



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

LAPORAN KINERJA

DIREKTORAT PENGEMBANGAN
EKSPOR PRODUK PRIMER

2023



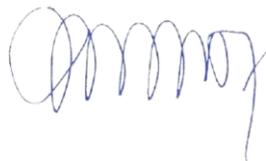
KATA PENGANTAR

Sebagai upaya mendukung kegiatan Reformasi Birokrasi di Lingkungan Kementerian Perdagangan dan guna mewujudkan akuntabilitas kinerja Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer (Dit. PEPP) dalam menata sistem kerja pemerintahan yang lebih baik (*good governance*) sebagaimana diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10 Tahun 2023 Tentang Penyelenggaraan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Lingkungan Kementerian Perdagangan, maka seluruh kinerja yang dihasilkan oleh Ditjen PEN akan terangkum dan dilaporkan secara berkala dalam bentuk Laporan Kinerja.

Laporan Kinerja Dit. PEPP Tahun 2023, merupakan laporan pertanggungjawaban kinerja instansi pemerintah kepada instansi yang lebih tinggi dan kepada masyarakat. Dokumen ini juga merupakan dokumen penting dalam siklus perencanaan sebagai umpan balik untuk masukan tahun berikutnya, sehingga dapat membantu penyusunan rencana strategik dan rencana kinerja serta pelaksanaan pengukuran kinerja. Dokumen ini merupakan data terpadu antara kinerja anggaran yang mendukungnya, antara sasaran dan keluaran yang dicapai, sehingga dapat menjadi instrumen untuk menilai efektifitas dan efisiensi, dan produktivitas instansi.

Laporan Kinerja tahun 2023 ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai rencana kinerja dan seberapa jauh keberhasilan dan capaian kinerja Dit PEPP dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya pada tahun 2023. Selain itu Laporan Kinerja ini diharapkan juga dapat memberikan bahan masukan dan *feedback* bagi pihak-pihak yang berkepentingan sehingga dapat berujung pada peningkatan kinerja.

Jakarta, Maret 2023
Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer



Miftah Farid

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam rangka perwujudan pertanggungjawaban serta pemantauan atas kinerja dan program, setiap instansi pemerintah secara periodik wajib mengkomunikasikan pencapaian tujuan dan sasaran strategis organisasi kepada *stakeholders*, yang dituangkan melalui Laporan Kinerja.

Dalam menunjang sasaran kebijakan sektor Perdagangan, khususnya pengembangan ekspor nonmigas, Dit. PEPP secara proaktif telah melakukan tugas yang ditetapkan untuk mendukung program kerja Ditjen PEN yang bertujuan menciptakan peningkatan pangsa dan perluasan pasar serta peningkatan daya saing ekspor melalui peningkatan kualitas produk ekspor.

Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing

Sasaran ini bertujuan untuk mempertahankan pasar tradisional serta memperluas pasar Indonesia melalui diversifikasi menuju pasar nontradisional sehingga akan tercipta pula peningkatan kualitas dan kuantitas promosi. Untuk mendukung tujuan tersebut, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer mengemban sasaran “Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing” dengan indikator: (1) Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor; (2) Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer; (3) Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor. Berikut adalah capaian sasaran Meningkatkan produk ekspor primer yang berdaya saing.

Capaian Indikator Kinerja Sasaran “Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing”

Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja	Target	Realisasi Tahun 2023	% Capaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	15%	20%	133,33%
	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	15%	56,26%	375,07%
	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	55 pelaku usaha	67 pelaku usaha	121,82%

Dari sisi anggaran, Dit. PEPP pada Tahun Anggaran 2023 mendapatkan alokasi total pagu anggaran sebesar Rp 18.050.000.- dengan nilai realisasi pada akhir tahun sebesar Rp 17.645.904.107,- atau berhasil mencapai 97,76% dari total anggaran. Hampir seluruh indikator mampu melaksanakan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan dan menggunakan alokasi anggaran yang dimanfaatkan secara optimal.

BAB I. PENDAHULUAN



A. LATAR BELAKANG DAN PERAN STRATEGIS ORGANISASI

Latar Belakang

Indonesia, negara kepulauan terbesar di dunia, telah lama menjadi pusat kegiatan ekonomi, dengan berbagai industri dan kekayaan sumber daya alam yang mendorong pertumbuhannya. Pada tahun 2023, perekonomian negara menghadapi tantangan dan peluang, khususnya di bidang ekspor, yang merupakan komponen penting dalam strategi perekonomian.

Ketika pasar global menghadapi pandemi dan ketegangan geopolitik yang sedang berlangsung, sektor ekspor Indonesia tetap tangguh, beradaptasi dengan perubahan lanskap memanfaatkan keunggulan kompetitifnya.

Salah satu hal yang menarik dari kinerja ekspor Indonesia pada tahun 2023 adalah masih kuatnya ekspor komoditas, khususnya di sektor pertambangan dan pertanian.

Sumber daya alam yang melimpah di negara ini, termasuk batu bara, minyak sawit, dan berbagai bijih mineral, memiliki permintaan yang tinggi, didorong oleh transisi global menuju sumber energi terbarukan dan kebutuhan industri manufaktur internasional yang terus berlanjut.

Meskipun harga komoditas berfluktuasi, Indonesia berhasil mempertahankan posisinya sebagai eksportir terkemuka, memanfaatkan lokasi geografis yang strategis, rantai pasokan yang mapan, dan upaya pemerintah untuk mendorong pengolahan dan diversifikasi yang bernilai tambah.

Namun tantangan yang dihadapi sektor ekspor Indonesia pada tahun 2023 tidak boleh diabaikan. Ketegangan perdagangan yang sedang berlangsung antara negara-negara besar dunia, seperti Amerika Serikat dan Tiongkok, telah menciptakan ketidakpastian dan gangguan pada rantai pasokan global, sehingga mempengaruhi arus barang dan daya saing ekspor Indonesia.

Selain itu, dampak pandemi COVID-19 yang berkepanjangan, khususnya dalam hal logistik dan transportasi, telah menimbulkan hambatan tambahan bagi eksportir Indonesia,

sehingga mengharuskan mereka untuk menyesuaikan strategi dan menjajaki peluang pasar baru.

Pemerintah Indonesia telah menanggapi tantangan-tantangan ini dengan pendekatan proaktif, dengan berupaya melakukan diversifikasi tujuan ekspor dan memperkuat kemitraan perdagangan dengan negara-negara di luar pasar tradisionalnya. Inisiatif untuk menjajaki perjanjian perdagangan regional dan mengurangi hambatan perdagangan telah diprioritaskan untuk memastikan akses pasar yang lebih besar bagi produk-produk Indonesia.

Tujuan Strategis

Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer sebagai bagian dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional mengemban tujuan strategis untuk meningkatkan ekspor produk primer Indonesia. Adapun tujuan strategis tersebut dapat dilakukan dengan (i) melaksanakan kegiatan promosi produk primer di dalam dan luar negeri melalui berbagai kegiatan, seperti partisipasi pada pameran internasional, misi dagang, business matching, kampanye pencitraan, maupun mengembangkan informasi pasar ekspor produk primer untuk membantu pelaku usaha dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat; (ii) fasilitasi bagi pelaku usaha produk primer, diantaranya pemberian bimbingan teknis, penyediaan akses permodalan, pemberian insentif/sertifikasi; (iii) mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak, baik di dalam negeri maupun luar negeri, untuk meningkatkan daya saing produk primer Indonesia; (iv) meningkatkan kualitas produk primer agar dapat memenuhi standar internasional; atau bahkan (v) memperkuat infrastruktur perdagangan untuk mendukung kelancaran ekspor produk primer.

B. STRUKTUR ORGANISASI

Struktur Organisasi

Dalam rangka pengembangan produk dan perluasan pasar, dilakukan perubahan tugas dan fungsi organisasi Ditjen PEN yang semula menggunakan pendekatan fungsi dari sebelumnya Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer, berubah menjadi pendekatan produk yakni Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer. Perubahan struktur organisasi ini diharapkan dapat mempermudah ruang gerak

Ditjen PEN dalam berkolaborasi dengan stakeholder terkait dalam mendorong peningkatan ekspor serta mempertahankan kondisi positif neraca perdagangan.

Tugas dan fungsi

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kemendag Pasal 200 dapat diketahui bahwa Dit. PEPP mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor primer.

Untuk melaksanakan tugas tersebut, Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer menyelenggarakan fungsi:

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor primer;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor primer;
- c. penyiapan perumusan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan produk ekspor primer;
- d. penyiapan pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan produk ekspor primer;
- e. penyiapan evaluasi dan pelaporan di bidang penyelenggaraan promosi dagang, kerja sama, kampanye pencitraan, dan pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor primer; dan
- f. Pelaksanaan urusan tata usaha, keuangan, kepegawaian, dan rumah tangga Direktorat.

C. ISU STRATEGIS

Neraca Perdagangan Indonesia

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor Indonesia pada tahun 2023 mencapai 291.904,3 juta dolar AS, mengalami peningkatan sebesar 26,03 persen jika dibandingkan tahun 2021. Peningkatan ekspor tersebut didorong oleh beberapa faktor, antara lain:

- Peningkatan permintaan global terhadap komoditas ekspor Indonesia, seperti batu bara, minyak sawit, dan produk pertanian.
- Pemulihan ekonomi global yang mendorong peningkatan aktivitas perdagangan internasional.
- Kebijakan pemerintah yang mendukung ekspor, seperti pemberian insentif fiskal dan nonfiskal.

Dari segi komoditas, ekspor nonmigas menjadi kontributor utama peningkatan ekspor Indonesia pada tahun 2023. Nilai ekspor nonmigas mencapai 273.259,2 juta dolar AS, naik 28,29 persen dari tahun 2021. Komoditas ekspor nonmigas yang mengalami peningkatan signifikan antara lain: Bahan bakar mineral, terutama batu bara (naik 105,86 persen); Minyak kelapa sawit (naik 43,74 persen); dan Pakaian (naik 29,02 persen).

Dari segi negara tujuan, Tiongkok masih menjadi negara tujuan ekspor terbesar Indonesia pada tahun 2023, dengan nilai ekspor mencapai 49.354,9 juta dolar AS. Negara tujuan ekspor lainnya yang mengalami peningkatan signifikan antara lain: India (naik 44,61 persen); Amerika Serikat (naik 37,21 persen); dan Singapura (naik 33,45 persen).

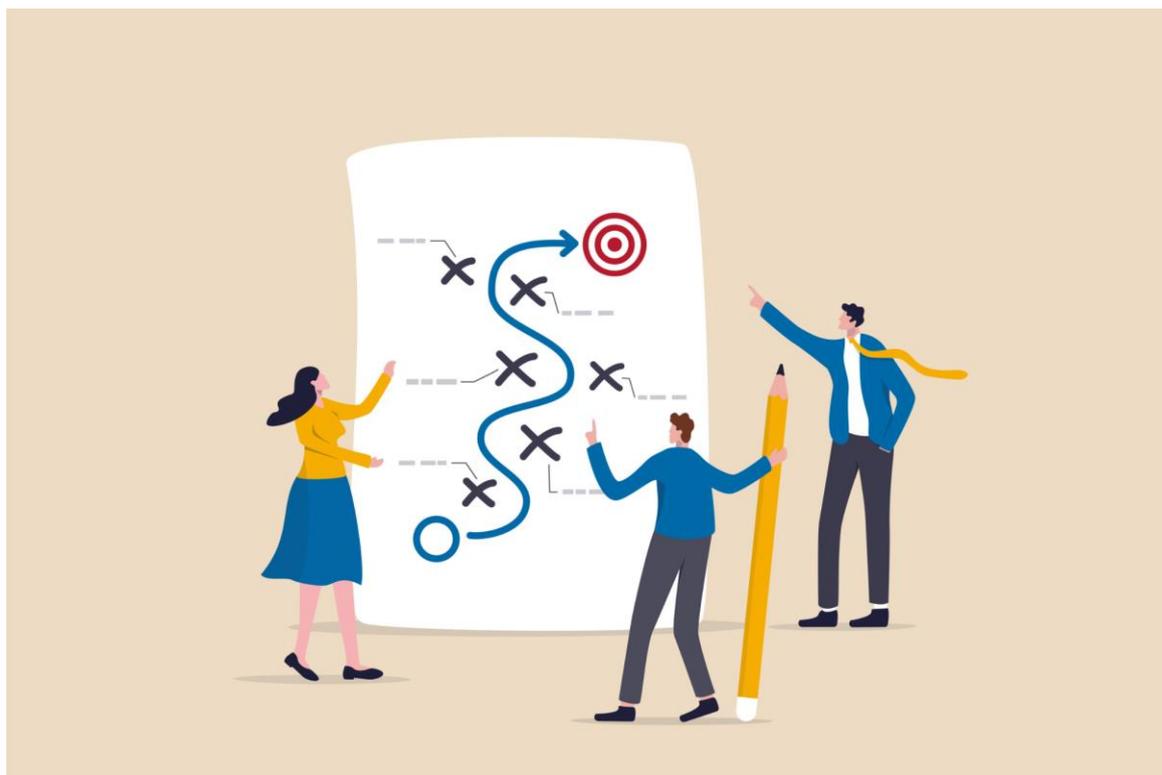
Ekspor Indonesia selama ini masih bergantung pada komoditas yang bersumber dari sumber daya alam, bukan produk-produk yang telah bernilai tambah. Ketergantungan terhadap komoditas seperti CPO dan batubara membuat nilai ekspor menjadi rentan terhadap fluktuasi harga.

Untuk mendorong kinerja ekspor non migas Indonesia dan memenangkan persaingan di pasar global Ditjen PEN cq. Dit PEPP dituntut untuk mempromosikan produk-produk berdaya saing tinggi dan juga mengalihkan konsentrasi pasar dari negara-negara tujuan ekspor utama seperti China, AS, dan Jepang ke negara-negara

non tradisional di kawasan Afrika, Asia Tengah, Amerika Selatan, dan sebagainya.

Upaya untuk mempromosikan produk-produk Indonesia berdaya saing tinggi diharapkan dapat memberikan hasil yang maksimal dengan peningkatan kualitas serta kuantitas promosi itu sendiri. Persaingan ekspor yang ketat memaksa setiap negara untuk berlomba tampil lebih besar dan megah dibanding negara lainnya di setiap kegiatan pameran. Oleh karena itu efektivitas promosi harus terus ditingkatkan. Promosi merupakan salah satu isu strategis yang menuntut perhatian dan komitmen pemerintah selaku pemberi fasilitas promosi kepada dunia usaha.

BAB II. PERENCANAAN KINERJA



A. PERENCANAAN STRATEGIS

Rencana Strategis Pengembangan Ekspor Nasional Sebagai pelaksanaan dari 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 Instansi Pemerintah dan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794/M-DAG/KEP/8/2015 tentang Pedoman Penyusunan Dokumen Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Lingkungan kementerian Perdagangan, maka Ditjen PEN Kementerian Perdagangan telah menetapkan Perjanjian Kinerja Tahun 2023 di lingkungan Ditjen PEN.

Perjanjian Kinerja di lingkungan Ditjen PEN disusun dengan mengacu pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional, Rencana Strategis Kementerian Perdagangan tahun 2019 – 2024, serta Rencana Strategis Ditjen PEN tahun 2019 – 2024. Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer sebagai salah satu unit eselon II di lingkungan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen. PEN) Kementerian Perdagangan turut mengemban tugas dan tanggung jawab dalam pencapaian sasaran Ditjen PEN. Dalam pelaksanaan tugas dimaksud, Dit. Ekspor Produk Primer berpedoman pada pencapaian visi, misi dan tujuan serta sasaran strategis Ditjen PEN periode 2019 – 2024. **Renstra Dit. PEPP mengacu pada renstra Ditjen PEN.**

Sasaran Strategis Dit. PEPP Berdasarkan arah kebijakan dan strategi Nasional maupun Kementerian Perdagangan, sasaran strategis Ditjen PEN yang ingin dicapai selama periode 2020-2024 adalah: 1. Diversifikasi produk ekspor yang bernilai tambah; 2. Mengamankan pasar di negara utama tujuan ekspor dan memperluas pasar ke negara-negara potensial; 3. Meningkatkan kapasitas pelaku usaha ekspor; dan 4. Memanfaatkan jaringan online dalam mempromosikan produk Indonesia.

Misi dan tujuan itu didukung oleh sasaran-sasaran Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer yaitu, **Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing.**

B. PERJANJIAN KINERJA

Sasaran

Untuk mendukung pencapaian sasaran yang ingin dicapai oleh Ditjen PEN, maka pada tahun 2023 Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer melaksanakan 1 (satu) sasaran yang ingin dicapai, yaitu: **Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing.** Untuk mencapai sasaran ini terdapat 3 (tiga) indikator, yakni (1) Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor; (2) Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer; (3) Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor

Rencana Aksi

Demi tercapainya target-target pada tahun 2023 tersebut di atas, Dit. PEPP menetapkan kegiatan-kegiatan dalam mendukung pencapaian indikator-indikator kinerja tersebut.

Untuk indikator kinerja pertama Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor sebesar 15% didukung oleh kegiatan Pendampingan dan Fasilitasi Sertifikasi Keamanan Pangan, Adaptasi Produk, dan Profil Produk. Selanjutnya, untuk mendukung tercapainya indikator kinerja ke-dua Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer sebesar 15% direncanakan program kegiatan partisipasi pameran dagang di dalam dan luar negeri sesuai hasil analisa agar dapat meningkatkan potensi transaksi dibandingkan potensi transaksi tahun sebelumnya, Trade Expo Indonesia, serta misi dagang yang efektif, terutama di negara-negara non tradisional. Kegiatan yang mendukung tercapainya target Indikator kinerja ke-tiga yaitu Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor sebanyak 55 pelaku usaha direncanakan kegiatan identifikasi, penyusunan dan penandatanganan naskah, hingga implementasi kerja sama.

BAB III. AKUNTABILITAS KINERJA



A. CAPAIAN KINERJA ORGANISASI

Seluruh Indikator Kinerja Dit. PEPP dapat diraih dengan baik

Sebagai pelaksanaan dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 10 Tahun 2023 Tentang Penyelenggaraan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Lingkungan Kementerian Perdagangan, maka pengukuran akuntabilitas kinerja dilakukan untuk melihat *progress* kinerja dalam tahun 2023, sehingga dapat diketahui tingkat pencapaian terhadap tujuan organisasi. Pengukuran tingkat capaian kinerja Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer tahun 2023 dilakukan dengan membandingkan rencana capaian atau target dengan realisasi dari masing-masing indikator kinerja sasaran.

Berdasarkan sasaran strategis Ditjen PEN tahun 2019 – 2024, pada tahun 2023 telah dilaksanakan kegiatan-kegiatan oleh Dit. PEPP untuk mencapai sasaran strategisnya. Dari 3 (tiga) indikator yang telah ditargetkan, seluruhnya berhasil melampaui target yang dicanangkan. Capaian indikator kinerja Dit. PEPP tahun anggaran 2023 dapat dilihat pada tabel 1. Dengan penjelasan capaian akan dipaparkan pada sub bab selanjutnya.

Tabel 1. Capaian Indikator Kinerja Dit. PEPP Tahun 2023

No.	Indikator Kinerja	Target 2023	Realisasi 2023	Capaian
1.	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	15%	20%	133,33%
2.	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	15%	56,26%	375,07%
3.	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	55 pelaku usaha	67 pelaku usaha	121,82%

Analisis dan evaluasi akuntabilitas akan menjabarkan hasil evaluasi capaian indikator-indikator kinerja menurut sasaran yang tertuang dalam Rencana Strategis secara lebih terperinci dalam menggambarkan perkembangan setiap sasaran dan indikator-indikatornya.

Metodologi pengukuran pencapaian dalam indikator kinerja secara umum digunakan dua jenis rumus yang tersedia yaitu rumus I dan II, dipakai dengan mempertimbangkan karakteristik komponen realisasi yang dihadapi. Komponen rumus dapat dilihat pada gambar berikut:

RUMUS I			
Prosentase Pencapaian Target	=	Realisasi	X 100%
		Rencana	
RUMUS II			
Prosentase Pencapaian Target	=	Rencana - (Realisasi - Rencana)	X 100%
		Rencana	

Penggunaan rumus I, rumus ini akan tepat digunakan apabila kondisi capaian realisasi mencerminkan semakin tinggi/rendah realisasi, menunjukkan pencapaian kinerja yang semakin baik/buruk, hubungan baik/buruk realisasi capaian menunjukkan hubungan linear.

Sedangkan rumus II akan tepat digunakan apabila kondisi capaian realisasi mencerminkan semakin tinggi/rendah realisasi menunjukkan pencapaian kinerja yang semakin buruk/baik atau mempunyai hubungan terbalik.

**IK-1
Persentase
pelaku
usaha
pendampingan
an
pengembangan
produk
primer yang
mendapatkan
potensi
transaksi
ekspor**

Tabel 2 Tabel Capaian IK-1 Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor

Indikator Kinerja	Target 2023	Realisasi 2023	Capaian
Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	15%	20%	133,33%

Pendampingan dan Fasilitas Sertifikasi Keamanan Pangan

Produk makanan dan minuman olahan Indonesia banyak diminati negara lain. Namun, semakin maju suatu negara maka negara tersebut akan semakin memperhatikan standar keamanan dan kesehatan yang diterapkan pada jenis produk makanan dan minuman olahan tersebut. Isu terkait mutu dan keamanan pangan jadi tantangan tersendiri, khususnya UKM dalam meningkatkan kinerja ekspornya. Untuk itu, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional khususnya Direktorat Pengembangan Produk Ekspor berperan dalam memberikan program dan fasilitas kepada pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja ekspor produk dalam negeri melalui program sertifikasi keamanan pangan / *Hazard Analysis And Critical Control Points* (HACCP) melalui kerja sama dengan tenaga ahli serta lembaga sertifikasi yang kompeten untuk memberikan pendampingan kepada pelaku usaha agar dapat memenuhi persyaratan dalam mendapatkan Sertifikat Keamanan.

HACCP merupakan suatu sistem manajemen pengawasan dan pengendalian keamanan pangan secara preventif yang bertujuan untuk mengidentifikasi, memonitor dan mengendalikan bahaya (hazard) mulai dari bahan baku, proses produksi/pengolahan, manufaktur, penanganan dan penggunaan bahan baku pangan untuk menjamin bahwa bahan pangan tersebut aman dikonsumsi. Tujuh prinsip dasar penting dalam penerapan sistem HACCP pada industri pangan yaitu analisis bahaya (*hazard analysis*), penentuan titik-titik kritis, penentuan batas titik kritis, penetapan prosedur monitoring, penetapan tindakan koreksi, penetapan prosedur verifikasi dan pengembangan sistem pencatatan atau dokumentasi.

Rangkaian kegiatan pendampingan fasilitasi HACCP dilaksanakan melalui beberapa tahapan antara lain:

a) Sosialisasi program HACCP

Sosialisasi program HACCP dilaksanakan melalui kegiatan workshop di beberapa daerah penghasil/produsen makanan dan minuman olahan, Selain itu melalui kunjungan ke tempat produksi beberapa pelaku usaha sekaligus sebagai screening awal untuk melihat kesiapan para calon pelaku usaha yang akan difasilitasi sertifikasi.

b) Pendaftaran, kurasi dan penetapan pelaku usaha

Pendaftaran pelaku usaha dilakukan dengan mengirimkan surat permohonan rekomendasi pelaku usaha makanan dan minuman olahan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi di seluruh Indonesia serta melalui *e-flyer* untuk menjangkau pelaku usaha melalui sarana online. Setelah itu dilakukan kurasi atau pemilihan pelaku usaha sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer. Kurasi dilakukan melalui seleksi administrasi dan wawancara oleh narasumber. Setelah ditetapkan para pelaku usaha yang akan difasilitasi program HACCP.

c) Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan sebanyak tiga kali kunjungan dengan melibatkan tenaga ahli yang telah ditentukan dengan rentang waktu antar kunjungan kurang lebih 1-2 bulan sesuai dengan masukan dari tenaga ahli dan tindak lanjut oleh pelaku usaha terhadap masukan tersebut.

d) Audit dan penerbitan sertifikat

Audit dilakukan oleh lembaga sertifikasi keamanan pangan baik nasional atau internasional yang telah terakreditasi dengan melihat fasilitas ruang produksi yang memenuhi persyaratan dan standar keamanan pangan



serta audit dokumen perusahaan yang menunjang sistem manajemen keamanan pangan. Setelah pelaku dinyatakan lolos audit dan memenuhi persyaratan, Lembaga sertifikasi dapat menerbitkan sertifikat keamanan

pangan yang berlaku selama 3 tahun dan setiap tahunnya dilakukan *audit surveillance*.

Adaptasi Produk

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional melaksanakan berbagai kegiatan adaptasi produk untuk membantu pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produk ekspor. Pada tahun 2023, kegiatan adaptasi produk ini dilaksanakan dengan melakukan pemetaan pasar dan tren melalui riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan tren di negara tujuan ekspor, identifikasi produk-produk yang memiliki potensi ekspor tinggi, serta memberikan informasi kepada pelaku usaha tentang persyaratan dan regulasi di negara tujuan ekspor. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia di pasar global; meningkatkan nilai ekspor produk primer Indonesia; membuka peluang pasar baru bagi produk Indonesia di luar negeri; serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha di Indonesia. Pada tahun 2023, telah dilaksanakan kegiatan adaptasi produk yang diikuti oleh pelaku usaha ekspor produk terkait, yakni adaptasi produk buah tropis di Surabaya, Jawa Timur, produk kopi di Medan, Sumatera Utara, produk camilan berbasis buah-buahan di Malang, Jawa Timur, produk ikan hias di Jawa Timur, serta produk perikanan di Bali.

Profil Produk

Untuk membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing produk ekspor di pasar global, disusun profil produk primer Indonesia. Penyusunan Profil Produk Primer Indonesia merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *awareness* para calon *buyer* di seluruh dunia terhadap produk primer Indonesia. Buku profil ini akan disebarluaskan oleh perwakilan perdagangan kepada para *buyer* di wilayah akreditasinya serta akan disebarakan pada saat pameran Trade Expo Indonesia berlangsung sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran lengkap sekaligus penunjang promosi bagi produk primer Indonesia.

Pada tahun 2023, terdapat 4 (empat) profil produk yang disusun, yakni produk Kelapa, Pala, Udang dan *Confectionary*. Dalam menyusun profil produk ini, dilakukan identifikasi produk-produk unggulan di setiap daerah di Indonesia, pemetaan potensi pasar ekspor untuk produk-produk unggulan tersebut, serta membangun database profil produk yang

lengkap, menarik, dan informatif. Profil produk ini kemudian akan disebarakan ke seluruh perwakilan RI di luar negeri secara softcopy untuk dapat diinformasikan kepada buyer maupun calon buyer di seluruh dunia.

**IK-2
Peningkatan
transaksi
promosi
ekspor
produk
primer**

Tabel 3. Tabel Capaian IK-2 Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer

Indikator Kinerja	Target 2023	Realisasi 2023	Capaian
Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	15%	56,26%	375,07%

Dalam upaya meningkatkan nilai ekspor non migas, salah satu upaya yang ditempuh oleh Dit. PEPP adalah dengan meningkatkan nilai transaksi dagang yang terjadi pada kegiatan promosi. Nilai transaksi pada kegiatan promosi diharapkan memicu terjadinya transaksi yang berkelanjutan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan total nilai ekspor produk nonmigas Indonesia.

Untuk mendukung indikator ini, dilakukan berbagai kegiatan promosi di dalam dan luar negeri, yaitu partisipasi pameran dagang di luar negeri sebanyak 25 promosi; partisipasi pameran dagang dalam negeri sebanyak 11 promosi; serta Misi Dagang di Mesir.

Pada partisipasi pameran di luar negeri, terdapat kegiatan pendampingan dan pameran besar. Kegiatan Pameran Pendampingan merupakan kegiatan pameran yang pembiayaan *sewa space* dan/atau konstruksi di luar anggaran Dit. PEPP. Pembiayaan *sewa space* dan konstruksi dapat berasal dari ITPC, KBRI, Atdag maupun kantor dagang asing seperti *ASEAN Korea Centre*.

Pada tahun 2023, telah dilakukan beberapa partisipasi pada pameran di luar negeri dengan total potensi transaksi yang dihasilkan adalah sebesar USD 12,623,370,000, atau terjadi kenaikan sebesar 66,53% dibandingkan tahun 2021.

Pengukuran indikator peningkatan potensi transaksi promosi produk ekspor (barang dan jasa) pada tahun 2023, dilakukan dengan menggunakan angka dasar transaksi tahun 2021 sebesar USD 6,23 miliar, sehingga target peningkatan potensi transaksi promosi produk ekspor (barang dan jasa) tahun 2023 sebesar 10% atau senilai USD 6,85 miliar.

Keberhasilan pencapaian target ini diraih dengan komitmen bersama dalam upaya pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi Covid-10 dari setiap pihak yang berkepentingan, seperti seluruh unit di Ditjen PEN, para eksportir peserta pameran, bagian lelang (LPSE), organizer pameran, dan instansi lainnya.

Tabel 4. Capaian Partisipasi Pameran di Luar Negeri Tahun 2023

No	Nama Pameran	Tanggal	Lokasi	Produk	Total Transaksi Dagang
1	Biofach	14-17 Feb	Nuremberg, Jerman	Organic F&B, Cosmetic	USD 5,420,000
2	THAIFEX Anuga Asia	23-27 Mei	Bangkok, Thailand	F&B	USD 9,100,000
3	SCAE	22-24 Jun	Athena, Yunani	Kopi	USD 20,360,000
4	Expo Indonesia en Mexico	3-7 Aug	Mexico City, Mexico	Multi produk	USD 18,870,890
5	Japan Intl. Seafood Expo	23-25 Aug	Tokyo, Jepang	Perikanan	USD 8,870,000
6	Busan Intl Seafood & Fisheries Expo	1-3 Nov	Busan, Korea Selatan	Perikanan	USD 2,560,000
7	Int'l Coffee & Chocolate Exhibition	5-9 Des	Riyadh, Arab Saudi	Kopi, Kakao	USD 8,450,000

Kegiatan *buying mission* merupakan penandatanganan MoU antara eksportir Indonesia dengan importir dari luar negeri dan disaksikan oleh pejabat Kementerian Perdagangan. Konsep awal kegiatan *buying mission* dilaksanakan dengan memfasilitasi *buyers* yang akan melakukan tanda tangan surat kesepakatan dagang berupa kontrak atau *memorandum of understanding* (MoU) atau *purchase order* (PO). Fasilitas yang diberikan adalah subsidi tiket perjalanan dan akomodasi hotel serta pendampingan selama penandatanganan surat kesepakatan dagang tersebut. Namun sejak tahun 2017, fasilitas tersebut ditiadakan.

Pameran Besar merupakan partisipasi pameran di luar negeri dengan luas *space* Paviliun Indonesia relatif lebih besar. Pada 2023, Pameran Besar dilakukan di Pameran Pada 2023, Pameran Besar dilakukan di Pameran CAEXPO, Nanning, Republik Rakyat Tiongkok.

China-ASEAN Expo (CAEXPO)

China ASEAN Expo (CAEXPO) merupakan pameran tahunan internasional untuk peningkatan hubungan persahabatan antara Republik Rakyat Tiongkok dan negara-negara anggota ASEAN, mempercepat pembangunan CAFTA dan mempromosikan Kerjasama berbagai bidang terutama perdagangan, investasi dan pariwisata. CAEXPO yang diselenggarakan sejak tahun 2004 oleh Sekretariat CAEXPO ini merupakan hasil kesepakatan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) China-ASEAN ke-7 di Bali dalam kerangka kerja sama perdagangan dan ekonomi *China-ASEAN Free Trade Area* (CAFTA) yang saling menguntungkan bagi 10 negara anggota ASEAN dan China. CAEXPO setiap tahun dilaksanakan di *Nanning International Convention & Exhibition Center* (NICEC), Nanning, Provinsi Guangxi, RRT pada September yang selalu dibuka oleh para pejabat tinggi China dan ASEAN.

Dalam setiap keikutsertaannya, Indonesia selalu mengisi 2 (dua) paviliun yaitu Paviliun Komoditi dan Paviliun City of Charm. Pada masa pandemi, tahun 2020-2022, CAEXPO dilaksanakan secara *hybrid* (*offline* di NICEC dan *online* di platform Alibaba) yang diikuti oleh para pelaku usaha yang memiliki agen/distributor di China. The 20th CAEXPO di tahun 2023 mengangkat tema “*Work Together to a Harmonious Home and a Shared Future*”. Hadir pada pembukaan the 20th CAEXPO adalah Wakil Presiden Indonesia, Bapak Ma'ruf Amin.

Selama 4 (empat) hari pelaksanaan, CAEXPO dihadiri oleh lebih dari 15.000 pengunjung dan diikuti oleh 1953 perusahaan dari 46 negara (644 perusahaan dari ASEAN, 94 perusahaan dari negara luar ASEAN, dan 1215 perusahaan dari Tiongkok). Keikutsertaan Indonesia pada the 20th CAEXPO menempati 2 Paviliun: 1. Paviliun Komoditi seluas 2.160 sqm di Hall D15: Menampilkan 49 pelaku usaha mandiri, 11 BUMN yang membawa 49 pelaku usaha binaan, serta 8 stan yang menampilkan produk potensial Provinsi Kalimantan Tengah. 2. Paviliun Nasional (*City of Charm*) seluas 160 m² di Hall B2 menampilkan Provinsi Kalimantan Tengah dengan segala ciri khas seni budaya dan potensi investasi, perdagangan dan pariwisata, dengan tema rumah adat Betang.

Partisipasi Indonesia pada kegiatan ini menghasilkan potensi transaksi senilai Rp 106.453.770.330, yang terdiri dari penjualan langsung Rp 1.686.003.102 dan kontrak dagang Rp 104.767.767.228 dengan jenis produk yang diminati yaitu makanan dan minuman, barang konsumsi, fesyen dan aksesoris, serta *furniture*.

Misi Dagang Mesir

Misi Dagang Mesir dilaksanakan pada 12-17 Mei 2023 dengan dipimpin oleh Menteri Perdagangan dan diikuti oleh 12 perusahaan, yakni: PT Wilmar Nabati Indonesia (CPO dan turunannya), PT Smart, Tbk (CPO dan turunannya), Apical Group (CPO dan turunannya), PT Taman Delta Indonesia (Kopi), PT Mandala Prima Makmur (bubuk coklat), CV Morisama Sejahtera Nusantara (Sambal, tuna chunk), PT Indo Expo Sejahtera (logistik), PT Taqwa Cahaya Semesta (kopi dan bumbu), PT

Perusahaan Perdagangan Indonesia (Kopi), PT. Dinamika Pangan Utama (Gula Merah), PT Andalus Bangun Global (Kopi), Kadin Indonesia, dan IEBC. Potensi transaksi senilai USD 859 juta atau senilai Rp 12,9 triliun, yang terdiri dari : a. Kesepakatan dagang terkait imbal dagang antara PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (PPI) dengan Al Postan for Export and Import untuk produk kopi Indonesia dengan anggur/delima dari Mesir. senilai USD 105.000; dan kesepakatan imbal dagang dengan Al-Sahl untuk potensi produk-produk lainnya. b. *Letter of Intent AAA Oils & Fats Pte Ltd* (APICAL Group) dan United Oils Processing & Packaging untuk pembelian 150.000MT RBD palm oil (senilai USD 165 juta) c. *Business Matching* diperoleh potensi transaksi dagang untuk produk turunan sawit (RBD palm oil) senilai USD 693 juta; produk kopi, bubuk kakao, sambal dan *tuna chunk* senilai USD 980.000.

Kegiatan Misi Dagang membawa para pengusaha langsung bertemu dengan mitra bisnis di negara tujuan ekspor, dengan dipimpin oleh Menteri Perdagangan RI atau Dirjen PEN. Di dalam Misi Dagang dilaksanakan kegiatan *one-on-one business matching*, Forum Bisnis, pertemuan-pertemuan bilateral, serta *site visit* ke kantor importir/mitra bisnis.

Trade Expo Indonesia ke-38 Tahun 2023

Partisipasi pameran dagang di dalam negeri yang diikuti oleh Dit. PEPP pada tahun 2023 sebanyak 3 promosi, termasuk dengan penyelenggaraan Trade Expo Indonesia. TEI Ke-38 tahun 2023

diselenggarakan dengan tema “*Strengthening Trade for Global Economic Resilience*”. Selama pelaksanaan TEI 2023, tercatat dikunjungi sebanyak 38.929 pengunjung dari dalam dan luar negeri. Sedangkan registrasi buyers tercatat 2.961 buyers dari 115 negara. Lima negara mitra dagang dengan jumlah buyer terbesar adalah India (423), Mesir (292) Malaysia (135), USA (101), dan Morocco (69).

Capaian potensial transaksi TEI sebesar USD 30,5 miliar yang diperoleh dari transaksi produk sebesar USD 27,7 miliar dan investasi sebesar USD 2,8 miliar. Nilai ini melebihi target semula sebesar USD 11 miliar. Lima negara penyumbang potensial transaksi produk terbesar, yakni 1) India sebesar USD 7,58 miliar; 2) Malaysia sebesar USD 6,32 miliar; 3) Tiongkok sebesar USD 5,59 miliar; 4) Saudi Arabia sebesar USD 2,86 miliar; dan 5) Filipina sebesar USD 926 juta. Lima produk penyumbang potensial transaksi terbesar adalah Batubara (USD 13,80 miliar); *Chemical & Organic Chemical* (USD 3,73 miliar); *Other Manufactured Products* (USD 3,35 miliar); *Formal Work Force* (USD 2,70 miliar); dan *Electronic Products* (USD 652,62 juta).

Forum dan Seminar Internasional secara daring dan luring yang membahas peluang dan strategi penetrasi produk Indonesia ke pasar global dengan menghadirkan Kepala Perwakilan RI (Sarajevo, Kenya, Algeria, Tunisia, Pakistan), Kementerian/Lembaga, Perusahaan Multinasional, Perwakilan Perdagangan di luar negeri, Praktisi, Trade Expert dari negara mitra, Asosiasi, dengan total kepesertaan sebanyak 3.446 pelaku usaha.

Business Counseling sebagai media konsultasi bagi pelaku ekspor telah memfasilitasi sebanyak 985 pelaku usaha melalui *one on one consultation* bersama dengan Perwakilan Perdagangan di luar negeri. *Business Matching* dilaksanakan dengan mempertemukan eksportir Indonesia dengan calon *prospective buyers*. Penandatanganan Kontrak Dagang/MOU antara eksportir dan *buyers* pada TEI ke-38 tahun 2023 terjadi sebanyak 242 MOU yang melibatkan eksportir dan *buyers* dari 32 negara. TEI 2023 diikuti 1.234 peserta (*exhibitor*) yang terbagi dalam zona produk: *Food and Beverages; Home Living, Chemical Energy & Industrial Product; Digital & Services; Medical Equipment & Personal Care; Fashion, Textile & Accessories*.

**IK-3
Jumlah
pelaku**

Tabel 5. Tabel Capaian IK-3 Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor

**usaha
produk
primer
penerima
manfaat
kerjasama
pengembangan
ekspor**

Indikator Kinerja	Target 2023	Realisasi 2023	Capaian
Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	55 pelaku usaha	67 pelaku usaha	121,82%

Program kerja sama pengembangan ekspor produk primer tahun 2023 bertujuan untuk memperluas akses pasar internasional bagi pelaku usaha Indonesia. Program ini merupakan upaya bersama dengan berbagai *stakeholder*, termasuk Universitas Parahyangan, TFO Kanada, Arise+, dan beberapa mitra lainnya. Target awal program ini adalah untuk memfasilitasi 55 pelaku usaha. Namun, capaian program ini berhasil melebihi ekspektasi dengan berhasil memfasilitasi 67 pelaku usaha.

Identifikasi Kerja Sama

Pada tahap ini, dilakukan pemetaan potensi dan kebutuhan pelaku usaha produk primer dengan potensi ekspor. Kerja sama dengan Universitas Parahyangan, TFO Kanada, Arise+, dan lainnya diidentifikasi berdasarkan kesesuaian kompetensi dan kebutuhan pelaku usaha. Proses identifikasi melibatkan analisis pasar, penilaian kualitas produk, dan kesiapan pelaku usaha untuk memasuki pasar internasional.

Implementasi Kerja Sama

Implementasi kerja sama melibatkan pelaksanaan berbagai kegiatan yang telah direncanakan. Beberapa kegiatan utama antara lain:

1. Universitas Parahyangan

Kerja sama dengan Universitas Parahyangan mencakup penelitian dan pengembangan produk primer yang memiliki potensi ekspor tinggi. Kegiatan ini melibatkan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menghasilkan produk berkualitas internasional. Selain itu, Universitas Parahyangan juga berperan dalam analisis pasar dan penyusunan strategi ekspor.

2. TFO Kanada

Kerja sama dengan TFO Kanada berfokus pada pendampingan teknis dan promosi produk primer di pasar Kanada. TFO Kanada menyediakan akses ke jaringan distributor dan buyer potensial serta membantu dalam proses sertifikasi produk agar memenuhi standar

internasional. Program ini juga melibatkan partisipasi pelaku usaha dalam pameran internasional di Kanada.

3. Arise+

Arise+ memainkan peran penting dalam peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui program pelatihan dan mentoring. Selain itu, Arise+ juga membantu dalam penyusunan proposal bisnis dan strategi pemasaran yang efektif. Kerja sama ini mencakup pengembangan branding dan packaging produk agar lebih menarik bagi pasar internasional.

Program pengembangan ekspor produk primer mencakup beberapa kegiatan utama seperti pelatihan kewirausahaan, pendampingan teknis, fasilitasi pameran internasional, dan bantuan sertifikasi produk. Pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan pemasaran pelaku usaha. Pendampingan teknis diberikan untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas internasional.

Selain itu, pelaku usaha difasilitasi untuk berpartisipasi dalam pameran internasional guna memperluas jaringan dan mempromosikan produk mereka. Bantuan sertifikasi produk juga diberikan agar produk dapat diterima di pasar internasional. Semua kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk primer Indonesia di pasar global.

Monitoring Kerja Sama

Monitoring kerja sama dilakukan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai target yang telah ditetapkan. Proses monitoring meliputi evaluasi berkala, pengumpulan data kinerja pelaku usaha, dan feedback dari para stakeholder. Monitoring ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan dan mencari solusi agar program dapat berjalan lebih efektif.

Keberhasilan program kerja sama pengembangan ekspor produk primer tahun 2023 ini menunjukkan komitmen dan sinergi yang baik antara pemerintah, akademisi, dan mitra internasional. Dengan fasilitasi yang melebihi target, diharapkan para pelaku usaha yang terlibat dapat terus berkembang dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional melalui ekspor produk primer yang berkelanjutan.

B. KINERJA ANGGARAN

Pada tahun anggaran 2023 Dit. PEPP dialokasikan total pagu anggaran sejumlah **Rp.89.997.728.000,-** dengan realisasi pada akhir tahun 2023 sebesar **Rp.87.890.131.627,-** atau hanya mencapai **97,66%** dari total anggaran. Realisasi anggaran tersebut digunakan untuk pembiayaan pencapaian kinerja Dit. PEPP, seperti promosi dagang luar negeri, promosi dagang dalam negeri, kegiatan pencitraan, dan layanan perkantoran.

Realisasi anggaran yang mencapai 97,66% menunjukkan efisiensi dalam penggunaan dana yang telah dialokasikan. Dit. PEPP mampu mengoptimalkan anggaran untuk mendukung berbagai kegiatan yang direncanakan, dengan penyerapan anggaran yang tinggi menunjukkan efektivitas dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

Realisasi anggaran untuk layanan perkantoran yang optimal memastikan kelancaran operasional Dit. PEPP. Penyediaan fasilitas kerja dan dukungan administrasi yang memadai memungkinkan pelaksanaan kegiatan operasional sehari-hari berjalan dengan efisien, mendukung tercapainya target-target yang telah ditetapkan.

Meskipun realisasi anggaran cukup tinggi, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti perbaikan dalam proses monitoring dan evaluasi program agar lebih efektif. Selain itu, Dit. PEPP perlu terus meningkatkan koordinasi dengan stakeholder dan mitra kerja untuk memastikan program-program yang dilaksanakan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Realisasi anggaran Dit. PEPP tahun 2023 yang mencapai 97,66% menunjukkan efisiensi dalam penggunaan dana yang telah dialokasikan. Dengan anggaran yang terserap, berbagai kegiatan utama dapat dilaksanakan dengan baik. Kedepannya, Dit. PEPP akan terus meningkatkan efektivitas penggunaan anggaran untuk mendukung pencapaian target ekspor produk primer Indonesia.

Total rincian penyerapan anggaran Dit. PEPP pada tahun anggaran 2023 tergambar pada tabel berikut:

Tabel 6. Realisasi Anggaran tahun 2023

Kegiatan	Kinerja Keuangan		
	Anggaran	Realisasi Tahun 2023	% Capaian
(6)	(7)	(8)	(9)

Pengembangan Ekspor Produk Primer	18.050.000.000	17.645.904	97.76%
Dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya Ditjen PEN	950.000.000	915.757.215	96.40%

BAB IV. PENUTUP

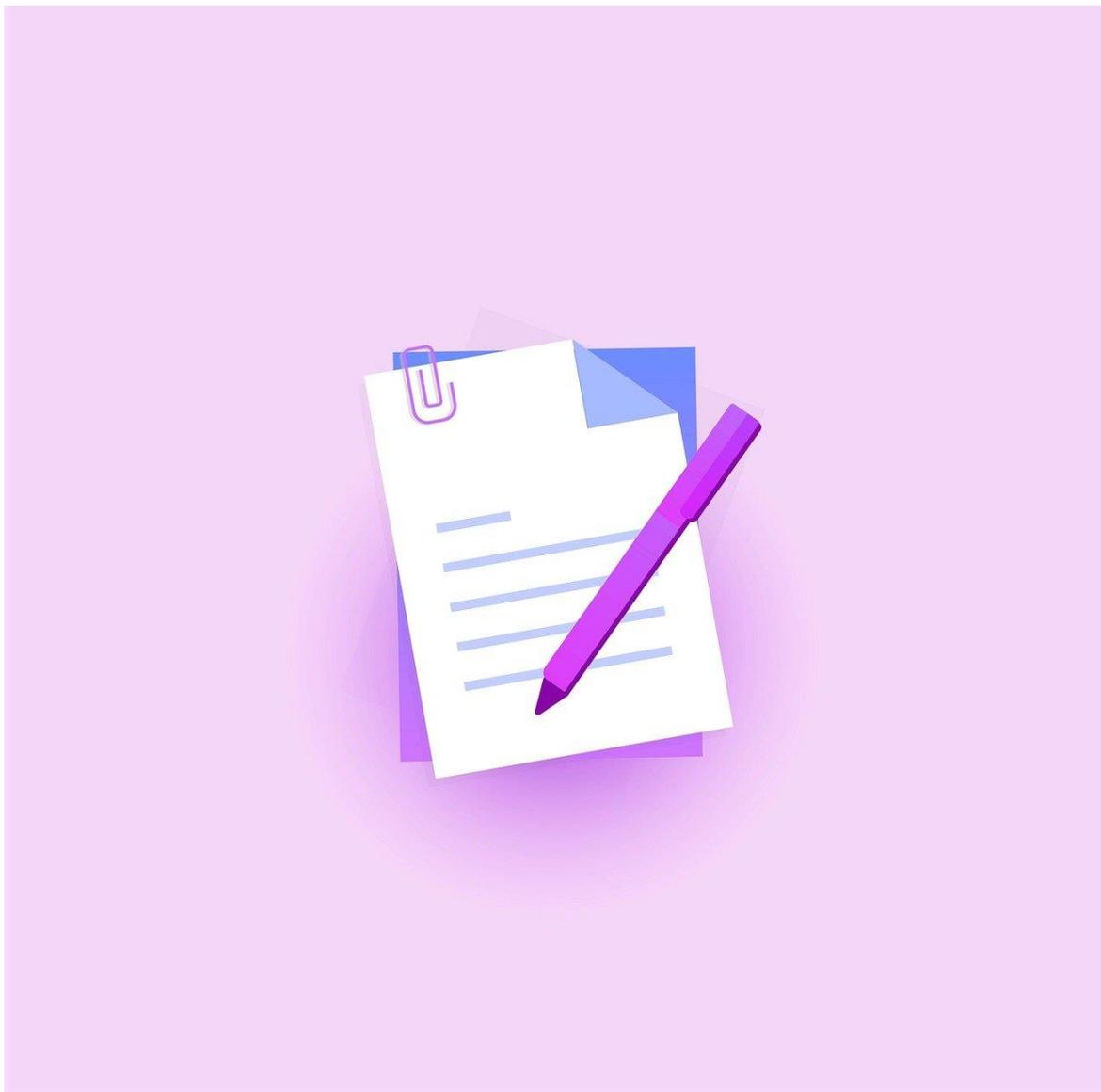
Sebagai salah satu komponen dari Ditjen PEN, Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer berfokus kepada kegiatan promosi ekspor dan pencitraan Indonesia. Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer, dalam Laporan Kinerja ini, menetapkan **2 (dua) sasaran** untuk mendukung sasaran-sasaran Ditjen PEN, yaitu meningkatnya kualitas dan kuantitas promosi, serta meningkatnya citra Indonesia.

Berdasarkan uraian pada bab – bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sasaran-sasaran Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer tahun 2023 di atas berdasarkan tugas pokok dan fungsi yang diemban dapat tercapai dengan baik, meskipun ada indikator yang tidak tercapai sesuai target. Akan tetapi, selain keberhasilan pencapaian target pada indikator-indikator kinerja yang ada, tetap perlu dilakukan analisa dan evaluasi lebih lanjut terhadap perencanaan dan pelaksanaan program, serta penganggaran agar menjadi lebih baik pada tahun-tahun berikutnya.

Harapan ke depan adalah adanya terobosan baru dalam kegiatan promosi, serta sinergi dengan unit maupun instansi lain sehingga hasil yang didapat bisa lebih maksimal. Dengan tren berkurangnya anggaran setiap tahunnya, untuk selanjutnya perlu diwujudkan kegiatan yang lebih efektif dan efisien seperti program promosi melalui mode digital.

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah ini semoga dapat bermanfaat dan dapat menjadi referensi penting untuk mengetahui peran dan menilai kinerja Dit Pengembangan Ekspor Produk Primer. Pada Laporan Kinerja ini sudah digunakan indikator kinerja kuantitatif dan analisis hasil capaian diuraikan secara deskriptif diharapkan dapat memudahkan pembaca untuk memberikan penilaian dan masukan terhadap kesempurnaan Laporan Kinerja ini. Dengan demikian, laporan ini dapat menjadi alat untuk menginventarisasi keberhasilan dan permasalahan-permasalahan yang ada, dan dengan demikian dapat dimanfaatkan untuk proses perencanaan selanjutnya. Kemudian menjadi alat ukur bagi peningkatan kinerja tahun mendatang.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



1. Perjanjian Kinerja Direktur PEPP 2023

LAMPIRAN PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2023 DIREKTORAT PENGEMBANGAN EKSPOR PRODUK PRIMER

KEGIATAN: PENGEMBANGAN PROMOSI DAN CITRA

NO	SASARAN KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN	SATUAN	TARGET
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	Persen	15
		Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	Persen	15
		Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	Pelaku usaha	55

NO	KEGIATAN	ANGGARAN
(1)	(2)	(3)
1.	Pengembangan Ekspor Produk Primer	18.100.000.000
2	Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen PEN	950.000.000
Jumlah		19.050.000.000

Jakarta, 28 Desember 2022

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional



Didi Sumedi

Direktur
Pengembangan Ekspor Produk Primer



Merry Maryati

2. Formulir Pengukuran Pencapaian Sasaran

Formulir Pengukuran Pencapaian Sasaran (PPS)

Kementerian/Lembaga : Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer
 Tahun Anggaran : 2023

Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja	Target	Realisasi Tahun 2023	% Capaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	15%	20%	133,33%
	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	15%	56,26%	375,07%
	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	55 pelaku usaha	67 pelaku usaha	121,82%
Kegiatan		Kinerja Keuangan		% Capaian
(6)	Anggaran (7)	Realisasi Tahun 2023 (8)		(9)
Pengembangan Ekspor Produk Primer	18.050.000.000	17.645.904		97,76%
Dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya Ditjen PEN	950.000.000	915.757.215		96,40%