juga menyusun draft jawaban atas kuesioner melalui serangkaian rapat dan koordinasi.
- f. Pada tanggal 25 Maret 2024 US DOC telah mengeluarkan hasil Keputusan Preliminary Negative Determination Investigasi Countervailing Duties (CVD) produk udang yang menyatakan bahwa countervailable subsidies tidak diberikan kepada produser dan eksportir udang beku Indonesia. Mandatory Respondent Indonesia: PT. First Marine Seafood dan PT. Bahari Makmur Sejati mendapat nilai **de minimis** yaitu **0,71%** dan **0,39%**.
- g. Pada 23 Mei 2024, U.S. Department of Commerce (USDOC) telah menerbitkan hasil Preliminary determination Anti-dumping (AD) dimana mandatory respondent Indonesia, yaitu PT. Bahari Makmur Sejati (BMS)

mendapatkan 0%, sedangkan PT. First Marine Seafood (FMS) mendapatkan 6,3%. Berdasarkan hasil ini, udang beku dari Indonesia akan dikenakan bea masuk anti-dumping yang dibebankan kepada importir AS sebesar margin dumping yang ditetapkan yaitu 6,3%.

- h. KKP turut mendukung dan memperkuat upaya pembelaan penurunan margin dumping Indonesia
- i. US Department of Commerce (US DoC) telah mengeluarkan hasil keputusan final determination investigasi CVD produk udang pada tanggal 22 Oktober 2024 yang menyatakan bahwa countervailable subsidies tidak diberikan kepada produser dan eksportir udang beku Indonesia serta keputusan investigasi AD yang menyatakan bahwa Mandatory Respondent (MR) 1 mendapat nilai 0% dan MR 2 serta all others mendapatkan penurunan bea masuk antidumping dari 6,3% menjadi 3,9%. Bea masuk tambahan tersebut bersifat sementara hingga dikeluarkannya hasil keputusan final determination USITC terkait dengan injury domestik AS. Jika tidak terbukti adanya injury domestik AS, maka bea masuk CVD dan AD tidak berlaku
- j. Direktorat Pemasaran turut mengawal pelaksanaan hearing US International Trade Commission (USITC) pada tanggal 22 Oktober 2024 bersama dengan Lawyer Lizbeth R. Levinson yang mewakili AP5I dalam pembelaan pada proses hearing tersebut.
- k. Pada tanggal 19 November 2024, The US International Trade Commission (USITC) telah mengeluarkan News Release 24-114 yang memutuskan bahwa industri udang domestik AS dirugikan secara material akibat importasi udang beku dari Indonesia (Anti-Dumping/AD) dan importasi udang dari Ekuador, India, dan Vietnam (Countervailing Duties/CVD)
- l. Direktorat Pemasaran melaksanakan serangkaian rapat koordinasi dengan Tim Satgas Penanganan AD dari AP5I dalam rangka tindak lanjut hasil final determination kasus antidumping udang beku asal Indonesia, selain itu juga melakukan analisis diversifikasi pasar udang beku Indonesia ke beberapa pasar potensial.



Gambar 14. Serangkaian koordinasi penanganan kasus CVD dan AD udang beku Indonesia

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 1.085.845.032 atau setara dengan 99,56% dari total pagu sebesar Rp 1.090.590.000,00 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 4.744.968 atau setara 0,44%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Profile Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	2024*	4	4	100	4	4	100
	2023	4	4	100			
	2022	5	5	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 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 disampaikan dalam rangka mendukung kebijakan

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

Capaian indikator Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi pada tahun 2024 adalah sebesar 4 profil, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 4 Data. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 4 Data atau setara 100% dari target 4, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 5 Data atau setara 100% dari target 5, maka capaian tahun 2022 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan pada triwulan IV 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 mana ini membuat analisis data menjadi lebih kompleks karena perlu adanya harmonisasi atau penyamaan format data yang digunakan.

Adapun keberhasilan atau pencapaian telah selesai disusun 4 profil pasar luar negeri, antara lain : 1. Profil Pasar Ekspor-Impor 10 Komoditas, 2. Profil Pasar Luar Negeri Komoditas Tuna, Tongkol, Cakalang (TTC), 3. Profil Pasar Global Tilapia Tahun 2024, 4. Profil Pasar Global Rumpun Laut Tahun 2024. 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 tahun 2024 indikator kinerja tersebut antara lain :



Gambar 15. Rapat koordinasi komoditas tuna-cakalang-tongkol

1. Pelaksanaan rapat koordinasi penyusunan profil pasar luar negeri komoditas tuna-cakalang-tongkol pada tanggal 14 Juni 2024 di Ruang Rapat Pemasaran Gedung Mina Bahari III Lantai 13. Rapat dihadiri oleh perwakilan Eselon II lingkup Ditjen PDSPKP dan APHP Lingkup Direktorat Pemasaran dengan pokok pembahasan data dan informasi terkait perkembangan dan potensi pasar komoditas tuna global secara umum dan negara tujuan utama ekspor tuna guna mendukung kegiatan Tuna Business Forum tahun 2024
2. Pelaksanaan rapat diseminasi profil pasar luar negeri komoditas tuna cakalang tongkol tanggal 16 Oktober 2024. Pembahasan ini bertujuan memperoleh pendalaman materi profil pasar luar negeri komoditas tuna-cakalang-tongkol, pemaparan rekomendasi kebijakan dalam pengembangan hilirisasi industri dan diversifikasi pasar TCT dan rumput laut Indonesia dari asosiasi pelaku usaha.



Gambar 16. FGD Profil Pasar LN untuk Tuna Cakalang Tongkol

3. Pelaksanaan rapat finalisasi Booklet Bilingual profil pasar luar negeri tanggal 24 Desember 2024 untuk komoditas tuna cakalang tongkol, udang, tilapia dan rumput laut versi dua bahasa (bilingual). Tujuan penyusunan memberikan wawasan mendalam mengenai kondisi pasar dan strategi pengembangan produk kelautan dan perikanan di Indonesia. Dalam konteks visi strategis Indonesia Emas 2045, booklet ini menekankan pentingnya hilirisasi dan penerapan prinsip ekonomi biru sebagai langkah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional.



Gambar 17. Rapat Finalisasi Booklet Bilingual Profil Pasar Luar Negeri

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp. 647.949.591 atau setara dengan 99.96 % dari total pagu sebesar Rp 648.202.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 252.409 atau setara 0,04%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	2024*	4	4	100	4	4	100
	2023	8	8	100			
	2022	2	2	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan pada tahun 2024 adalah sebesar 4 profil, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 4 data. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 8 atau setara 100% dari target 8, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 2 atau setara 100% dari target 2, maka capaian tahun 2024 setara dengan tahun 2023 yaitu sebesar 100%. Pada Tahun 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan IV adalah masih terdapat enumerator yang belum melakukan entri data pada tools Neng Geulis AKI Bulanan Tahun 2024. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan perumusan capaian sementara AKI Tahun 2024 dan finalisasi data AKI Bulanan Tahun 2024. Rekomendasi

untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah pemberian waktu tambahan untuk entri AKI Bulanan sampai dengan minggu pertama Januari 2025.

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

1. Peyusunan buku pedoman penghitungan angka konsumsi ikan, baik angka konsumsi ikan tahun 2023 maupun angka konsumsi ikan periode bulanan tahun 2024. Buku pedoman AKI Tahun 2023 menyampaikan panduan bagi pemerintah pusat dan daerah dalam menghitung AKI nasional, provinsi dan kabupaten/kota tahun 2023. Adapun buku pedoman AKI Periode Bulanan Tahun 2024 menyampaikan panduan bagi petugas pengolah data dalam menentukan sampel wilayah dan rumah tangga, metode pendataan, entri data, serta verifikasi dan validasi data AKI periode bulanan tahun 2024



Gambar 18. Profil pedoman penghitungan angka konsumsi ikan

2. Penyampaian memo nomor 1212/DJPDSPKP.5/TU.140/VI/2024 tanggal 4 Juni 2024 perihal capaian konsumsi ikan di dalam rumah tangga tertimbang tahun 2023. Penghitungan konsumsi ikan dengan pendekatan konsumsi di dalam rumah tangga dilakukan dengan menggunakan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik dan dihitung secara tertimbang populasi. Berdasarkan hasil penghitungan, capaian KIDRT Nasional tertimbang tahun 2023 sebesar 25,07 kg/kapita/tahun setara utuh segar dengan total serapan ikan dalam rumah sebesar 6.938.606 ton setara utuh segar.

3. Penyusunan buku peta konsumsi dan serapan ikan berdasarkan preferensi konsumen rumah

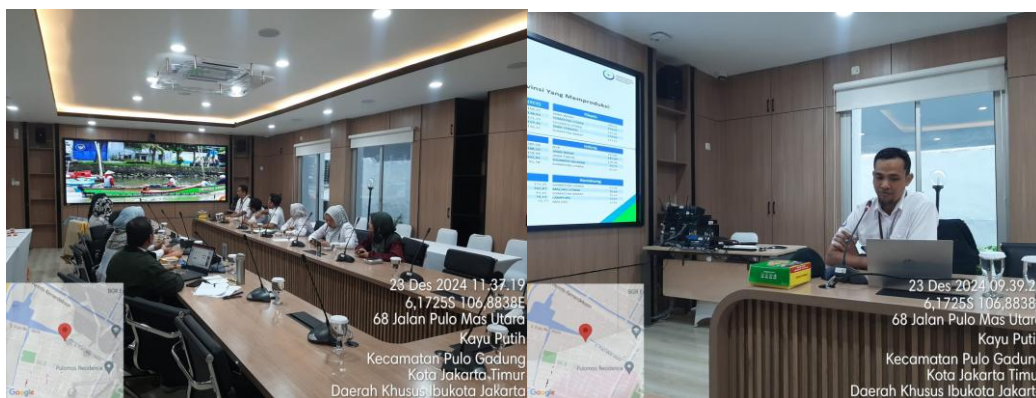


Gambar 19. Profil Peta Konsumsi dan Serapan Ikan

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.

4. Penyusunan profil pasar dalam negeri komoditas unggulan dalam bentuk video dan PPT. Profil pasar dalam negeri disusun berdasarkan 6 (enam) komoditas unggulan, antara lain: Tuna-Cakalang-Tongkol (TCT), Tilapia, Kembung, Udang, Bandeng dan Lele. Data dan informasi yang disampaikan mencakup data produksi, sebaran unit pengolahan ikan (UPI), konsumsi dan serapan ikan, rerata harga konsumen dan nilai perdagangan, kontribusi asupan protein serta kecukupan produksi terhadap serapan untuk masing-masing komoditas. Selanjutnya, profil tersebut disosialisasikan pada tanggal 23 Desember 2024 secara hybrid, serta dihadiri oleh perwakilan Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi, Asosiasi Pengusaha Catfish Indonesia (APCI), Asosiasi Tuna Indonesia (ASTUIN), Asosiasi Produsen Pengolahan dan Pemasaran Produk Perikanan Indonesia (AP5I), Shrimp Club Indonesia (SCI), dan Asosiasi Pelaku Usaha Bandeng Indonesia (ASPUBI).





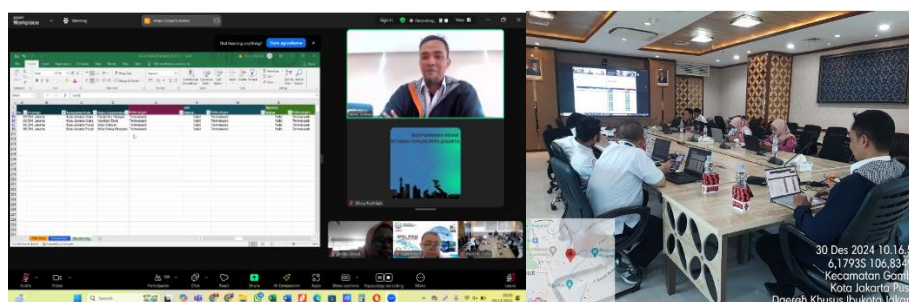
Gambar 20. Sosialisasi Video Profil Pasar Dalam Negeri Komoditas Unggulan

5. Koordinasi dan pengenalan reformulasi penghitungan AKI Tahun 2025. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 24 Desember 2024 secara hybrid, serta dihadiri oleh perwakilan dinas kelautan dan perikanan di 38 provinsi. Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan reformulasi penghitungan AKI yang akan diterapkan mulai tahun 2025. Reformulasi penghitungan AKI bertujuan memutakhirkan metodologi penghitungan yang dilakukan oleh Ditjen PDSPKP, KKP bersama dengan Badan Pusat Statistik (BPS), Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan (BBRSEKP), Institut Pertanian Bogor (IPB), serta Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Reformulasi penghitungan AKI menggunakan pendekatan konsumsi ikan di rumah tangga berbasis serapan tertimbang setara utuh segar. Berdasarkan simulasi penghitungan dengan menggunakan metode reformulasi, capaian AKI Nasional Tahun 2023 sebesar 25,07 Kg/Kapita/Tahun setara utuh segar.



Gambar 21. Pengenalan Reformulasi Penghitungan Angka Konsumsi Ikan Tahun 2025

6. Validasi data AKI Periode bulan Agustus-Desember 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 dientri 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.
7. Finalisasi data AKI periode bulanan tahun 2024. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 30 Desember 2024 secara hybrid, serta dihadiri oleh eselon II lingkup PDSPKP, validator AKI provinsi, dan enumerator AKI kabupaten/kota. Berdasarkan hasil finalisasi, terdapat 30 provinsi yang sudah memvalidasi data AKI bulan Januari-Desember 2024, sedangkan 8 provinsi lainnya masih terdapat bulan yang belum dientri. Sehubungan dengan hal tersebut, enumerator diberikan tambahan waktu untuk mengentri data sampai dengan minggu ke-1 bulan Januari tahun 2025.



Gambar 22. Finalisasi AKI Periode Bulanan Tahun 2024

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 961.139.934 atau setara dengan 99,93 % dari total pagu sebesar Rp 961.772.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 632.066 atau setara 0,07%.

3.2.6. 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

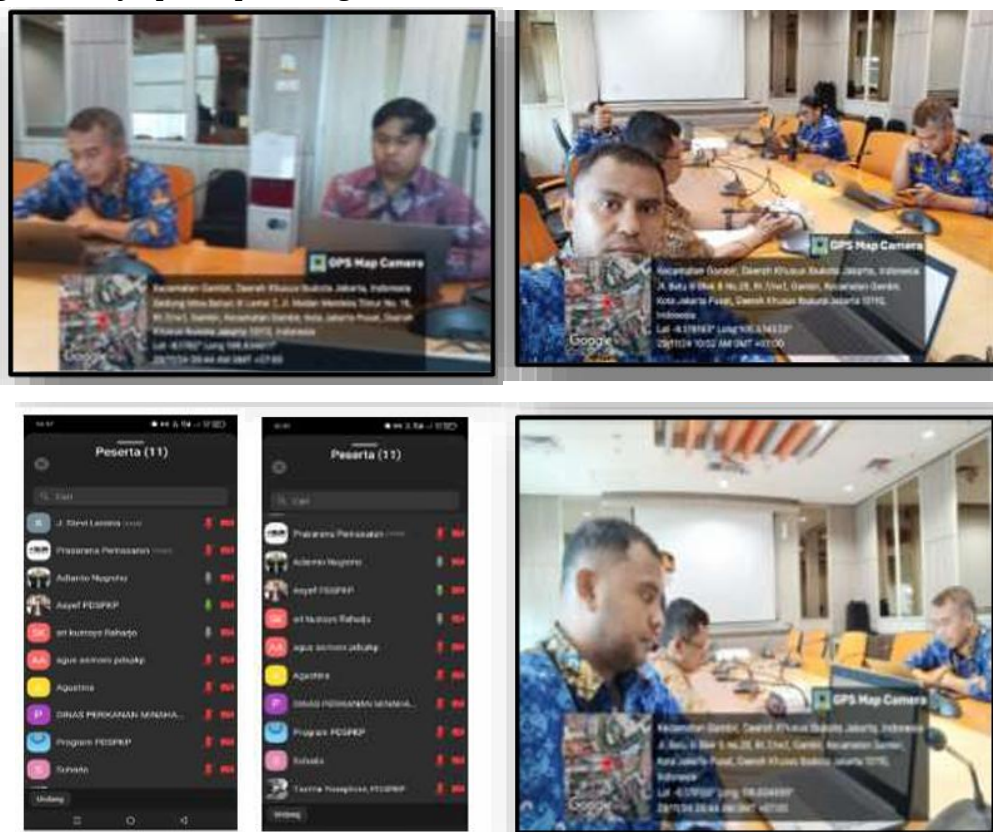
Proses pembuatan pra FS untuk pembangunan pasar ikan bertaraf internasional (rekomendasi kebijakan) sesuai dengan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 tentang Percepatan Pembangunan Industri Perikanan Nasional; Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2017 tentang Rencana 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi DenganPasar Ikan Bertaraf Internasional	2024*	1	1	100	1	1	100
	2023	1	1	100			
	2022	3	3	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Pendampingan Major Project Pendampingan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional pada tahun 2024 adalah sebesar 1 rekomendasi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 1 Rekomendasi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 1 atau setara 100% dari target 1, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 3 atau setara 100% dari target 3, maka capaian tahun 2024 setara dengan tahun 2023 yaitu sebesar 100%. Pada Tahun 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan. Adapun kegiatan pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan terintegrasi dengan Pasar ikan bertaraf internasional yang telah dilaksanakan yaitu:

Pada tanggal 29 November 2024 telah dilaksanakan rapat penyusunan pendampingan major project pembangunan pelabuhan perikanan terintegrasi dengan pasar ikan bertaraf internasional dengan Rekomendasi: Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa Utara dalam pelaksanaan Major Project Integrated Fishing Ports and International Fish Markets diharapkan dapat menindaklanjuti beberapa hal sebagai berikut: a. memastikan calon lokasi pembangunan (clear dan clean), termasuk memastikan kesiapan prasarana pendukungnya seperti akses jalan, air bersih, listrik, dan tempat pengelolaan sampah kawasan; b. menyiapkan dokumen perizinan yang diperlukan dalam proses pembangunan seperti PBG, UKL/UPL, ANDALALIN, PKPRL dan lain-lain; c. melakukan sosialisasi rencana pembangunan kepada masyarakat sekitar; d. mengalokasikan anggaran yang bersumber dari APBD dan sumber lainnya yang sah untuk pendampingan pembangunan, pemanfaatan dan pemeliharaan bangunan; e. menyiapkan rencana bisnis/analisa usaha dan calon pengelola; f. menyiapkan peraturan daerah terkait pengelolaannya pasca pembangunan.



Gambar 23. Rapat pembahasan pendampingan major project pasar ikan bertaraf Internasional

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 260.414.581 atau setara dengan 99,83 % dari total pagu sebesar Rp 260.852.000 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 437.419 atau setara 0,17%.

3.2.7. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (7)	Realisasi S.d 2024* (8)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (9)
Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan	2024*	4	4	100	4	4	100
	2023	6	6	100			
	2022	-	-				
	2021	-	-				
	2020	-	-				

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

Capaian indikator Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan pada tahun 2024 adalah sebesar 4 promosi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 4 Promosi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 6 atau setara 100% dari target 6 Promosi, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2022, 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan

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

Adapun kegiatan promosi skala internasional yang telah dilaksanakan pada Triwulan IV adalah 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) yang dilaksanakan di Boston, Amerika Serikat pada 10 - 12 Maret 2024. Kegiatan promosi dilakukan melalui 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 24. 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 25. 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 dipamerkan 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 26. 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 27. Indo Fisheries 2024 Expo & Forum

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 7.298.573.675,- atau setara dengan 99,87 % dari total pagu sebesar Rp 7.307.899.000,- dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 9.325.325 atau setara 0,13%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Kegiatan Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	2024*	194	194	100	194	194	100
	2023	185	185	100			
	2022	130	319	120			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Promosi Gemarikan yang dilaksanakan pada tahun 2024 adalah sebesar 194 Promosi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 194 Promosi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 185 atau setara 100% dari target 185 Promosi, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 130 atau setara 100% dari target 130 Promosi, maka capaian tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar -20% Pada Tahun 2021, dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan

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 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 194 kegiatan promosi yang terdiri dari 172 promosi dari kegiatan Perluasan Safari Gemarikan, 12 promosi dari kegiatan Bazar dan 10 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

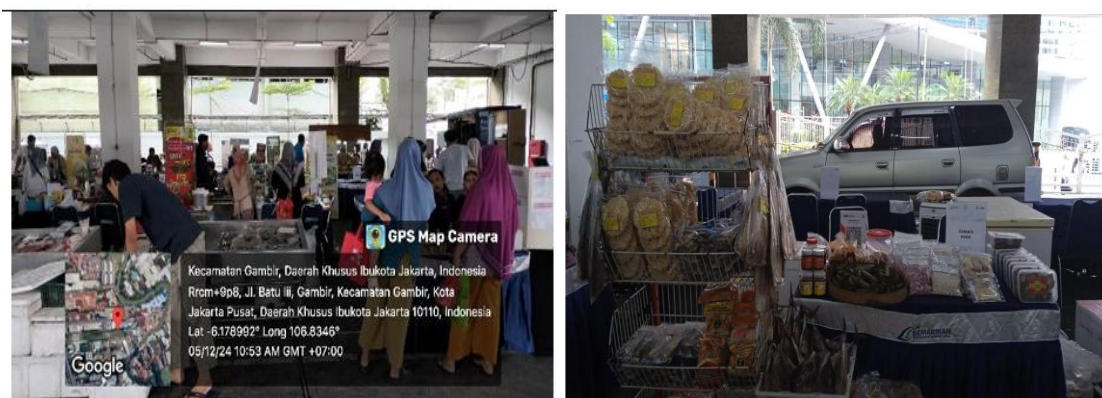
produk perikanan sebagai makanan kaya gizi dan protein serta menyerap produksi ikan/olahan ikan pada UMKM setempat serta pemenuhan gizi masyarakat. Pada kegiatan ini juga dilakukan distribusi Paket Gemarikan dengan tujuan untuk mengenalkan ragam produk olahan ikan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam tingkatan semua usia dan mengenalkan produk UMKM dan menjadi sumber pendapatan untuk UMKM setempat. Adapun lokasi Perluasan Safari Gemarikan yang telah dilaksanakan pada tahun 2024 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 28. Kampanye Gemarikan

2. Pelaksanaan Bazar di Gedung Minabahari 3 memiliki tujuan kegiatan untuk meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat, sekaligus mempromosikan produk – produk perikanan agar lebih dikenal luas. Sekaligus mendorong kemajuan UMKM di sektor perikanan untuk memperoleh sarana promosi dan pemasaran produknya lebih

luas dengan target peningkatan 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 Oktober dilaksanakan pada tanggal 3-4 Oktober 2024, bulan November dilaksanakan pada tanggal 7-8 November 2024, dan bulan Desember dilaksanakan pada tanggal 5-6 Desember 2024.



Gambar 29. 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 30. Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 36.669.296.344,- atau setara dengan 99,99 % dari total pagu sebesar Rp 36.672.802.000,- dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 3.505.656 atau setara 0,01%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJM N (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri	2024*	5	5	100	5	5	100
	2023	3	3	100			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri pada tahun 2024 adalah sebesar 5 Promosi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 5 Promosi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 3 atau setara 100% dari target 3 Promosi, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan

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

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun 2024 yaitu :

1. Keikutsertaan pameran produk pada Indonesia Tuna Investment & Business Forum yang diselenggarakan pada tanggal 25 Juni 2024 di JW Marriot, Surabaya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk melakukan promosi peluang investasi dan meningkatkan minat dan realisasi investasi hulu hilir komoditas tuna di Indonesia. Adapun booth expo pameran diisi oleh pelaku usaha yaitu : Marine Stewardship Council (MSC) dan Asosiasi Perikanan Pole & Line dan Handline Indonesia (AP2HI).



Gambar 31. Tuna Investment & Forum

2. Keikutsertaan pameran pada peringatan Hari Keluarga Nasional (Harganas) ke-31 Tahun 2024 yang diselenggarakan di Lapangan Pancasila, Simpang Lima, Kota Semarang, Jawa Tengah, pada tanggal 27-29 Juni 2024, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP)-Kementerian Kelautan dan Perikanan mengadakan kegiatan edukasi gemarikan kepada ibu-ibu PKK kota Semarang dan PKK provinsi Jawa Tengah. Pada kegiatan tersebut juga menampilkan aneka produk olahan ikan dan jajanan pasar bergizi dengan penambahan Hidrolisat Protein Ikan.



Gambar 32. Hari Keluarga Nasional

3. 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, Pejabat 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 33. Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bangga Berwisata di Indonesia

4. Keikutsertaan pameran pada peringatan Trade Expo Indonesia (TEI) 2024 pada tanggal 9-12 Oktober 2024 di ICE BSD, Tangerang. Trade Expo Indonesia (TEI) merupakan pameran dagang tahunan terbesar di Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan yang berfokus pada B2B (Business to Business) untuk mendorong pertumbuhan produk ekspor dan memperluas pasar ekspor. Pameran ini menampilkan berbagai produk dari sektor-sektor utama seperti makanan dan minuman, tekstil, furnitur, otomotif, elektronik, dan produk kerajinan tangan.



Gambar 34. Trade Expo Indonesia 2024

5. Peringatan Hari Nusantara Tahun 2024 yang diselenggarakan pada tanggal 13 Desember 2024 dilakukan di beberapa wilayah yaitu Pekanbaru Riau, Pekalongan Jawa Tengah, Biak Papua, Banjarmasin Kalimantan Selatan, Merauke (Papua Selatan dan Bitung Sulawesi Utara. Peringatan Hari Nusantara merupakan salah satu bentuk apresiasi dan penghargaan terhadap kekayaan budaya, kekuatan maritim, serta keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia sebagai negara kepulauan. Setiap tahunnya, Hari Nusantara diperingati untuk meningkatkan rasa cinta tanah air serta memperkuat semangat kebangsaan, khususnya dalam menjaga kedaulatan dan keutuhan wilayah laut Indonesia. IKKP menyediakan bahan dan melakukan pengawasan proses pemasakan, membantu distribusi dan membantu melaksanakan di sekolah dengan melibatkan semua UPT KKP di setiap titik pelaksanaan kegiatan.



Gambar 35. Hari Nusantara 2024

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 3.276.398.272,- atau setara dengan 99,75 % dari total pagu sebesar Rp 3.284.666.000,- dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 8.267.728 atau setara 0,25%.

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah	2024*	38	38	100	38	38	100
	2023	-	-	-			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 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 Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah pada tahun 2024 adalah sebesar 38 Promosi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan RPJMN sebesar 38 Promosi. Tahun 2023, 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri yang dilaksanakan oleh daerah ini anggaran diserahkan ke masing – masing daerah. Adapun salah satu kegiatan Safari Gemarikan yang dilakukan oleh daerah tahun 2024 yaitu Safari Gemarikan di Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi DI. Yogyakarta. Kegiatan berupa edukasi manfaat ikan bagi kesehatan dan pengaruhnya terhadap stunting yang disampaikan oleh Tim Dinas Kelautan dan perikanan DIY serta Puskesmas Samigaluh I dilakukan oleh KKP, Ketua Forikan DIY dan Tim Penggerak PKK Kulon Progo, Ibu Bupati Kulon Progo, Dinas Kelautan dan Perikanan DIY dan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Kulon Progo. Acara seremonial gemarikan pada tanggal 23 Oktober 2024 ini diawali dengan pemantauan kesehatan peserta. Kemudian dilanjutkan sambutan selamat datang oleh Kabid P2HP Dinas Kelautan dan Perikanan DIY, kemudian dilanjutkan dengan materi dari Kementerian Kelautan dan Perikanan sekaligus pembukaan secara resmi. Kemudian dilanjutkan materi dari BKKBN, GIZI UGM, dan Forikan DIY. Acara ini juga dihadiri oleh Ketua Tim Penggerak PKK Kabupaten DIY, Kepala SKPD terkait lingkup Pemerintah Provinsi DI. Yogyakarta dan Kabupaten Kulon Progo, BKKBN, Loka Riset Mekanisai Perikanan Yogyakarta, dan SKIPM. Distribusi paket gemarikan (olahan ikan) sebanyak 100 paket yang terdiri dari pemberian makanan berbahan baku ikan berupa ikan dalam bentuk frozen food (Kaki Naga Ikan, Otak-Otak Bandeng, dan Abon Ikan) 100 peserta yang terdiri Remaja, Ibu Hamil, Ibu dengan batita, Lansia dan Masyarakat Umum.



Gambar 36. Safari Gemarikan oleh Daerah 2024

3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan

3.2.8.IK.12. Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun

Jumlah Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun (Unit)	2024*	1	1	100	1	1	100
	2023	10	10	100			
	2022	8	6	75			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

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

Capaian indikator Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun pada tahun 2024 adalah sebesar 1 Unit, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan RPJMN sebesar 1 Unit. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 10 atau setara 100% dari target 10 Unit, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 6 atau setara 75% dari target 8 Unit, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar 25%, sedangkan capaian mengalami pertumbuhan 25%. Pada Tahun 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Telah terlaksana pembangunan area Pemotongan Ikan Pasar Fandoi tahun 2024 di Kabupaten Biak Numfor dengan kontraktor pelaksana CV. Gabriel Karya Gemilang dan masa kontrak mulai tanggal 31 Oktober 2024 sampai dengan tanggal 29 Desember 2024. Pengawasan

dilakukan oleh CV. Bulauwan Papua dan dinyatakan bahwa pekerjaan konstruksi telah selesai dilaksanakan pada tanggal 13 Desember 2024.



Gambar 37. Pasar Ikan Fandoi

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 1.813.997.569 atau setara dengan 99,88 % dari total pagu sebesar Rp 1.816.196.000,00 dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 2.198.431 atau setara 0,12%.

3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan

3.2.9.IK.13. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi i (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi i S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Lembaga Pengelola Pasar yang dibina	2024*	85	91	107,06	85	91	107,06
	2023	83	84	101,20			
	2022	8	15	120			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang dibina

Capaian indikator Lembaga Pengelola Pasar yang dibina pada tahun 2024 adalah sebesar 91 lembaga, atau setara dengan 107,06% terhadap target tahun 2024 dan RPJMN sebesar 85 Promosi. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 84 atau setara 101,20% dari target 83 Promosi, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 5,86%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 15 atau setara 120% dari target 8 lembaga, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar -12,94%. Pada Tahun 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan IV adalah di beberapa pasar di daerah jam operasional hanya sampai jam 09.00 WIB. Adapun keberhasilan atau pencapaian 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 21 lembaga yaitu :

1. Pasar Ikan Bersih Banyuasin,
2. Pasar Senen Yogyakarta,
3. Pasar Waru Yogyakarta,
4. Pasar Ikan Balekambang Solo,
5. Pasar Ikan Sidoarjo,
6. Pasar Simo Gunung Surabaya,
7. Pasar Ikan Sangatta Kalimantan Timur.

8. Pasar Maricaya Makasar,
9. Pasar Roebobo Kupang,
10. Pasar Fatubesi Kupang,
11. Pasar Agung Depok,
12. Pasar Musi Depok,
13. Pasar Sukatani Depok,
14. Pasar Rakyat Jabar Utara Depok,
15. Pasar Pucung Depok,
16. Pasar Senen Jakarta,
17. Pasar Nangka Bungur Jakarta,
18. Pasar Kemayoran Jakarta,
19. Pasar Gondangdia Jakarta,
20. Pasar Serdang Jakarta,
21. Pasar Sumur Batu Jakarta,

Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina di Sidoarjo, Pembinaan kepada pengelola pasar untuk meningkatkan pengetahuan tentang standar penanganan ikan yang baik. Depo Pemasaran Ikan di Sidoarjo menyediakan aneka ragam kebutuhan pokok masyarakat seperti ikan, daging, bumbu dapur dan sebagainya.. Untuk operasional pasar buka dari jam 04.00 - 10.00 WIB, tetapi untuk pasar ikannya operasional dari jam 03.00 dinihari sampai tengah hari. Di Pasar Sidoarjo menjual ikan air tawar dan ikan laut, jumlah pedagang ikan sekitar 50-80 orang. Pengelola Pasar Sidoarjo adalah Disperindag Kabupaten Sidoarjo. Asal ikan yang diperjual belikan berasal dari tambak daerah Waru dan Jabon serta hasil tangkapan nelayan dari daerah Pasuruan dan Probolinggo.



Gambar 38. Pembinaan Pasar di Sidoarjo

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 1.243,748,261,- atau setara dengan 99,83 % dari total pagu sebesar Rp 1,245,898,000,- dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 2.149.739 atau setara 0,17%.

3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran

3.2.10.IK.14. Peralatan Pemasaran yang disediakan

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Peralatan Pemasaran yang Disediakan	2024*	5470	5533	101,15	5470	5533	101,15
	2023	5329	5329	100			
	2022	2000	2000	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran

Capaian indikator Peralatan Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 5533 unit, atau setara dengan 101,15% terhadap target tahun 2024 dan RPJMN sebesar 5470 unit. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 5329 atau setara 100% dari target 5329 unit, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 1,15%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 2000 atau setara 100% dari target 2000 unit, maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar sebesar 1,15%. Pada Tahun 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Adapun kegiatan yang telah dilakukan di triwulan IV yaitu Telah mengirimkan bantuan pemerintah pada Tahun 2024 Ditjen PDSPKP mengalokasikan sebanyak 6.000 unit peralatan pemasaran berupa coolbox. Sampai dengan periode tahun 2024 Ditjen PDSPKP telah mengirimkan bantuan pemerintah dalam 3 tahap berupa peralatan pemasaran coolbox kapasitas 100 dan 120 liter sebanyak 5533 unit kepada 344 kelompok pelaku usaha kelautan dan perikanan di 101 kabupaten/kota dan 27 provinsi seluruh Indonesia oleh penyedia PT. Arafah dan PT. Surya Dinamis Nusantara Jaya.



Gambar 39. Penerima bantuan pemerintah berupa peralatan pemasaran tahun 2024

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan IV Tahun 2024 sebesar Rp 7.203.070.434,- atau setara dengan 99,90 % dari total pagu sebesar Rp 7.210.351.000,- dengan efisiensi anggaran sebesar Rp 7.280.566 atau setara 0,1%.

3.2.11. Nilai PNBP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP

3.2.11.IK.15. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN
--------------------------	--------------	---------------	------------------	---	---------------------	----------------------------	---

							(8)
Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	2024*	0,750	0,800	106,67	0,750	0,800	106,67
	2023	1,4	1,67	119,29			
	2022	1,4	1,4	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 18. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 0,800 miliar, atau setara dengan 106,67% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 0,750 miliar. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 1,67 miliar atau setara 119,29% dari target 1,4 miliar, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar -12,62%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 1,4 atau setara 100% dari target 1,4 miliar, maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar 6,67%. Pada Tahun 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran sudah melakukan penagihan ke PT.Perikanan Indonesia 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



Gambar 40. Rapat PNBP

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.

3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

3.2.12.IK.16. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang)

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 di bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan.

Indikator Kinerja (1)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Tenaga Kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (orang)	2024*	15286	15286	100	15286	15286	100
	2023	15581	17821	114,38			
	2022	9993	9993	100			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 19. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

Capaian indikator Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan pada tahun 2024 adalah sebesar 15286 Orang, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan RPJMN sebesar 15286 orang. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 17821 orang atau setara 114,38% dari target 15581 orang, maka capaian tahun 2024 mengalami pertunbuhan capaian sebesar -14,38%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 9993 atau setara 100% dari target 9993 orang, maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

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 41. 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.17. Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yang Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran

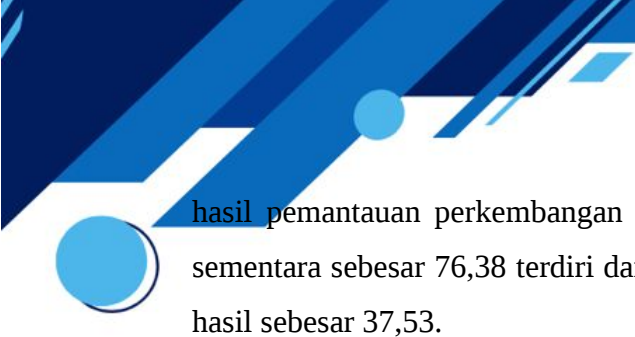
WBK adalah sebutan atau predikat yang diberikan kepada suatu unit kerja yang memenuhi sebagian besar manajemen perubahan, penataan tata laksana, penataan sistem manajemen SDM, penguatan pengawasan, dan penguatan akuntabilitas kinerja. Secara teknis unit kerja tersebut memperoleh hasil penilaian indikator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

Indikator Kinerja (1)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yang Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	2024*	75	85,63	114,17	75	85,63	114,17
	2023	75	80,24	106,99			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 20. 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 yang Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 85,63, atau setara dengan 114,17% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 75 (Nilai). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 80,24 (Nilai) atau setara 106,99% dari target 75 (Nilai), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 7,18%. Pada Tahun 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan. 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/DJPDSKP.1/OT.710/I/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 tanggal 2 - 4 September 2024 lingkup Direktorat Pemasaran telah melaksanakan kegiatan penyusunan kelengkapan Dokumen Pembangunan Zona Integritas di Kota Bogor, Jawa Barat dalam rangka menindaklanjuti hasil pemantauan pembangunan Zona Integritas oleh tim Inspektorat IV pada tanggal 1 - 5 April 2024, adapun hasil kegiatan tersebut antara lain:

1. Koordinasi Penyusunan Kelengkapan Dokumen Zona Integritas Lingkup Direktorat Pemasaran di Bogor Jawa Barat dilaksanakan pada hari Senin – Rabu pada tanggal 02 – 04 September 2024 di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat.
2. Kegiatan Penyusunan Kelengkapan Dokumen Zona Integritas Lingkup Direktorat Pemasaran dilaksanakan di kota Bogor di Hotel Bigland Bogor di Ruang Ballroom A Selama 3(Tiga) Hari dengan Mengundang Masing Koordinator Setiap Ketua Tim Kerja Direktorat Pemasaran.
3. Pembahasan Masing – Masing Koordinator diantaranya Area Agen Perubahan, Area Penataan Sistem Manajemen SDM, Area Penguatan Akuntabilitas, Area Penguatan Pengawasan, Area Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik dan Area Peningkatan Hasil.
4. Kegiatan di tanggal 03 September 2024 Mengundang Sekretariat Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan Tim Kerja SDMAO PDSPKP untuk verifikasi data yang sudah dikumpulkan masing Ketua Kelompok atau koordinasi masing – masing area.
5. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 90 Tahun 2021 tentang Pembangunan dan Evaluasi Zona Integritas Menuju Wilayah Bebas dari Korupsi dan Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani di Instansi Pemerintah
6. Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 49 Tahun 2021 tentang Pembangunan Integritas di Lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan
7. Keputusan Inspektur Jenderal Nomor 26 Tahun 2022 tentang Petunjuk Teknis Pengawasan Pembangunan Zona Integritas Menuju Wilayah Bebas dari

Korupsi/Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani pada Unit Kerja di Lingkungan Kementerian Kelautan dan Perikanan

8. Mengendalikan Kegiatan Pelaksanaan Pembangunan Zona Integritas Menuju WBK dan WBBM serta menjadi Agen Perubahan dan Mengimplementasikan Program dan Kegiatan Reformasi di Direktorat Pemasaran.
9. Memberikan arahan kepada Tim Pelaksana Pembangunan Zona Integritas menuju WBK dan WBBM agar melaksanakan tugas dengan baik sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Gambar 42. Koordinasi Penyusunan Kelengkapan Dokumen WBK

3.2.13.IK.18. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi	2024*	100	100	100	100	100	100
	2023	100	100	100			
	2022	-	-	-			

KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (Data)	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 21. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP

Capaian indikator Pelaksanaan Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP pada tahun 2024 adalah sebesar 100 (%), atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 100 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 100 (%) atau setara 100% dari target 100 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Pada Tahun 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

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 43. Gerai Perijinan dan Capaian pendataan KUSUKA

Dalam hal kegiatan ini tidak terdapat penggunaan anggaran. capaian triwulan IV 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.

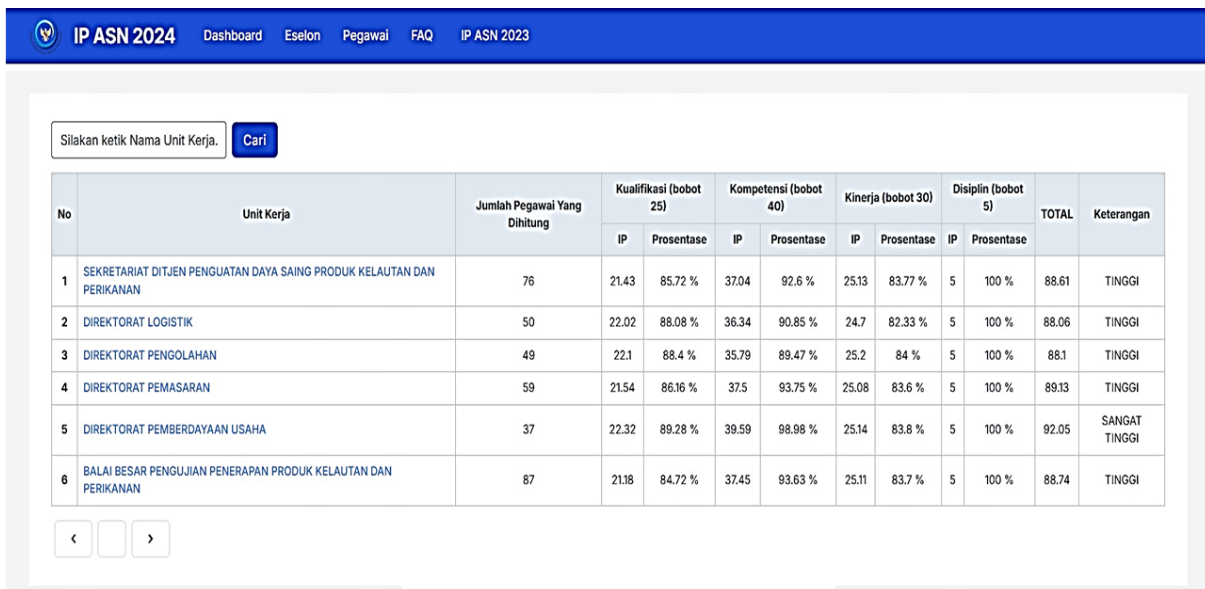
3.2.13.IK.19. Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran

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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	2024*	87	89,13	102,45	87	89,13	102,45
	2023	83,20	89	106,97			
	2022	74	85,41	115,42			
	2021	73	84,85	115,68			
	2020	72	77,38	107,47			

Tabel 22. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar

Capaian indikator Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 89,13, atau setara dengan 102,45% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 87 (Indeks). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 89 (Indeks) atau setara 106,97% dari target 83,20 (Indeks), maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar 4,52%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 85,41 (Indeks) atau setara 115,42% dari target 74 (Indeks), maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar 12,97%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 84,85 (Indeks) atau setara 115,68% dari target 73 (Indeks), maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar 13,23%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 77,38 (Indeks) atau setara 107,47% dari target 72 (Indeks), maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar 5,02%.



The screenshot shows the 'IP ASN 2024' dashboard. At the top, there is a navigation bar with links: Dashboard, Eselon, Pegawai, FAQ, and IP ASN 2023. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'Silakan ketik Nama Unit Kerja.' and a 'Cari' button. The main content area displays a table with the following columns: No, Unit Kerja, Jumlah Pegawai Yang Dihitung, Kualifikasi (bobot 25), Kompetensi (bobot 40), Kinerja (bobot 30), Disiplin (bobot 5), TOTAL, and Keterangan. The table lists six units with their respective scores and percentages.

No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai Yang Dihitung	Kualifikasi (bobot 25)		Kompetensi (bobot 40)		Kinerja (bobot 30)		Disiplin (bobot 5)		TOTAL	Keterangan
			IP	Prosentase	IP	Prosentase	IP	Prosentase	IP	Prosentase		
1	SEKRETARIAT DITJEN PENGUATAN DAYA SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN	76	21.43	85.72 %	37.04	92.6 %	25.13	83.77 %	5	100 %	88.61	TINGGI
2	DIREKTORAT LOGISTIK	50	22.02	88.08 %	36.34	90.85 %	24.7	82.33 %	5	100 %	88.06	TINGGI
3	DIREKTORAT PENGOLAHAN	49	22.1	88.4 %	35.79	89.47 %	25.2	84 %	5	100 %	88.1	TINGGI
4	DIREKTORAT PEMASARAN	59	21.54	86.16 %	37.5	93.75 %	25.08	83.6 %	5	100 %	89.13	TINGGI
5	DIREKTORAT PEMBERDAYAAN USAHA	37	22.32	89.28 %	39.59	98.98 %	25.14	83.8 %	5	100 %	92.05	SANGAT TINGGI
6	BALAI BESAR PENGUJIAN PENERAPAN PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN	87	21.18	84.72 %	37.45	93.63 %	25.11	83.7 %	5	100 %	88.74	TINGGI

Gambar 44. IP ASN Direktorat Pemasaran

3.2.13.IK.20. Nilai 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	2024*	84	84,60	100,71	84	84,60	100,71
	2023	80,50	84,05	104,41			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			
	2020	-	-	-			

Tabel 23. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 84,60, atau setara dengan 100,71% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 84 (Nilai). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 84,05 (Nilai) atau setara 104,41% dari target 80,50 (Nilai), maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar sebesar 3,7%. Pada Tahun 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan. 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;
3. Keikutsertaan pada finalisasi PM SAKIP tahun 2024 lingkup Ditjen PDSPKP tanggal 27-28 Juni 2024.



Gambar 45. Keikutsertaan rapat SAKIP di lingkup PDSPKP

3.2.13.IK.21 Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Lingkup 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (7)	Realisasi S.d 2024* (8)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (9)
Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Lingkup	2024*	100	100	100	100	100	100
	2023	100	100	100			
	2022	75	75	100			
	2021	75	100	133,33			

Direktorat Pemasaran (%)	2020	-	-	-			
--------------------------	------	---	---	---	--	--	--

Tabel 24. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Ditsar

Lampiran: 328/DJPDSPKP.1/TU.210/I/2025
Tanggal : 15 Januari 2025

No	Unit Kerja	Nilai Temuan (Rp)	Nilai Tindak Lanjut (Rp)	Capaian (%)
1.	Sekretariat Ditjen PDSPKP	4.315.838	4.315.838	100
2.	Direktorat Logistik	66.401.426	66.401.426	100
3.	Direktorat Pengolahan	124.329.528	124.329.528	100
4.	Direktorat Pemasaran	58.916.443	58.916.443	100
5.	Direktorat Pemberdayaan Usaha	1.800.000	1.800.000	100
6.	BBP3KP	1.850.000	1.850.000	100
		257.613.235	257.613.235	100

Gambar 46. Nilai Temuan BPK lingkup PDSPKP

Capaian indikator Persentase Penyelesaian Temuan BPK di Lingkup Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 100 atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 100 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 100 (%) atau setara 100% dari target 100 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 75 (%) atau setara 100% dari target 75 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 100 (%) atau setara 133% dari target 75 maka capaian tahun 2024 mengalami penurunan capaian sebesar 33,33%. Pada Tahun 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

3.2.13.IK.22. Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang 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.

Indikator Kinerja (1)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	2024*	80	100	120	80	100	120
	2023	75	100	120			
	2022	70	100	120			
	2021	65	97,40	149,85			
	2020	60	98,86	164,77			

Tabel 25. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan

Capaian indikator Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 100 atau setara dengan 120% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 100 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 100 (%) atau setara 120% dari target 75 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 100%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 100 (%) atau setara 120% dari target 70 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 120%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 97,40 (%) atau setara 149,85% dari target 65 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar -29,85%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar

98,86 (%) atau setara 164,77% dari target 60 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar -44,77%.

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

No	Unit Kerja	Jumlah Rekom	Tindak Lanjut (Tuntas)	% Tuntas	Sisa Rekom	(%) Sisa Rekom
1.	Direktorat Logistik	35	35	100	0	0
2.	Direktorat Pengolahan	19	17	89,47	2	10,53
3.	Direktorat Pemberdayaan Usaha	19	19	100	0	0
4.	Direktorat Pemasaran	31	31	100	0	0
5.	Setditjen PDSPKP	78	75	96,15	3	3,85
6.	BBP3KP	11	11	100	0	0
TOTAL		193	188	97,41	5	2,59

Gambar 47. Rekomendasi hasil pengawasan

3.2.13.IK.23. Inovasi Pelayanan Publik yang 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJM N (6)	Realisasi i S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada unit kerja	2024*	1	1	100	1	1	100
	2023	1	1	100			
	2022	-	-	-			
	2021	-	-	-			

Direktorat Pemasaran (Inovasi)	2020	-	-	-			
--------------------------------	------	---	---	---	--	--	--

Tabel 26. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Ditsar

Capaian indikator Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 1 Inovasi, atau setara dengan 100% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 1 (Inovasi). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 1 (Inovasi) atau setara 100% dari target 1 (Inovasi), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar 1 Inovasi. Pada Tahun 2022, 2021 dan 2020 belum bisa dibandingkan pencapaian dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan IV 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 48. Sertifikat KURAS IKAN

3.2.13.IK.24. Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan Manajemen Pengetahuan yang Terstandar (%)	2024*	94	133,33	120	94	133,33	120
	2023	92	133,33	120			
	2022	86	100	116,28			
	2021	84	99,54	118,54			
	2020	82	100	121,95			

Tabel 27. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Unit Kerja Ditsar yg Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yg Terstandar

Capaian indikator Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yang Terstandar pada tahun 2024 adalah sebesar 133,33 (%), atau setara dengan 120% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 94 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 133,33 (%) atau setara 120% dari target 92 (%), maka capaian tahun 2024 setara dengan capaian sebesar sebesar 120%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 100 (%) atau setara 116,28% dari target 86 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 3,72%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 99,54 (%) atau setara 118,54% dari target 84 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 1,46%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 100 (%) atau setara 121,95% dari target 82 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar -1,95%.

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 (bitrix)
 - 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 pada setiap triwulan untuk diolah dan dijadikan nilai IKU MP masing-masing unit kerja eselon I.

CAPAIAN DJPDSPKP



Gambar 49. Hasil Sistem manajemen pengetahuan yang terstandar

3.2.13.IK.25. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJM N (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	2024*	95	99,93	105,19	95	99,93	105,19
	2023	95	99,78	105,03			
	2022	90	97,27	120			
	2021	-	-	-			
	2020	88	88,62	100,70			

Tabel 28. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Ditsar

Capaian indikator Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 99,93 (%), atau setara dengan 105,19% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 95 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 99,78 (%) atau setara 105,03% dari target 95 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 0,16%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 97,27 (%) atau setara 120% dari target 90 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar -14,81%. Pada tahun 2021 belum bisa dibandingkan dengan tahun 2024 dikarenakan belum terdapat target yang ditetapkan. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 88,62 (%) atau setara 100,70% dari target 88 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 4,49%.

LAPORAN KETERSEDIAAN DANA DETAIL TA 2024

Per Program; Kegiatan; Output; SubOutput; Komponen; SubKomponen; Akun; Item;

Periode Desember 2024

Kementerian:032KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN

Unit Organisasi06DITJEN PENGUATAN DAYA SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN

Satuan Kerja :622131SEKRETARIAT DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN

Hal 1 dari 23

Uraian	Pagu Revisi	Lock Pagu	Realisasi TA 2024				SISA ANGGARAN
			Periode Lalu	Periode Ini	s.d. Periode	%	
JUMLAH SELURUHNYA	60,700,020,000	0	54,101,534,092	6,558,973,499	60,660,507,591	99.93 %	39,512,409
EC Program Nilai Tambah dan Daya Saing Industri	60,700,020,000	0	54,101,534,092	6,558,973,499	60,660,507,591	99.93 %	39,512,409
EC.2357 Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	60,700,020,000	0	54,101,534,092	6,558,973,499	60,660,507,591	99.93 %	39,512,409

Gambar 50. Realisasi anggaran Direktorat Pemasaran

3.2.13.IK.26. Tingkat Efektifitas 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. 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)	Tahun (2)	Target (3)	Realisasi (4)	Persentase Realisasi Terhadap Target (5)	Target RPJMN (6)	Realisasi S.d 2024* (7)	Persentase Realisasi S.d 2024 terhadap Target RPJMN (8)
Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	2024*	80	92,44	115,55	80	92,44	115,55
	2023	77,50	95,32	120			
	2022	75	86,88	115,84			
	2021	72,5	72,08	99,42			
	2020	70	79,55	113,64			

Tabel 29. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian indikator Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 adalah sebesar 92,44 (%), atau setara dengan 115,55% terhadap target tahun 2024 dan target RPJMN sebesar 80 (%). Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2023 sebesar 95,32 (%) atau setara 120% dari target 77,50 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar -4,45%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2022 sebesar 86,88 (%) atau setara 115,84% dari target 75 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar -0,29%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2021 sebesar 72,08 (%) atau setara 99,42% dari target 72,5 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 16,13%. Jika dibandingkan dengan capaian tahun 2020 sebesar 79,55 (%) atau setara 113,64% dari target 70 (%), maka capaian tahun 2024 mengalami pertumbuhan capaian sebesar sebesar 1,91%.

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 mencapai indikator kinerja nilai ekspor dan angka konsumsi ikan.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Prioritas /Bantuan Pemerintah Lingkup Ditjen PDSPKP Tahun 2023

Jenis Bantuan	Jumlah		Skor			
	Bantuan	Dievaluasi	PT	IG	AT	Total *
Gudang Beku Portabel	3	3	80,00	8,67	10,00	98,67
Kendaraan Berpendingin	5	5	78,00	9,80	10,00	97,80
Pabrik Es	3	3	65,00	7,50	3,33	75,83
Chest Freezer	29	27	78,89	7,50	5,93	92,31
Pasar Ikan Bersih	2	2	77,50	8,75	10,00	96,25
Ditjen PDSPKP**	42	40	77,75	7,94	6,75	92,44

Gambar 51. Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Bantuan Pemerintah

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. 60.700.020.000 (Diluar anggaran yang di AA). Adapun reralisasi anggaraan sampai dengan Triwulan IV tahun 2024 sebesar Rp. 60.660.507.591, atau setara 99.93 % dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KR O/RO	PAGU AWAL (Rp)	PAGU SETELAH AA (Rp)	REALISASI		SISA ANGGARAN (Rp)
			KEUANGAN (Rp)	%	
Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang dibina	1.500.000.000	1,245,898,000	1,243,748,261	99.83%	2,149,739
Rekomendasi Kebijakan Pendampingan Major Project Pelabuhan Perikanan yang Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	500.000.000	260,852,000	260,414,581	99.83%	437,419
Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	1.500.000.000	1,090,590,000	1,085,845,032	99.56 %	4,744,968
Kampanye Gerakan Masyarakat Makan Ikan (Gemarikan)	35.180.900.000	36,672,802,000	36,669,296,344	99.99 %	3,505,656
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Skala Internasional	9.000.000.000	7,307,899,000	7,298,573,675	99.87 %	9,325,325

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri	2.000.000.000	3,284,666,000	3,276,398,272	99.75%	8,267,728
Peralatan Pemasaran	8.100.000.000	7,210,351,000	7,203,070,343	99.90 %	7,280,566
Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	648,202,000	439,426,952	99.96 %	252,409
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	961.772,000	961,139,934	99.93 %	632,066
Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	14.500.000.000	1,816,196,000	1,813,997,569	99.88 %	2,198,431
Bursa Pasar Ikan	500.000.000	200,792,000	200,073,898	99.64 %	718,102
JUMLAH	74.780.900.000	60.700.020.000	60.660.507.591	99.93 %	39,512,409

Tabel 30. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan IV Tahun 2024

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Triwulan IV Tahun 2024 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari Oktober sampai dengan Desember 2024. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerja sampai dengan Triwulan IV sebesar 104,30 % (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Triwulan IV diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Potensi); Capaian 110 Juta USD atau setara 110% dari target tahun 2024 yaitu 100 Juta USD.
2. IKK Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi); Capaian 21 provinsi atau setara 116,67% dari target tahun 2024 yaitu 18 provinsi.
3. IKK Sistem Informasi Bursa Ikan yang dibangun (sistem informasi); capaian 1 sistem informasi atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 1 sistem informasi.
4. IKK Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (forum); capaian 3 forum atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 3 forum
5. IKK Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (data); capaian 4 data atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 4 data
6. IKK Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (data); capaian 4 data; capaian 4 Data atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 4 data.
7. IKK Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (rekomendasi); target 1 rekomendasi; capaian 1 rekomendasi, atau setara 100% dari target Tahun 2024 yaitu 1 Target rekomendasi.
8. IKK Persentase Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan (promosi); target 4 promosi; capaian 4 promosi atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 4 promosi
9. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (promosi); target 194 promosi, capaian 100 promosi atau setara 100,00 % dari target tahun 2024 yaitu 194 promosi.
10. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri (promosi); capaian 5 promosi atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 5 promosi

11. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh daerah (promosi); capaian 38 promosi atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 38 promosi.
12. IKK Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun (unit); capaian 1 unit setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 1 unit.
13. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang dibina (lembaga); capaian 91 lembaga atau setara 110% dari target tahun 2024 yaitu 85 lembaga
14. IKK Peralatan Pemasaran yang disediakan (unit); capaian 5533 atau setara 101,15% dari target tahun 2024 yaitu 5470 unit.
15. IKK Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat (miliar); capaian 0,800 miliar atau setara 106,67% dari target tahun 2024 yaitu 0,750 miliar.
16. IKK Tenaga Kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (orang); capaian 15.286 orang atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 15.286 orang.
17. IKK Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah bebas dari korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (nilai); capaian 85,63 atau setara 114,17% dari target tahun 2024 yaitu 75 Nilai
18. IKK Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (indeks); capaian 89,13 indeks atau setara 102,45% dari target tahun 2024 yaitu 87 indeks.
19. IKK Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai); capaian 84,60 Nilai atau setara 100,71% dari target tahun 2024 yaitu 84 Nilai.
20. IKK Batas Tertinggi Nilai Temuan Laporan Hasil Pemeriksaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (%); capaian 100 atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 100%
21. IKK Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%); capaian 100 (%) atau setara 120% dari target 80 (%).
22. IKK Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi); capaian 1 Inovasi atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 1 Inovasi.
23. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%); capaian 133 (%) atau setara 120% dari target tahun 2024 yaitu 94 (%)
24. IKK Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%); capaian 99,93 (%) atau setara 105,19% dari target tahun 2024 yaitu 95 (%).

25. IKK Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%); capaian 96,25 (%) atau setara 120% dari target tahun 2024 yaitu 80 (%).
26. IKK Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA lingkup Ditjen PDSPKP (%); capaian 100 (%) atau setara 100% dari target tahun 2024 yaitu 100 (%)

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
Profil Akses Pasar Dalam Negeri	Permohonan raw data Susenas BPS Tahun 2024 melalui Pusdatin KKP	Melakukan koordinasi bersama Pusdatin terkait data yang akan diolah terkait penghitungan Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024

Tabel 31. Permasalah 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 III Tahun 2023	Tindak Lanjut pada Triwulan IV Tahun 2024
Sarana dan Kelembagaan Pemasaran	1. Melakukan percepatan penyelesaian pengiriman coolbox tahun 2024	1. Telah Melakukan pengiriman sebanyak 5533 unit coolbox dengan no BAST B.9500/DJPDSPKP.1/PL.750/X/2024
Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan	1. Tersusunnya Booklet Bilingual komoditas Tilapia untuk memperkuat profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan	1. Telah melaksanakan rapat penyusunan Booklet Bilingual Profil Pasar Ekspor Komoditas Tilapia dengan no. B.2456/DJPDSPKP.5/PDS.320/X/2024

Tabel 32. Perbandingan Tindak Lanjut TW III 2024 dan TW IV 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

**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 Dwiyan**

Jabatan : Direktur Pemasaran

Selanjutnya disebut pihak pertama

Nama : **Budi Sulistiyo**

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, 24 Desember 2024

Pihak Kedua

Direktur Jenderal
Penguatan Daya Saing Produk Kelautan
dan Perikanan

Budi Sulistiyo

Pihak Pertama

Direktur Pemasaran

Erwin Dwiyan

4.4.2 Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024 DIREKTORAT PEMASARAN

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional	1	Potensi Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	100
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)	1
7	Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	8	Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi)	4
		9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	194
		10	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri (Promosi)	5
		11	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri oleh daerah (Promosi)	38
8	Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan	12	Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan yang dibangun	1

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
	Perikanan			
9	Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	13	Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga)	85
10	Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	14	Peralatan Pemasaran yang Disediakan (Unit)	5470
11	Nilai PNBP Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	15	Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	0,750
12	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	16	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	17	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
		18	Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (%)	100
		19	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
		20	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	84
		21	Persentase Penyelesaian Temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%)	100
		22	Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
		23	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
		24	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94
		25	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95
		26	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80

4.4.3 Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024

DATA ANGGARAN

NO	KEGIATAN	ANGGARAN (Rp.000)
1	Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	60.700.020
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024		60.700.020

Jakarta, 24 Desember 2024

Pihak Kedua

Direktur Jenderal
Penguatan Daya Saing Produk Kelautan
dan Perikanan


Budi Sulistiyo

Pihak Pertama

Direktur Pemasaran


Erwin Dwiyan