

LAPORAN KINERJA 2024

Direktorat Pengembangan
Ekspor Produk Primer

Direktorat Jenderal
Pengembangan Ekspor
Nasional

2025

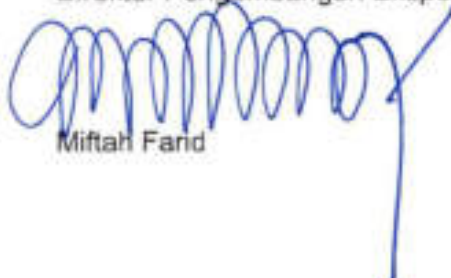
KATA PENGANTAR

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 2024, 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 strategis 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 efektivitas dan efisiensi, dan produktivitas instansi.

Laporan Kinerja tahun 2024 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 2024. 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 2025
Direktur Pengembangan Ekspor Produk Primer



Miftah Fard

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

Tujuan sasaran ini adalah untuk mempertahankan pasar ekspor tradisional serta memperluas pasar ekspor Indonesia melalui diversifikasi menuju pasar non tradisional 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 2024	% 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	20%	20%	100%
	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	20%	12,23%	61,17%
	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	500 pelaku usaha	603 pelaku usaha	120,60%

Dari sisi anggaran, Dit. PEPP pada Tahun Anggaran 2024 mendapatkan alokasi total pagu anggaran sebesar Rp 11.678.035.000,- dengan nilai realisasi pada akhir tahun sebesar Rp 11.651.554.296,- atau berhasil mencapai 99,77% dari total anggaran. Hampir seluruh indikator mampu melaksanakan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan dan menggunakan alokasi anggaran yang dimanfaatkan secara optimal.

Bab 1

Pendahuluan



A. LATAR BELAKANG DAN PERAN STRATEGIS ORGANISASI

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, telah lama menjadi pusat kegiatan ekonomi dengan berbagai industri dan kekayaan sumber daya alam yang mendorong pertumbuhannya. Ekspor produk primer Indonesia sepanjang tahun 2024, menghadapi berbagai tantangan yang kompleks akibat dinamika global. Namun, dengan kebijakan yang adaptif serta kerja sama antara pemerintah dan pelaku usaha, beberapa tantangan utama berhasil diatasi.

Salah satu dinamika utama pada tahun 2024 adalah volatilitas harga komoditas utama, seperti kelapa sawit dan kopi. Di sektor kelapa sawit, harga mengalami tekanan akibat kebijakan beberapa negara yang membatasi impor minyak sawit dengan alasan keberlanjutan. Di sisi lain, harga kopi turut terdampak oleh ketidakpastian cuaca di negara-negara produsen utama serta spekulasi di pasar komoditas global yang meningkatkan volatilitas harga.

Selain fluktuasi harga, hambatan non-tarif semakin menjadi faktor yang membatasi ekspor produk primer Indonesia. Uni Eropa, sebagai salah satu pasar utama produk primer Indonesia, menerapkan regulasi ketat terkait keberlanjutan, seperti EU Deforestation Regulation (EUDR) yang mengharuskan eksportir untuk membuktikan bahwa produk yang mereka ekspor ke Uni Eropa tidak berkontribusi terhadap deforestasi. Kebijakan ini menimbulkan tantangan bagi eksportir kelapa sawit dan kakao Indonesia, yang harus menyesuaikan sistem rantai pasok mereka agar dapat memenuhi standar keberlanjutan yang ditetapkan.

Selain Uni Eropa, negara-negara lain juga menerapkan regulasi yang lebih ketat terhadap impor produk primer. Jepang dan Amerika Serikat, misalnya, mulai memperketat standar keamanan pangan dan sertifikasi lingkungan, yang menambah kompleksitas bagi eksportir Indonesia dalam memenuhi persyaratan pasar internasional.

Konflik geopolitik yang terjadi di berbagai wilayah dunia turut memperburuk dinamika perdagangan global pada tahun 2024. Ketegangan di Timur Tengah dan konflik berkepanjangan di kawasan Eropa Timur berdampak pada gangguan distribusi logistik global. Kenaikan harga bahan bakar dan biaya asuransi pengiriman menyebabkan peningkatan ongkos logistik, yang pada akhirnya memengaruhi daya saing produk ekspor Indonesia.

Selain itu, faktor cuaca ekstrem yang semakin sering terjadi akibat perubahan iklim juga berkontribusi terhadap ketidakpastian dalam rantai pasok global. Gangguan ini berdampak pada kelancaran distribusi ekspor, dengan beberapa pelabuhan utama di dunia mengalami kemacetan akibat badai dan banjir yang menghambat operasional mereka.

Dalam kondisi yang semakin kompetitif, produk primer Indonesia juga menghadapi tekanan dari negara-negara eksportir lain yang memiliki strategi ekspor agresif. Brasil, misalnya, terus meningkatkan produksi dan ekspor minyak nabati serta kopi dengan harga yang lebih kompetitif. Vietnam juga semakin memperkuat posisinya di sektor pertanian dan perikanan dengan dukungan kebijakan pemerintah yang mendorong efisiensi produksi dan ekspansi pasar.

Malaysia, sebagai pesaing utama Indonesia dalam ekspor kelapa sawit, menerapkan strategi promosi yang lebih agresif di pasar-pasar utama, seperti China dan India. Keunggulan dalam hal efisiensi produksi dan sertifikasi keberlanjutan membuat Malaysia semakin kompetitif dalam menarik minat pembeli global.

Secara keseluruhan, dinamika perekonomian global pada tahun 2024 menciptakan tantangan yang signifikan bagi ekspor produk primer Indonesia. Kombinasi dari fluktuasi harga komoditas, peningkatan hambatan non-tarif, ketegangan geopolitik, serta persaingan ketat dengan negara-negara lain menuntut adaptasi yang cepat dari para pelaku usaha dan

pemerintah untuk menjaga daya saing produk ekspor Indonesia di pasar global.

Pemerintah Indonesia menanggapi tantangan-tantangan ini dengan pendekatan proaktif, melalui upaya diversifikasi tujuan ekspor dan memperkuat kemitraan perdagangan dengan negara-negara di luar pasar tradisional. 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 2024 mencapai 264,7 miliar dolar AS, meningkat 2,29 persen dibandingkan tahun 2023. Peningkatan ekspor tersebut didorong oleh beberapa faktor, antara lain:

- **Peningkatan permintaan global terhadap komoditas ekspor Indonesia:** Produk minyak kelapa sawit mengalami peningkatan ekspor sebesar 30 persen pada Desember 2024 dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.
- **Pemulihan ekonomi global:** Meskipun terdapat tantangan seperti fluktuasi harga komoditas dan ketegangan geopolitik, pemulihan ekonomi global tetap berlanjut, mendorong aktivitas perdagangan internasional.
- **Kebijakan pemerintah yang mendukung ekspor:** Pemerintah terus memberikan insentif fiskal dan nonfiskal untuk mendukung peningkatan ekspor nasional.

Dari segi komoditas, ekspor nonmigas menjadi kontributor utama peningkatan ekspor Indonesia pada tahun 2024. Nilai ekspor nonmigas mencapai 226,91 miliar dolar AS, naik 2,24 persen dibandingkan tahun 2023.

Komoditas ekspor nonmigas yang mengalami peningkatan signifikan antara lain Lemak dan minyak hewani/nabati: Pada Oktober 2024, komoditas ini mengalami peningkatan ekspor sebesar 52,67 persen dibandingkan bulan sebelumnya. Bahan bakar mineral: Ekspor batu bara meningkat 9,7 persen pada Agustus 2024 dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Dari segi negara tujuan, Republik Rakyat Tiongkok masih menjadi negara tujuan ekspor terbesar Indonesia pada tahun 2024 dengan nilai ekspor nonmigas USD 60,22 miliar, turun 3,38% dibanding 2023. Negara tujuan ekspor lainnya yang mengalami peningkatan signifikan, antara lain: Amerika Serikat

yang mencatatkan surplus perdagangan nonmigas terbesar senilai 16,84 miliar dolar AS pada tahun 2024; dan India Ekspor ke India meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap komoditas utama Indonesia.

Namun, ekspor Indonesia masih bergantung pada komoditas yang bersumber dari sumber daya alam, seperti minyak kelapa sawit dan batu bara, sehingga nilai ekspor rentan terhadap fluktuasi harga. Pada Desember 2024, ekspor batu bara menurun 10,4 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Ketergantungan ini menunjukkan perlunya diversifikasi produk ekspor dengan meningkatkan nilai tambah melalui pengembangan industri manufaktur dan hilirisasi.

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 2

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 2024 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 2024 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 2024 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 20% 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 20% 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 500 pelaku usaha direncanakan kegiatan identifikasi, penyusunan dan penandatanganan naskah, hingga implementasi kerja sama.

Bab 3

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 2024, sehingga dapat diketahui tingkat pencapaian terhadap tujuan organisasi. Pengukuran tingkat capaian kinerja Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer tahun 2024 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 2024 telah dilaksanakan kegiatan-kegiatan oleh Dit. PEPP untuk mencapai sasaran strategisnya. Capaian indikator kinerja Dit. PEPP tahun anggaran 2024 dapat dilihat pada tabel 1. Dengan penjelasan capaian akan dipaparkan pada sub bab selanjutnya.

Tabel 1. Capaian Indikator Kinerja Dit. PEPP Tahun 2024

No.	Indikator Kinerja	Target 2024	Realisasi 2024	Capaian
1.	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	20%	20%	100%
2.	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	20%	12,23%	61,17%
3.	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	500 pelaku usaha	603 pelaku usaha	121%

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
gan produk
primer yang
mendapatka
n potensi
transaksi
ekspor

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

Indikator Kinerja	Target 2024	Realisasi 2024	Capaian
Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	20%	20%	100%

Pendampingan dan Fasilitasi 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 fasilitasi kepada pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan 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.

Pada tahun 2024, Dit. PEPP berhasil memfasilitasi 12 pelaku usaha makanan dan minuman olahan Indonesia. Jumlah ini mengalami kenaikan sebesar 20% dari setahun sebelumnya yang hanya dapat memfasilitasi 10 pelaku usaha. Selain mendapatkan pendampingan dan sertifikasi, para pelaku usaha ini juga diberikan fasilitas promosi pada Trade Expo Indonesia.

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 menjaring 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.



Pada 2024, peminat sertifikasi sebanyak 500 perusahaan, namun yang sudah difasilitasi sebanyak 12 perusahaan hanya 2,4% dari peminat.

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 2024, 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 2024, telah dilaksanakan kegiatan adaptasi produk yang diikuti oleh pelaku usaha ekspor produk terkait, yakni Potensi Pengembangan Produk Makanan Olahan dan Peluang Pasar Ekspor Negara Filipina, Pakistan dan Kenya, Adaptasi Produk Teh Indonesia, Adaptasi Produk Kopi Indonesia untuk Pasar Eropa, Adaptasi Produk Perikanan untuk Pasar RRT, Adaptasi Produk Perikanan untuk Pasar Taiwan, dan Peluang dan Hambatan Produk Organik di Pasar Eropa. Kegiatan Adaptasi selama tahun 2024 diikuti oleh 593 pelaku usaha Indonesia, baik secara langsung maupun secara daring.

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

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

Indikator Kinerja	Target 2024	Realisasi 2024	Capaian
Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	20%	12,23%	61,17%

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 10 promosi; *Trade Expo Indonesia*; serta Misi Dagang di Maroko.

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*.

Tabel 4. Capaian Partisipasi Pameran di Luar Negeri Tahun 2024

No	Nama Pameran	Tanggal	Lokasi	Produk	Total Transaksi Dagang
1	Biofach	13-16 Feb	Nuremberg, Jerman	Organic F&B	USD 7,200,000
2	FOODEX	5-8 Mar	Tokyo, Jepang	F&B	USD 9,800,000
3	SIRHA	5-7 Mar	Budapest, Hungaria	F&B	USD 10,040,000
4	The 4th China Cross Border E-commerce Fair	17-20 Mar	Fuzhou, RRT	E-Commerce, Sektor Makol, Pertanian, Perkebunan, Kertas, Jasa Logistik	USD 18,600,000
5	SIAL Montreal	15-17 Mei	Montreal, Kanada	F&B	USD 5,200,000
6	Seoul Food & Hotel	11-13 Jun	Seoul, Korea Selatan	F&B	USD 1,710,000
7	Africa Big Seven	11-13 Jun	Johannesburg, Afrika Selatan	F&B	USD 1,700,000
8	JISTE	21-23 Ags	Tokyo, Jepang	Produk Perikanan	USD 35,800,000
9	China-ASEAN Expo	16-19 Sep	Nanning, RRT	Multiproduk	USD 30,017,000
10	Kaohsiung Food Show	24-27 Okt	Kaohsiung, Taiwan	F&B	USD 7,700,000

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.

Pameran Besar merupakan partisipasi pameran di luar negeri dengan luas *space* Paviliun Indonesia relatif lebih besar. Pada 2024, Pameran Besar dilakukan di Pameran Pada 2024, 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 21st CAEXPO berlangsung pada 24—28 September 2024 dengan mengangkat tema *"Upholding Amity, Sincerity, Mutual Benefit and Inclusiveness for Common Development, Creating a Diamond Crown New Future - Promoting Development of a China-ASEAN Free Trade Area 3.0 and High-Quality Growth of This Region"*.



Pada CAEXPO kali ini, Indonesia menampilkan tiga paviliun yaitu Paviliun Komoditas, Paviliun Nasional, dan Paviliun ASEAN High Tech. Paviliun Komoditas menampilkan 51 peserta yang

berpartisipasi, baik secara mandiri maupun difasilitasi pemerintah pusat, daerah, atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sementara itu, Paviliun Nasional dikelola Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS) untuk mempromosikan potensi sawit dan turunannya. Sedangkan, Paviliun ASEAN High Tech khusus menampilkan produk mobil listrik yang diproduksi Wuling Indonesia. Paviliun ini bertujuan untuk menggambarkan Indonesia sebagai negara yang ramah terhadap investasi asing dan mampu berkontribusi dalam rantai pasok global.

Partisipasi Indonesia pada the 21st CAEXPO 2024 berhasil mencatatkan potensi transaksi sebesar USD 30,017 juta atau Rp 479 miliar. Produk-produk yang paling diminati, antara lain, kelapa sawit, kelapa, cengkeh, kopi, buah tropis, kerajinan tangan, mi instan, serta makanan olahan.

Pada CAEXPO tahun ini, Indonesia berhasil menyabet tujuh penghargaan bergengsi. Penghargaan tersebut yaitu *Best Trade and Economic Outcomes*, *Best National Pavilion*, *Best Promotion on Investment Cooperation*, *Best Industry Organizer*, *CAEXPO Silver Award* untuk perusahaan PT Surabaya Indah Permai, *CAEXPO Excellent Design Award* untuk perusahaan CV Pitoyo Indo Furniture, serta *CAEXPO Popularity Award* untuk perusahaan PT Rahayu Alam Arto (Kopi Negrikoe).

Misi Dagang Maroko



Misi Dagang Maroko dilaksanakan pada 29 April hingga 1 Mei 2024 dengan dipimpin oleh Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional dan diikuti oleh 9 (sembilan)

perusahaan, yakni: PT Adaro Energy Indonesia (Batubara), CV Pasific Harvest (Ikan Kaleng), PT Forisa Nusapersada (Makanan dan Minuman), PT Perkebunan Nusantara I (Teh dan Tembakau), PT Darma Padma Enoes (Teh Stevia), CV Indo Kreasi Cipta Rejeki (Minuman Instan), PT Arka Tama Indonesia (Briket), Four Trade BV (Kopi dan Rempah-rempah), serta Mumi Spices (Rempah). Berdasarkan hasil penjajakan kerja sama bisnis, **total transaksi potensial senilai USD 16,98 juta** atau Rp 276 miliar diperoleh dari sektor pengolahan hasil perikanan, makanan olahan, rempah, briket, dan batu bara.

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.

Delegasi misi dagang Indonesia mengunjungi pabrik mi instan Indomie yaitu PT Salim Wazaran Maghribi di Tiflet, Maroko. Pabrik ini merupakan investasi PT Indofood Sukses Makmur yang bermitra dengan investor di kawasan. Pabrik Indomie di Maroko telah beroperasi sejak 2010 dan memproduksi mi instan untuk dipasarkan di Maroko, Qatar, Tunisia, Mauritania, Lebanon, dan Sierra Leone. Pabrik tersebut mempekerjakan total 400 karyawan. Pabrik ini juga telah memiliki sertifikasi, antara lain, sertifikat HACCP dan sertifikat halal dari

otoritas standardisasi Maroko yaitu *Institut Marocain de Normalisation* (IMANOR).



Trade Expo Indonesia ke-39 Tahun 2024

Partisipasi pameran dagang di dalam negeri yang diikuti oleh Dit. PEPP pada tahun 2024 sebanyak 1 promosi, yakni penyelenggaraan Trade Expo Indonesia. TEI Ke-39

tahun 2024 diselenggarakan dengan tema "*Build Strong Connection with the Best of Indonesia*". Selama pelaksanaan TEI 2024, tercatat dikunjungi sebanyak 42.488 pengunjung dari dalam dan luar negeri. Sedangkan registrasi *buyers* tercatat 8.042 *buyers* dari 140 negara. Lima negara mitra dagang dengan jumlah *buyer* terbesar adalah India (944), Malaysia (675), Nigeria (565), RRT (555), dan Mesir (286).

Capaian potensial transaksi TEI sebesar USD 22,73 miliar yang diperoleh dari transaksi produk sebesar USD 19,69 miliar dan investasi sebesar USD 3,04 miliar. Nilai ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Lima negara penyumbang potensial transaksi produk terbesar, yakni 1) India sebesar USD 7,46 miliar; 2) Vietnam sebesar USD 3,67 miliar; 3) Belanda sebesar USD 2,76 miliar; 4) Filipina sebesar USD 2,25 miliar; dan 5) Mesir sebesar USD 623,4 juta. Lima produk penyumbang potensial transaksi terbesar adalah Batubara (USD 7,34 miliar atau 37,29%); Besi Baja (USD 2,72 miliar atau 13,85%); CPO & turunannya (USD 1,76 miliar atau 8,94%); Logistik (USD 1,66 miliar atau 8,41%); dan Kertas (USD 1,05 miliar atau 5,34%).

Forum dan Seminar Internasional sebanyak 39 sesi yang membahas peluang dan strategi penetrasi produk Indonesia ke pasar global dengan menghadirkan Kepala Perwakilan RI, Kementerian/Lembaga, Perusahaan Multinasional, Perwakilan Perdagangan di luar negeri, Praktisi, *Trade Expert* dari negara mitra, serta Asosiasi.

Business Counseling sebagai media konsultasi bagi pelaku ekspor telah memfasilitasi sebanyak 823 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-39 tahun 2024 terjadi sebanyak 354 MOU yang melibatkan eksportir dan *buyers* dari 34 negara. TEI 2024 diikuti 1.460 peserta (*exhibitor*) yang terbagi dalam zona produk: *Food, Beverages, & Agriculture Products; Manufacture Products & Services; dan Home Living & Fashion.*



Dalam rangkaian TEI ke-39 Tahun 2024 juga diadakan *Jakarta Muslim Fashion Week (JMF)* pada 9-12 Oktober 2024 di Hall 10 ICE-BSD. JMF menampilkan 239 desainer/brand dengan lebih dari 1000 koleksi dan industri pendukung lainnya seperti tekstil, kosmetika, perhiasan, dan aksesoris, serta produk *lifestyle* lainnya. JMF membukukan transaksi sebesar USD 20,4 juta yang berasal dari *buyer* Jepang, Perancis, dan Belanda.

IK-3
Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor

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

Indikator Kinerja	Target 2024	Realisasi 2024	Capaian
Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	500 pelaku usaha	603 pelaku usaha	121%

Program kerja sama pengembangan ekspor produk primer tahun 2024 bertujuan untuk memperluas akses pasar internasional bagi pelaku usaha Indonesia. Program ini merupakan upaya bersama dengan berbagai *stakeholder*, termasuk NEXTxBEDO, Universitas Parahyangan,

TFO Kanada, dan *International Pepper Community* (IPC). Target awal program ini adalah untuk memfasilitasi 500 pelaku usaha. Namun, capaian program ini berhasil melebihi ekspektasi dengan berhasil memfasilitasi 603 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, BEDO, 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. NEXTxBEDO

Program NEXT bekerja sama dengan BEDO memainkan peran penting dalam peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui program pelatihan dan mentoring. NEXT adalah program pembinaan pelaku usaha yang terdiri atas serangkaian kegiatan pendampingan ekspor secara daring dan tatap muka selama satu tahun untuk perusahaan terpilih di sektor perkebunan. NEXT didesain khusus bagi perusahaan perkebunan sebagai proyek rintisan. Apabila berhasil, maka akan diadaptasi untuk produk lainnya. Program ini menitikberatkan pada fase persiapan ekspor yang meliputi, antara lain, penguatan internal organisasi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk persiapan ekspor, pendampingan penyusunan strategi dan rencana ekspor, serta praktik bisnis dan negosiasi.

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 2024 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 2024 Dit. PEPP dialokasikan total pagu anggaran sejumlah **Rp.11.678.035.000,-** dengan realisasi pada akhir tahun 2024 sebesar **Rp.11.651.554.296,-** atau berhasil mencapai **99,77%** 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 Dit. PEPP tahun 2024 yang mencapai 99,77% menunjukkan wujud belanja berkualitas sesuai dengan prinsip penganggaran berbasis kinerja. 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.

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.

Total rincian penyerapan anggaran Dit. PEPP pada tahun anggaran 2024 tergambar pada tabel berikut:

Tabel 6. Realisasi Anggaran tahun 2024

Kegiatan	Kinerja Keuangan		
	Anggaran	Realisasi Tahun 2024	% Capaian
(6)	(7)	(8)	(9)
Pengembangan Ekspor Produk Primer	10,793.035.000	10,781.775.357	99,90%
Dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya Ditjen PEN	885.000.000	869.788.939	98,28%

Bab 4

Penutup



PENUTUP

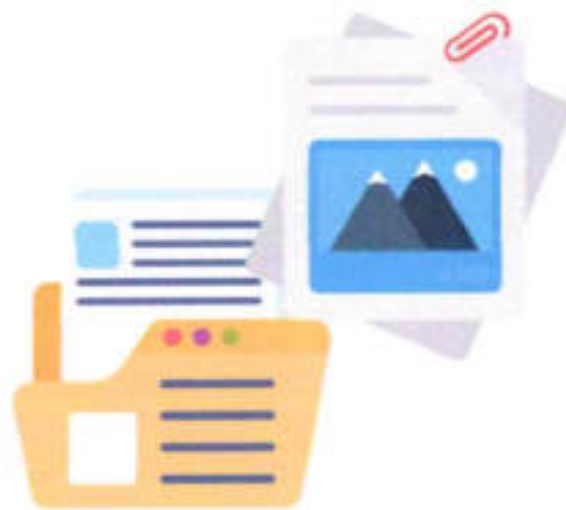
Sebagai salah satu komponen dari Ditjen PEN, Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer berfokus kepada pengembangan produk, kerja sama, dan promosi produk primer Indonesia. Dit. Pengembangan Ekspor Produk Primer, dalam Laporan Kinerja ini, menetapkan 1 (satu) sasaran untuk mendukung sasaran-sasaran Ditjen PEN, yaitu meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya saing.

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sasaran-sasaran Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer tahun 2024 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 transformasi digital agar pelaksanaan kegiatan berjalan lebih efektif dan efisien.

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



Perjanjian Kinerja Direktur PEPP 2024

LAMPIRAN PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2024 DIREKTORAT PENGEMBANGAN EKSPOR PRODUK PRIMER

KEGIATAN: PENGEMBANGAN EKSPOR PRODUK PRIMER

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	20
		Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	Persen	20
		Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	Pelaku usaha	500

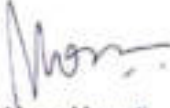
NO	KEGIATAN	ANGGARAN
(1)	(2)	(3)
1.	Pengembangan Ekspor Produk Primer	13.100.000.000
2	Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Ditjen PEN	900.000.000
JUMLAH		14.000.000.000

Jakarta, Januari 2024

Direktur Jenderal
Pengembangan Ekspor Nasional


Didi Sumedi

Direktur
Pengembangan Ekspor Produk Primer


Merry Maryati

Perhitungan Indikator Kinerja Kegiatan (IKK) Dit. PEPP

NO.	SASARAN	INDIKATOR KINERJA KEGIATAN (IKK)	CARA PERHITUNGAN	TARGET	SUMBER DATA
1.	Meningkatnya produk ekspor primer yang berdaya sang tinggi	Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor	Persentase jumlah pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor dibandingkan dengan total jumlah pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer $x = \left[\frac{a}{b} \right] \times 100\%$ Keterangan: x = Persentase pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor a = jumlah pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer yang mendapatkan potensi transaksi ekspor b = jumlah pelaku usaha pendampingan pengembangan produk primer	20%	Ditjen PEN, Kemendag
		Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer	Selisih nilai transaksi promosi ekspor produk primer tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dibagi nilai transaksi promosi ekspor produk primer tahun sebelumnya. $g = \left[\frac{x_t - x_{t-1}}{x_{t-1}} \right] \times 100\%$ Keterangan: g = Presentase Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer pada tahun berjalan (t) x_t = nilai transaksi promosi ekspor produk primer pada tahun berjalan (t) x_{t-1} = nilai transaksi promosi ekspor produk primer pada tahun sebelumnya (t-1)	20%	Ditjen PEN, Kemendag
		Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor	Menjumlahkan seluruh pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor. $Y = Ya + Yb + Yc + \dots$ Y = jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor Ya = jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat Kerjasama	500 pelaku usaha	Ditjen PEN, Kemendag

		pengembangan ekspor kegiatan a Yb = jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat Kerjasama pengembangan ekspor kegiatan b Yc = jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat Kerjasama pengembangan ekspor kegiatan c		
--	--	---	--	--

Mengetahui,
 Direktur
 Pengembangan Ekspor Produk Primer


 Merry Maryati

Formulir Pengukuran Pencapaian Sasaran

Unit Kerja Eselon II / Satuan Kerja
Tahun Anggaran

: Direktorat Pengembangan Ekspor Produk Primer
: Tahun 2024

Sasaran Kegiatan	Indikator Kinerja	Target	Realisasi Tahun 2024	% 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 (12)	20% (12)	20% (12)	100%
	Peningkatan transaksi promosi ekspor produk primer (37.727.814.710,28)	20% (17.924.875.542,68)	12,23% (23.078.747.000)	61,17%
	Jumlah pelaku usaha produk primer penerima manfaat kerjasama pengembangan ekspor (300)	500 pelaku usaha	603 pelaku usaha	120,60%

Kegiatan	Anggaran	Kinerja Keuangan Realisasi Tahun 2024	% Capaian
(6)	(7)	(8)	(9)
Pengembangan Ekspor Produk Primer	10.793.035.000	10.781.775.357	99,90%
Dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya Ditjen PENC	805.000.000	869.700.979	99,28%