KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN

TW II 2024

LAPORAN KINERJA

DIREKTORAT PEMASARAN

DIREKTORAT JENDERAL
PENGUATAN DAYA SAING PRODUK
KELAUTAN DAN PERIKANAN

KATA PENGANTAR

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024 disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kinerja pencapaian rencana kerja Direktorat Pemasaran pada Triwulan II Tahun 2024. Penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP), Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan Kinerja dan Tata Cara Reviu Atas Laporan Kinerja dan PERMENKP No. 68 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Kinerja. Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai capaian kinerja dari tujuh tim kerja teknis (Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri, Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri, Analis Pasar Luar Negeri, Promosi Dalam Negeri, Prasarana Pemasaran, Sarana Kelembagaan Pemasaran, dan Kurasi Produk Perikanan) dan satu tim kerja Dukungan Manajerial. Laporan ini juga memuat hasil-hasil pelaksanaan program dan kegiatan serta permasalahan yang dihadapi selama periode April – Juni Tahun 2024. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-13 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan II tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan II Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 102,42%

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, 19 Juli 2024

Direktur Pemasaran

Erwin Dwiyana, S.Pi.,M.Sc

TIM PENYUSUN

PENGARAH

Direktur Pemasaran

PENYUSUN

Tim penyusunan pelaporan Direktorat Pemasaran

KONTRIBUTOR

Tim Penguatan Akuntabilitas Kinerja Lingkup Direktorat Pemasaran,

Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan

IKHTISAR EKSEKUTIF

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran, Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (Ditjen PDSPKP) Triwulan II Tahun 2024 disusun sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kinerja (Performance Results) Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP selama Triwulan II Tahun 2024, dikaitkan dengan Rencana Kinerja (Performance Plan) tahun 2024 yang sepenuhnya mengacu pada Rencana Strategis Ditjen PDSPKP Tahun 2020 - 2024.

Sesuai dengan Rencana Kinerja dan Perjanjian Kinerja Tahun 2024, Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP melakukan pengukuran terhadap Kegiatan Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan untuk mencapai tujuan strategis meningkatkan volume produk olahan kelautan dan perikanan. Tujuan strategis di atas selanjutnya dijabarkan dalam sasaran strategis Direktorat Pemasaran, Ditjen PDSPKP yang telah ditetapkan dalam bentuk perjanjian kinerja antara Direktur Pemasaran dengan Direktur Jenderal PDSPKP, yang terdiri atas 13 Sasaran kegiatan dan 28 Indikator Kinerja kegiatan.

Dari 28 indikator kinerja tersebut sebanyak 13 (tiga belas) telah dilakukan pengukuran pada Triwulan II Tahun 2024, sedangkan indikator kinerja lainnya belum dapat diukur karena tidak ada target capaian pada triwulan II. Berdasarkan hasil pengukuran tersebut ke-13 indikator kinerja telah mencapai target Triwulan II tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Ditjen PDSPKP pada Triwulan II Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 102,42%.

Pencapaian terhadap target sasaran kinerja Direktorat Pemasaran yang telah dicapai selama Triwulan II Tahun 2024 serta rencana tindak lanjut penyelesaian permasalahan yang dihadapi diharapkan dapat menjadi salah satu acuan untuk merumuskan langkah-langkah percepatan pelaksanaan kegiatan di tahun berikutnya.

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

Dari 28 indikator kinerja tersebut seluruhnya telah dilakukan pengukuran pada Triwulan II Tahun 2024. Dengan capaian dimaksud, Nilai Kinerja Organisasi (NKO) Direktorat

Pemasaran pada Triwulan II Tahun 2024 yang ditunjukkan pada Aplikasi Kinerjaku adalah sebesar 102.42%. Perincian capaian Sasaran Program dan Indikator Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024 adalah sebagai berikut :

1. Dari 28 indikator kinerja yang telah ditetapkan, terdapat 15 indikator kinerja bersifat tahunan, 3 indikator kinerja bersifat semesteran, dan 10 indikator kinerja bersifat triwulanan.
2. Sebanyak 15 indikator kinerja dimaksud yaitu (1) Jumlah Provinsi yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga (Provinsi), (2) Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun, (3) Kegiatan Pendampingan Major Project pembangunan pelabuhan perikanan terintegrasi dengan pasar ikan bertaraf internasional, (4) Pasar Ikan yang dibangun, (5) Sentra Kuliner Ikan yang dibangun, (6) Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi, (7) Layanan Perizinan Usaha Pemasaran bagi pelaku usaha kelautan dan perikanan, (8) Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (9) Direktorat Pemasaran berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK), (10) Nilai Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran, (11) Batas tertinggi nilai temuan Laporan Hasil Pemerikasaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (12) Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran, (13) Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran, (14) Tingkat efektivitas pelaksanaan program prioritas/strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran, (15) Persentase Pelaku Usaha KP yang terintergrasi KUSUKA lingkung Ditjen PDSPKP.
3. Tiga indikator kinerja yang bersifat semesteran yaitu (1) Profil pasar ekspor hasil kelautan dan perikanan (2) Profil pasar dalam negeri hasil kelautan perikanan dan (3) Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditjen PDSPKP.
4. Sedangkan sepuluh indikator kinerja yang bersifat triwulanan yaitu (1) Nilai transaksi dari promosi skala internasional, (2) Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi, (3) Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan, (4) Promosi Gemarikan yang dilaksanakan, (5) Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri, (6) Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina, (7) Peralatan Pemasaran yang disediakan, (8) Tenaga kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (Orang), (9) Persentase jumlah hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk

perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran dan (10) Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar.

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan atas capaian dan akuntabilitas kinerja sampai dengan Triwulan II Tahun 2024, 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 II adalah sebesar 102,42 % (kategori Baik). Nilai tersebut diperoleh dari capaian kinerja yang ditargetnya pada Triwulan II tahun 2024. Adapun rincian capaian periode Triwulan II Tahun 2024 yaitu :

1. IKK Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD) target 150 (Juta USD), capaian 150 (Juta USD) atau setara 100%.
2. IKK Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum) target 1 Forum, capaian 1 Forum atau setara 100%.
3. IKK Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data) target 2 Data, capaian 2 Data atau setara 100%.
4. IKK Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data) target 2 Data, capaian 2 Data atau setara 100%.
5. IKK Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan (Promosi) target 2 Promosi, capaian 2 Promosi atau setara 100%.
6. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi) target 55 Kegiatan Promosi, capaian 55 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
7. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri (Promosi) target 2 Kegiatan Promosi, capaian 2 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
8. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga) target 25 Lembaga, capaian 25 Kegiatan Promosi atau setara 100%.
9. IKK Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang) target 5.135 Orang, capaian 5.135 Orang atau setara 100%.
10. IKK Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks) target 76,00 %, capaian 84,24 % atau setara 110,84 %.

11. IKK Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%) target 80,00 %, capaian 100,00 % atau setara 120,00 %.
12. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%) target 94,00 %, capaian 133,33 % atau setara 120,00 %

Pada Triwulan II Tahun 2024 Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 sebesar Rp 76.080.900.000,00 dan pada triwulan II tahun 2024 telah terealisasi sebesar Rp 24.954.993.478,00. Realisasi anggaran tersebut setara dengan 33 %.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR 2

TIM PENYUSUN 3

IKHTISAR EKSEKUTIF 4

DAFTAR ISI 8

DAFTAR TABLE 11

DAFTAR GAMBAR 13

BAB I 14

PENDAHULUAN 14

1.1. LATAR BELAKANG 14

1.2. MAKSUD DAN TUJUAN 15

1.3. TUGAS DAN FUNGSI 15

1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA 16

1.5. PERMASALAH UTAMA 17

1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN 18

BAB II 19

PERENCANAAN KINERJA 19

1.1. RENCANA STRATEGIS 19

1.2. PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN 20

BAB III 23

AKUNTABILITAS KINERJA 23

3.1. CAPAIAN KINERJA 23

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA 25

3.2.1. Sasaran Strategis 1 Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional 25

3.2.1. IK.1. Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD) 25

3.2.2. Provinsi Yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga 28

3.2.2. IK.2. Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi) 28

3.2.3. Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun 30

3.2.3. IK.3. Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang di Bangun (Sistem Informasi) 30

3.2.4. Terfasilitasinya Form Perluasan Akses Pasar Negera Tujuan Ekspor 32

3.2.4. IK.4. Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang diFasilitasi (Forum) 32

3.2.5. Tersedianya Data & Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil KP 39

3.2.5.IK.5. Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data) 39

3.2.5. IK.6. Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data) 43
3.2.6. Pendampingan Major Projet Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertarf Internasional *47*
3.2.6. IK.7. Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional 47
3.2.7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan *49*
3.2.7.IK.8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan 49
3.2.7.IK.9. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan 52
3.2.7.IK.10. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri 55
3.2.7. IK.11. Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah (Promosi) 57
3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan *58*
3.2.8.IK.12. Pasar Ikan yang dibangun 58
3.2.8. IK.13. Sentra Kuliner Ikan yang dibangun 59
3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan *61*
3.2.9. IK.14. Lembaga Pengelola Pasar yang dibina 61
3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran ..... Error! Bookmark not defined.
3.2.10.IK.15. Peralatan Pemasaran 64
3.2.10. IK.16. Kendaraan Pemasaran Ahli Teknologi Informasi 66
3.2.11. Nilai PNBP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP *66*
3.2.11. IK.17. Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (RP Miliar) 66
3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP *67*
3.2.12. IK.18. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP 67
3.2.13. Terlaksananya Layanan Dukman dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya *69*
3.2.13.IK.19. Nilai Minimal yg dipersyaratkan untuk Pembangunan Unit Kerja yg Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran 69
3.2.12.IK.20. Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Direktorat Pemasaran 70
3.2.12.IK.21. Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran 72
3.2.12.IK.22. Persentase Penyelesaian Temuan BPK di LIngkup Direktorat Pemasaran 74
3.2.12.IK.23. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan untuk Perbaikan 74
3.2.12.IK.24. Inovasi Pelayanan Publik yg di Terapkan pada Unit Kerja Direktorat Pemasaran 76
3.2.12.IK.25. Persentase Unit Kerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran yang Menerapkan 77
3.2.12.IK.26. Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Direktorat Pemasaran 78
3.2.12.IK.27. Tingkat Efektifitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di Lingkungan 79
3.2.12.IK.28. Persentase Pelaku Usaha Kelautan Perikanan yang Terintegrasi KUSUKA 80
3.3. REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN 81
BAB IV 83
PENUTUP 83
4.1. KESEIMPULAN 83
4.2. PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI 85

4.3. TINDAK LANJUT REKOMENDASI PADA LAPORAN KINERJA TRIWULAN SEBELUMNYA TAHUN

4.4. LAMPIRAN 87

4.4.1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024 87

4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024 87

4.4.3. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024 88

DAFTAR TABLE

Table 1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II tahun 2024 22
Table 2 Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II tahun 2024 24
Table 3 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Transaksi dari Promosi Skala International (Juta USD) 25
Table 4 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi) 28
Table 5 Serapan Ikan Rumah Tangga Tahun 2023 Berdasarkan Wilayah Provinsi (Ton Setara Utuh Segar) 29
Table 6 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun .. 30
Table 7 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang diFasilitasi 32
Table 8 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Ekspor Hasil KP (Data) 39
Table 9 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Profil Pasar Dalam Negeri Hasil KP (Data) 43
Table 10 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pendamppingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional 47
Table 11 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan 49
Table 12 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Promosi Gemarikan yang dilaksanakan 52
Table 13 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri ... 55
Table 14 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Promosi Produk KP dalam Negeri oleh Daerah 57
Table 15 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pasar Ikan yang dibangun 58
Table 16 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Sentra Kuliner Ikan yang dibangun 59
Table 17 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Lembaga Pengelola Pasar yang dibina 61
Table 18 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran 64
Table 19 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Kendaran Pemasaran Ahli teknologi Informasi 66
Table 20 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran 66
Table 21 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Tenga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP 67
Table 22 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran 69
Table 23 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar 70

Table 24 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran 72
Table 25 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Ditsar 74
Table 26 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Presentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan 74
Table 27 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Inovasi Pelayanan Publik Yang Diterapkan Pada Unit Kerja Ditsar 76
Table 28 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Unit Kerja Ditsar yg Menerapkan Sistem Manajemen Pengetahuan yg Terstandar 77
Table 29 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Realisasi Anggaran di Lingkungan Ditsar 78
Table 30 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran 79
Table 31 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP 80
Table 32 Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024 82
Table 33 Permasalah Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut 85
Table 34 Perbandingan Tindak Lanjut TW I 2024 dan TW II 2024 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran 16
Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran 17
Gambar 3 Dashboard Nilai NPSS Direktorat Pemasaran TW II Tahun 2024 23
Gambar 4 Seafood Expo global (SEG) 26
Gambar 5 Nusatic 2024 27
Gambar 6 Screenshoot Aplikasi Bursa Pasar Ikan 31
Gambar 7 Rapat koordinasi IJEPA 34
Gambar 8 Perundingan WG TIG IEU-CEPA 35
Gambar 9 Perundingan IT-PTA 36
Gambar 10 Virtual Business Matching antara Indonesia dengan Singapura 37
Gambar 11 Rapat koordinasi TL Hasil Preliminary Determination anti-dumping dan tindakan pengimbang (countervailing duties) terhadap produk Frozen Warmwater Shrimp 37
Gambar 12 Dokumentasi On-site verification Penyelidikan Anti-subsidi atas Produk Udang Beku Asal Indonesia oleh Otoritas Amerika Serikat 38
Gambar 13 Rapat Koordinasi Perkembangan Sertifikasi Udang Tangkapan ke AS 39
Gambar 14 Pelatihan "International Fish Trade, Global Applicable Framework And Market Access" 41
Gambar 15 Rapat Kegiatan Tuna Business Forum tahun 2024 42
Gambar 16 Dokumentasi Buku Pedoman Penghitungan AKI Susenas dan AKI Bulanan 44
Gambar 17 Screenshot Pengembangan Tools AKI Tahunan 45
Gambar 18 Screenshot Pengembangan Tools AKI Bulanan 45
Gambar 19 Surat Menteri tentang usulan perubahan lokasi prioritas pelabuhan perikanan 48
Gambar 20 Seafood Expo North America (SENA) 2024 51
Gambar 21 Nusatic 2024 52
Gambar 22 Kampanye Gemarikan di Kab. Nganjuk dan Madiun 54
Gambar 23 Kampanye Gemarikan di Kab. Ponorogo 54
Gambar 24 Pelaksanaan Bazar 54
Gambar 25 Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan 55
Gambar 26 Kegiatan Promosi Indonesia Tuna Investment & Business Forum 57
Gambar 27 Kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri 57
Gambar 28 Verifikasi lapangan dan koordinasi perencanaan Sentra Kuliner 61
Gambar 29 Pengelola Pasar Ikan yang dibina di Garut 64
Gambar 30 Verifikasi Lapangan di Kabupaten Sukabumi 65
Gambar 31Potensi PNBP objek sewa PIM Muara Baru 67
Gambar 32 Gerai Perijinan Pemasaran di Tuna Investment and Business Forum 69
Gambar 33 Screenshot Aplikasi SIDAK 76
Gambar 34 Gerai KUSUKA 81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024 merupakan pelaksanaan dari Peraturan Presiden Nomor 29 tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Seluruh kebijakan yang ditempuh merupakan lanjutan dari kebijakan tahun sebelumnya dengan berbagai perbaikan dalam rangka pelaksanaan 3 pilar, isi pembangunan dalam Rencana Strategis (Renstra) Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan yakni Kedaulatan, Keberlanjutan, dan Kesejahteraan.

Direktorat Pemasaran adalah unsur pelaksana teknis yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan yang dalam pelaksanaan tugasnya mengacu pada Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor: 6/PERMEN-KP/2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kelautan dan Perikanan. Direktorat Pemasaran mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang Pemasaran produk kelautan dan perikanan.

Dalam melaksanakan tugas tersebut Direktorat Pemasaran menyelenggarakan fungsi :

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

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

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

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

Untuk menilai efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta mengukur sejauh mana pencapaian sasaran berdasarkan indikator yang ada, Direktorat Pemasaran menyusun Laporan Kinerja Triwulan II Tahun 2024. Laporan Kinerja ini secara terstruktur akan menginformasikan capaian kinerja dari setiap pelaksanaan program dan kegiatan dalam kurun waktu bulan April - Juni Tahun 2024.

1.2. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dan tujuan penyusunan Laporan Kinerja Direktorat Pemasaran tahun 2024 adalah untuk menyampaikan capaian kinerja Direktorat Pemasaran dalam satu tahun anggaran dengan pembanding adalah target kinerja.

1.3. TUGAS DAN FUNGSI

Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 43 Tahun 2023 tentang Mekanisme Kerja Untuk Penyederhanaan Birokrasi di Lingkungan KKP. Direktorat

Pemasaran didukung oleh susunan organisasi yang terdiri dari Tujuh (7) Tim Kerja yang secara lengkap diuraikan sebagai berikut:

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

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

Gambar 1.Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran

1.4. KERAGAMAN SUMBERDAYA MANUSIA

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

Sumber daya manusia pada Direktorat Pemasaran berjumlah 95 orang yang terdiri dari, sebagai berikut :

1. Direktur
2. Timja Pemetaan dan Akses Pasar Dalam Negeri 7 orang
3. Timja Akses Pasar dan Promosi Luar Negeri 7 orang
4. Timja Prasarana Pemasaran 8 orang
5. Timja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran 32 orang.

6. Timja Promosi Dalam Negeri 9 orang
7. Timja Analis Pasar Luar Negeri 7 orang
8. Timja Kurasi Produk 8 orang
9. Timja Dukungan Manajerial 17 orang

Gambar 2. Sumberdaya Manusia Pada Direktorat Pemasaran

Perincian sumber daya manusia berdasarkan jenjang pendidikan yaitu S2 sebanyak 26 orang, S1 sebanyak 38 orang, D3 sebanyak 9 orang, SMA sebanyak 22 orang. Total pegawai Direktorat Pemasaran 95 orang terdiri dari 64 Pegawai Laki-Laki dan 31 Pegawai Perempuan.

1.5. PERMASALAH UTAMA

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

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

1.6. SISTEMATIKA PENYAJIAN

Pada dasarnya Laporan Kinerja ini untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan capaian kinerja Koordinator lingkup Direktorat Pemasaran selama Triwulan II Tahun 2024. Sistematika Penyajian Laporan Kinerja ini adalah sebagai berikut :

1. Bab I. Pendahuluan, menjelaskan latar belakang penulisan, data umum organisasi dan struktur organisasi
2. Bab II. Perencanaan Kinerja, menjelaskan kebijakan dan program, serta Perjanjian Kinerja yang ada di Direktorat Pemasaran
3. Bab III. Akuntabilitas Kinerja, menjelaskan uraian capaian kinerja organisasi Direktorat Pemasaran pada triwulan II tahun 2024
4. Bab IV. Penutup

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

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

1.2. PERJANJIAN KINERJA TAHUN BERJALAN

Ikhtisar perjanjian kinerja tahun berjalan, dengan format sebagai berikut :

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional	1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	300
2.	Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga	2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18
3	Tersedianya Sistem Informasi Pemasaran	3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1
4	Terfasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	4	Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)	3
5	Tersedianya Data dan Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	4
		6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan (Data)	4
6	Terselenggaranya Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	7	Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1
7	Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	8	Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi)	6
		9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	185
		10	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri (Promosi)	4

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
		11	Promosi Produk Kelautan dan PerikananDalam Negeri oleh daerah (Promosi)	38
8	Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	12	Pasar Ikan yang Dibangun (Unit)	2
		13	Sentra Kuliner Ikan yang Dibangun (Unit)	11
9	Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	14	Lembaga Pengelola Pasar Ikan yangDibina (Lembaga)	100
10	Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	15	Peralatan Pemasaran yang Disediakan(Unit)	6000
		16	Kendaraan Pemasaran Alih TeknologiInformasi yang disediakan (Unit)	2
11	Nilai PNBP Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	17	Nilai PNBP di Lingkungan DirektoratPemasaran (Rp Miliar)	1,786
12	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	18	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan(Orang)	15.286
13	Terlaksananya Layanan Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran	19	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untukpembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
		20	Indeks Profesionalitas ASN di LingkunganDirektorat Pemasaran (Indeks)	87
		21	Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan	84

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN		TARGET
			Direktorat Pemasaran (Nilai)	
		22	Batas Tertinggi Nilai Temuan Laporan Hasil Pemerikasaan BPK-RI di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	100
		23	Persentase Jumlah Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	85
		24	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
		25	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94
		26	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95
		27	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
		28	Persentase Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA Lingkup Ditjen PDSPKP (%)	100

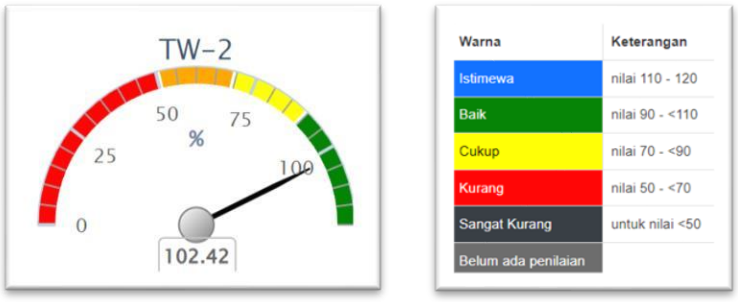
Table 1 Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II tahun 2024

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

3.1. CAPAIAN KINERJA

Capaian kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024 tercermin dari hasil evaluasi kinerja sasaran yang telah ditargetkan pada tahun 2024. Berdasarkan perjanjian kinerja level Direktorat Pemasaran telah dilakukan pengukuran dan evaluasi kinerja secara berkala dengan menggunakan Sistem Aplikasi Pengelolaan Kinerja (SAPK).



Gambar 3 Dashboard Nilai NKO Direktorat Pemasaran TW II Tahun 2024

Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Direktorat Pemasaran pada Triwulan II tahun 2024 sebesar 102,42% dan mengalami peningkatan sebesar 11,49% jika dibandingkan dengan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan pada Triwulan II tahun 2023 yaitu sebesar 90,93 %. Peningkatan Nilai Pencapaian Sasaran Kegiatan Triwulan II tahun 2024 karena IKU yang tercapai seluruhnya di Triwulan II 2024. Secara lengkap capaian masing-masing indikator kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II tahun 2024 disajikan pada tabel sebagai berikut;

Indikator Kinerja		Target		Realisasi TW II 2024	Persentase terhadap Target (%)	
		Tahun 2024	TW II 2024		Tahun 2024	TW II 2024
1	Nilai transaksi dari promosi skala internasional (Juta USD)	300	150	150	50	100
2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18	-	-	-	-
3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1	-	-	-	-
4	Forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang difasilitasi	3	1	1	33,33	100
5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan	4	2	2	50	100
6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan	4	2	2	50	100

7	Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1	-	-	-	-
8	Promosi skala internasional yang dilaksanakan	6	3	3	50	100
9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	185	55	55	48,65	100
10	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri	4	2	2	50	100
11	Promosi produk kelautan dan perikanan dalam negeri oleh daerah	38	-	-	-	-
12	Pasar Ikan yang dibangun	2	-	-	-	-
13	Sentra Kuliner Ikan yang dibangun	11	-	-	-	-
14	Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina	100	25	25	40	100
15	Peralatan pemasaran yang disediakan	6000	-	-	-	-
16	Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi yang disediakan	2	-	-	-	-
17	Nilai PNBP di lingkungan Direktorat Pemasaran	1,786	-	-	-	-
18	Tenaga kerja yang terlibat bidang pemasaran hasil kelautan dan perikanan (Orang)	15.286	5.135	5.135	33,59	100
19	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran	75	-	-	-	-
20	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran	87	76	84,24	100	110,84
21	Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran	84	-	-	-	-
22	Presentase penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran	100	-	-	-	-
23	Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80	80	100	120	120
24	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran	1	-	-	-	-
25	Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94,00	94,00	133,33	120	120
26	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95	-	-	-	-
27	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80	-	-	-	-
28	Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA lingkup Ditjen PDSPKP	100	-	-	-	-

Table 2 Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran Triwulan II tahun 2024

3.2. EVALUASI DAN ANALISIS KINERJA

3.2.1. Sasaran Strategis 1 Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	150	-	100	300	150	-	120	150	100	50		25

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

Nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional adalah sejumlah nilai potensi transaksi yang dicatat/dihasilkan dari pameran skala internasional yang diikuti oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan hingga akhir tahun berjalan. Nilai tersebut berasal dari laporan potensi transaksi harian yang dicatat oleh setiap peserta selama pameran berlangsung hingga akhir tahun berjalan.

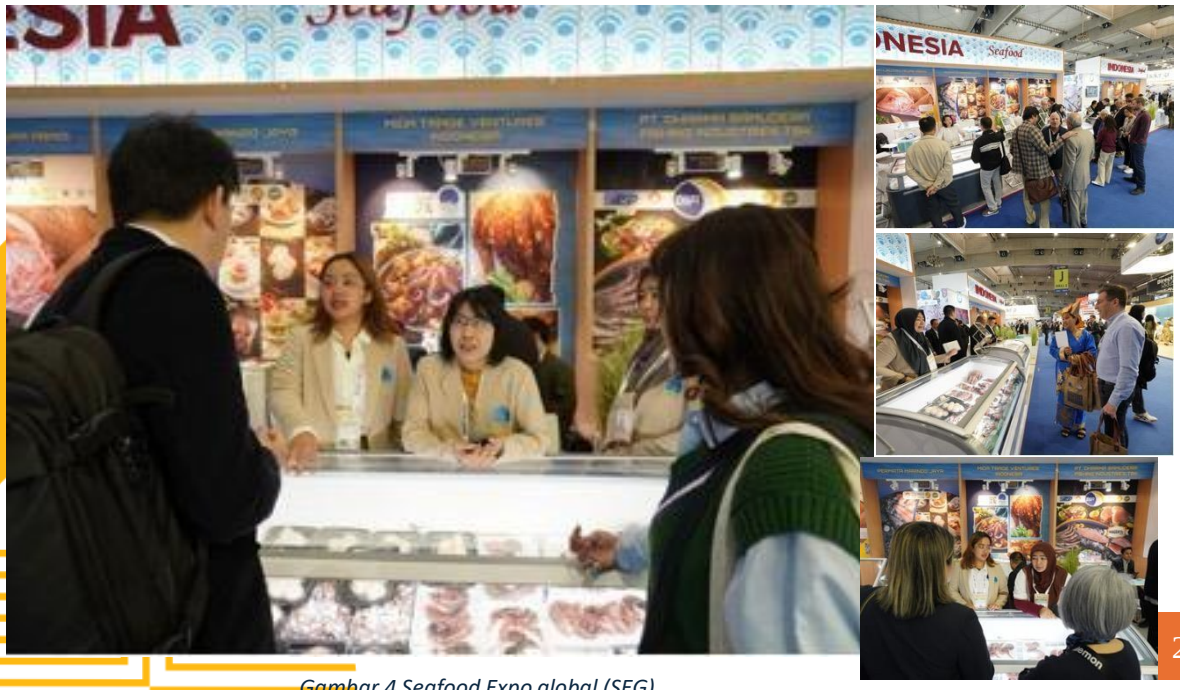
Capaian Indikator kinerja Nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional bersifat triwulan, hingga Triwulan II Tahun 2024 capaian indicator ini sebesar USD 150 Juta dari target Triwulan II Tahun 2024 yaitu USD 150 Juta. Capaian pada Triwulan II Tahun 2024 tidak dapat dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya karena indikator kinerja tersebut belum memiliki target di Triwulan I. Capaian indikator kinerja kegiatan Nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional triwulan II 2024 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebesar USD 50 Juta, atau mengalami peningkatan sebesar 100 % dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, dan telah mencapai 50 % dari target Tahunan pada tahun berjalan dan mengalami pertumbuhan positif sebesar 25% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja nilai potensi transaksi dari promosi skala internasional target di triwulan II tahun 2024 sebesar USD 150 Juta.

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

Indonesia di pasar global. Selain itu, beberapa situasi di negara tujuan ekspor sebagai hambatan ekspor juga berpengaruh terhadap pencapaian target potensi nilai transaksi. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan kegiatan promosi skala internasional dan realisasi nilai potensi transaksi yang didapatkan dari kegiatan dimaksud. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa promosi skala internasionak di wilayah eksisting dan tujuan ekspor terbesar untuk merawat pasar serta perluasan promosi di wilayah potensial lainnya

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

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



Gambar 4 Seafood Expo global (SEG)

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

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

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 4.507.646.786 atau setara dengan 63,42 % dari total pagu sebesar Rp 7.107.899.000.

Gambar 5 Nusatic 2024

3.2.2. Provinsi Yang Mengalami Peningkatan Serapan Ikan Dalam Rumah Tangga

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

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

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

Serapan ikan dalam rumah tangga merupakan hasil pengkalian jumlah konsumsi ikan rumah tangga dengan jumlah penduduk dalam periode satu tahun. Penghitungan serapan ikan dalam rumah tangga dilakukan berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik minus satu tahun dari tahun berjalan (T-1). Jumlah provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga diketahui berdasarkan perkembangan data serapan ikan dalam rumah tangga tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2022.

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

Penghitungan konsumsi ikan di dalam rumah tangga dihitung berdasarkan data terlebih dahulu mengkonversi ikan yang dikonsumsi ke dalam bentuk setara utuh segar. Hasil penghitungan, capaian konsumsi ikan di dalam rumah tangga nasional tahun 2023 yaitu sebesar 36,95 kg/kapita/tahun setara utuh segar atau sama dengan serapan ikan sebanyak 8.319.775 ton setara utuh segar. Berdasarkan perkembangan serapan ikan rumah tangga

tahun 2022-2023, terdapat 21 (dua puluh satu) provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan rumah tangga atau mencapai **116,67%** dari target 18 (delapan belas) provinsi.

Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan rumah tangga tertinggi yaitu di D.I. Yogyakarta yaitu sebesar 14,36% atau mengalami peningkatan dari 77.533 ton setara utuh segar di tahun 2022 menjadi 88.877 ton setara utuh segar di tahun 2023. Provinsi yang mengalami peningkatan tertinggi berikutnya yaitu Provinsi Bali sebesar 13,57% dan Provinsi Kepulauan Riau sebesar 12,34%.

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

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

No	Provinsi	Tahun 2022	Tahun 2023	Perkembangan Serapan Ikan RT 2022-2023 (%)
1	Aceh	236.112	244.379	3,50
2	Sumatera Utara	601.234	605.393	0,69
3	Sumatera Barat	152.776	156.746	2,60
4	Riau	248.171	269.700	8,67
5	Jambi	117.589	116.583	-0,86
6	Sumatera Selatan	307.117	321.980	4,84
7	Bengkulu	57.687	58.363	1,17
8	Lampung	247.078	248.113	0,42
9	Kepulauan Bangka Belitung	66.051	65.856	-0,30
10	Kepulauan Riau	93.147	104.645	12,34
11	DKI Jakarta	354.002	342.601	-3,22
12	Jawa Barat	1.144.644	1.220.725	6,65
13	Jawa Tengah	750.880	709.861	-5,46
14	DI. Yogyakarta	77.533	88.877	14,63
15	Jawa Timur	994.172	1.004.505	1,04
16	Banten	396.658	423.683	6,81
17	Bali	88.815	100.867	13,57
18	Nusa Tenggara Barat	185.163	186.647	0,80
19	Nusa Tenggara Timur	156.042	153.224	-1,81
20	Kalimantan Barat	190.810	184.998	-3,05
21	Kalimantan Tengah	118.201	112.836	-4,54
22	Kalimantan Selatan	180.094	192.356	6,81
23	Kalimantan Timur	160.679	161.662	0,61
24	Kalimantan Utara	32.301	34.180	5,82
25	Sulawesi Utara	138.229	129.077	-6,62
26	Sulawesi Tengah	130.226	138.350	6,24
27	Sulawesi Selatan	404.719	400.193	-1,12
28	Sulawesi Tenggara	127.669	138.999	8,88
29	Gorontalo	48.506	52.539	8,32
30	Sulawesi Barat	60.717	55.318	-8,89
31	Maluku	86.885	89.138	2,59
32	Maluku Utara	69.101	62.163	-10,04
33	Papua Barat	54.623	48.314	-11,55
34	Papua	121.369	96.902	-20,16
	Nasional	**8.198.999**	**8.319.775**	**1,47**

Keterangan

: Mengalami peningkatan diatas 10%

: Mengalami peningkatan antara 5-10%

: Mengalami peningkatan dibawah 5%

Table 5 Serapan Ikan Rumah Tangga Tahun 2023 Berdasarkan Wilayah Provinsi (Ton Setara Utuh Segar)

3.2.3. Sistem Informasi Bursa Ikan yang di Bangun

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

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

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

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

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

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

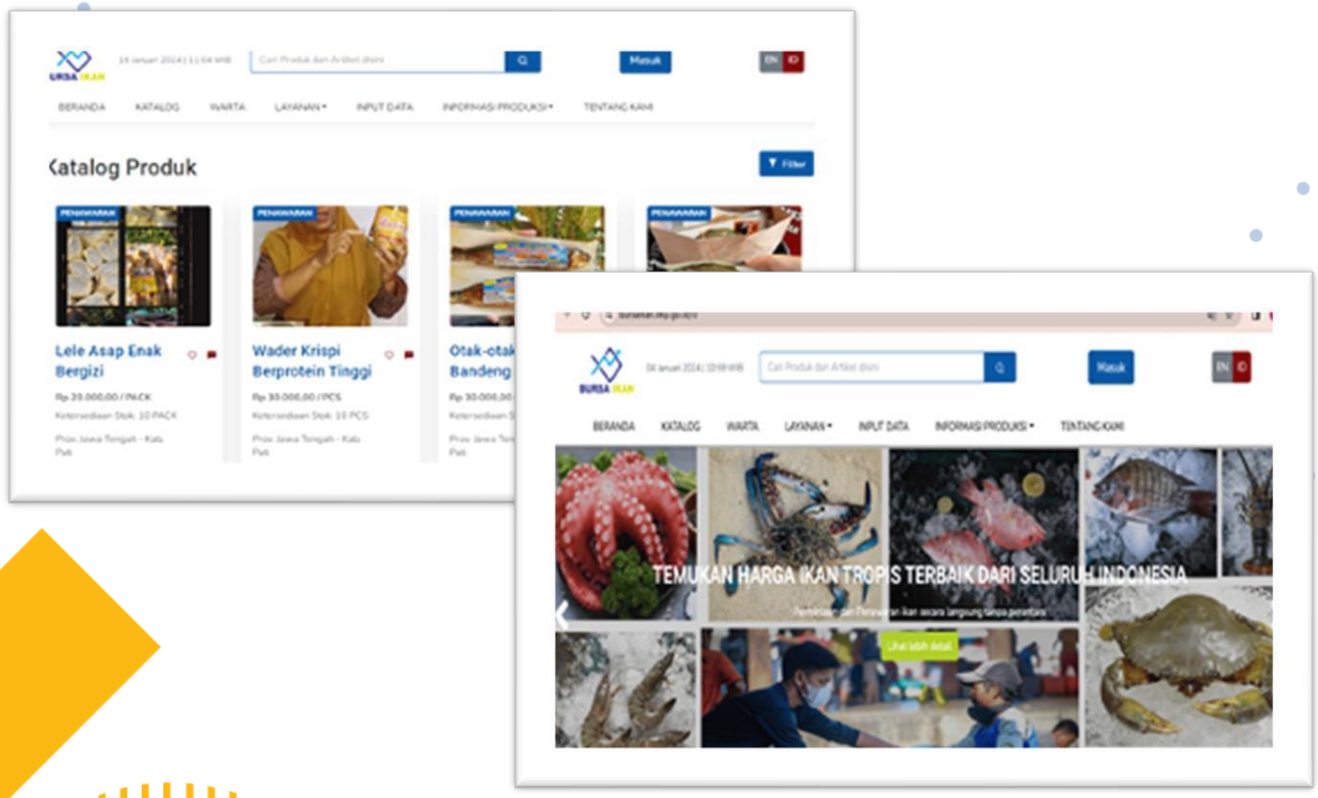
1. Menyediakan layanan informasi pasar yang berkualitas kepada nelayan, pembudidaya, pengolah dan pemasar, eksportir, dan pelaku usaha hasil perikanan, serta pemangku kepentingan lainnya.
2. Melaksanakan dan memberikan pelayanan informasi publik KKP;
3. Membangun dan mengembangkan sistem layanan informasi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

Pelaku usaha yang tergabung dalam aplikasi ini dapat melakukan komunikasi melalui menu diskusi atau tautan whatsapp dan marketplace yang telah disambungkan dengan aplikasi bursa ikan. Untuk pengembangan selanjutnya, akan dibuat aplikasi berbasis mobile sehingga memudahkan pengguna khususnya dalam melakukan input data di lapangan menggunakan telepon genggam.

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

1. Pelaku usaha dan masyarakat secara umum dapat mengakses layanan informasi pasar hasil perikanan yang berkualitas khususnya terkait dengan perkembangan harga komoditas dan perkembangan ekspor produk perikanan Indonesia.
2. Membuka akses pasar bagi pelaku usaha UMKM melalui fitur penawaran dan permintaan produk perikanan di aplikasi bursa ikan dan dapat dimanfaatkan secara gratis tanpa dipungut biaya apapun.

Sebagai platform yang mempertemukan bahan baku di sentra produksi perikanan dengan sentra Unit Pengolah Ikan (UPI) yang sedang membutuhkan dengan informasi harga secara terbuka dan fasilitas komunikasi dua arah.



Gambar 6 Screenshoot Aplikasi Bursa Pasar Ikan

Menindaklanjuti hasil pertemuan pada TW I terkait menu input data angka konsumsi ikan periode bulanan dan usulan anggaran pemeliharaan sistem, telah dilakukan pertemuan lanjutan pada hari Selasa, 14 Mei 2024 berdasarkan surat undangan nomor B.2202/DJPDSPKP.5/TU.330/V/2024 tanggal 13 Mei 2024. Berdasarkan hasil diskusi, diperoleh hasil bahwa pengembangan aplikasi bursa pasar ikan tahun 2024 tidak memiliki anggaran tersendiri sehingga untuk penyempurnaan menu input data angka konsumsi ikan periode bulanan tidak dapat dilakukan. Berkenaan dengan hal tersebut, pengembangan menu input data akan dilakukan dengan tools lain, yaitu menggunakan google studio.

Adapun kegiatan pembaharusan data dan informasi pada website bursa pasar ikan tidak dapat dilakukan karena adanya error pada saat proses login. Koordinasi telah dilakukan dengan pihak pengembang dan Pusat Data Informasi Statistik KKP dan diperlukan pertemuan lanjutan untuk memperbaiki error pada sistem.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 22.165.400 atau setara dengan 11,26 % dari total pagu sebesar Rp 200.792.000.

3.2.4. Terfasilitasinya Form Perluasan Akses Pasar Negera Tujuan Ekspor

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Form Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang diFasilitasi (Forum)	1	-	1	3	1	-	1	1	100	33,33	-	-

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

Forum perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi merupakan kegiatan keikutsertaan dan/atau fasilitasi forum perluasan akses pasar negara tujuan ekspor yang diselenggarakan dalam rangka peningkatan ekspor komoditas unggulan perikanan

melalui penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, dan perundingan perdagangan bilateral/regional/multilateral.

Capaian Indikator kinerja Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi bersifat triwulan, hingga Triwulan II Tahun 2024 telah melaksanakan 1 forum atau setara 100 % dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 33,33 % dari target tahunan yaitu 3 kegiatan. Capaian pada Triwulan II Tahun 2024 tidak dapat dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya karena indikator kinerja tersebut belum memiliki target di Triwulan I. Capaian indikator kinerja kegiatan Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi triwulan II 2024 setara dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebanyak 1 forum, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja promosi skala internasional target di triwulan II tahun 2024 hanya terdapat 3 kegiatan forum.

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

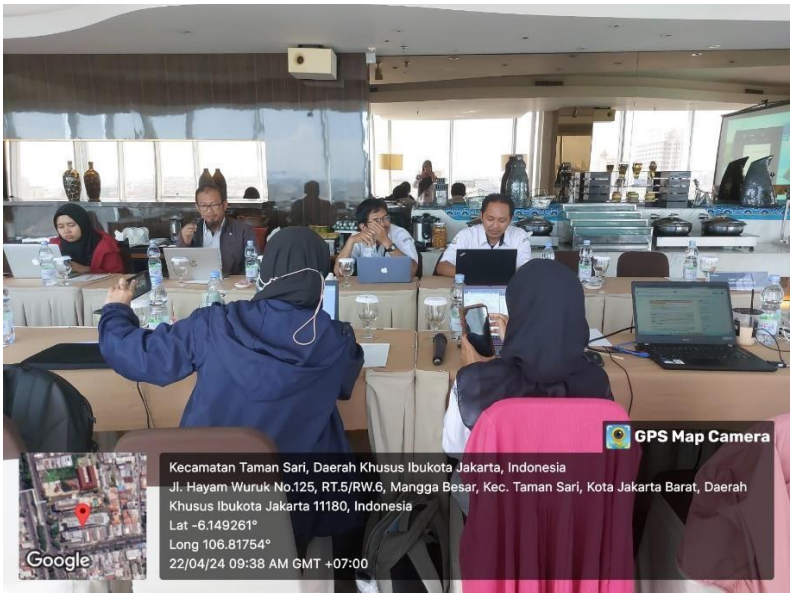
Salah satu kegiatan dalam forum perluasan yang telah selesai diselenggarakan adalah kegiatan business matching antara Indonesia dan Singapura di bawah kerjasama Indonesia-Singapore Agribusiness Working Group (ISAWG). Kegiatan business matching telah diselenggarakan pada 19 Juni 2024 secara virtual yang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

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

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

1. Kegiatan Peningkatan Akses Pasar

- Menyelenggarakan serangkaian rapat koordinasi dalam rangka membahas *draft Operational Procedure* Protokol Perubahan *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) pada 22 April dan 19 Juni 2024 serta penyampaian *counter draft OP* kepada Jepang pada tanggal 22 April dan 20 Juni 2024. Apabila perjanjian ini disepakati, tarif bea masuk tuna olahan ke Jepang akan 0% dan diharapkan dapat meningkatkan akses pasar tuna Indonesia ke Jepang yang saat ini masih dikenakan tarif sebesar 9,6%.



Gambar 7 Rapat koordinasi IJEPA

- Mengikuti perundingan Akses Pasar *Indonesia-European Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IEU CEPA) Putaran ke-19 yang dilaksanakan pada 1-3 Juli 2024 di Bogor. Sebelumnya juga telah diselenggarakan Pertemuan intersesi yang diselenggarakan pada 24 April 2024. Secara umum, UE telah menyampaikan penawaran (*offer*) penghapusan tarif untuk seluruh produk perikanan (532 pos tarif versi UE), baik penghapusan tarif 0% saat implementasi maupun secara gradual dalam 5 dan 7 tahun. Namun UE belum meliberalisasi 15 pos tarif olahan ikan (HS 1604) yang meliputi tuna-cakalang-tongkol, sarden, dan ikan olahan untuk surimi. Disamping akses pasar perdagangan barang, Ditjen PDSPKP juga turut mengawal perundingan dalam *Working Group Rules of Origin, Trade and Sustainable Development* dan *Sustainable Food System.*

Gambar 8 Perundingan WG TIG IEU-CEPA

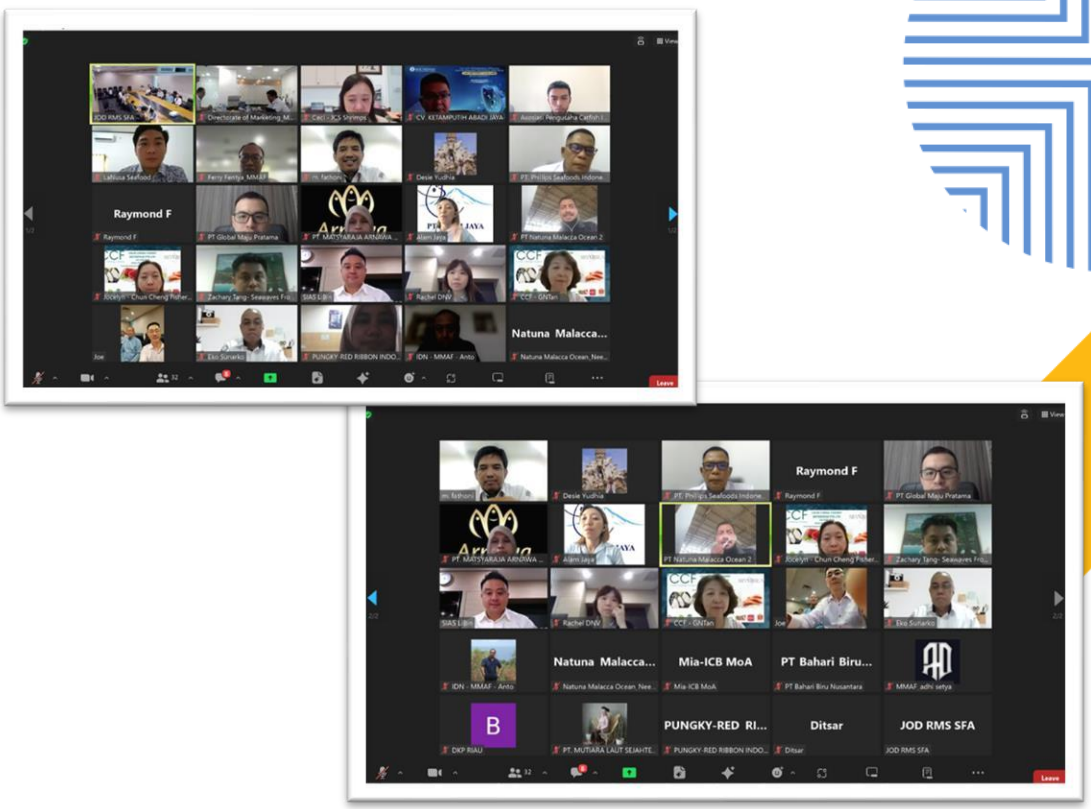
- Menyampaikan masukan terkait *initial request* dan *product spesific rules* sektor perikanan dalam rangka Perundingan *Indonesia-Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement* (ICA CEPA). Ditjen PDSPKP melakukan penyusunan *initial request* kepada Kanada untuk pos tarif produk perikanan yang masih dikenakan tarif MFN (sekitar 2-11%), diantaranya tuna, udang, lobster, dan tilapia. Selain itu, untuk PSR Ditjen PDSPKP juga mengusulkan produk yang seluruh rantai produksinya, dihasilkan/diproses di Indonesia, diusulkan masuk kategori *wholly obtained* (WO), sedangkan produk yang diolah lebih lanjut dan bahan bakunya memungkinkan berasal dari impor, diusulkan masuk kategori yang lebih fasilitatif, seperti *Change in Chapter* (CC), *Change in Tariff Heading* (CTH), dan *Change in Tariff Subheading* (CTSH).

- Mengikuti Perundingan Intersesi ke-6 *Indonesia – Tunisia Preferential Trad* (IT CEPA) dilaksanakan di Tangerang Banten 17 – 19 April 2024 dimana perundingan ditargetkan selesai pada tahun 2024. Pertemuan membahas draft text *Trade in Goods* (TIG), terutama untuk *article on Classification of Goods and Transportation and the article on Counter Trade, Rules of Origin* (RoO), dan pembahasan *market access* (*request/offer).* Terkait sektor perikanan, Pihak Tunisia menyampaikan beberapa *request* tambahan, termasuk 2 pos tarif olahan kepiting: olahan asap (HS 03069321) dan olahan lainnya (HS 03069329).

Gambar 9 Perundingan IT-PTA

- Menyelenggarakan Virtual *Business Matching* antara Indonesia dan Singapura yang diselenggarakan pada 19 Juni 2024 yang diikuti oleh 13 eksportir Indonesia dan 16 perusahaan dari Singapura. Virtual *Business Matching* ini merupakan salah satu kegiatan dalam *Seafood Sub-Working Group* di bawah *Kerjasama Indonesia – Singapore Agribusiness Working Group* (IS AWG). *Business Matching* akan dan dikoordinasikan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan dan *Singapore Food Agency* (SFA). Kerjasama ini bertujuan meningkatkan ekspor produk pertanian, termasuk *seafood* Indonesia ke Singapura. Sebelumnya, juga telah

diselenggarakan rapat persiapan antara Indonesia dan Singapura pada 20 Mei 2024 dan 11 Juni 2024.



Gambar 10 Virtual Business Matching antara Indonesia dengan Singapura

2. kegiatan Penanganan Hambatan Ekspor

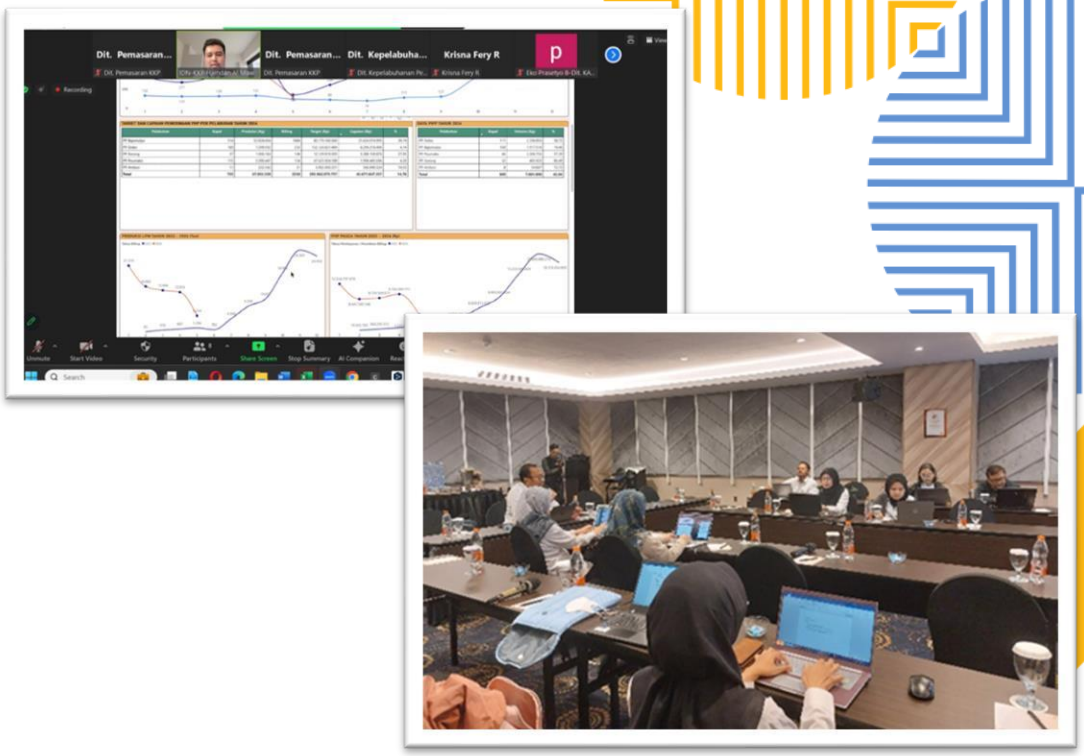
- Menyelenggarakan serangkaian rapat koordinasi pada triwulan II dalam rangka tindak lanjut hasil *preliminary determination* anti-dumping dan tindakan pengimbang (*countervailing duties)* terhadap produk *Frozen Warmwater Shrimp* yang berasal dari Indonesia. Rapat intensif melibatkan Kementerian Perdagangan, unit teknis Eselon I lingkup Kementerian Kelautan dan Perikanan, asosiasi-asosiasi terkait udang, eksportir udang, dan kuasa hukum yang ditunjuk.

Gambar 11 Rapat koordinasi TL Hasil Preliminary Determination anti-dumping dan tindakan pengimbang (countervailing duties) terhadap produk Frozen Warmwater Shrimp

- Menghadiri *On-site verification* Penyelidikan Anti-subsidi atas Produk Udang Beku Asal Indonesia oleh Otoritas Amerika Serikat yang diselenggarakan pada 20-21 Mei 2024 di Kantor Kementerian Perdagangan bersama dengan Eselon I KKP lain: LPMUKP, Pusdatin, DJPDSPKP, DJPT, DJPB. Verifikator USDOC yang hadir pada verifikasi tersebut adalah Mr. Robert Galantucci, Ms. Kelsie Hohenberger, dan Ms. Olivia Woolverton. Otoritas AS melakukan verifikasi langsung berdasarkan dokumen jawaban kuesioner yang disampaikan Pemerintah Indonesia sebelumnya.

Gambar 12 Dokumentasi On-site verification Penyelidikan Anti-subsidi atas Produk Udang Beku Asal Indonesia oleh Otoritas Amerika Serikat

- Menyelenggarakan rapat koordinasi Perkembangan Serfifikasi Udang Tangkapan ke Amerika Serikat pada 27 Mei 2024 yang dihadiri oleh wakil unit teknis lingkup KKP: Pusdatin, DJPT, dan DJPDSPKP. Pengajuan sertifikasi masih dalam proses pemenuhan serangkaian data dan informasi yang diajukan oleh Otoritas AS, sebelum dilakukan kunjungan awal (*introductory visit*). Data dan informasi yang masih menjadi kendala yaitu jumlah aktual kapal trawl yang menangkap udang. Rapat mendiskusikan perkembangan implementasi PERMEN KP No. 36 Tahun 2023 tentang Penempatan Alat Penangkapan Ikan dan Alat Bantu Penangkapan Ikan di zona Penangkapan Ikan Terukur dan Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia yang merevisi PERMEN KP No. 18 Tahun 2021.



Gambar 13 Rapat Koordinasi Perkembangan Sertifikasi Udang Tangkapan ke AS

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 276.849.007 atau setara dengan 25,93% dari total pagu sebesar Rp 1.067.774.000,00.

3.2.5. Tersedianya Data & Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil KP

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	2	-	2	4	2	-	2	2	100	50	-	-

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

Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan merupakan kegiatan penyusunan profil pasar ekspor hasil kelautan perikanan disampaikan dalam rangka mendukung kebijakan Kementerian Keluatan dan Perikanan misalnya tentang rekomendasi kebijakan untuk penanganan hambatan ekspor, pembukaan akses pasar ekspor, peningkatan ekspor komoditas unggulan, profiling pasar ekspor dan pemanfaatan hasil perundingan akses pasar. Capaian Indikator Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan yang dibangun ini bersifat semesteran.

Capaian Indikator kinerja Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan bersifat semesteran, hingga Triwulan II Tahun 2024 telah menghasilkan 2 data Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan atau setara 100 % dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00 % dari target tahunan yaitu 4 data. Capaian indikator kinerja kegiatan Profil Pasar Ekspor triwulan II 2024 setara dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebanyak 2 data, atau setara dengan capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja Profil Ekspor Hasil Kelautan Perikanan target di triwulan II tahun 2024 hanya terdapat 2 data.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan pada triwulan II adalah 1. Penerbitan Data: Data ekspor perikanan untuk tahun 2024 hanya diterbitkan setiap tanggal 15 setiap bulannya, yang dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengumpulan dan analisis angka ekspor. 2. Kendala Administratif: Selain masalah frekuensi penerbitan, terdapat kendala administratif yang menghambat pengumpulan data yang akurat dan tepat waktu. Proses pengolahan dan pelaporan data dari berbagai lembaga dapat menambah waktu yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi yang komprehensif. 3. Variabilitas Data: Variabilitas dalam jenis produk dan pasar juga menambah kompleksitas dalam pengumpulan angka ekspor. Setiap komoditas mungkin memiliki siklus pasar yang berbeda, sehingga memberi tantangan tersendiri dalam mendapatkan. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan pendataan komoditas TTC dan 10 komoditas perikanan. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa 1. Penguatan Sistem Pengumpulan Data: Perlu dilakukan penguatan sistem pengumpulan data dari seluruh unit pengolahan ikan dan pelabuhan. Implementasi protokol yang lebih efisien dalam pelaporan dan pengolahan data perlu ditingkatkan agar data yang diperoleh lebih akurat dan dapat, 2. Kerjasama Antarlembaga: Diperlukan kerjasama yang

lebih baik antara kementerian dan lembaga terkait untuk menyusun data yang komprehensif. Hal ini termasuk integrasi data yang berasal dari berbagai sumber untuk mengurangi redundansi dan meningkatkan akurasi data ekspor, 3. Pengembangan Teknologi Informasi: Investasi dalam teknologi informasi untuk memfasilitasi pengumpulan dan analisis data secara real-time dapat menjadi solusi jangka panjang. Sistem manajemen data berbasis digital yang dapat diakses oleh semua pihak terkait akan mempermudah alur data ekspor perikanan

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

1. Peningkatan kapasitas personil melalui pelatihan *Training Program On International Fish Trade, Global Applicable Framework And Market Access* yang diadakan oleh FAO bekerja sama dengan Infofish pada tanggal 4-6 Juni di Jakarta. Adapun beberapa pokok materi pada pelatihan tersebut antara lain (1) Pengenalan Umum Perdagangan Global Produk Perikanan dan Akuakultur, (2) Instrumen Internasional dalam Tata Kelola Perikanan dan Akuakultur serta Keterkaitannya dengan Perdagangan Internasional, (3) Klasifikasi Internasional Produk Perikanan dan Akuakultur serta Tarif Impor.

Gambar 14 Pelatihan "International Fish Trade, Global Applicable Framework And Market Access"

2. Menyelenggarakan serangkaian rapat koordinasi pembangunan *Market Intelligence* bekerja sama dengan Tim Kerja Data dan Pelayanan Publik, Sesditjen PDSPKP selama triwulan II yang dihadiri oleh perwakilan Eselon II Ditjen PDSPKP dan tim pengembangan PT Solusi Dua Empat Tujuh. Secara umum pengembangan *Market*

Intelligence bertujuan untuk memperkuat analisis pemetaan pasar luar negeri dengan melakukan otomasi pengambilan dan pengolahan data UN Comtrade, analisa diagnostik dengan menggunakan beberapa *business framework* seperti *Growth–share matrix (Matriks BCG)* dan *Ansoff matrix,* analisa prediktif dengan menggunakan prosedur peramalan deret waktu Prophet yang dikembangkan oleh Facebook.

3. Pelaksanaan rapat koordinasi penyusunan profil pasar luar negeri komoditas tuna-cakalang-tongkol pada tanggal 14 Juni 2024 di Ruang Rapat Pemasaran Gedung Mina Bahari III Lantai 13. Rapat dihadiri oleh perwakilan Eselon II lingkup Ditjen PDSPKP dan APHP Lingkup Direktorat Pemasaran dengan pokok pembahasan data dan informasi terkait perkembangan dan potensi pasar komoditas tuna global secara umum dan negara tujuan utama ekspor tuna guna mendukung kegiatan Tuna Business Forum tahun 2024

Gambar 15 Rapat Kegiatan Tuna Business Forum tahun 2024

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 254,912,170 atau setara dengan 39.33 % dari total pagu sebesar Rp 648.205.000.

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	2	-	-	4	2	-	-	2	100	50	-	-

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

Profil pasar dalam negeri hasil kelautan dan perikanan disusun sebagai bahan rekomendasi dalam rangka mendukung kebijakan KKP, yang berisi tentang data dan infomasi terkait dengan konsumsi ikan, preferensi konsumen, serta perluasan akses pasar dalam negeri untuk komoditas unggulan. Capaian Indikator Kinerja Profil pasar dalam negeri hasil kelautan dan perikanan yang dibangun ini bersifat semesteran.

Capaian Indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan bersifat semesteran, hingga Triwulan II Tahun 2024 telah menghasilkan 2 data Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikan atau setara 100 % dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00 % dari target tahunan yaitu 4 data. Capaian indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri triwulan II 2024 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2023 dikarenakan belum ada target, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan target di triwulan II tahun 2024 terdapat 2 data.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan II adalah basis data yang digunakan dalam penghitungan angka konsumsi ikan masih mencakup 34 provinsi, sedangkan untuk daerah otonom baru masih bergabung dengan provinsi induk (Papua dan Papua Barat) serta adanya pergantian petugas yang menangani angka konsumsi ikan di provinsi/kabupaten/kota. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan penyusunan pedoman penghitungan angka konsumsi ikan dan pelaksanaan workshop penghitungan angka konsumsi ikan. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah asistensi dan pendampingan penghitungan angka konsumsi ikan nasional tingkat provinsi/kabupaten/kota.

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

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

Gambar 16 Dokumentasi Buku Pedoman Penghitungan AKI Susenas dan AKI Bulanan

2. Pengembangan tools penghitungan AKI Tahunan melalui Network Engine by Google Services (Neng Geulis). Tools penghitungan AKI Tahun 2023 dapat diakses pada laman http://bit.ly/nenggeulisaki2023. Tools ini memuat menu unduh data Susenas, konfirmasi data konsumsi ikan dalam rumah tangga, entri data data konsumsi ikan di luar rumah tangga dan konsumsi ikan tidak tercatat, serta database AKI. Tampilan Neng Geulis AKI Tahun 2023 sebegai berikut.

Gambar 17 Screenshot Pengembangan Tools AKI Tahunan

3. Pengembangan tools entri data AKI periode bulanan tahun 2024 melalui Neng Geulis. Tools entri daya ini dapat diakses pada laman http://bit.ly/nenggeulisakibulanan2024. Tools ini memuat menu pilih data, entri data profil dan kuesioner, rekapitulasi data, validasi data dan monitoring. Tampilan Neng Geulis AKI periode bulanan sebagai berikut.

Gambar 18 Screenshot Pengembangan Tools AKI Bulanan

4. Pelaksanaan Workshop Penghitungan Angka Konsumsi Ikan Tahun 2024 berdasarkan surat undangan Direktur Pemasaran nomor B.2237/DJPDSPKP.5/TU.330/V/2024 tanggal 14 Mei 2024. Workshop dilaksanakan secara hybrid pada hari Senin-Rabu, 20-22 Mei 2024, dan dihadiri oleh perwakilan Unit Kerja Eselon II Ditjen PDSPKP, Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan Perikanan, Pusat Data, Statistik, dan Informasi, serta perwakilan 38 dinas provinsi yang membidangi kelautan dan perikanan. Pada workshop disampaikan materi terkait metode penghitungan AKI dan sosialisasi Neng Geulis, serta konfirmasi data konsumsi ikan di dalam rumah tangga tahun 2023. Selanjutnya, Dinas Provinsi perlu melakukan penghitungan konsumsi ikan di luar rumah tangga dan konsumsi ikan tidak tercatat di tingkat provinsi dan kabupaten/kota serta dientri pada *platform Neng Geulis* sehingga diperoleh nilai angka konsumsi ikan total di tingkat nasional, provinsi dan kabupaten/kota. Entri data tersebut dilaksanakan paling lambat pada tanggal 1 Juli 2024 dengan menyertakan surat dari Dinas Provinsi yang membidangi kelautan dan perikanan.
5. Penyampaian memo nomor 1212/DJPDSPKP.5/TU.140/VI/2024 tanggal 4 Juni 2024 perihal capaian konsumsi ikan di dalam rumah tangga tertimbang tahun 2023. Penghitungan konsumsi ikan dengan pendekatan konsumsi di dalam rumah tangga dilakukan dengan menggunakan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik dan dihitung secara tertimbang populasi. Berdasarkan hasil penghitungan, capaian KIDRT Nasional tertimbang tahun 2023 sebesar 25,07 kg/kapita/tahun setara utuh segar dengan total serapan ikan dalam rumah sebesar 6.938.606 ton setara utuh segar.
6. Pelaksanaan Workshop Penghitungan Angka Konsumsi Ikan Periode Bulanan Tahun 2024 berdasarkan surat undangan nomor nomor B.2606/DJPDSPKP.5/TU.330/VI/2024 tanggal 07 Juni 2024. Workshop dilaksanakan secara hybrid pada hari Kamis-Jumat, 20-21 Juni 2024 di Royal Padajajaran Hotel Bogor dan aplikasi Zoom, dan dihadiri oleh Sekretariat Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, Pusat Data, Statistik dan Informasi KKP, Dinas Provinsi dan Kabupaten/Kota yang membidangi kelautan dan perikanan yang diwakili oleh Validator Provinsi dan Enumerator Kabupaten/Kota. Pendataan Angka Konsumsi Ikan (AKI) Periode Bulanan Tahun 2024 dilaksanakan selama 12 (dua belas) bulan di 102 (seratus dua)

kabupaten/kota di 38 (tiga puluh delapan) provinsi dengan jumlah validator provinsi sebanyak 38 (tiga puluh delapan) orang dan enumerator kabupaten/kota sebanyal 206 (dua ratus enam) enumerator kabupaten/kota. Kegiatan entri, verifikasi, validasi dan rekapitulasi data AKI Periode Bulanan Tahun 2024 dilakukan melalui *Tools Nenggeulis*.

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 505.900.735 atau setara dengan 65,57 % dari total pagu sebesar Rp 771.515.000.

3.2.6. Pendampingan *Major Projet* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertarf Internasional

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

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

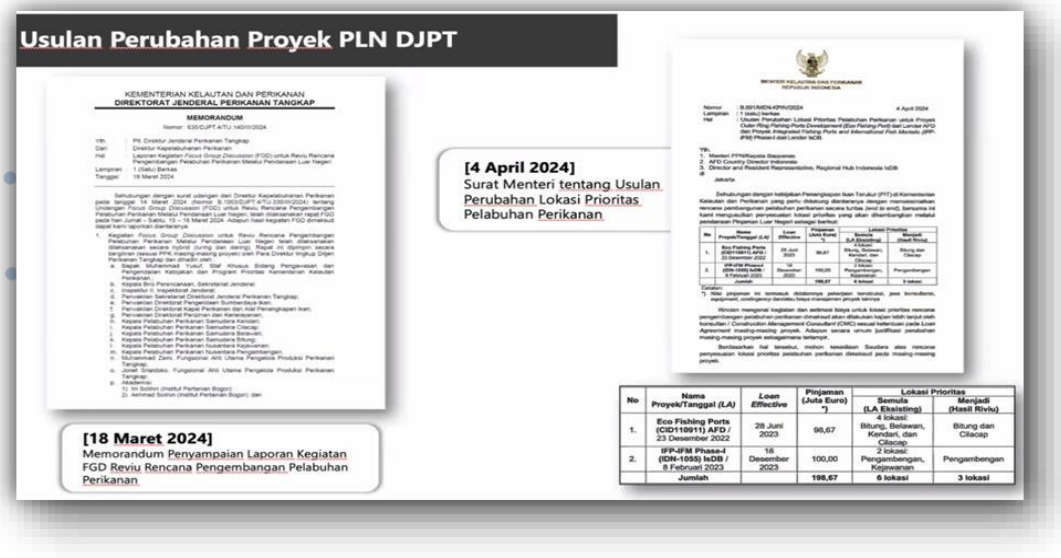
Table 10 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Pendamppingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional

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

Capaian indikator kinerja pendampingan major project pembangunan pasar ikan bertaraf Internsional pada Triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya

akan diukur pada akhir tahun 2024. Adapun kegiatan pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan terintegrasi dengan Pasar ikan bertaraf internasional yang telah dilaksanakan yaitu:

Berdasarkan informasi pada saat rapat monitoring dan evaluasi PHLN di Hotel Cikini tanggal 18-19 April 2024 disampaikan bahwa kebijakan terbaru, pembangunan pelabuhan diarahkan untuk mendukung program Perikanan Ikan Terukur. Anggaran yang tersedia di loan agreemen dipastikan di masing-masing pelabuhan untuk mendukung Penangkapan Ikan Terukur tersebut. Pada saat usulan greenbook bahwa kegiatan yang sifatnya komersil fasility atau swasta. Akan tetapi dikarenakan kebijakan bahwa seluruh fasilitas harus siap maka harus disiapkan infrastrukturnya. Progres proyek Sector Loan for IFP-IFM Phase I – Tranche 1 saat ini dalam proses penandatanganan Loan Agreement antara Kementerian Keuangan dan JICA setelah penyelesaian E/N (Kementerian Luar Negeri Indonesia dan Pemerintah Jepang).



Gambar 19 Surat Menteri tentang usulan perubahan lokasi prioritas pelabuhan perikanan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 71.024.360 atau setara dengan 27,23 % dari total pagu sebesar Rp 260.852.000.

3.2.7. Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan

3.2.7.IK.8. Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Kegiatan Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan	2	1	1	6	2	1	1	3	100	50	100	100

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

Capaian Indikator kinerja promosi skala internasional bersifat triwulan, hingga Triwulan II Tahun 2024 telah melaksanakan 3 kegiatan promosi atau setara 100 % dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00 % dari target tahunan yaitu 6 kegiatan. Capaian pada triwulan II tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 100% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi triwulan II 2024 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebanyak 1 kegiatan promosi, atau mengalami pertumbuhan sebesar 100 % dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja promosi skala internasional target di triwulan II tahun 2024 dengan target 2 kegiatan promosi.

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

Adapun kegiatan promosi skala internasional yang telah dilaksanakan pada Triwulan II adalah 2 prompsi yaitu Seafood Expo Global dan Nusatic 2024 dan Seafood Expo Global (SEG).

Seafood Expo Global (SEG) dilaksanakan pada tanggal 23-25 April 2024 di Barcelona, Spanyol. KKP melakukan fasilitasi promosi bagi 19 eksportir melalui fasilitasi Paviliun Indonesia seluas 216 m2 pada pameran tersebut. Produk perikanan yang didisplay di paviliun antara lain: tuna, udang, cumi, sotong, gurita, kakap, telur ikan terbang, ikan tuna kaleng dan ikan lainnya.

Nilai transaksi potensial yang dihasilkan selama 3 hari pameran sebesar USD 63,8 juta atau 27,6% melebihi target sebesar USD 50 juta. Produk perikanan yang banyak diminati oleh buyers antara lain: udang, tuna, cumi-sotong-gurita, kakap, scallop, kerapu, kepiting soka, mahi-mahi, sarden kaleng, rajungan kaleng, tuna kaleng/pouch, gindara, todak, parrot fish, kingfish, red mullet, dan bawal. Para calon buyers potensial antara lain berasal dari: Uni Eropa, Inggris, Jepang, Taiwan, Swiss, India, Singapura, Uni Emirat Arab, Amerika Serikat, Korea Selatan, Hongkong, Tiongkok, Aljazair, Maroko, Lebanon, Turki, Rusia, Sri Lanka, Selandia Baru, Mauritius, Oman, Dominika, Norwegia, Chili, Australia, Panama, Ukraina, Afrika Selatan, Peru, Vietnam, Malaysia, Qatar, Kanada, dan Mesir.

Gambar 20 Seafood Expo North America (SENA) 2024

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

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

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

Gambar 21 Nusatic 2024

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 4.507.646.786,- atau setara dengan 63,42 % dari total pagu sebesar Rp 7.107.899.000,-

3.2.7. IK.9. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Kegiatan Promosi Gemarikan yang dilaksanakan	55	35	55	185	55	35	55	90	100	48,64	57,14	-

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

Promosi peningkatan konsumsi ikan yang dilaksanakan adalah kegiatan promosi Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan). Lokasi merupakan kabupaten/kota prioritas penanganan stunting, dan lokasi lainnya. Capaian Indikator kinerja Kampanye Gerakan Memasyarakatan Makan Ikan (GEMARIKAN) bersifat triwulan, pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 55 kegiatan promosi atau setara 100% dari target Triwulan II tahun 2024, Capaian pada triwulan II tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 57,14% dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Indikator Triwulan TW II ini menggunakan metode akumulasi sehingga target di TW II 2024 telah terealisasi 90 kegiatan promosi atau setara 48,64% dari target Tahun 2024. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi triwulan II 2024 setara dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebesar 55 kegiatan promosi.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pada triwulan II adalah 1. Kurangnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap manfaat ikan sebagai sumber gizi yang baik, 2. Kurangnya ketersediaan dan pemerataan tingkat konsumsi ikan antar daerah, 3. Adanya mitos atau anggapan negative terhadap kunsumsi ikan yang mempengaruhi tingkat konsumsi ikan.

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

Adapun kegiatan yang telah terlaksana sebanyak 55 kegiatan promosi yang terdiri dari 50 promosi dari kegiatan Perluasan Safari Gemarikan, 2 promosi dari kegiatan Bazar dan 3 promosi pada media sosial Gemarikan.

1. Perluasan Safari Gemarikan adalah Kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kandungan gizi ikan bagi kesehatan, meningkatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsi ikan, mendukung program prioritas nasional percepatan penurunan stunting dan gizi buruk, mempromosikan produk perikanan sebagai makanan kaya gizi dan protein serta menyerap produksi ikan/olahan ikan pada UMKM setempat serta pemenuhan gizi masyarakat. Pada kegiatan ini juga dilakukan distribusi Paket Gemarikan dengan tujuan untuk mengenalkan ragam produk olahan ikan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam tingkatan semua usia dan mengenalkan produk UMKM dan menjadi sumber pendapatan untuk UMKM setempat. Adapun lokasi Perluasan Safari Gemarikan yang telah dilaksanakan pada Triwulan II adalah di beberapa Kab/Kota yaitu : Kota Serang, Kota Cilegon, Kota Solok, Kab. Dharmasraya, Kota Padang, Aceh Tenggara, Kab. Sumedang, Kab. Majalengka, Kab. Subang, Kab. Mamuju, Kab. Cirebon, Kab. Magelang, Kota Magelang, Kab. Lampung Tengah, Kab. Lampung Timur, Kab. Sukabumi, Kab. Kubu Raya, Kab. Bone, Kab. Lampung Utara, Kota Bogor, Kab. Melawi, Kab. Musi Rawas, Kab. Tabanan, Kab. Madiun, Kab. Jombang, Kab. Mojokerto.

Gambar 22 Kampanye Gemarikan di Kab. Nganjuk dan Madiun

Gambar 23 Kampanye Gemarikan di Kab. Ponorogo

2. Pelaksanaan Bazar di Gedung Minabahari 3 memiliki Tujuan kegiatan untuk meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat, sekaligus mempromosikan produk – produk perikanan agar lebih dikenal luas. Sekaligus mendorong kemajuan UMKM di sektor perikanan untuk memperoleh sarana promosi dan pemasaran produknya lebih luas dengan target peningkatan omzet dan kesejahteraan pelaku UMKM di perikanan. Kegiatan bazar dilaksanakan selama 2 hari pukul 07.00-16.00 WIB di halaman parkir dan koridor Gedung Mina Bahari III, Jalan Medan Merdeka Timur No.16, Jakarta Pusat. Bazar Produk Perikanan bulan Mei dilaksanakan pada tanggal 16-17 Mei 2024 sedangkan bulan Juni dilaksanakan pada tanggal 6-7 Juni 2024.

Gambar 24 Pelaksanaan Bazar

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

Gambar 25 Promosi/Kampanye melalui Media Sosial Gemarikan

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 17.266.719.841,- atau setara dengan 53,48 % dari total pagu sebesar Rp 32.285.798.000,-

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

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri	2	-	2	4	2	-	2	2	100	50	200	-

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

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri adalah kegiatan promosi produk UMKM kelautan dan perikanan yang berada di dalam negeri. Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri bersifat triwulan, Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 2 kegiatan promosi dalam negeri atau setara 50% dari target

Tahun 2024 sebanyak 4 promosi Produk Kelautan dan Perikanan di dalam Negeri. Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 2 kegiatan promosi atau setara 100% dari target Triwulan II tahun 2024, Capaian pada Triwulan II Tahun 2024 tidak dapat dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya karena indikator kinerja tersebut belum memiliki target di Triwulan I. Capaian indikator Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri pada Triwulan TW II ini menggunakan metode akumulasi sehingga target di TW II 2024 telah terealisasi 2 kegiatan promosi atau 50% dari target Tahun 2024. Capaian indikator kinerja kegiatan promosi produk kelautan dan perikanan di dalam negeri triwulan II 2024 setara dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebesar 2 kegiatan promosi.

Belum terdapat Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri pada triwulan II. Adapun keberhasilan atau pencapaian adalah telah dilaksanakan 2 (dua) kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam negeri. Rekomendasi untuk kegiatan pelaksanaan kedepan adalah berupa koordinasi dengan dinas terkait agar tercapainya tujuan kegiatan tersebut.

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada Triwulan II yaitu :

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

Gambar 26 Kegiatan Promosi Indonesia Tuna Investment & Business Forum

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

Gambar 27 Kegiatan Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 belum digunakan,- atau setara dengan 0 % dari total pagu sebesar Rp 1.908.747.000,-

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

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

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri oleh Daerah	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-

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

Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri adalah kegiatan promosi produk UMKM kelautan dan perikanan yang berada di dalam negeri yang dilaksanakan oleh daerah. Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Pada Triwulan II Tahun 2024 belum terlaksana kegiatan promosi dalam negeri yang dilaksanakan oleh daerah. Pada Triwulan II Tahun 2024 belum ditetapkan target atau setara 0% dari target tahunan yaitu 38 pelaksanaan. Capaian indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri yang dilaksanakan oleh daerah pada Triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Indikator kinerja ini merupakan indikator kinerja baru dan pelaksanaanya diserahkan ke daerah.

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

3.2.8. Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan

3.2.8.IK.12. Pasar Ikan yang dibangun

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

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

Jumlah Pasar ikan yang dibangun (unit) oleh KKP yang merupakan bantuan Pemerintah dengan akun 526 untuk diserahkan kepada Pemerintah Daerah, berupa bangunan gedung yang diperuntukkan bagi pemasaran produk perikanan dalam bentuk segar, hidup maupun olahan. Capaian indikator kinerja Pasar ikan yang dibangun pada Triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024.

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

3.2.8. IK.13. Sentra Kuliner Ikan yang dibangun

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

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

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

Capaian Indikator Pembangunan sentra kuliner ikan triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Dalam rangka mendukung pencapaian indikator kinerja ini sudah melakukan identifikasi sebanyak 10 (sepuluh) lokasi Kalamo (Kampung Nelayan Modern) diantara lain; (1) Setono Kota Pekalongan (Jawa Tengah), (2) Lateng Kabupaten Banyuwangi (Jawa Timur), (3) Bulumeduro Kabupaten Tuban (Jawa Timur), (4) Pasarbanggi Kabupaten Rembang (Jawa Tengah), (5) Ciwaru Kabupaten Sukabumi

(Jawa Barat), (6) Cikiruhwetan Kabupaten Pandeglang (Banten), (7) Warloka Pesisir Kabupaten Manggarai Barat (NTT), (8) Sorue Jaya Kabupaten Konawe (Sulawesi Tenggara), (9) Kuala Raja Kabupaten Bireuen (Aceh), dan (10) Ekas Buana Kabupaten Lombok Timur (NTB). Adapun kondisi sekarang sesuai dengan kebijakan program pembangunan KALAMO ditjen PDSPKP hanya berfokus pada satu lokasi KALAMO di Lateng, Kabupaten Banyuwangi dengan anggaran sebesar Rp. 21.025.000.000

adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada triwulan II tahun 2024 diantara lain;

1. Verifikasi lapangan dan koordinasi perencanaan yang dilaksanakan di Banyuwangi pada tanggal 19-21 Juni 2024 dengan Hasil verifikasi lapangan adalah sebagai berikut:
    - Lokasi usulan KALAMO di desa Lateng, Kecamatan Banyuwangi;
    - Calon lokasi merupakan tanah milik pemda seluas ±12.000 m2 dengan 1 sertifikat Pemerintah Kabupaten Banyuwangi;
    - Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Banyuwangi, calon lokasi pembangunan Senkul Ikan merupakan kawasan pengembangan wisata dan kuliner;
    - Terdapat 2 Kelompok Usaha Bersama (KUB) yaitu: KUB Pantai Ancol dan KUB Teluk Mandar yang sudah ada di area calon senkul dengan anggota kelompok pedagang sebanyak 65 pedagang.

Gambar 28 Verifikasi lapangan dan koordinasi perencanaan Sentra Kuliner

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 724.414.996 atau setara dengan 7,20 % dari total pagu sebesar Rp 10.063.250.000,00.

3.2.9. Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan

3.2.9. IK.14. Lembaga Pengelola Pasar yang dibina

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Lembanga Pengelola Pasar yang dibina	25	15	35	100	25	15	35	40	100	40	142,86	-28,57

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

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

SOP pembongkaran ikan segar di area pasar ikan, SOP cara memajang (display) ikan segar dan SOP penyimpanan ikan.

Capaian indikator kinerja bersifat triwulan, pada Triwulan II tahun 2024 telah terealisasi 25 kegiatan atau sesuai dengan target triwulan berjalan atau setara 100 %. Capaian Pembinaan Lembaga Pasar pada periode ini setara 40 % dari target Tahun 2024 yaitu 100 lembaga yang dibina. Capaian pada Triwulan II Tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 142,86 % dibandingkan dengan capaian pada triwulan sebelumnya. Capaian indikator kinerja Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang dibina triwulan II 2024 lebih sedikit jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2023 sebanyak 35 lembaga yang dibina atau mengalami penurunan sebesar 28,57 % dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya hal ini disebabkan karena sesuai dengan Renaksi Direktorat Pemasaran Indikator kinerja lembaga pasar ikan yang dibina target di triwulan II tahun 2024 hanya terdapat 25 kegiatan lembaga pasar ikan yang dibina.

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

Adapun pemanfaatan dan pengelolaan pasar ikan yang telah dilaksanakan sebanyak 25 lembaga yaitu :

1. Pasar Baru Wadungsari Sidoarjo,
2. Pasar Bersih Singkawang,
3. Pasar Binuangan Lebak,
4. Pasar Ciluar Bogor,
5. Pasar Cipahit Bandung,
6. Pasar Ikan Bersih kota Padang,
7. Pasar Ikan Indramayu.
8. Pasar Ikan Prabumulih,
9. Pasar Ikan Subang,
10. Pasar Induk Palembang,

11. Pasar Kota Sampang,
12. Pasar Lubuk Buaya Kota Padang,
13. Pasar Ikan Bersih Banyuwangi,
14. Pasar Jagasatru Cirebon,
15. Pasar Raya Kota Padang,
16. Pasar Rebo Purwakarta,
17. Pasar Soponyono Surabaya,
18. Pasar Terpadu Kutacane,
19. Pasar Ciawitali Garut,
20. Pasar Mandala Giri Garut,
21. Pasar Ikan Jembrana,
22. Pasar Ikan Tabanan,
23. Pasar Ikan Kedonganan,
24. Pasar Modern Bintaro, dan
25. Pasar Ikan Bersih Boyolali.

Lembaga pengelola pasar ikan yang dibina di Garut, Pembinaan kepada pengelola pasar untuk meningkatkan pengetahuan tentang standar penanganan ikan yang baik. Pasar Ciawitali di Garut menyediakan aneka ragam kebutuhan pokok masyarakat seperti ikan, daging, bumbu dapur dan sebagainya. Ada juga kebutuhan lain seperti, pakaian, tas, toko elektronik, dan toko emas. Untuk operasional pasar buka dari jam 03.00 - 16.00 WIB, tetapi untuk pasar ikannya operasional dari jam 03.00 dinihari sampai tengah hari. Di Pasar Ciawitali Garut menjual ikan air tawar dan ikan laut, jumlah pedagang ikan air tawar sekitar 5 orang dan pedagang ikan air laut sekitar 15 orang. Pengelola Pasar Ciawitali adalah Disperindag Kabupaten Garut.

Gambar 29 Pengelola Pasar Ikan yang dibina di Garut

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 380,584,957,- atau setara dengan 30,36 % dari total pagu sebesar Rp 1,253,382,000,- .

3.2.10. Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran

3.2.10.IK.15. Peralatan Pemasaran

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Peralatan Pemasaran	-	-	-	6000	-	-	-	-	-	-	-	--

Table 18 Ikhtisar Pencapaian Kinerja Direktorat Pemasaran pada Kegiatan Peralatan Pemasaran

Peralatan pemasaran merupakan Bantuan Pemerintah langsung kepada masyarakat dalam hal ini koperasi/kelompok perikanan berupa cool box guna mendukung distribusi dan pemasaran hasil perikanan.

Capaian Indikator kinerja Peralatan Pemasaran bersifat triwulan, Pada Triwulan II Tahun 2024 belum ditetapkan target untuk tahun 2024 yaitu 6000 unit. Adapun kegiatan yang telah dilakukan untuk mempercepat pengiriman bantuan pemerintah tersebut yaitu sudah menerbitkan SK Penerima untuk 2088 unit coolbox untuk 117 kelompok di Tahap I, verifikasi lapangan dilaksanakan dalam rangka percepatan pengadaan bantuan sarana pemasaran (*cool box*). di berbagai daerah antara lain:

1. Kabupaten Aceh Tenggara,
2. Kabupaten Cilacap,
3. Kabupaten Subang,
4. Kabupaten Indramayu,
5. Kabupaten Solok Selatan,
6. Kabupaten Lampung Timur,
7. Kabupaten Lampung Utara,
8. Kabupaten Bogor.

Verifikasi Lapangan dilakukan untuk menindaklanjuti usulan calon penerima Bantuan Pemerintah berupa coolbox kapasitas 100 dan 120 liter. Kegiatan verifikasi di Kabupaten Sukabumi yang dilakukan pada tanggal 19-22 Juni 2024 diperlukan untuk memastikan bahwa data dan informasi kelompok pemohon yang diajukan melalui proposal telah sesuai dengan kondisi di lapangan.

Gambar 30 Verifikasi Lapangan di Kabupaten Sukabumi

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja ini, realisasi anggaran sampai dengan Triwulan II Tahun 2024 sebesar Rp 944.325.226,- atau setara dengan 13,09 % dari total pagu sebesar Rp 7.213.025.000,- .

3.2.10. IK.16. Kendaraan Pemasaran Ahli Teknologi Informasi

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

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

Kendaraan pemasaran alih teknologi dan informasi merupakan kendaraan yang memiliki fungsi dalam pemasaran, penyebarluasan informasi, serta edukasi pengolahan produk kelautan dan perikanan untuk peningkatan konsumsi ikan masyarakat. Capaian Indikator kinerja Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024,

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

3.2.11. Nilai PNBP Sektor KP di Lingkup Ditjen PDSPKP

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

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

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

Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran adalah pungutan yang dibayar oleh orang pribadi atau badan dengan memperoleh manfaat langsung maupun tidak langsung atas

layanan atau pemanfaatan sumber daya dan hak yang diperoleh negara berdasarkan peraturan perundang undangan, yang menjadi penerimaan Pemerintah Pusat di luar penerimaan perpajakan dan hibah dan dikelola dalam mekanisme anggaran pendapatan dan belanja negara dari sektor kelautan dan perikanan.

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

Dalam upaya pencapaian indikator kinerja Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran sudah melakukan penagihan ke PT.Perikanan Indonesia Telah melakukan rapat Potensi PNBP objek sewa PIM Muara Baru, CS 2000 Ton dan Kendaraan Berpendingin dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2024 di GMB III lantai 15. kondisi cashflow PT. Perikanan Indonesia belum memungkinkan untuk melakukan pembayaran PNBP Pasar Ikan Modern, PT. Perikanan Indonesia Berkomitmen untuk melakukan pembayaran PNBP setelah para pedagang Pasar Ikan Modern membayar uang sewa lapak yang saat ini masih dalam proses pengumpulan uang sewa lapak yang ditargetkan selesai paling lambat bulan agustus 2024.

Gambar 31Potensi PNBP objek sewa PIM Muara Baru

3.2.12. Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP

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

Indikator Kinerja	Target	Realisasi	% Realisasi	% Realisasi	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi

(1)	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)	Terhadap Target TW II (10)	s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang PDSPKP	5.134	745	-	15.826	5.134	-	-	5.235	100	33,59	-	100

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

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

Capaian Indikator kinerja Tenaga kerja yang terlibat bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan bersifat tahunan, Pada Triwulan II Tahun 2024 sebesar 5135 atau setara 100% terhadap terget triwulan II tahun 2024 atau setara 33,59 % dari target tahun 2024, jika dibandingkan dengan capaian triwulan II tahun 2023 Sebesar 0 Tenaga kerja yang terlibat atau mengalami peningkatan sebesar 33,59 % dibanding capaian periode yang sama tahun sebelumnya hal ini disebabkan karena perubahan akumulasi target dari tahunan menjadi triwulan di tahun 2024.

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

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

1. Promosi Gemarikan yang dilaksanakan
2. Perijinan Pelaku Usaha KP yang terintegrasi KUSUKA.

Gambar 32 Gerai Perijinan Pemasaran di Tuna Investment and Business Forum

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

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

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

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

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

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

Capaian Indikator Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Berdasarakan Keputusan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 189 Tahun 2023 Tentang Unit Kerja Berpredikat Menuju Wilayah Bebas Dari Korupsi Di Lingkungan Kementerian Kelautan Dan Perikanan Tahun 2023, Direktorat Pemasaran memperoleh perdikat sebagai unit kerja berpredikat WBK. Sebagai tindak lanjut hasil ini, Pada tahun 2024, Direktorat Pemasaran diusulkan sebagai unit kerja yang akan diajukan penilaian oleh Tim Penilai Nasional, sesuai memorandum Sesditjen PDSPKP nomor 346/DJPDSPKP.1/OT.710/I/2024, perihal pengusulan unit kerja ke Tim Penilaian Nasional.

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

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

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

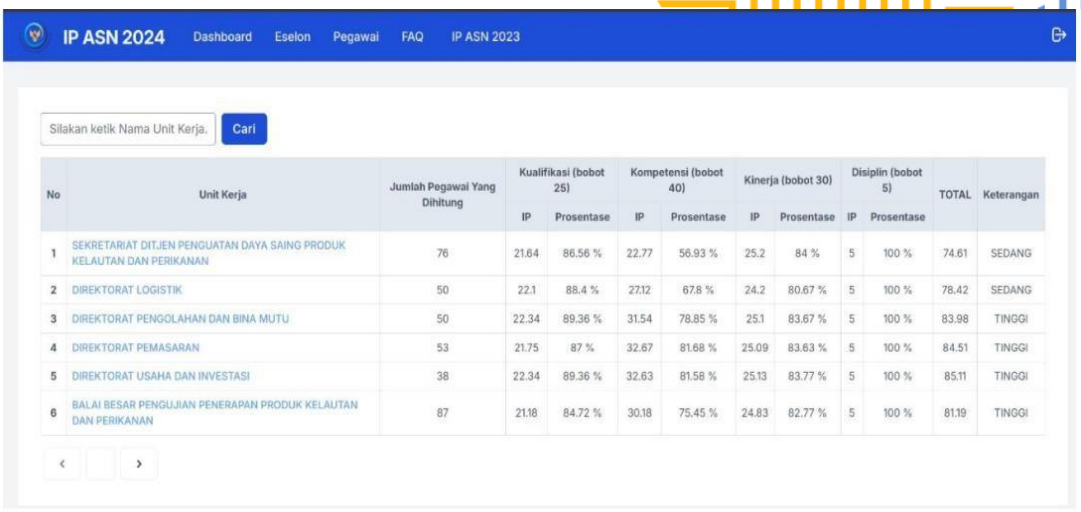
Indikator Kinerja	Target	Realisasi	% Realisasi	% Realisasi	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi

(1)	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)	Terhadap Target TW II (10)	s.d TW II Terhadap Target 2024 (11)	TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)
Indeks Profesionalitas ASN Lingkup Ditsar	76	-	76	87	84,24	-	76,72	84,24	110,84	96,83	-	9,80

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

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

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



No	Unit Kerja	Jumlah Pegawai Yang Dihitung	Kualifikasi (bobot 25)		Kompetensi (bobot 40)		Kinerja (bobot 30)		Disiplin (bobot 5)		TOTAL	Keterangan
			IP	Prosentase	IP	Prosentase	IP	Prosentase	IP	Prosentase		
1	SEKRETARIAT DITJEN PENGUATAN DAYA SAING PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN	76	21.64	86.56 %	22.77	56.93 %	25.2	84 %	5	100 %	74.61	SEDANG
2	DIREKTORAT LOGISTIK	50	22.1	88.4 %	27.12	67.8 %	24.2	80.67 %	5	100 %	78.42	SEDANG
3	DIREKTORAT PENGOLAHAN DAN BINA MUTU	50	22.34	89.36 %	31.54	78.85 %	25.1	83.67 %	5	100 %	83.98	TINGGI
4	DIREKTORAT PEMASARAN	53	21.75	87 %	32.67	81.68 %	25.09	83.63 %	5	100 %	84.51	TINGGI
5	DIREKTORAT USAHA DAN INVESTASI	38	22.34	89.36 %	32.63	81.58 %	25.13	83.77 %	5	100 %	85.11	TINGGI
6	BALAI BESAR PENGUJIAN PENERAPAN PRODUK KELAUTAN DAN PERIKANAN	87	21.18	84.72 %	30.18	75.45 %	24.83	82.77 %	5	100 %	81.19	TINGGI

Gambar 33 IP ASN Direktorat Pemasaran

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

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

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

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

Proses evaluasi cepat terhadap pelaksanaan pengelolaan kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran. Rekonsiliasi kinerja dilakukan untuk meningkatkan pemahaman para pengelola kinerja di lingkup Direktorat Pemasaran, menjadi sarana bersama untuk mengidentifikasi terhadap perubahan dan perkembangan pengelolaan kinerja dan sebagai sarana pendampingan untuk mengawal SAKIP menjadi lebih baik.

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

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

Kegiatan Pendukung yang dilaksanakan dalam Indikator ini antara lain:

1. Keikutsertaan pada kegiatan pengukuran dan pengisian capaian kinerja pada sistem aplikasi pengelolaan kinerja KKP pada tanggal 1-2 April 2024;
2. Keikutsertaan pada penyusunan draft Laporan Kinerja periode triwulan II tahun 2024 pada tanggal 22-24 April 2024;
3. Keikutsertaan pada finalisasi PM SAKIP tahun 2024 lingkup Ditjen PDSPKP tanggal 27-28 Juni 2024.

Gambar 34 Keikutsertaan rapat SAKIP di lingkup PDSPKP

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

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

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

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

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

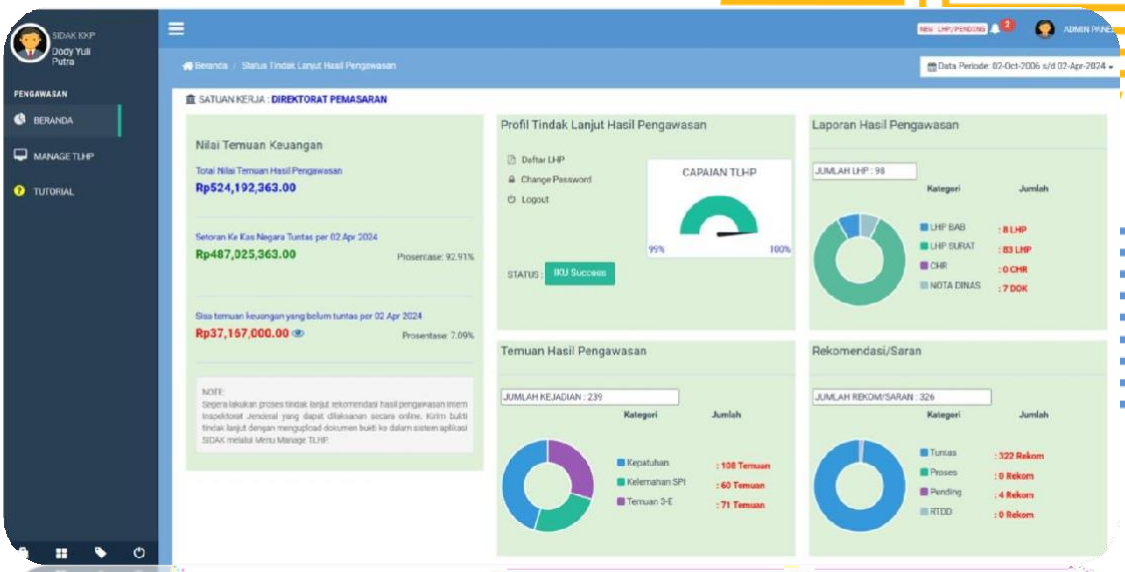
3.2.13.IK.23. Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yg dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di Lingkungan Direktorat Pemasaran

Indikator Kinerja (1)	Target				Realisasi				% Realisasi Terhadap Target TW II (10)	% Realisasi s.d TW II Terhadap Target 2024	% Pertumbuhan Terhadap Realisasi	
	TW II 2024 (2)	TW I 2024 (3)	TW II 2023 (4)	Tahun 2024 (5)	TW II 2024 (6)	TW I 2024 (7)	TW II 2023 (8)	S.d TW II 2024 (9)			TW I 2024 (12)	TW II 2023 (13)

										(11)		
Presentase Penyelesaian temuan BPK Lingkup Direktorat Pemasaran	80	80	75	80	99	99	100	99	120	120	-	-

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

Pengukuran indikator kinerja ini dilakukan oleh Itjen KKP atau dapat dilihat pada Aplikasi SIDAK dengan periode perhitungan triwulanan. Capaian Indikator kinerja Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan Yang Dimanfaatkan Untuk Perbaikan Kinerja Di Lingkungan Direktorat Pemasaran bersifat tahunan, Pada Triwulan II Tahun 2024 sebesar 99,00 atau setara 120,00 % terhadap terget triwulan II tahun 2024 atau setara 120,00 % dari target tahun 2024 yaitu 80,00 %. jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan II tahun 2023 sebesar 120,00 % atau setara dengan pencapaian tahun sebelumnya. jika dibandingkan dengan capaian pada triwulan I tahun 2024 adalah sebesar 99 % atau setara dengan pencapaian di triwulan I pada tahun berjalan Capaian Indikator kinerja ini adalah Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan Itjen yang terbit pada periode Triwulan IV Tahun 2022 s.d. Triwulan III Tahun 2023 yang telah ditindaklanjuti secara tuntas (status tindak lanjut adalah TUNTAS) oleh unit Eselon I lingkup KKP. Rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran Pada Triwulan II Tahun 2024 sebesar 100 atau setara 120 % dari target. indikator Persentase jumlah rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran triwulan II tahun 2024 lebih rendah dari capaian triwulan IV tahun 2023 yang mencapai 100% atau 133% dari Target. Persentase rekomendasi hasil pengawasan yang dimanfaatkan untuk perbaikan kinerja lingkup Ditjen PDSPKP didefinisikan sebagai jumlah rekomendasi hasil pengawasan Inspektorat Jenderal kepada Direktorat Pemasaran berdasarkan LHP (terbatas pada LHP Audit, Reviu dan Evaluasi baik bentuk surat maupun bab) yang telah ditindaklanjuti (berstatus proses dan/atau tuntas) yang menjadi objek pengawasan.



Gambar 35 Screenshot Aplikasi SIDAK

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

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

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

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.

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

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

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

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

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

Capaian Indikator kinerja Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan sistem manajemen pengetahuan yang terstandar bersifat triwulan, Pada Triwulan II Tahun 2024 sebesar 133,33 atau setara 141,84 % dari target tahun 2024 sebesar 94 %, Capaian pada triwulan II 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 0% jika dibandingkan dengan capaian triwulan sebelumnya pada tahun berjalan, dan tumbuh sebesar 33,33% dibandingkan capaian pada periode yang sama tahun sebelumnya..

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

1. Dokumen (Bobot 20%): Perjanjian Kinerja 2 tahun 2022; Manual IKU level level; Rencana Aksi Kinerja atas PK Tahunan level 1 dan 2; Laporan Kinerja level 1 tahun 2024.
2. Keikutsertaan (Bobot 10%): Persentase Pimpinan Unit Eselon I – II, JFT (yang diberikan tugas tambahan sebagai Koordinator dan Sub Koordinator) dan Staf Pelaksana (minimal 2 orang); yang tergabung dalam aplikasi Bitrix)
3. Keaktifan (bobot 70%): Upload dokumentasi kegiatan/informasi dilengkapi dengan foto atau video (es II) atau notulensi hasil rapat yang bersifat boleh dipublikasikan dan PPT rapat terkait kegiatan prioritas dengan kriteria mengandung informasi (5W1H), Cara Mengukur :
   a. Menggunakan aplikasi Manajemen Pengetahuan yang ditunjuk (britrix)
   b. Pengukuran dilakukan setiap triwulan, dengan rincian:
      - Keikutsertaan akan direkap setiap hari dalam satu triwulan
      - Penghitungan Keaktifan dilakukan setiap hari dalam satu
      - triwulan dengan komposisi minimal 3 kali
      - upload informasi /campaign/ jurnal/ hasil penelitian
      - Untuk konten video diharapkan bersifat edukasi atau ajakan, yang di upload minimal satu kali dalam triwulan
      - Pengukuran level 1 dihitung dengan lingkup pejabat pusat
      - Pusdatin menyediakan data hasil rekapan pejabat yang telah aktif padasetiap triwulan untuk diolah dan dijadikan nilai IKU MP masing-masing unit kerja eselon I.

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

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

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

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

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

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

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

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

Tingkat efektivitas pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis merupakan ukuran atas tingkat keberhasilan/efektivitas dari pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis lingkup Ditjen PDSPKP. Dalam hal ini, Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Strategis merupakan Suatu ukuran atas kesesuaian antara rencana (kebutuhan) dan realisasi kegiatan prioritas/strategis dalam bentuk bantuan dari KKP kepada masyarakat kelautan dan perikanan dan/atau kegiatan yang bersifat strategis berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Capaian indikator kinerja Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran triwulan II tahun 2024 ini bersifat tahunan sehingga capaiannya akan diukur pada akhir tahun 2024. Adapun Kriteria kegiatan prioritas/strategis antara lain:

1. memiliki dampak langsung dan besar kepada masyarakat;
2. memiliki anggaran besar;

3. mendukung secara langsung pencapaian agenda pembangunan nasional;
4. mendukung pencapaian prioritas nasional;
5. merupakan arahan direktif presiden; danpertimbangan lainnya

Pengukuran/penilaian dilaksanakan oleh Inspektorat Jenderal pada Triwulan IV Tahun Pengukuran terhadap pelaksanaan kegiatan prioritas/strategis tahun sebelumnya. Penilaian indikator kinerja ini dilakukan oleh Itjen KKP sebagaimana disampaikan melalui Memorandum Plt. Inspektur Jenderal kepada Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor : Nomor: 402/ITJ/XI/2023 Tanggal : 21 November 2023 Perihal : Hasil Evaluasi Tingkat Efektivitas Pengawasan Terhadap Pelaksanaan Kegiatan Prioritas/Strategis Lingkup KKP TA 2021. Pada tahun 2023, kegiatan prioritas/strategis untuk mancapai indikator kinerja nilai ekspor dan angka konsumsi ikan.

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

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

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

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

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

Gerai KUSUKA Indonesia Tuna Investment and Business Forum, Membuka Gerai Perizinan Pendataan pelaku usaha yang bertujuan untuk mengumpulkan/updating data pelaku usaha kelautan dan perikanan di Surabaya, Jawa Timur pada tanggal 24 – 26 Juni 2024.

Gambar 36 Gerai KUSUKA

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

3.3. REALISASI ANGGARAN DIREKTORAT PEMASARAN

Alokasi anggaran Direktorat Pemasaran pada tahun 2024 sebesar Rp76.080.900.000,00. Namun berdasarkan Aplikasi SAKTI pagu anggaran Direktorat Pemasaran yang sudah bisa direalisasikan sebesar Rp. 62.781.239.000 (Diluar anggaran yang di AA). Adapun reralisasi anggaraan sampai dengan Triwulan II tahun 2024 sebesar Rp. 24.954.993.478, atau setara 39.75 % dari total anggaran pada DIPA.

PROGRAM/KEGIATAN/KRO/RO	PAGU AWAL (Rp)	PAGU SETELAH AA (Rp)	REALISASI	SISA ANGGARAN (Rp)

			KEUANGAN (Rp)	%	
Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang dibina	1.500.000.000	1,253,382,000	380,584,957	30.36%	872,797,043
Rekomendasi Kebijakan Pendampingan Major Project Pelabuhan Perikanan yang Terintegrasi dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	500.000.000	260,852,000	71,024,360	27.23%	189,827,640
Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	1.500.000.000	1,067,774,000	276,849,007	25.93 %	790,924,993
Kampanye Gerakan Memasyarakatan Makan Ikan (Gemarikan)	35.180.900.000	32,285,798,000	17,266,719,841	53.48 %	15,019,078,159
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Skala Internasional	9.000.000.000	7,107,899,000	4,507,646,786	63.42 %	2,600,252,214
Promosi Produk Kelautan dan Perikanan di Dalam Negeri	2.000.000.000	1,908,747,000	0%	0%	1,908,747,000
Peralatan Pemasaran	8.100.000.000	7,213,025,000	944,325,226	13.09 %	6,268,699,774
Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	648,205,000	254,912,170	39.33 %	393,292,830
Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan	1.000.000.000	771,515,000	505,900,735	65.57 %	265,614,265
Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	14.500.000.000	10,063,250,000	724,414,996	7.20 %	9,338,835,004
Bursa Pasar Ikan	500.000.000	200,792,000	22,615,400	11.26 %	178,176,600
JUMLAH	**74.780.900.000**	**62.781.239.000**	**17.226.706.518**	**43.94 %**	**3,123,020,283**

Table 32 Realisasi Anggaran Direktorat Pemasaran Triwulan II Tahun 2024

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESEIMPULAN

Penyusunan Capaian kinerja Triwulan II Tahun 2024 merupakan hasil dari pelaksanaan program/kegiatan Direktorat Pemasaran dari April sampai dengan Juni 2024. Nilai pencapaian sasaran strategis Direktorat Pemasaran berdasarkan aplikasi kinerjaku sampai dengan Triwulan II sebesar 102,42 % (Kategori Baik). Adapun Pencapaian Nilai Kinerja Organisasi periode sampai dengan Triwulan II diperoleh dari indikator kinerja kegiatan sebagai berikut:

1. IKK Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional Capaian Indikator kinerja Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional Pada Triwulan II Tahun 2024 telah melaksanakan 2 kegiatan atau setara dengan 100% dari target Triwulan II 2024. atau setara 50% dari target Tahun 2024 yaitu 6 Target Kegiatan.
2. IKK Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi Capaian Indikator kinerja Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 1 kegiatan forum setara 100% dari target Triwulan II tahun 2024, atau setara 33,33% dari target Tahun 2024 yaitu 3 Target Forum.
3. IKK Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan Capaian Indikator kinerja Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 2 data atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00% dari target Tahun 2024 yaitu 4 Target Data.
4. IKK Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan Capaian Indikator kinerja Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan dan Perikanan Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 2 data atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00% dari target Tahun 2024 yaitu 4 Target Data.
5. IKK Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan Capaian Indikator kinerja Promosi Skala Internasional yang dilaksanakan Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 3 promosi atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00% dari target Tahun 2024 yaitu 6 Target Promosi.

6. IKK Promosi Gemarikan yang dilaksanakan Capaian Indikator kinerja Promosi Gemarikan yang dilaksanakan Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 55 promosi atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 48,65% dari target Tahun 2024 yaitu 185 Target Promosi.
7. IKK Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Capaian Indikator kinerja Promosi Produk Kelautan dan Perikanan dalam Negeri Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 2 promosi atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 50,00% dari target Tahun 2024 yaitu 4 Target Promosi.
8. IKK Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina Capaian Indikator kinerja Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 25 pembinaan atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 40,00% dari target Tahun 2024 yaitu 100 Target Pembinaan.
9. IKK Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan Capaian Indikator kinerja Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan Pada Triwulan II Tahun 2024 telah terlaksana 5.135 orang terlibat atau setara 100% dari target triwulan II tahun 2024, atau setara 33,59% dari target Tahun 2024 yaitu 15.286 Target Tenaga kerja yang terlibat.
10. IKK Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (%); target 76,00 %, capaian 84,24 % atau sebesar 110,84 % dari target.
11. IKK Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang Dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%); target 80 %; capaian 100 atau sebesar 120,00 % dari target
12. IKK Persentase unit kerja di lingkungan Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%); target 94 %, capaian 133,33 % atau setara 120,00 %

Penyusunan Laporan Kinerja ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan perencanaan untuk kegiatan selanjutnya. Hal-hal yang memerlukan tindak lanjut pada tahun 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. Pada tahun-tahun berikutnya dalam rangka peningkatan akuntabilitas kinerja

rencana penetapan kinerja memerlukan mekanisme kajian yang bersifat realistis dan dapat dicapai baik dalam menentukan indikator input, proses maupun output. Dengan selesainya laporan ini diharapkan penetapan kinerja 2024 dapat memanfaatkan kinerja output yang telah dihasilkan pada tahun sebelumnya sebagai bentuk kontinuitas dan akuntabilitas kegiatan.

4.2. PERMASALAHAN DAN REKOMENDASI

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

Indikator Kinerja	Permasalahan	Rencana Tindak Lanjut
Sarana dan Kelembagaan Pemasaran	Progres pengumpulan proposal dan kelengkapan calon penerima oleh TA DPR berjalan lambat	Melakukan Percepatan kelengkapan Proposal dan Pengiriman Coolbox Tahap I sebesar 2088 unit terhadap 117 kelompok

Table 33 Permasalah Indikator Kinerja dan Rencana Tindak Lanjut

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

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

Indikator Kinerja	Rekomendasi/Rencana TindakLanjut pada Triwulan I Tahun 2023	Tindak Lanjut pada Triwulan II Tahun 2024
Profil Pasar Dalam Negeri	1. Penyempurnaan pada website Bursa Pasar Ikan atau pengembangan tools entri data AKI Bulanan lainnya..	1. Penyampaian Memorandum Nomor 1376/DJPDSPKP.5/TU.210/I/2024 perihal Laporan workshop Penghitungan Angka Konsumsi Ikan Periode Bulanan Tahun 2024 2. Pendataan Angka Konsumsi Ikan (AKI) Periode Bulanan Tahun 2024 dilaksanakan selama 12 (dua belas) bulan di 102 (serratus dua) kabupaten/kota di 38 (tiga puluh

Indikator Kinerja	Rekomendasi/Rencana TindakLanjut pada Triwulan I Tahun 2023	Tindak Lanjut pada Triwulan II Tahun 2024
		delapan) provinsi dengan jumlah validator provinsi sebanyak 38 (tiga puluh delapan) orang dan enumerator kabupaten/kota sebanyak 206 (dua ratus enam) enumerator kabupaten/kota . 3. Kegiatan entri, verifikasi, validasi dan rekapitulasi data AKI periode Bulanan Tahun 2024 dilakukan melalui *Tools Nenggeulis* pada laman: https://bit.ly/nenggeulisakibulanan2024. 4. Pendataan harga ikan dilakukan 1 (satu) kali setiap bulan, yaitu antara tanggal 15 sampai dengan 20 setiap bulannya dan selanjutnya data dientri pada laman: http://data.pdspkp.id..
Sarana dan Kelembagaan Pemasaran	1. Melakukan kegiatan rapat zoom persiapan pengadaan dan komunikasi dengan TA untuk percepatan pengajuan proposal tahap 1.	1. Pada tanggal 14 Mei 2024 telah dilaksanakan kegiatan rapat yang beralamat di ruang rapat discuss, raiser Ikan Hias Cibinong Bogor. Dalam pertemuan tersebut disampaikan bahwa tim kerja Sarana dan Kelembagaan Pemasaran membutuhkan proposal dari tenaga ahli untuk mempercepat dan merealisasikan pengiriman coolbox Tahap I. 2. Pada tanggal 25 Juni 2024 telah menetapkan SK tentang penerima bantuan pemerintah peralatan pemasaran tahun 2024 tahap I dengan 117 kelompok dan 2088 unit coolbox yang akan diserahkan ke pelaku usaha

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

4.4. LAMPIRAN

4.4.1. Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024

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

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024
DIREKTORAT PEMASARAN

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

Nama : **Erwin Dwiyana**
Jabatan : Direktur Pemasaran

Selanjutnya disebut pihak pertama.

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

Selaku atasan pihak pertama, selanjutnya disebut pihak kedua

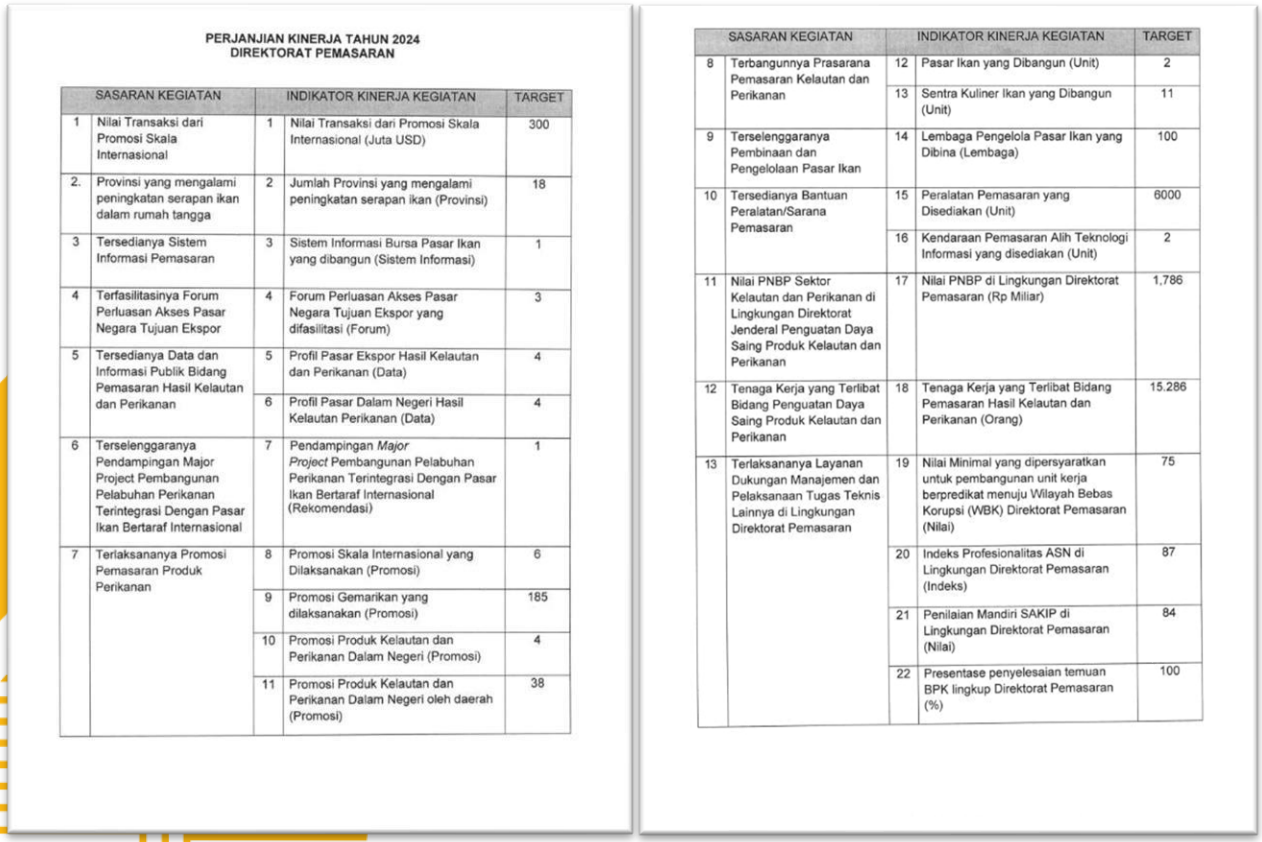
Pihak pertama berjanji akan mewujudkan target kinerja yang seharusnya sesuai lampiran perjanjian ini, dalam rangka mencapai target kinerja jangka menengah seperti yang telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian target kinerja tersebut menjadi tanggung jawab kami.

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

Jakarta, Januari 2024

Pihak Kedua	Pihak Pertama
Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	Direktur Pemasaran
Budi Sulistiyo	Erwin Dwiyana

4.4.2. Lampiran Perjanjian Kinerja Direktorat Pemasaran Tahun 2024



PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024
DIREKTORAT PEMASARAN

	SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional	1	Nilai Transaksi dari Promosi Skala Internasional (Juta USD)	300
2.	Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan dalam rumah tangga	2	Jumlah Provinsi yang mengalami peningkatan serapan ikan (Provinsi)	18
3	Tersedianya Sistem Informasi Pemasaran	3	Sistem Informasi Bursa Pasar Ikan yang dibangun (Sistem Informasi)	1
4	Terfasilitasinya Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor	4	Forum Perluasan Akses Pasar Negara Tujuan Ekspor yang difasilitasi (Forum)	3
5	Tersedianya Data dan Informasi Publik Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	5	Profil Pasar Ekspor Hasil Kelautan dan Perikanan (Data)	4
		6	Profil Pasar Dalam Negeri Hasil Kelautan Perikanan (Data)	4
6	Terselenggaranya Pendampingan Major Project Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional	7	Pendampingan *Major Project* Pembangunan Pelabuhan Perikanan Terintegrasi Dengan Pasar Ikan Bertaraf Internasional (Rekomendasi)	1
7	Terlaksananya Promosi Pemasaran Produk Perikanan	8	Promosi Skala Internasional yang Dilaksanakan (Promosi)	6
		9	Promosi Gemarikan yang dilaksanakan (Promosi)	185
		10	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri (Promosi)	4
		11	Promosi Produk Kelautan dan Perikanan Dalam Negeri oleh daerah (Promosi)	38

	SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
8	Terbangunnya Prasarana Pemasaran Kelautan dan Perikanan	12	Pasar Ikan yang Dibangun (Unit)	2
		13	Sentra Kuliner Ikan yang Dibangun (Unit)	11
9	Terselenggaranya Pembinaan dan Pengelolaan Pasar Ikan	14	Lembaga Pengelola Pasar Ikan yang Dibina (Lembaga)	100
10	Tersedianya Bantuan Peralatan/Sarana Pemasaran	15	Peralatan Pemasaran yang Disediakan (Unit)	6000
		16	Kendaraan Pemasaran Alih Teknologi Informasi yang disediakan (Unit)	2
11	Nilai PNBP Sektor Kelautan dan Perikanan di Lingkungan Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	17	Nilai PNBP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Rp Miliar)	1,786
12	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	18	Tenaga Kerja yang Terlibat Bidang Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan (Orang)	15.286
13	Terlaksananya Layanan Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya di Lingkungan Direktorat Pemasaran	19	Nilai Minimal yang dipersyaratkan untuk pembangunan unit kerja berpredikat menuju Wilayah Bebas Korupsi (WBK) Direktorat Pemasaran (Nilai)	75
		20	Indeks Profesionalitas ASN di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Indeks)	87
		21	Penilaian Mandiri SAKIP di Lingkungan Direktorat Pemasaran (Nilai)	84
		22	Presentase penyelesaian temuan BPK lingkup Direktorat Pemasaran (%)	100

SASARAN KEGIATAN		INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	TARGET
	23	Persentase Rekomendasi Hasil Pengawasan yang dimanfaatkan untuk Perbaikan Kinerja di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
	24	Inovasi pelayanan publik yang diterapkan pada unit kerja Direktorat Pemasaran (Inovasi)	1
	25	Persentase unit kerja Direktorat Pemasaran yang menerapkan Manajemen Pengetahuan Terstandar (%)	94
	26	Persentase realisasi anggaran di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	95
	27	Tingkat Efektivitas Pelaksanaan Program Prioritas/Strategis di lingkungan Direktorat Pemasaran (%)	80
	28	Persentase Pelaku Usaha KP yang Terintegrasi KUSUKA lingkup Diten PDSPKP (%)	100

4.4.3. Data Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024

DATA ANGGARAN

NO	KEGIATAN	ANGGARAN (Rp.000)
1	Pemasaran Hasil Kelautan dan Perikanan	76.080.900
Total Anggaran Direktorat Pemasaran Tahun 2024		**76.080.900**

Jakarta, Januari 2024

Pihak Kedua	Pihak Pertama
Direktur Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	Direktur Pemasaran
Budi Sulistiyo	**Erwin Dwiyana**