

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

NOTA DINAS
NOMOR 2120/DJPDSPKP.5/TU.210/X/2025

Yth. : Sekretaris Direktorat Jenderal PDSPKP
Dari : Direktur Pemasaran
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penyampaian LKJ Triwulan III Direktorat Pemasaran TA. 2025
Tanggal : 13 Oktober 2025

Sebagai bentuk pertanggungjawaban penyelenggaraan tata pemerintahan yang baik, bersih, berwibawa, profesional, dan bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi publik dan pelaksanaan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah, bersama ini kami sampaikan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran periode Triwulan III Tahun 2025

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.


Erwin Dwiyan

Tembusan:
Direktur Jenderal PDSPKP



KEMENTERIAN
KELAUTAN DAN
PERIKANAN



KKP
2025
#RISETOGETHER

panganbiru

LAPORAN KINERJA TRIWULAN 3 2025

DIREKTORAT PEMASARAN
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN DAYA SAING
PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN



CERDAS
Cepat Efisien Responsif Digitalisasi Adaptasi Sinergi



BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

KATA PENGANTAR

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

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai capaian kinerja dari tujuh tim kerja teknis (Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri, Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri, Analisis Pasar Luar Negeri, Promosi Dalam Negeri, Prasarana Pemasaran, Sarana Kelembagaan Pemasaran, dan Kurasi Produk Perikanan) dan satu tim kerja Dukungan Manajerial. Laporan ini juga memuat hasil-hasil pelaksanaan program dan kegiatan serta permasalahan yang dihadapi selama periode Juli – September Tahun 2025.

Dari 15 indikator kinerja pada Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025, sebanyak 3 (tiga) telah dilakukan pengukuran pada Triwulan III Tahun 2025, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada Triwulan III. Berdasarkan hasil pengukuran Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan III Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105,41%, dengan 3 dari 15 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan III Tahun 2025.

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

Jakarta, 13 Oktober 2025

Direktur Pemasaran



Erwin Dwiyan S.Pi., M.Sc

TIM PENYUSUN

PENGARAH

Direktur Pemasaran

PENYUSUN

Tim Penyusunan Pelaporan Direktorat Pemasaran

KONTRIBUTOR

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

IKHTISAR EKSEKUTIF

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

Sesuai dengan Rencana Kinerja dan Perjanjian Kinerja Tahun 2025, Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP melakukan pengukuran terhadap Kegiatan Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan untuk mencapai tujuan strategis meningkatkan volume produk olahan kelautan dan perikanan. Tujuan strategis di atas selanjutnya dijabarkan dalam sasaran strategis Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP yang telah ditetapkan dalam bentuk perjanjian kinerja antara Direktur Pemasaran dengan Direktur Jenderal PDSPKP, yang terdiri atas 4 Sasaran kegiatan dan 15 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 15 indikator kinerja tersebut sebanyak 3 (tiga) telah dilakukan pengukuran pada Triwulan III Tahun 2025, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada Triwulan III. Berdasarkan hasil pengukuran Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan III Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105,41%, dengan 3 dari 15 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan III Tahun 2025.

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

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

Dari 15 indikator kinerja tersebut seluruhnya telah dilakukan pengukuran pada Triwulan III Tahun 2025. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Direktorat Pemasaran pada Triwulan III Tahun 2025 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 105.41%. Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025 adalah sebagai berikut:

1. Dari 15 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 10 indikator kinerja bersifat tahunan, 2 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 3 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 10 indikator kinerja dimaksud yaitu (1) Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (%), (2) Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (%), (3) Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional (Juta USD), (4) Kontribusi Protein Ikan terhadap Sumber Protein Hewani (%), (5) Persentase Penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%), (6) Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis Direktorat Pemasaran (%), (7) Nilai Minimal yang Diperkirakan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai), (8) Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran (Nilai), (9) Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi), (10) Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (%).
3. Dua indikator kinerja yang bersifat semesteran yaitu (1) Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (%) dan (2) Indeks Profesionalitas ASN Direktorat Pemasaran (Indeks).
4. Sedangkan tiga indikator kinerja yang bersifat triwulanan yaitu (1) Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan (%), (2) Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (%), (3) Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja Direktorat Pemasaran (%).

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan atas capaian dan akuntabilitas kinerja sampai dengan Triwulan III Tahun 2025, seluruh Sasaran Kegiatan (SK) dan Indikator

Kinerja Kegiatan Direktorat Pemasaran mencapai target yang telah ditetapkan. Berdasarkan aplikasi kinerjaku KKP Nilai Kinerja Organisasi (NKO) pada periode pelaporan Triwulan III adalah sebesar 105,41% (kategori Baik). Nilai tersebut diperoleh dari capaian kinerja yang ditargetnya pada Triwulan III Tahun 2025. Adapun rincian capaian periode Triwulan III Tahun 2025 yaitu:

1. IKK Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan

Capaian Indikator Kinerja Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan pada Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 2% peningkatan produk, setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 atau setara 40,00% dari target Tahun 2025 yaitu 5%.

Adapun kegiatan peningkatan produk ini yaitu pelaksanaan promosi gemarikan di beberapa daerah antara lain: 1. Kabupaten Tabanan, 2. Kabupaten Bireun, 3. Kabupaten Aceh Timur, 4. Kabupaten Aceh Utara, 5. Kabupaten Majene, 6. Kabupaten Polewali Mandar 7. Kabupaten Kep. Sula, 8. Kabupaten Cirebon, 9. Kabupaten Indramayu, 10. Kabupaten Lampung Tengah, 11. Kabupaten Tulangbawang, 12. Kabupaten Lampung Timur, 13. Kota Batam, 14. Kota Padang, 15. Kabupaten Kep. Mentawai, 16. Kabupaten Ogan Ilir, 17. Kabupaten Bandung Barat, 18. Kabupaten Sukoharjo, 19. Kota Surakarta, 20. Kabupaten Ciamis, 21. Kabupaten Gunung Kidul, 22. Kabupaten Bantul.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 7.121.094.022,- atau setara dengan 17,22% dari total pagu Rp 41.362.790.000,-.

2. Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina

Capaian Indikator kinerja Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina pada Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 60% pembinaan pelaku usaha pemasaran yaitu 400 pelaku usaha pemasaran, setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 atau setara 66,67% dari target Tahun 2025 atau 600 pelaku usaha pemasaran.

Adapun kegiatan Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina di beberapa daerah antara lain 1. Pasar Ikan Modern Muara Baru Jakarta, 2. Kabupaten Purworejo, dan 3. Kabupaten Ciamis, 4. Kabupaten Sukabumi, dan 5. Kota Tangerang.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 70.698.900,- atau setara dengan 15,99% dari total pagu Rp441.885.000,-.

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

Capaian Indikator kinerja Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Triwulan III Tahun 2025 telah melaksanakan 1 kegiatan dengan output 1 dokumen atau setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 yaitu 1 dokumen. Kegiatan berupa pemantauan tindak lanjut dengan hasil terdapat 3 (tiga) Laporan Hasil Pengawasan (LHP) Itjen yang disampaikan pada <https://sidak.kkp.go.id/>, dengan rincian 9 temuan dan 21 rekomendasi dengan nilai keuangan Rp10.200.000,00. Atas rekomendasi tersebut, seluruh rekomendasi telah tuntas ditindaklanjuti dan telah dilakukan penyetoran ke Kas Negara senilai Rp10.200.000,00 dengan Nomor NTPN 9FC097QLV2GMU52N, tanggal 26 Juni 2025 dengan Keterangan Pengembalian Belanja Pembayaran Honorarium yang Melebihi SBM pada Kegiatan Gemarikan TA 2024.

Pada Triwulan III Tahun 2025 Alokasi Anggaran Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 sebesar Rp86.845.450.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 41.362.790.000 (Di luar anggaran yang di Blokir). Adapun realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp. 7.121.094.222, atau setara 17.22 % dari total anggaran pada DIPA.

DAFTAR ISI

TIM PENYUSUN	1
IKHTISAR EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR LAMPIRAN	9
BAB I	10
PENDAHULUAN	10
1.1. LATAR BELAKANG	10
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	12
1.3. TUGAS DAN FUNGSI	12
1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA	13
1.5. PERMASALAHAN UTAMA	14
1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN	15
BAB II	16
PERENCANAAN KINERJA	16
2.1 RENCANA STRATEGIS	16
2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN	16
BAB III	21
AKUNTABILITAS KINERJA	21
3.1. CAPAIAN KINERJA	21
3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA	23
3.2.1. Sasaran Strategis 1 Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut	23
3.2.2. Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri	26
3.2.3. Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani	34
3.2.4. Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	48
3.2.4.IK.14. Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	56
3.3.5 REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN	61
BAB IV	62
PENUTUP	62
4.1. KESIMPULAN	62
4.2. PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI	64
4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2025	65
4.4. LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025.....	20
Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025.....	22
Tabel 3. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan.....	23
Tabel 4. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	26
Tabel 5. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional.....	32
Tabel 6. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani.....	34
Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan.....	39
Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina	42
Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan	43
Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti	47
Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan	49
Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian temuan BPK	50
Tabel 13. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tingkat Efektifitas Program Prioritas/Strategi di Direktorat Pemasaran.	51
Tabel 14. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat menuju wilayah bebas korupsi (WBK)	52
Tabel 15. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP	55
Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran.....	57
Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran	12
Gambar 2. Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran.....	14
Gambar 3. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW III Tahun 2025.....	21
Gambar 4. Rapat Business Matching food Ingredients Europe 2025	24
Gambar 5. Kerjasama Pemasaran Rumput Laut	25
Gambar 6. Rapat persiapan pameran rumput laut skala internasional Food Ingredients Europe 2025.....	25
Gambar 7. Rapat pembahasan substansi permen KP SHTI.....	27
Gambar 8. Rapat ASEAN Tuna Working Group ke-32	28
Gambar 9. Rapat Pemenuhan Persyaratan Ekspor ke pasar AS terkait Marine Mammals Protection Act (MMPA)	29
Gambar 10. Rapat Analisis Dampak Kebijakan Tarif Resiprokal Terhadap Kinerja Impor Udang Beku Amerika Serikat	31
Gambar 11. Rapat Business Matching Indonesia - Singapore	31
Gambar 12. Pameran Perikanan Skala Internasional International Indonesia Seafood & Meat Expo (IISM) 2025	33
Gambar 13. Finalisasi data Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024	35
Gambar 14. Dashboard Konsumsi Ikan Masyarakat	36
Gambar 15. Rapat Pembahasan Profil Pasar Dalam Negeri.....	36
Gambar 16. Rapat Pembahasan Rencana Penghitungan KIM	37
Gambar 17. Kerjasama Pemasaran Perikanan Dalam Negeri	39
Gambar 18. Kegiatan Gemarikan di Kab. bantul dan Gunung Kidul.....	40
Gambar 19. Kegiatan Gemarikan Ikan Di Cirebon dan Polewali Mandar	41
Gambar 20. Kegiatan Mitra dengan Kementerian dan Lembaga	41
Gambar 21. Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran di Muara Baru dan Kabupaten Purworejo	43
Gambar 22. Pembahasan Penyaluran dan Identifikasi Peralatan Pemasaran	45
Gambar 23. Proses Tender untuk Pembangunan Pasar Ikan di Banjarnegara.....	46
Gambar 24. UMKM yang sudah dikurasi	48
Gambar 25. Rekapitulasi Rekomendasi Hasil Pengawasan Direktorat Pemasaran.....	50
Gambar 26. Rapat Persiapan Pemenuhan data dukung terkait WBK	53
Gambar 27. Pembahasan Kinerja Direktorat Pemasaran	56
Gambar 28. Penginputan Perencanaan Kinerja di Aplikasi esr.menpan	56
Gambar 29. Apel Pagi Direktorat Pemasaran	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025... ..	67
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

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

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

Dalam melaksanakan tugas tersebut Direktorat Pemasaran menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang pemetaan, 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.

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

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

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

1.2. MAKSUD DAN TUJUAN

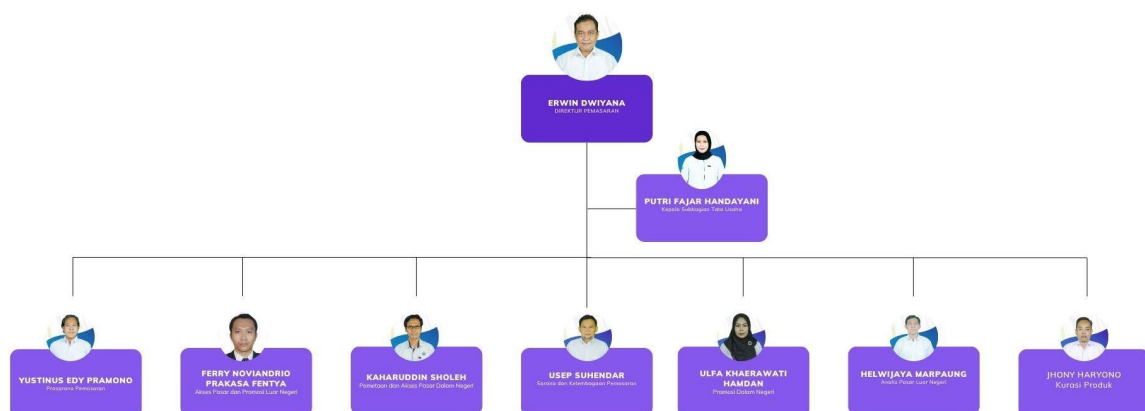
Maksud dan tujuan penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025 adalah untuk menyampaikan capaian kinerja Direktorat Pemasaran dalam satu tahun anggaran dengan pembandingan adalah target kinerja.

1.3. TUGAS DAN FUNGSI

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

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

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



Gambar 1. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran

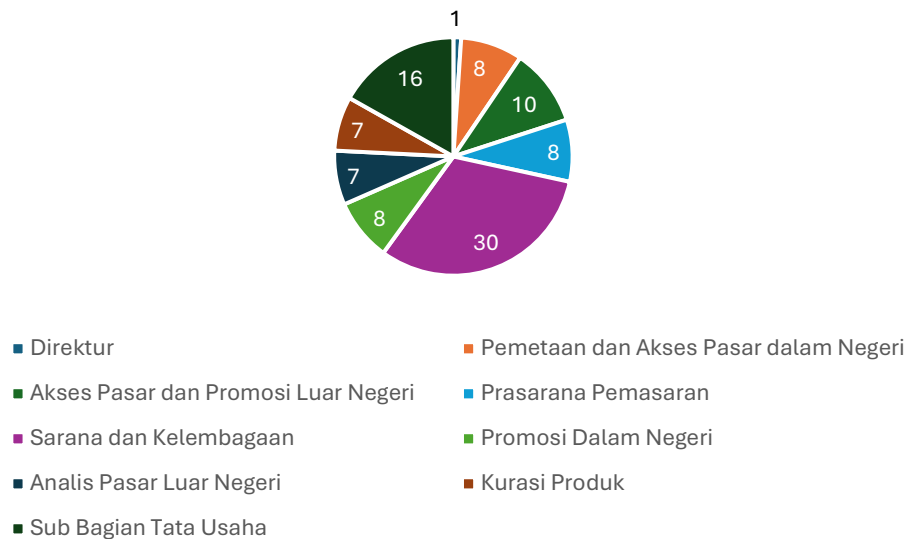
1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA

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 95 orang yang terdiri dari, sebagai berikut:

1. Direktur
2. Timja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri berjumlah 8 orang
3. Timja Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri berjumlah 10 orang
4. Timja Prasarana Pemasaran berjumlah 8 orang
5. Timja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran berjumlah 30 orang.
6. Timja Promosi Dalam Negeri berjumlah 8 orang
7. Timja Analisis Pasar Luar Negeri berjumlah 7 orang
8. Timja Kurasi Produk berjumlah 7 orang
9. Sub Bagian Tata Usaha berjumlah 16 orang

Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran



Gambar 2. Sumber Daya Manusia pada Direktorat Pemasaran

Perincian sumber daya manusia berdasarkan jenjang pendidikan yaitu S2 sebanyak 26 orang, S1 sebanyak 41 orang, D3 sebanyak 7 orang, SMA sebanyak 21 orang. Total pegawai Direktorat Pemasaran 95 orang terdiri dari 65 Pegawai Laki-Laki dan 30 Pegawai Perempuan.

1.5. PERMASALAHAN UTAMA

1. Belum meratanya konsumsi ikan masyarakat Indonesia;
2. Pemahaman masyarakat tentang manfaat konsumsi ikan yang rendah;
3. Ketersediaan sarana dan prasarana pemasaran yang belum sesuai dengan prinsip penanganan ikan yang baik;
4. Pasar ekspor produk perikanan masih bertumpu pada pasar tradisional (AS, UE dan Jepang) dan Masih adanya hambatan peningkatan pasar ekspor;
5. Sumber data yang belum terekam secara berkala (harga, serapan, permintaan diberbagai tingkat rantai pasok pelaku hingga konsumen dan berbagai tingkat daerah);

6. Pemanfaatan dan pengelolaan prasarana pemasaran (Pasar Ikan Bersih dan Sentra Kuliner Ikan) yang telah dibangun, baik untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat maupun untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemda setempat masih belum optimal;
7. Ketersediaan lahan yang clear and clean milik Pemda untuk dibangunnya prasarana pemasaran seperti Pasar Ikan Bersih dan Sentra Kuliner Ikan masih sangat terbatas; dan
8. Kemampuan SDM yang belum merata dalam melakukan Analisis Pasar dan Pembinaan Mutu Hasil Perikanan.

1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN

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

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

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

2.1 RENCANA STRATEGIS

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

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

2.2 PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN

Ikhtisar perjanjian kinerja tahun berjalan, dengan format sebagai berikut:

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Meningkatnya Pangsa Pasar Produk Olahan Rumput Laut	1	Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan (Persen)	46,5
2	Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri	2	Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	4,23
		3	Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi skala Internasional (Juta USD)	10
3	Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani	4	Kontribusi Protein Ikan terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	53
		5	Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan (Persen)	5
		6	Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (Persen)	100

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
3	Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani	7	Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang Dimanfaatkan (Persen)	80
		8	Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (Persen)	70
4	Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	9	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95
		10	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
4	Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	11	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	81
		12	Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	
		13	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	
		14	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
4	Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif dan Akuntabel dalam Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	15	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1

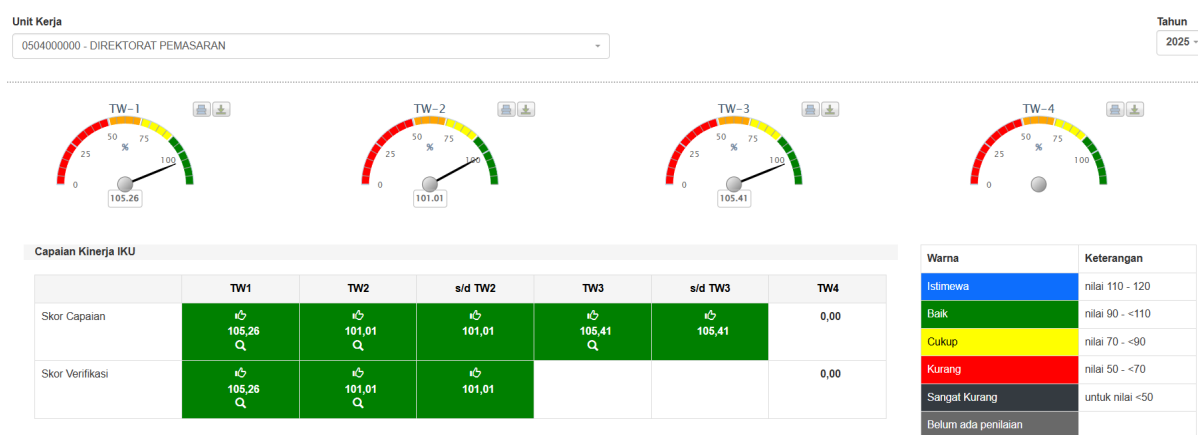
Tabel 1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

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



Gambar 3. Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW III Tahun 2025

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada Triwulan III Tahun 2025 sebesar 105,41% dan mengalami pertumbuhan sebesar -0,09% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada Triwulan III tahun 2024 yaitu sebesar 105,50%. Kenaikan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan di Triwulan III Tahun 2025 karena sudah ada beberapa target IKU yang tercapai di Triwulan III 2025 dan adanya IKU baru. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025 disajikan pada tabel sebagai berikut:

Indikator Kinerja		Target		Realisasi TW III 2025	Persentase terhadap Target (%)	
		Tahun 2025	TW III 2025		Tahun 2025	TW III 2025
1	Proporsi Ekspor Produk rumput Laut Olahan (Persen)	46,5	-	-	-	-
2	Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	4,23	-	-	-	-
3	Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional (Juta USD)	10	-	-	-	-
4	Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani (Persen)	53	-	-	-	-
5	Persentase Peningkatan Produk Perikanan Yang Dipromosikan (Persen)	5	2	2	40,00	100,00
6	Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran Yang Dibina (Persen)	100	60	66,67	66,67	100,00
7	Persentase Sarana dan Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan (Persen)	80	-	-	-	-
8	Persentase Hasil Kurasi Produk yang Ditindaklanjuti (Persen)	70	-	-	-	-
9	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95	95	100	25	105,26
10	Persentase Penyelesaian temuan BPK di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	100	-	-	-	-
11	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	81	-	-	-	-
12	Nilai Minimal yang Dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	75	-	-	-	-
13	Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86	-	-	-	-
14	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87	-	-	-	-
15	Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1	-	-	-	-

Tabel 2. Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA

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

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

Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan adalah rasio nilai ekspor rumput laut Indonesia yang telah mengalami proses pengolahan menjadi produk akhir setengah jadi dan/atau jadi baik layak dikonsumsi manusia atau tidak, selain rumput laut segar dan kering dibandingkan dengan total ekspor komoditas rumput laut Indonesia pada periode waktu tertentu.

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

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

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

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

(1) Penumbuhan Eksportir Produk Rumput Laut,

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

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

pada tanggal 29 Juli 2025. Business matching akan dilaksanakan sebagai rangkaian dalam pameran Food Ingredients Europe 2025 yang akan dilaksanakan pada tanggal 2-4 Desember 2025 di Paris. Rapat persiapan dimaksudkan untuk menjaring calon peserta business matching.



Gambar 4. Rapat Business Matching food Ingredients Europe 2025

(2) Perumusan Kerjasama Pemasaran Rumput Laut.

Dalam upaya perumusan kerjasama pemasaran rumput laut, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan fasilitasi kerjasama antar pelaku melalui penandatanganan Nota Kesepahaman pada tanggal 25 Januari 2025. Sehubungan dengan hal tersebut, pada Triwulan III dilakukan pendampingan terhadap pelaksanaan kegiatan sesuai dengan nota kesepahaman yang telah ditandatangani.

- 1) Koperasi Produsen Mina Agar Makmur dengan PT. Agarindo Bogatama dengan nomor 01/PKS/KMAM-ABT.1/2025 dan 01/PKS/ABT-KMAM.1/2025 tentang Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria* spp.

- 2) Koperasi Produsen Mina Agar Makmur dengan Kelompok Pembudidaya Tunas Makmur dengan nomor 02/PKS/KMAM-ABT.I/2025 dan 01/PKS/KTMKMAM.I/2025



Gambar 5. Kerjasama Pemasaran Rumput Laut

tentang Pemasaran Rumput Laut

- 3) Pelaksanaan Promosi Produk Rumput Laut Skala Internasional, Direktorat Pemasaran telah melaksanakan rapat persiapan pameran rumput laut skala internasional Food Ingredients Europe 2025 pada tanggal 29 Juli 2025. Pameran Food Ingredients Europe 2025 akan dilaksanakan pada tanggal 2-4 Desember 2025 di Paris, Prancis. Rapat dipimpin oleh Ketua Tim Kerja Akses Pasar dan



Gambar 6. Rapat persiapan pameran rumput laut skala internasional Food Ingredients Europe 2025

Promosi Luar Negeri dan dihadiri oleh eksportir rumput laut calon peserta FIE 2025. Rapat bertujuan untuk membahas persiapan keikutsertaan KKP pada pameran Food Ingredients Europe (FIE) 2025. Dalam upaya pencapaian indikator

kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 28.174.450 atau setara dengan 3,38% dari total pagu sebesar Rp 832.890.000.

3.2.2. Meningkatnya Pemasaran Produk Kelautan dan Perikanan di Luar Negeri

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

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025 (2)	TW II 2025 (3)	TW III 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW III 2025 (6)	TW II 2025 (7)	TW III 2024 (8)	S.d TW III 2025 (9)			TW II 2025 (12)	TW III 2024 (13)
Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan (Persen)	-	-	-	4,23	-	-	-	-	-	-		

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

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

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

(1) Penyusunan Strategi Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor Perikanan

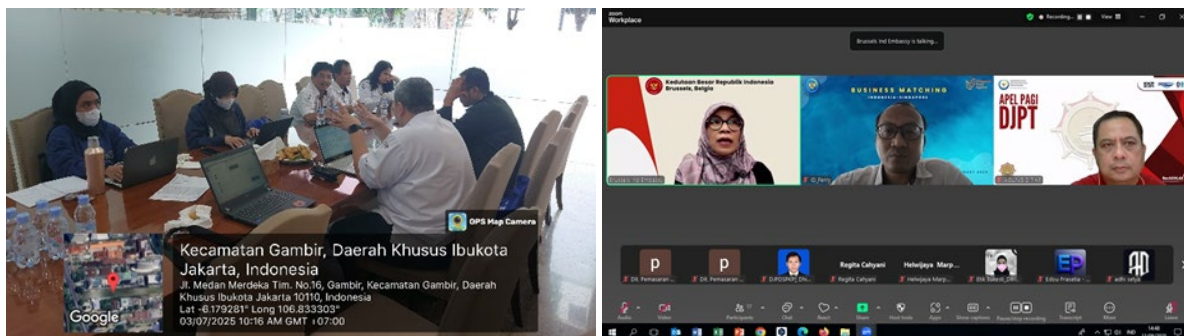
Dalam rangka penguatan ekspor produk perikanan Indonesia Direktorat Pemasaran telah melaksanakan beberapa kegiatan sebagai berikut:

a. Rapat pembahasan substansi permen KP SHTI

Direktorat Pemasaran telah melakukan serangkaian rapat pembahasan substansi permen KP SHTI tanggal 3 Juli, 13 Agustus, 19 Agustus. Selain itu, Direktorat Pemasaran telah menyampaikan nota dinas ke Dirjen PDSPKP tanggal 4 September 2025 terkait dengan Pemindahan Kewenangan Penerbitan Processing Statement dalam Persyaratan Ekspor ke Uni Eropa. Dalam perkembangan pembahasan substansi skema SHTI pada

PerMenKP No. 10 Tahun 2021, Ditjen PT mengusulkan agar dokumen Processing Statement (Pernyataan Pengolahan) diterbitkan oleh Ditjen PDS karena Ditjen PT tidak memiliki kewenangan terkait dokumen tersebut. Hal ini ditegaskan kembali oleh wakil Ditjen PT pada rapat tanggal 14 Agustus 2025. Substansi Revisi PerMenKP KP No. 10 Tahun 2021 ditargetkan selesai pada September 2025. Sehubungan hal tersebut, Direktorat Pemasaran menyampaikan beberapa usulan opsi kebijakan, yaitu:

1. Opsi 1: Kewenangan penerbitan Pernyataan Pengolahan tetap di Ditjen PT
2. Opsi 2: Kewenangan penerbitan Penerbitan Pengolahan dipindahkan ke Ditjen PDSPKP dengan masa transisi
3. Opsi 3: Pembentukan UPT Ditjen PDSPKP
4. Opsi 4: Penunjukan Unit Lain sebagai Pelaksana Tugas



Gambar 7. Rapat pembahasan substansi permen KP SHTI

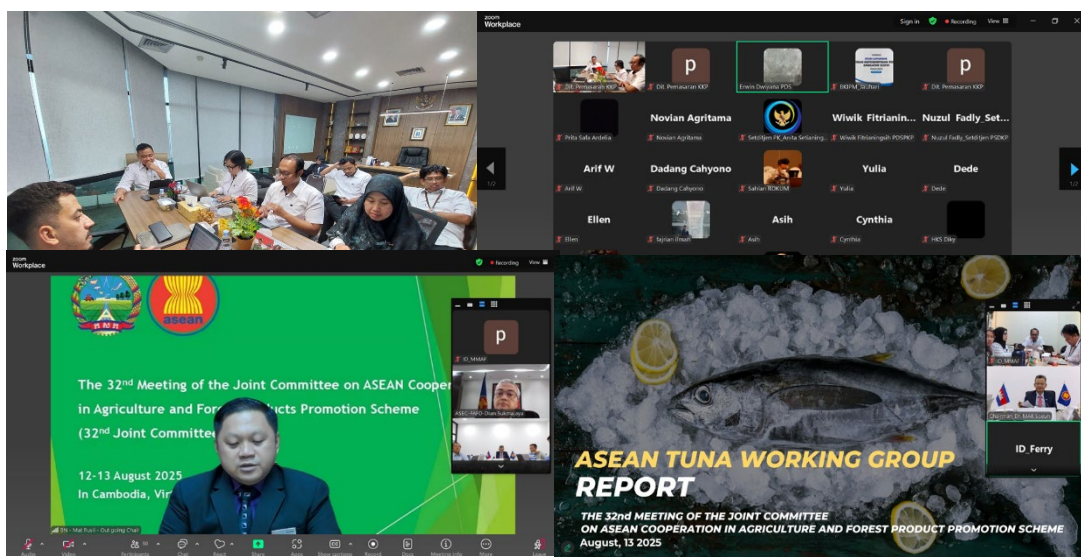
b. Perkembangan penanganan Pengenaan Tarif Resiprokal AS terhadap Sektor Perikanan Indonesia

Direktorat Pemasaran telah menyelenggarakan serangkaian rapat penanganan pengenaan tarif resiprokal pada tanggal 28 dan 30 Juli. Pada 15 Juli 2025, Presiden Donald Trump telah mengumumkan melalui media sosial bahwa AS dan Indonesia telah mencapai kesepakatan untuk mengenakan TR sebesar 19% terhadap produk Indonesia yang diekspor ke AS, dan mengenakan Tarif Bea Masuk (TBM) 0% untuk produk AS ke Indonesia. TR ini turun 13% dari tarif sebelumnya yaitu 32%. Kesepakatan TR ini merupakan hasil negosiasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak sejak bulan April sampai dengan Juli 2025. Dalam kesepakatan ini, sekurang kurangnya Indonesia berkomitmen untuk melakukan pembelian produk AS sebesar USD 34 Milyar dengan

rincian berupa sektor energi sebesar USD 15 milyar, 50 pesawat jet jenis Boeing senilai USD 14,4 Milyar, dan produk pertanian senilai USD 4,5 milyar.

c. ASEAN Tuna Working Group ke-32

Direktorat Pemasaran telah mengikuti the 32nd Meeting of the Joint Committee on ASEAN Cooperation in Agriculture and Forest Product Promotion Scheme yang dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2025. Dalam pertemuan tersebut, Direktorat Pemasaran sebagai lead dari ASEAN Tuna Working Group (ATWG) menyampaikan mengenai perkembangan ATWG.



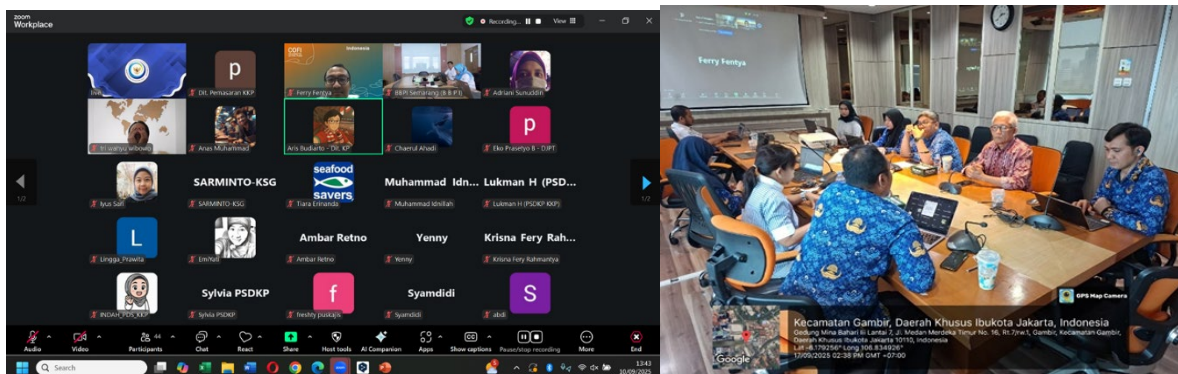
Gambar 8. Rapat ASEAN Tuna Working Group ke-32

d. Perkembangan Pemenuhan Persyaratan Ekspor ke pasar AS terkait Marine Mammals Protection Act (MMPA)

Direktorat Pemasaran telah menyelenggarakan serangkaian rapat dan sosialisasi terkait dengan hasil penilaian AS atas pengajuan comparability finding Indonesia terkait Ketentuan U.S. Marine Mammals Protection Act (MMPA) yang dilaksanakan pada tanggal 10, 12, 17, dan 19 September 2025. Pada 2 September 2025, NOAA mengumumkan hasil comparability finding secara resmi dalam Federal Register (90 FR 42395) yang mencakup sekitar 2.500 perikanan dari 135 negara. Berdasarkan hasil revidi atas pengajuan comparability finding Indonesia, dari 33 perikanan yang diajukan, sebanyak 28 perikanan diterima pengajuannya (dinyatakan efektifnya setara dengan

aturan AS). Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang telah diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara. Sebanyak 5 perikanan ditolak permohonan comparability finding-nya. Hasil comparability finding berlaku selama 4 tahun sampai dengan 31 Desember 2029.

Ikan dan produk perikanan yang tidak mendapatkan comparability finding, akan dilarang masuk ke Amerika Serikat mulai 1 Januari 2026. Untuk membedakan produk yang masuk ke pasar AS bukan berasal dari perikanan yang ditolak comparability finding-nya, AS mensyaratkan Certificate of Admissibility (COA). COA berisi informasi cara dan lokasi mendapatkan ikannya, serta harus disahkan oleh otoritas kompeten yang ditunjuk oleh negara pengekspor. Selanjutnya NOAA akan meminta daftar otoritas yang memvalidasi COA untuk disampaikan kepada Bea Cukai AS.



Gambar 9. Rapat Pemenuhan Persyaratan Ekspor ke pasar AS terkait Marine Mammals Protection Act (MMPA)

(2) Pemetaan Pasar Luar Negeri, Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan merupakan kegiatan penyusunan profil pasar ekspor hasil kelautan perikanan disampaikan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan misalnya tentang rekomendasi kebijakan untuk penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, peningkatan ekspor komoditas unggulan.

Profiling pasar ekspor dan pemanfaatan hasil perundingan akses pasar. Capaian Indikator Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan yang dibangun ini bersifat tahunan. Dalam rangka mendukung penyusunan profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan, telah dilaksanakan rapat Analisis Dampak Kebijakan Tarif Resiprokal terhadap Kinerja Impor Udang Beku Amerika Serikat pada tanggal 20 Agustus 2025 di Ruang Rapat Investasi, Gedung Mina Bahari III Lantai 15. Rapat dipimpin oleh Ketua Tim Kerja Analisis

Pasar Luar Negeri dan dihadiri oleh perwakilan dari Pusat Kebijakan Strategis, Direktorat Pemasaran, Tim Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri, serta para-Analis Pasar Hasil Perikanan.

Rapat membahas hasil simulasi kuantitatif mengenai dampak kebijakan tarif resiprokal terhadap kinerja impor udang beku di AS dengan menggunakan metode Linear Approximation of the Almost Ideal Demand System (LA/AIDS) yang dipadukan dengan Seemingly Unrelated Regression (SUR). Data yang digunakan bersumber dari UN Comtrade periode 1994–2024. Analisis ini dilakukan untuk memahami keterkaitan harga antar negara pemasok utama, yaitu India, Indonesia, Ekuador, dan Vietnam, serta menilai dampak perubahan harga terhadap pangsa pasar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa model LA/AIDS memiliki tingkat akurasi tinggi ($R^2 = 0,903$) dan menggambarkan hubungan substitusi yang kuat antara India–Indonesia–Vietnam, serta hubungan komplementer antara Indonesia dan Ekuador. Analisis elastisitas menunjukkan bahwa permintaan udang India sangat sensitif terhadap harga, sementara udang Indonesia relatif stabil. Simulasi kebijakan tarif memperkirakan bahwa kenaikan harga udang India sebesar 50% dapat menurunkan impornya hingga 50,28%, dan membuka peluang peningkatan ekspor udang Indonesia ke AS hingga 47,18%.

Sebagai tindak lanjut, akan dilakukan uji coba model dengan data bulanan terkini, penyusunan alur kerja (workflow) dalam aplikasi Knime, serta penyusunan rekomendasi kebijakan bersama Pusat Kebijakan Strategis untuk mendukung analisis dampak tarif resiprokal terhadap ekspor udang Indonesia.

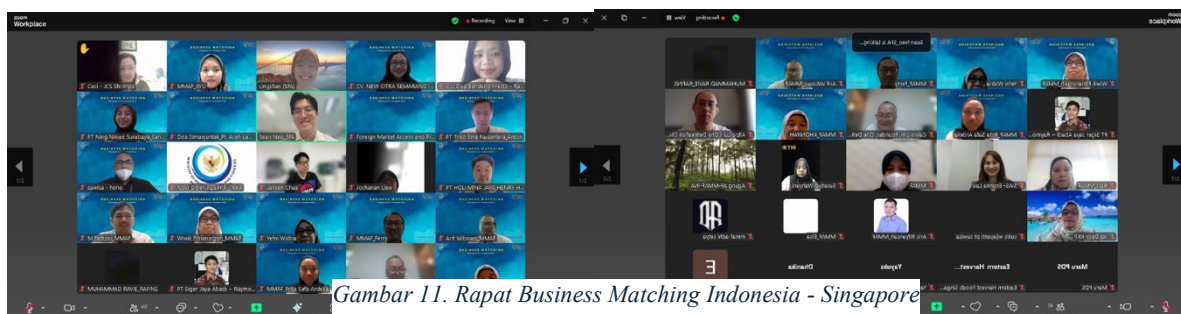


Gambar 10. Rapat Analisis Dampak Kebijakan Tarif Resiprokal Terhadap Kinerja Import Udang Beku Amerika Serikat

(3) Identifikasi Eksportir Kelautan dan Perikanan Potensial,

a. Business Matching Indonesia - Singapore

Direktorat Pemasaran bekerja sama Singapore Food Agency menyelenggarakan Seafood Business Matching tanggal 7 Agustus 2025 pukul 09.00 - 10.00 WIB. Seafood business matching merupakan kerjasama dibawah Indonesia - Singapore Agribusiness Matching Working Group yang dikoordinasikan oleh Kementerian Pertanian. Pertemuan ini berhasil mempertemukan sebanyak 9 unit pengolah ikan/calon eksportir Indonesia



Gambar 11. Rapat Business Matching Indonesia - Singapore

dengan 7 importir Singapura. Calon Eksportir Indonesia terdiri atas: PT. Triko Bina Nusantara memaparkan produk andalannya berupa tuna dan gurita yang saat ini sudah mengekspor ke China dan terbuka untuk bekerja sama dengan Singapura: PT. Suna Wijaya Sakt, PT Siger Jaya Abadi, PT Rafins, PT. Aceh Lampulo Jaya Bahari, PT Holi Mina Jaya, PT Ning Niniek, CV. Diva Bandeng Presto, dan CV. New Citra.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 95.112.989 atau setara dengan 41,27% dari total pagu sebesar Rp 230.455.000.

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

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025 (2)	TW II 2025 (3)	TW III 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW III 2025 (6)	TW II 2025 (7)	TW III 2024 (8)	S.d TW III 2025 (9)			TW II 2025 (12)	TW III 2025 (13)
Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional (Juta USD)	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-		

Tabel 5. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional

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

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

1. Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Skala Internasional

Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) telah melaksanakan Pameran Perikanan Skala Internasional International Indonesia Seafood & Meat Expo (IISM) 2025 tanggal 7 – 10 Mei 2025 di JIEXPO, Kemayoran, Jakarta Pusat. KKP bekerja sama dengan WAKENI memfasilitasi Paviliun Indonesia Seafood seluas 90 m² untuk 3 (tiga) asosiasi yang mewakili co brand Indonesian Shrimp, Indonesian Tuna, Indonesian Pangasius serta 5 (lima) perusahaan eksportir. Selain itu, Paviliun Indonesia Seafood juga membuka pelayanan informasi kebijakan yang diisi oleh Eselon I lingkup KKP. Produk perikanan yang dipamerkan adalah tuna, udang, pangasius, teripang, gelembung renang, sirip hiu kering, ikan kaleng, olahan ikan, dan bandeng isi. Capaian nilai potensi transaksi Paviliun Indonesia Seafood selama 4 (empat) hari pameran berlangsung sebesar Rp 18,9 Milyar atau USD 1,15 Juta dengan komoditas yang diminati yaitu tuna, udang, pangasius, teripang, gelembung renang, tuna kaleng dan olahan ikan lainnya. Pembeli potensial berasal dari Malaysia, Mauritius, Singapura, Tiongkok, Indonesia, Thailand, Taiwan dan Kamboja. Pada pameran tersebut juga tercatat transaksi riil on site mencapai Rp 100 Juta.

Pada rangkaian kegiatan pameran, KKP juga menyelenggarakan kegiatan Side Event Business Matching guna meningkatkan akses pasar dalam negeri yang diikuti oleh pelaku usaha dan asosiasi (SCI, APCI, AP5I) dengan calon mitra (APJI, IPI, APRINDO, PPJI,



Gambar 12. Pameran Perikanan Skala Internasional International Indonesia Seafood & Meat Expo (IISM) 2025

Ditjen PAS, Kemendikbudristek). Beberapa calon mitra berminat untuk bekerja sama dan akan melakukan diskusi B2B lebih lanjut.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 224.884.314 atau setara dengan 30,48% dari total pagu sebesar Rp 737.793.000

3.2.3. Meningkatnya Kontribusi Protein Ikan dalam Pemenuhan Protein Hewani

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

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

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

Tabel 6. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kontribusi Protein Ikan Terhadap Sumber Protein Hewani

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

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 untuk indikator kinerja tersebut antara lain:

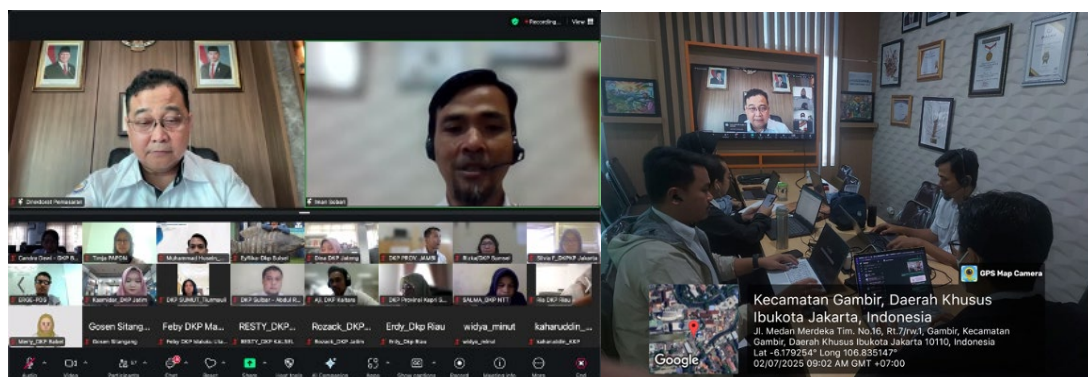
(1) Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan

Penyusunan profil pasar dalam negeri hasil kelautan perikanan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan, terdiri dari kegiatan

penghitungan angka konsumsi ikan, penghitungan nilai pemasaran produk perikanan dalam negeri, serta penghitungan data dan informasi lainnya. Kegiatan yang dilaksanakan pada Triwulan III, yaitu:

- a. Finalisasi data Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024 pada tanggal 2-3 Juli 2025 secara hybrid, kegiatan dibuka oleh Direktur Pemasaran dan dihadiri oleh perwakilan dari 38 DKP Provinsi di Indonesia. Berdasarkan hasil finalisasi, capaian AKI Nasional tahun 2024 sebesar 58,76 kg/kapita/tahun atau mencapai 99,60% dari target, dengan total serapan ikan nasional sebesar 13,99 juta ton. Capaian AKI tersebut mengalami kenaikan sebesar 1,47% dibandingkan tahun 2023 sebesar 57,91 kg/kapita/tahun, sedangkan dalam kurun waktu 5 tahun (2020-2024) mengalami peningkatan sebesar 1,88% per tahun.

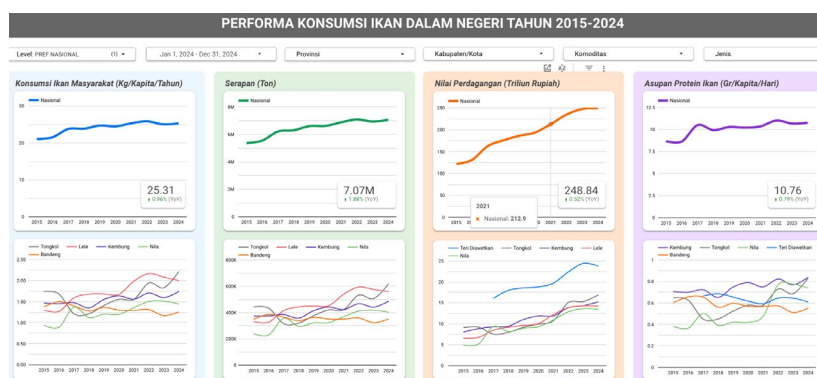
Capaian AKI Nasional ini merupakan rata-rata dari AKI 34 provinsi, sedangkan untuk provinsi hasil pemekaran di wilayah Papua dan Papua Barat dihitung dalam



Gambar 13. Finalisasi data Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024

satu kesatuan dengan provinsi induk untuk menjaga konsistensi data selama periode RPJMN 2020-2024.

- b. Menindaklanjuti arahan Setditjen PDS terkait penyediaan dan penyajian data yang diintegrasikan dalam dashboard Ditjen PDSPKP, telah dilakukan pembahasan, penyusunan database Konsumsi Ikan Masyarakat (KIM) tahun 2015-2024, dan penyusunan dashboard KIM melibatkan Setditjen PDS dan Pusdatin KKP pada tanggal 5 Agustus 2025, 12 Agustus 2025, dan 15 September 2025.



Gambar 14. Dashboard Konsumsi Ikan Masyarakat

- c. Pemutakhiran data KIM pada portal data kelautan dan perikanan (Portal Data KP) melalui Nota Dinas Direktur Pemasaran ke Kepala Pusdatin nomor 1599/DJPDSPKP.5/TU.210/VIII/2025 tanggal 11 Agustus 2025.
- d. Pembahasan profil pasar dalam negeri pada tanggal 16 September 2025, dihadiri oleh perwakilan Sesditjen PDS dan timja lingkup Direktorat Pemasaran. Berdasarkan hasil diskusi pada tahun 2024 telah disusun profil pasar dalam negeri untuk 5 komoditas unggulan, yaitu TCT, lele, kembung, udang, dan bandeng,



Gambar 15. Rapat Pembahasan Profil Pasar Dalam Negeri

- selanjutnya perlu dilakukan pembaharuan data menggunakan data KIM dan penyesuaian istilah yang digunakan. Selain itu, perlu dilakukan pendalaman
- e. terhadap profil yang disampaikan agar mampu memberikan hasil analisis yang lebih komprehensif.
 - f. Pembahasan rencana kegiatan penghitungan KIM di luar rumah tangga pada tanggal 17 September 2025. Kegiatan melibatkan Setditjen PDSPKP dan Pusdatin KKP. Rencana penghitungan KIM di luar rumah tangga bertujuan untuk melengkapi data KIM yang dihitung berdasarkan data Susenas BPS (pendekatan rumah tangga). Menindaklanjuti hal tersebut, telah disusun kuesioner pendataan dengan sasaran pendataan yaitu: SPPG, Hotel, Restoran, Katering, Penyedia Makanan Minuman keliling/tidak tetap, rumah sakit, lembaga pendidikan (boarding school/pesantren), lembaga permasyarakatan. Kegiatan pendataan direncanakan pada bulan Oktober-November 2025 dan dilakukan oleh enumerator dari 514 kabupaten/kota di Indonesia.



Gambar 16. Rapat Pembahasan Rencana Penghitungan KIM

(2) Perumusan Kesepakatan Pemasaran Produk Perikanan di Dalam Negeri

Perumusan kesepakatan pemasaran produk perikanan di dalam negeri bertujuan untuk memfasilitasi kesepakatan antarpelaku usaha perikanan dalam rangka pemasaran hasil perikanan, antara lain kesepakatan bersama antarkelompok usaha, koperasi, badan usaha, asosiasi maupun stakeholder terkait lainnya dalam memasarkan hasil kelautan dan perikanan. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada Triwulan III, yaitu:

- a. memfasilitasi kerjasama antara PT. Panjalu Nusantara Abadi (PT. PNA) dengan CV. Global Pangan Sedulur (CV. GPS). Kerjasama tersebut melingkupi kesepakatan untuk:
 - 1) Pemesanan produk ikan bandeng dalam kemasan oleh PT. PNA
 - 2) Penyediaan dan pengiriman produk sesuai dengan Purchase Order (PO) dari PT. PNA dan CV. GPS
- b. Pertemuan persiapan dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2025, dipimpin oleh Katimja PAPDN Direktorat Pemasaran, dihadiri oleh perwakilan kedua pihak penanda tangan dan tim kerja lingkup Direktorat Pemasaran. Selain itu, pada pertemuan dimaksud hadir juga perwakilan UMKM Dapur Sauja sebagai observer. Diharapkan, kerjasama berikutnya dapat terjalin antara PT. PNA dengan UMKM Dapur Sauja.
- c. Penandatanganan Kerjasama dimaksud dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2025 bertempat di Desa Sukamanah, Pangalengan, Kabupaten Bandung disaksikan oleh Anggota Komisi IV DPR RI Bapak Rajiv, Wakil Bupati Kabupaten Bandung, perwakilan Direktorat Pemasaran dan perwakilan pemerintah daerah setempat. PT. PNA diwakili oleh Bapak Mochammad Iqbal Trihidayat selaku Direktur Utama dan CV GPS diwakili oleh Ibu Melin Setiawati selaku Direktur Utama. PKS tersebut terdokumentasi dengan nomor 057/MoU/PNA/VIII/2025 dan 03/gps-if.id/mou/050825 tentang Kerjasama Penyedia Kebutuhan Ikan Bandeng Cabut Duri.



Gambar 17. Kerjasama Pemasaran Perikanan Dalam Negeri

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 73.720.434 atau setara dengan 86,78% dari total pagu sebesar Rp 84.947.000,00.

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

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025 (2)	TW II 2025 (3)	TW III 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW III 2025 (6)	TW II 2025 (7)	TW III 2024 (8)	S.d TW III 2025 (9)			TW II 2025 (12)	TW III 2024 (13)
Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan (Persen)	2	-	-	5	2	-	-	2	100	40		

Tabel 7. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang di Promosikan

Pada Triwulan III Tahun 2025, capaian persentase peningkatan produk perikanan yang di Promosikan sebesar 2%. Capaian ini setara dengan 100% terhadap target Triwulan III Tahun 2025 yakni 2%. Jika dibandingkan dengan target Tahun 2025 yaitu 5%, maka capaian Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 40%. Jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya yaitu 100% maka capaian ini tidak mengalami peningkatan.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 indikator kinerja tersebut antara lain:

1. Pelaksanaan Promosi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan), Perluasan Safari Gemarikan adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kandungan gizi ikan bagi kesehatan, meningkatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsi ikan, mendukung program prioritas nasional percepatan penurunan stunting dan gizi buruk, mempromosikan produk perikanan sebagai makanan kaya gizi dan protein serta menyerap produksi ikan/olahan ikan pada UMKM setempat serta pemenuhan gizi masyarakat. Pada kegiatan ini juga dilakukan distribusi Paket Gemarikan dengan tujuan untuk mengenalkan ragam produk olahan ikan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam tingkatan semua usia dan mengenalkan produk UMKM dan menjadi sumber pendapatan untuk UMKM setempat.

Telah dilaksanakannya kegiatan promosi kampanye Gemarikan di beberapa daerah pada Triwulan III Tahun 2025, meliputi Kabupaten Ogan Ilir, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Surakarta, Kabupaten Bandung Barat, Kota Padang, Kabupaten Kepulauan Mentawai, Kota Batam, Kabupaten Lampung Tengah, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Kepulauan Sula, Kabupaten Majene, Kabupaten Polewali Mandar, Kabupaten Tabanan, Kabupaten



Gambar 18. Kegiatan Gemarikan di Kab. bantul dan Gunung Kidul

Aceh Timur, Kabupaten Aceh Utara, Kabupaten Bireuen, Kabupaten Bantul, dan

Kabupaten Gunung Kidul.



Gambar 19. Kegiatan Gemarikan Ikan Di Cirebon dan Polewali Mandar

2. Pelaksanaan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri, kegiatan promosi produk bertujuan untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan produk-produk perikanan dalam negeri, memperluas akses pasar hasil perikanan dan kelautan, serta terlaksananya dukungan kegiatan dengan Kementerian/Lembaga, instansi, dan mitra lain pada tanggal 22 September 2026.



Gambar 20. Kegiatan Mitra dengan Kementerian dan Lembaga

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp. 6.235.762.226 atau setara dengan 23.62% dari total pagu sebesar Rp 26.401.041.000.

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

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

1. Pemasaran ikan yang baik

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

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025	TW II 2025	TW III 2024	Tahun 2025	TW III 2025	TW II 2025	TW III 2024	S.d TW III 2025			TW II 2025	TW III 2024
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)			(12)	(13)
Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina (Persen)	60	-	-	100	66,67	-	-	66,67	100	66,67		

Tabel 8. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina

Pada Triwulan III Tahun 2025, capaian persentase peningkatan kapasitas pelaku usaha pemasaran sebesar 66,67%. Capaian ini setara dengan 111,12% terhadap target Triwulan III Tahun 2025 yakni 60%. Capaian Indikator kinerja Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Pemasaran yang Dibina belum bisa dibandingkan dengan triwulan sebelumnya dan dibandingkan Tahun sebelumnya dikarenakan IKU tersebut baru dan sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1. Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Pemasaran, Melakukan koordinasi dengan stakeholders terkait untuk menentukan lokasi pembinaan, dengan prioritas pelaku - pelaku usaha pemasaran meliputi: pasar-pasar ikan, maupun pasar umum yang memiliki pedagang ikan. Hasil analisa kebutuhan adalah : lokasi pasar ikan di daerah kabupaten/kota yang membutuhkan pembinaan, jenis sarana dan prasarana yang tersedia di pasar, jumlah pedagang, kontak dinas/penyuluh di lokasi dan data-data lainnya, Bentuk nya adalah pertemuan/pelatihan dengan peserta dari Pengelola Pasar dan para pedagang. Pelaksanaan pembinaan dilaksanakan secara on the spot baik di lokasi pasar ataupun di kantor dinas yang menangani sektor kelautan dan

perikanan di tingkat kabupaten/kota. Jumlah peserta dimasing-masing lokasi disesuaikan dengan jumlah pelaku usaha yang ada. Telah dilaksanakannya Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran di beberapa daerah yaitu: 1. Pasar Ikan Modern Muara Baru Jakarta pada tanggal 28 agustus 2025 dengan bekerja sama dengan Bank BNI untuk pengenalan produk pembayaran digital perbankan, 2. Kantor Dinas Perikanan Purworejo terkait Peningkatan Akses Pemasaran dengan Sarana Pemasaran yang baik dan benar bagi Pelaku Usaha di daerah Purworejo.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan



Gambar 21. Pembinaan Pelaku Usaha Pemasaran di Muara Baru dan Kabupaten Purworejo

Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 70.698.900 atau setara dengan 15,99% dari total pagu sebesar Rp 441.885.000.

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

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

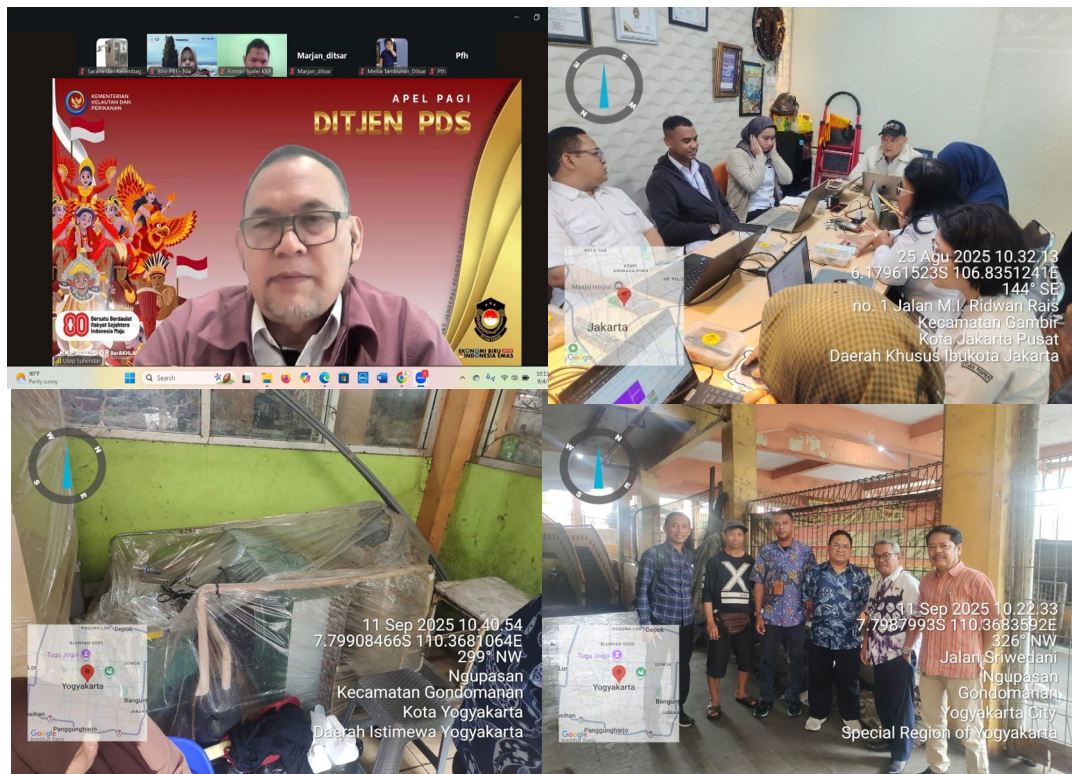
Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025 (2)	TW II 2025 (3)	TW III 2024 (4)	Tahun 2025 (5)	TW III 2025 (6)	TW II 2025 (7)	TW III 2024 (8)	S.d TW III 2025 (9)			TW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

Tabel 9. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan

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

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

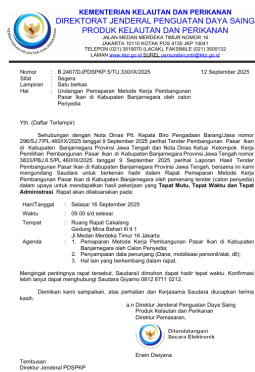
1. Penyediaan Peralatan Pemasaran, Peralatan pemasaran merupakan Bantuan Pemerintah langsung kepada masyarakat dalam hal ini koperasi/keompok perikanan berupa cool box guna mendukung distribusi dan pemasaran hasil perikanan. Adapun Kegiatan yang telah dilakukan di Triwulan III yaitu telah dilaksanakan pembahasan Penyaluran Peralatan Pemasaran Coolbox Tahun 2025 pada tanggal 4 September 2025 untuk mempercepat koordinasi proposal yang akan di serahkan dan menetapkan lokasi distribusi yang beririsan pada sasaran kebijakan Pemerintah Pusat terkait Program Kampung Desa Merah Putih. Pada Tanggal 11 September 2025 telah melaksanakan identifikasi penerima bantuan pemerintah berupa Ice Flake Mesin di Pasar Bringharjo, Kota Yogyakarta, Provinsi Yogyakarta.



Gambar 22. Pembahasan Penyaluran dan Identifikasi Peralatan Pemasaran

2. Pembangunan Prasarana Pemasaran,

Pembangunan Pasar Ikan Bersih Kabupaten Banjarnegara, berlokasi di Pasar Desa Lengkong, Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah. Nota Dinas Ketua Kelompok Kerja Pemilihan Pembangunan Pasar Ikan di Kabupaten Banjarnegara Provinsi Jawa Tengah nomor 3833/PBJ.6.5/PL.460/IX/2025 tanggal 9 September 2025 perihal Laporan Hasil Tender Pembangunan Pasar Ikan di Kabupaten Banjarnegara Provinsi Jawa Tengah, hasil evaluasi administrasi dan evaluasi teknis pemenang lelang yaitu CV Antar Pulau Emas yang beralamat di Jalan Lekatu no 50 kel. Tavanjaku kec. Tatanga dengan nilai penawaran terkoreksi Rp 2.799.782.488,80.



Gambar 23. Proses Tender untuk Pembangunan Pasar Ikan di Banjarnegara

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 339.337.058 atau setara dengan 2,70% dari total pagu sebesar Rp 12.563.923.000.

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

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

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

Tabel 10. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti

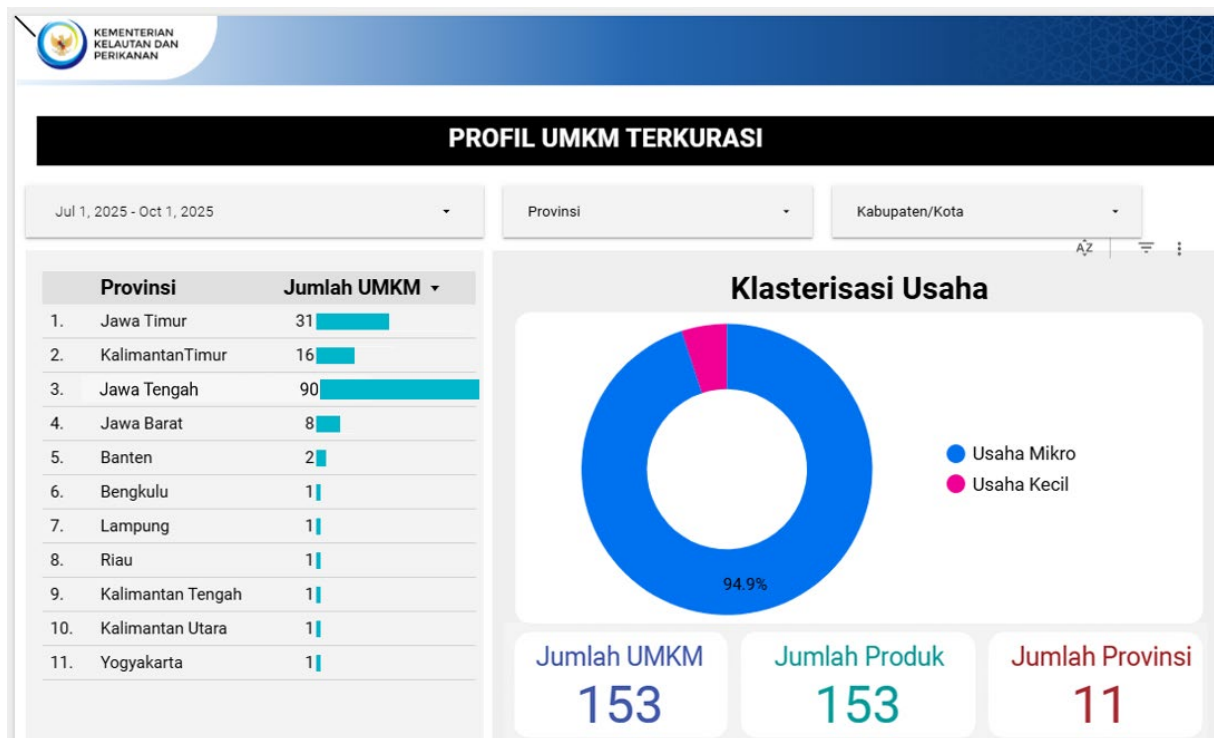
Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 telah dilakukan beberapa kegiatan antara lain:

1) Pelaksanaan Kurasi Produk Kelautan dan Perikanan

Kegiatan Kurasi Produk Perikanan TW III Tahun 2025 dilaksanakan pada wilayah Provinsi Jawa Timur, Kalimantan Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Banten, Bengkulu, Lampung, Riau, Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara dan Yogyakarta. Jumlah UMKM yang telah dikurasi pada TW III Tahun 2025 yaitu sebanyak 153 UMKM.

Sebagai gambaran pelaksanaan kurasi, UMKM dan Dinas mendengarkan paparan terkait Kurasi Produk Kelautan dan Perikanan dalam bentuk Sosialisasi.

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



Gambar 24. UMKM yang sudah dikurasi

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 53.403.847 atau setara dengan 76,45% dari total pagu sebesar Rp 69.856.000.

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

3.2.4.IK.9. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III	TW II	TW III	Tahun	TW III	TW II	TW III	S.d TW			TW II 2025	TW III 2024
	2025 (2)	2025 (3)	2024 (4)	2025 (5)	2025 (6)	2025 (7)	2024 (8)	III 2025 (9)			(12)	(13)
Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)	95	80	80	95	100	100	99	100	105,26	105,26	120	120

Tabel 11. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan

Pada Triwulan III Tahun 2025, capaian persentase rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran adalah 100%. Capaian ini setara dengan 105,26% terhadap target Triwulan III Tahun 2025 yakni 95%. Jika dibandingkan dengan target Tahun 2025 yaitu 95%, maka capaian Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 105,26%. Jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya yaitu 100% maka capaian ini tidak mengalami peningkatan, begitu pula jika dibandingkan dengan triwulan yang sama pada periode sebelumnya yaitu 100% maka capaian ini tidak mengalami peningkatan.

Kegiatan berupa pemantauan tindak lanjut dengan hasil terdapat 3 (tiga) Laporan Hasil Pengawasan (LHP) Itjen yang disampaikan pada <https://sidak.kkp.go.id/>, dengan rincian 9 temuan dan 21 rekomendasi dengan nilai keuangan Rp10.200.000,00. Atas rekomendasi tersebut, seluruh rekomendasi telah tuntas ditindaklanjuti dan telah dilakukan penyetoran ke Kas Negara senilai Rp10.200.000,00 dengan Nomor NTPN

9FC097QLV2GMU52N, tanggal 26 Juni 2025 dengan Keterangan Pengembalian Belanja Pembayaran Honorarium yang Melebihi SBM pada Kegiatan Gemarikan TA 2024.

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

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

Gambar 25. Rekapitulasi Rekomendasi Hasil Pengawasan Direktorat Pemasaran

3.2.4.IK.10. Persentase penyelesaian Temuan BPK di lingkungan Direktorat Pemasaran (Persen)

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

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

Tabel 12. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase penyelesaian temuan BPK

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

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

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

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

Tabel 13. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tingkat Efektifitas Program Prioritas/Strategi di Direktorat Pemasaran.

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

3.2.4.IK.12. Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

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

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

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

Tabel 14. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan predikat menuju wilayah bebas korupsi (WBK)

Capaian indikator kinerja Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pemeliharaan Predikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) di Lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan. Namun demikian berdasarkan Nota Dinas Sekretaris Ditjen PDSPKP

Nomor 3572/DJPDSPKP.1/OT.710/IX/2025 tanggal 22 September 2025, perihal Hasil Penilaian Mandiri Pembangunan Zona Integritas pada Direktorat Pemasaran, diperoleh nilai total sebesar 89,67. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan III Tahun 2025 antara lain:

1. Monitoring dan evaluasi keberlanjutan pembangunan ZI Direktorat Pemasaran pada 5 s.d. 7 Agustus 2025, dengan hasil Direktorat Pemasaran telah memenuhi aspek predikat WBK yang telah diraih Tahun 2023 sampai dengan saat ini, dengan rincian hasil:
 - a. Nilai total sebesar 88,63 melebihi syarat minimal 75,00, terdiri dari nilai komponen pengungkit sebesar 51,13 dan komponen hasil sebesar 37,50.
 - b. Nilai komponen pengungkit sebesar 51,13 telah memenuhi syarat nilai minimal sebesar 40,00;
 - c. Bobot nilai 6 (enam) area pengungkit seluruhnya memenuhi syarat minimal persentase 60% yaitu pada komponen Manajemen Perubahan dengan perolehan 86,28%, Penataan Tatalaksana dengan perolehan 86,52%, Penataan Sistem Manajemen SDM dengan perolehan 83,84%, Penguatan Akuntabilitas dengan perolehan 87,20%, Penguatan Pengawasan sebesar 78,02%, dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik sebesar 93,66%.



Gambar 26. Rapat Persiapan Pemenuhan data dukung terkait WBK

- d. Nilai komponen Hasil “Birokrasi yang Bersih dan Akuntabel” sebesar 20,00 memenuhi syarat minimal sebesar 18,25;
- e. Nilai subkomponen “Survei Persepsi Anti Korupsi” sebesar 17,50 memenuhi syarat minimal sebesar 15,75;

- f. Nilai subkomponen “Kinerja Lebih Baik” sebesar 2,50 memenuhi syarat minimal sebesar 2,50; dan
 - g. Nilai Survei Persepsi Kualitas Pelayanan sebesar 17,50 memenuhi syarat minimal sebesar 14,00.
2. Penyampaian hasil assesment mandiri oleh Direktur Pemasaran dalam Nota Dinas Nomor 1674/DJPDSPKP.5/OT.210/VIII/2025 tanggal 24 Agustus 2025 kepada Sekretaris Direktorat Jenderal PDSPKP berdasarkan hasil monev oleh Kasubbag Tata Usaha.
 3. Monitoring dan evaluasi rencana kerja pembangunan ZI Triwulan III dalam rapat pada 2 Oktober 2025 yaitu terhadap 49 target pembangunan ZI.

.2.4.IK.13. Nilai penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)

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

Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran dihitung berdasarkan Permen PAN dan RB Nomor 88 Tahun 2021 tentang Pedoman Evaluasi atas Implementasi SAKIP. Terdapat 4 aspek penilaian di dalam evaluasi atas implementasi SAKIP, yakni perencanaan kinerja (30%), pengukuran kinerja (30%), pelaporan kinerja (15%), dan evaluasi kinerja (25%). Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran merupakan ukuran perkembangan implementasi SAKIP di Direktorat Pemasaran.

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

Tabel 15. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Penilaian Mandiri SAKIP

Capaian indikator kinerja Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir Tahun 2025. Nilai penilaian mandiri SAKIP di lingkungan Direktorat Pemasaran ditargetkan sebesar 86. Penghitungan capaian indikator kinerja ini dilakukan secara tahunan sehingga capaiannya belum bisa dihitung pada triwulan III Tahun 2025 serta belum dapat dibandingkan baik dengan capaian triwulan sebelumnya maupun dengan capaian pada periode yang sama pada tahun sebelumnya. Namun demikian, berdasarkan Memorandum Nomor 2495/DJPDSKP.1/TU.210/VII/2025 tanggal 7 Juli 2025 perihal Hasil Penilaian Mandiri SAKIP Lingkup Ditjen PDSPKP 2025 untuk Capaian Indikator kinerja Nilai PM SAKIP Direktorat Pemasaran yang dinilai oleh Sekretariat Direktorat Jenderal PDSPKP bahwa seluruh rekomendasi telah ditindaklanjuti dan dinyatakan TUNTAS dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan dan penilaian tim akuntabilitas. Adapun hasil penilaian mandiri dari nilai PM SAKIP dinyatakan MEMUASKAN dengan nilai hasil evaluasi sebesar 86,70 atau setara dengan 100,81% dari target nilai sebesar 86,00. Pada Triwulan III Tahun 2025 alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 sebesar Rp 41.362.790.000,- dan pada Triwulan III Tahun 2025 telah terealisasi sebesar Rp7.121.094.222,-. Realisasi anggaran tersebut setara dengan 17,22%

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

1) Pembahasan dokumen perencanaan kinerja Level 1 dan Level 2 tanggal 7 Juli 2025 di RR Sesditjen PDSPKP GMB 3.



Gambar 27. Pembahasan Kinerja Direktorat Pemasaran

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



Gambar 28. Penginputan Perencanaan Kinerja di Aplikasi esr.menpan

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

Profesionalitas adalah kualitas para anggota profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki untuk melakukan tugas tugasnya. Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disingkat ASN adalah profesi bagi Pegawai Negeri

Sipil dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja yang bekerja pada instansi pemerintah. Pengukuran Indeks Profesionalitas Aparatur Sipil Negara adalah ukuran statistik yang menggambarkan kualitas ASN berdasarkan kesesuaian kualifikasi, kompetensi, kinerja, dan kedisiplinan pegawai ASN dalam melaksanakan tugas jabatan.

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW III (10)	% Realisasi s.d TW III Terhadap Target 2025 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW III 2025	TW II 2025	TW III 2024	Tahun 2025	TW III 2025	TW II 2025	TW III 2024	S.d TW III 2025			TW II 2025	TW III 2024
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)			(12)	(13)
Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-		

Tabel 16. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Capaian Capaian Indikator Kinerja Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran bersifat semester, maka capaian Semester II Tahun 2025 akan diukur di akhir Tahun.

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

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

Hal tersebut mendorong peningkatan indeks profesionalitas ASN s.d. Triwulan III mencapai 87,61 dari target Semester II/tahunan 87,00. Serta dalam rangka peningkatan pemenuhan 20 JP bagi P3K penerimaan Tahun 2025, Tim ada Subbagian Tata Usaha telah melakukan pendampingan pelaksanaan pengembangan kompetensi melalui elearning.kkp.go.id pada 8 September 2025, dengan hasil 80% ASN telah memenuhi 12 JP pengembangan kompetensinya.



Gambar 29. Apel Pagi Direktorat Pemasaran

3.2.4.IK.15. Inovasi Pelayanan Publik yang diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)

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

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

KRITERIA INOVASI

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

KELOMPOK INOVASI

1. Kelompok Umum

Kelompok Khusus

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

Tabel 17. Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik

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

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

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

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

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

3.3.5 REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN

Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada Tahun 2025 sebesar Rp83.469.450.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 41.362.790.000 (Di luar anggaran yang di Blokir). Adapun realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp. 7.121.094.222, atau setara 17,22% dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KRO/R O	PAGU AWAL (Rp)	PAGU SETELAH DIBLOKIR (Rp)	REALISASI		SISA ANGGARAN (Rp)
			KEUANGAN (Rp)	%	
Proporsi Ekspor Produk Rumput Laut Olahan	1.250.000.000	832.890.000	28.174.450	3,38%	804,715,550
Pertumbuhan Ekspor Produk Perikanan	1.315.950.000	230,455,000	95.112.989	41,27%	135.342.011
Nilai Transaksi Produk Perikanan Hasil Promosi Skala Internasional	900.000.000	737.793.000	224.884.318	30,46%	512.908.682
Kontribusi Protein Ikan terhadap sumber Protein Hewani	600.000.000	84.947.000	73.720.434	86,78%	11.226.566
Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang dipromosikan	33.074.000.000	26.401.041.000	6.235.762.226	23,61%	20.165.278.774
Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang dibina	810.000.000	441.885.000	70.698.900	15,99%	371.186.100
Persentase Sarana Prasarana Pemasaran yang dimanfaatkan	44.979.500.000	12.563.923.000	339.337.058	2,70%	12.224.585.942
Persentase Hasil Kurasi Produk yang ditindaklanjuti	540.000.000	69.856.000	53.403.847	76,45%	16.452.153
JUMLAH	83.469.450.000	41.362.790.000	7.121.094.222	17,22	34.241.695.778

Tabel 19. Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan III Tahun 2025

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Triwulan III Tahun 2025 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari Januari sampai dengan Maret 2025. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerja sampai dengan Triwulan III sebesar 105,41% (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Triwulan III diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan

Capaian Indikator Kinerja Persentase Peningkatan Produk Perikanan yang Dipromosikan pada Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 2% peningkatan produk, setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 atau setara 40,00% dari target Tahun 2025 yaitu 5%.

Adapun kegiatan peningkatan produk ini yaitu pelaksanaan promosi gemarikan di beberapa daerah antara lain: 1. Kabupaten Tabanan, 2. Kabupaten Bireun, 3. Kabupaten Aceh Timur, 4. Kabupaten Aceh Utara, 5. Kabupaten Majene, 6. Kabupaten Polewali Mandar 7. Kabupaten Kep. Sula, 8. Kabupaten Cirebon, 9. Kabupaten Indramayu, 10. Kabupaten Lampung Tengah, 11. Kabupaten Tulangbawang, 12. Kabupaten Lampung Timur, 13. Kota Batam, 14. Kota Padang, 15. Kabupaten Kep. Mentawai, 16. Kabupaten Ogan Ilir, 17. Kabupaten Bandung Barat, 18. Kabupaten Sukoharjo, 19. Kota Surakarta, 20. Kabupaten Ciamis, 21. Kabupaten Gunung Kidul, 22. Kabupaten Bantul.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 7.121.094.222,- atau setara dengan 17,22% dari total pagu Rp 41.362.790.000,-.

2. Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina

Capaian Indikator kinerja Persentase Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina pada Triwulan III Tahun 2025 telah mencapai 60% pembinaan pelaku usaha pemasaran yaitu 400 pelaku usaha pemasaran, setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 atau setara 66,67% dari target Tahun 2025 atau 600 pelaku usaha pemasaran.

Adapun kegiatan Peningkatan Kapasitas Pelaku Pemasaran yang Dibina di beberapa daerah antara lain 1. Pasar Ikan Modern Muara Baru Jakarta, 2. Kabupaten Purworejo, dan 3. Kabupaten Ciamis, 4. Kabupaten Sukabumi, dan 5. Kota Tangerang.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan III Tahun 2025 sebesar Rp 70.698.900,- atau setara dengan 15,99% dari total pagu Rp441.885.000,-

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

Capaian Indikator kinerja Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Triwulan III Tahun 2025 telah melaksanakan 1 kegiatan dengan output 1 dokumen atau setara dengan 100% dari target Triwulan III 2025 yaitu 1 dokumen. Kegiatan berupa pemantauan tindak lanjut dengan hasil terdapat 3 (tiga) Laporan Hasil Pengawasan (LHP) Itjen yang disampaikan pada <https://sidak.kkp.go.id/>, dengan rincian 9 temuan dan 21 rekomendasi dengan nilai keuangan Rp10.200.000,00. Atas rekomendasi tersebut, seluruh rekomendasi telah tuntas ditindaklanjuti dan telah dilakukan penyetoran ke Kas Negara senilai Rp10.200.000,00 dengan Nomor NTPN 9FC097QLV2GMU52N, tanggal 26 Juni 2025 dengan Keterangan Pengembalian Belanja Pembayaran Honorarium yang Melebihi SBM pada Kegiatan Gemarikan TA 2024.

Penyusunan Laporan Kinerja ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan perencanaan untuk kegiatan selanjutnya. Hal-hal yang memerlukan tindak lanjut pada triwulan berikutnya dapat menggunakan basis informasi yang disajikan pada laporan ini. Dalam upaya mencapai sasaran kegiatan pokok Direktorat Pemasaran, kerja sama dan koordinasi antar semua pemangku kepentingan yang berkaitan dengan pemasaran produk perikanan menjadi hal yang mendasar. Dalam rangka peningkatan akuntabilitas kinerja rencana penetapan kinerja, diperlukan mekanisme kajian yang bersifat realistis dan dapat dicapai baik dalam menentukan indikator input, proses maupun output. Dengan selesainya laporan ini diharapkan penetapan kinerja 2025 dapat memanfaatkan kinerja output yang telah dihasilkan pada triwulan sebelumnya sebagai bentuk kontinuitas dan akuntabilitas kegiatan.

4.2. 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
Indikator Profesionalitas ASN	Peningkatan pemenuhan 20 JP P3K Tahun 2025	Pendampingan pelaksanaan pengembangan kompetensi melalui elearning.kkp.go.id

Tabel 20. Permasalahan Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut

4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN 2025

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

Indikator Kinerja	Rekomendasi/Rencana TindakLanjut pada Triwulan II Tahun 2025	Tindak Lanjut pada Triwulan III Tahun 2025
Promosi Dalam Negeri	1. Melakukan Percepatan Safari Gemarikan dengan koordinasi anggota DPR untuk mencapai target Kampanye Gemarikan	1. Telah melaksanakan beberapa kegiatan perluasan Safari Gemarikan di beberapa daerah, pada tanggal 2 Agustus 2025 dengan Nomor B. B.1989/DJPDSPKP/KP.440/VIII/2025  

Indikator Kinerja	Rekomendasi/Rencana TindakLanjut pada Triwulan II Tahun 2025	Tindak Lanjut pada Triwulan III Tahun 2025
Indikator Profesionalitas ASN	Berdasarkan hasil analisis, IP ASN Direktorat Pemasaran dalam kategori rendah yaitu sebesar 80,98% lebih rendah dari target Triwulan II sebesar 82,00%. Hal ini disebabkan beberapa pegawai yang belum memenuhi 20 JP pada Jabatan Fungsional Tertentu dikarenakan belum melaksanakan diklat atau pelatihan lainnya dan pegawai Jabatan Fungsional Tertentu belum mendapat pelatihan terkait kompetensinya	Telah Melaksanakan beberapa kegiatan untuk mendukung Kinerja Indeks Profesionalitas ASN, yaitu: 1. Menyusun rekapitulasi pemenuhan kompetensi setiap pegawai; 2. Menyusun rencana <i>training need analysis</i> pegawai; dan 3. Mendorong keikutsertaan pegawai dalam pemenuhan kompetensinya Dengan No Undangan B.2368/DJPDSPKP.5/TU.330/IX/2025 

Tabel 21. Perbandingan Tindak Lanjut TW II 2025 dan TW III 2025

4.4. LAMPIRAN

4.4.1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025



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

JALAN MEDAN MERDEKA TIMUR NOMOR 16
JAKARTA 10110 KOTAK POS 4130 JKP 10041
TELEPON (021) 3519070 (LACAK), FAKSIMILE (021) 3500132
LAMAR www.kkp.go.id SUREL persuratan.pds@kkp.go.id

**PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2025
DIREKTORAT PEMASARAN**

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

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

Selanjutnya disebut Pihak Kesatu

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

Selaku atasan Pihak Kesatu, selanjutnya disebut Pihak Kedua

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

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

Jakarta, 20 Januari 2025

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

Budi Sulistiyo

Pihak Kesatu,
Direktur Pemasaran

Erwin Dwiyan

4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2025

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2025 DIREKTORAT PEMASARAN

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

SASARAN KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
	13 Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	86
	14 Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
	15 Inovasi Pelayanan Publik yang Diterapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1

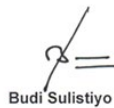
4.4.3. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025

Data Anggaran :

PROGRAM/KEGIATAN	ANGGARAN (Rp.)
<i>PROGRAM : Nilai Tambah dan Daya Saing Industri</i>	
Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	86.845.450.000
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2025	86.845.450.000

Jakarta, 20 Januari 2025

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



Budi Sulistiyo

Pihak Kesatu,
Direktur Pemasaran



Erwin Dwiyan