



Laporan Kinerja 2016

Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

KATA PENGANTAR

Berdasarkan Peraturan Presiden R.I No. 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 53 Tahun 2014 mewajibkan setiap unit yang merupakan entitas akuntabilitas kinerja atau Eselon I untuk menyusun dan menyajikan Laporan Kinerja atas prestasi kerja yang dicapai berdasarkan penggunaan anggaran yang telah dialokasikan. Laporan Kinerja tersebut disampaikan setiap tahun kepada Pimpinan Kementerian Perdagangan sebagai bentuk akuntabilitas unit dalam melaksanakan tugas dan pokok serta fungsinya untuk mencapai visi, misi, tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Laporan Kinerja Tahun 2016 ini berisi Perjanjian Kinerja yang sudah ditetapkan untuk tahun 2016 serta pencapaian kinerja atau realisasi pencapaian sasaran dan analisis terhadap pencapaian kinerja dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. Penyusunan Laporan Kinerja ini disusun berdasarkan masukan dari seluruh unit kerja di lingkungan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

Ke depan, kami berharap agar Laporan Kinerja Tahun 2016 dapat menjadi acuan, bahan masukan serta umpan balik bagi Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dan unit-unit di bawahnya untuk bekerja dengan lebih baik, efektif dan efisien dalam melayani masyarakat.

Jakarta, Maret 2017

Direktur Jenderal
Perdagangan Dalam Negeri

Tjahya Widayanti

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Perdagangan sebagai salah satu sarana pemantauan dan Evaluasi atas kinerja pelaksanaan dokumen-dokumen Perencanaan yang disinkronisasi dan dituangkan dalam Perjanjian Kinerja. Berdasarkan Perjanjian Kinerja Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Tahun 2016, terdapat 7 Sasaran Strategis yang diperjanjikan yang dapat diuraikan menjadi 7 indikator kinerja strategis sebagaimana tercantum pada tabel dibawah ini.

Tabel 1 Ringkasan Realisasi Seluruh Indikator Kinerja pada Laporan Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016

NO	SASARAN PROGRAM	INDIKATOR KINERJA	TARGET	REALISASI	CAPAIAN
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas	i. Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	7,0%	5,6%	80%
2	Pengembangan Kapasitas Logistik	ii. Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi (%)	20%	27,14%	135,7%
3	Peningkatan kapasitas pelaku usaha dagang kecil menengah	iii. Jumlah UKM yang bermitra dengan retail modern	150	271	180,6%
4	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok	iv. Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	< 14,2%	12,6%	112%

NO	SASARAN PROGRAM	INDIKATOR KINERJA	TARGET	REALISASI	CAPAIAN
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	antar wilayah				
5	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	v. Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	< 9%	3,6%	250%
6	Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional	vi. Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional	92.5%	92,8%	100,3%
7	Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha Bidang PDN	vii. Terintegrasinya layanan perijinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag	80 Kab/Kota	110 Kab/Kota	137,5%

Dari keseluruhan Indikator Kinerja tersebut, sebanyak 6 Indikator Kinerja dapat melampaui target yang ditetapkan dalam Perjanjian Kinerja dan Rencana Aksi (>100%), sedangkan 1 Indikator Kinerja lainnya tidak mencapai target (<100%). Ketidakberhasilan pencapaian sasaran program “Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas” dengan indikator kinerja “Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor” tersebut dikarenakan faktor eksternal seperti pelemahan nilai tukar dan menurunnya belanja pemerintah.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penjelasan Umum Organisasi	2
C. Aspek Strategis Organisasi	4
D. Isu Strategis Organisasi.....	5
1. Memastikan ketersediaan bahan pangan dan menjaga stabilitas harga pangan di daerah.	5
2. Mempercepat pembangunan dan memanfaatkan sarana dan prasarana penunjang perdagangan antar pulau secara optimal.	5
BAB II PERENCANAAN KINERJA	7
A. Perencanaan Strategis.....	7
B. Rencana Kerja dan Anggaran Tahun 2016	10
C. Perjanjian Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016.....	11
BAB III AKUNTABILITAS KINERJA	13
A. Capaian Kinerja	13
1. SASARAN STRATEGIS 1: “Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas”	13
Analisa Indikator Kinerja i: Pertumbuhan PDB Sub Kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	13
2.SASARAN STRATEGIS 2: “Pengembangan Kapasitas Logistik dan Sarana Perdagangan”	16

Analisa Indikator Kinerja ii: "Pertumbuhan Omzet Pedagang Pasar Rakyat Tipe A Yang Telah Di Revitalisasi (%)"	16
3.SASARAN STRATEGIS 3: "Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Dagang Kecil Menengah"	19
Analisa Indikator Kinerja iii: Jumlah UKM yang bermitra dengan retail modern	19
4.SASARAN STRATEGIS 4: "Menurunnya Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Wilayah"	24
Analisa Indikator Kinerja iv: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	24
5.SASARAN STRATEGIS 5: "Menurunnya Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Waktu"	30
Analisa Indikator Kinerja v: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu.....	30
6.SASARAN STRATEGIS 6: "Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional"	36
Analisa Indikator Kinerja vi: Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional.....	36
7.SASARAN STRATEGIS 7: "Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha Bidang PDN"	40
Analisa Indikator Kinerja vii: Terintegrasinya layanan perijinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag	40
B. Realisasi Anggaran	44
BAB IV PENUTUP	46
A. SIMPULAN KINERJA TAHUN 2016.....	46
B. RENCANA PERBAIKAN TAHUN 2016	46
LAMPIRAN	48
A. BAGAN STRUKTUR ORGANISASI	48
B. DOKUMEN PERJANJIAN KINERJA.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ringkasan Realisasi Seluruh Indikator Kinerja pada Laporan Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016.....	ii
Tabel 1.1 Komposisi Jumlah Pegawai PDN.....	4
Tabel 2.1 Pagu Anggaran Ditjen PDN Tahun 2016 Berdasarkan Program.....	10
Tabel 2.2 Perjanjian Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016.....	12
Tabel 3.1 Indikator Kinerja Sasaran 1.....	13
Tabel 3.2 Indikator Kinerja Sasaran 2.....	16
Tabel 3.3 Indikator Kinerja Sasaran 3.....	19
Tabel 3.4 Indikator Kinerja Sasaran 4.....	24
Tabel 3.5 Perkembangan Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Waktu.....	26
Tabel 3.6 Indikator Kinerja Sasaran 5.....	30
Tabel 3.7 Perkembangan Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Waktu.....	31
Tabel 3.8 Indikator Kinerja Sasaran 6.....	36
Tabel 3.9 Perbandingan Penggunaan Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional Periode 2013-2016.....	39
Tabel 3.10 Indikator Kinerja Sasaran 7.....	40
Tabel 3.11 Perincian Anggaran Ditjen PDN Tahun 2016.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Pegawai Direktorat Jenderal Perdagangan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	3
Gambar 3.1 Grafik Pertumbuhan PDB Sub Kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor Tahun 2012-2016.....	14
Gambar 3.2 Peresmian Pasar Rakyat Yang Menandai Dimulainya Pemanfaatan Pasar Rakyat Didaerah.....	18
Gambar 3.3 Rapat Koordinasi Peningkatan Kelancaran Logistik Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Melalui Pengembangan Gerai Maritim Mendukung Tol Laut.....	28
Gambar 3.4 Pelaksanaan Pasar Murah Kemendag Dalam Rangka Hari Besar Keagamaan Nasional 2016 Yang Dilaksanakan Diparkiran Kementerian Perdagangan.....	34
Gambar 3.5 Pelaksanaan Pemantauan Harga dan Stok Dipasar Rakyat.....	35
Gambar 3.6 UKM Pangan Award Sebagai Penghargaan Atas Produk Dalam Negeri Dalam Upaya Peningkatan Kontribusi Produksi Dalam Negeri Pada Konsumsi Rumah Tangga Nasional.....	40
Gambar 3.7 <i>Forum Group Discussion</i> Implementasi SIPO Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik Khususnya Dibidang Perizinan Perdagangan Yang Telah Dilimpahkan Kedaerah Dalam Kerangka Mempermudah Pelaku usaha Melakukan Kegiatan Usaha.....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.....	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) adalah rangkaian sistematis dari berbagai aktivitas, alat, dan prosedur yang dirancang untuk tujuan penetapan dan pengukuran, pengumpulan data, pengklasifikasian, pengikhtisaran, dan pelaporan kinerja pada instansi pemerintah, dalam rangka pertanggungjawaban dan peningkatan kinerja instansi pemerintah. Penyelenggaraan SAKIP pada Kementerian Negara/Lembaga merupakan amanat dari Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah yang dituangkan lebih lanjut dalam Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Sebagai tindak lanjut dari penetapan Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014, tanggal 18 Agustus 2015 Kementerian Perdagangan telah menetapkan Pedoman Penyusunan Dokumen SAKIP di lingkungan Kementerian Perdagangan yang tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 794 Tahun 2015 (merupakan revisi dari Kepmendag Nomor 1011 Tahun 2012).

Salah satu tahapan penting dalam implementasi SAKIP adalah pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja adalah tahapan kegiatan SAKIP yang berupa penghitungan tingkat kemajuan (*progress*) dari pencapaian indikator kinerja strategis/program/kegiatan dibandingkan dengan tujuan/sasaran/target yang telah ditetapkan pada dokumen perencanaan (Rencana Strategis, Rencana Kerja, dan Perjanjian Kinerja). Pengukuran kinerja bukan dimaksudkan sebagai mekanisme pemberian *reward and punishment*, melainkan sebuah mekanisme pemantauan dan pengendalian pencapaian kinerja yang bermanfaat memberikan informasi bagi pimpinan tentang program dan kegiatan yang realisasi indikator kinerja nya masih dibawah target sehingga dapat segera ditindaklanjuti. Selanjutnya, hasil pengukuran kinerja dimanfaatkan sebagai bahan penyusunan Laporan Kinerja. Laporan Kinerja merupakan bentuk pertanggungjawaban akuntabilitas dari pelaksanaan tugas dan fungsi yang dipercayakan kepada kementerian atas penggunaan anggaran. Pelaporan kinerja di lingkungan Kementerian Perdagangan diterapkan secara bertingkat mulai dari tingkat unit kerja eselon II/satuan kerja sampai dengan kementerian, serta dilaksanakan secara berkala dan berkelanjutan.

B. Penjelasan Umum Organisasi

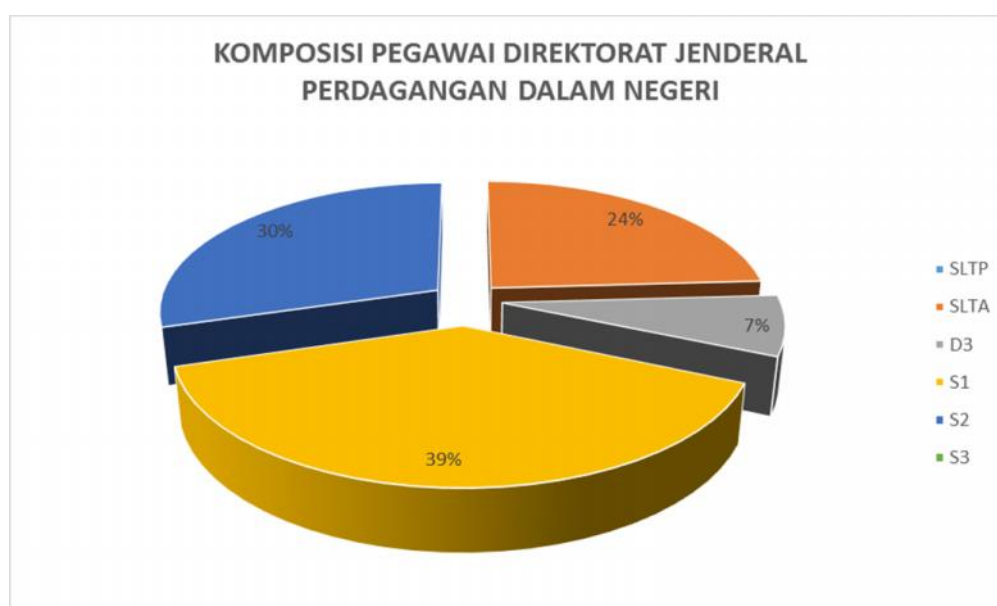
Dalam visi-misinya, Presiden Jokowi dan Wapres Jusuf Kalla berkeyakinan bahwa salah satu cara untuk membawa Indonesia berdikari dalam ekonomi, negara harus mampu menempatkan rakyat sebagai pelaku utama dalam pembentukan produksi dan distribusi nasional. Melalui pencapaian berdikari ekonomi, Jokowi-JK ingin mengembangkan daya hidup bangsa dan membawa bangsa Indonesia dalam posisi sederajat dalam membangun kerjasama yang produktif dalam tataran pergaulan internasional. Untuk mewujudkan cita-cita berdikari ekonomi, Jokowi-JK kemudian menyusun langkah-langkah yang lebih detil melalui Sembilan Agenda Prioritas (Nawa Cita). Secara khusus, di dalam Nawa Cita ada tiga agenda yang dapat dikaitkan langsung dengan perwujudan Indonesia yang berdikari secara ekonomi, yaitu: **agenda ketiga** melalui pembangunan Indonesia dari pinggiran, **agenda keenam** melalui peningkatan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar internasional; serta **agenda ketujuh** melalui penggerakan sektor strategis ekonomi domestik. Maka selanjutnya adalah tugas dari pemerintah, dimana Kementerian Perdagangan merupakan bagian di dalamnya, untuk secara gotong-royong dan profesional mendorong perwujudan agenda prioritas Pemerintahan Jokowi-JK.

Peran Kementerian Perdagangan dalam pelaksanaan Nawacita adalah meningkatkan produktivitas dan daya saing bangsa melalui peningkatan ekspor nonmigas dan jasa yang bernilai tambah tinggi, serta memperkuat pasar domestik melalui peningkatan efisiensi logistik dan distribusi nasional. Sasaran yang hendak dicapai dalam penguatan pasar domestik melalui peningkatan efisiensi logistik dan distribusi nasional yang akan dicapai terkait perdagangan dalam negeri pada tahun 2015-2019 adalah:

1. Menurunkan rasio biaya logistik terhadap PDB sebesar 5,0 persen per tahun sehingga menjadi 19,2 persen di tahun 2019.
2. Menurunkan rata-rata *dwelling time* menjadi sebesar 3-4 hari.
3. Terjaganya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antarwaktu di bawah 9 persen dan koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antarwilayah rata-rata di bawah 13,6 persen per tahun yang antara lain didukung melalui pembangunan dan / atau revitalisasi / rehabilitasi 5000 pasar rakyat / pasar tradisional

Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, sebagai salah satu unit di dalam Kementerian Perdagangan, memiliki peran penting dalam mendukung penguatan pasar dalam negeri dan pengamanan pasar dalam negeri. Sesuai amanat peraturan perundang-undangan, Pasal 9 dan 10, Peraturan Presiden No. 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (Ditjen PDN) mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri.

Gambar 1.1 Komposisi Pegawai Ditjen PDN Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Untuk mendukung pelaksanaan kebijakan tersebut Ditjen PDN memiliki 4 (empat) unit Teknis yaitu Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi (Binus), Direktorat Sarana Distribusi dan Logistik (Sardislog), Direktorat Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting (Bapokting) dan Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri (P3DN). Dalam pelaksanaan administrasi, Sekretariat Ditjen PDN menjalankan fungsi perencanaan, penganggaran, pelaksanaan dan pertanggungjawaban keuangan, Penataan Organisasi dan Sumber Daya Manusia, Umum, serta Hukum dan Pelaporan.

Tabel 1.1 Komposisi Jumlah Pegawai Ditjen PDN

UNIT	TINGKAT PENDIDIKAN						TOTAL
	SLTP	SLTA	D3	S1	S2	S3	
SEKRETARIAT DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI		13	4	21	18		56
DIREKTORAT BINA USAHA DAN PELAKU DISTRIBUSI	1	6	1	17	16		41
DIREKTORAT SARANA DISTRIBUSI DAN LOGISTIK	1	8	3	12	26	1	51
DIREKTORAT BARANG KEBUTUHAN POKOK DAN BARANG PENTING		4	4	22	13		43
DIREKTORAT PENGGUNAAN DAN PEMASARAN PRODUK DALAM NEGERI		5	1	15	15		36
TOTAL	2	36	13	87	88	1	227

C. Aspek Strategis Organisasi

Mengacu pada agenda ketiga dalam Nawa Cita yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan, ada peran yang bisa diambil oleh Ditjen PDN. Peran Ditjen PDN dalam hal ini adalah mengoptimalkan perdagangan antar pulau dengan cara melakukan pengelolaan stok dan logistik di daerah yang dianggap termarginalkan. Langkah ini penting dengan tujuan untuk membantu penyebaran barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting di wilayah-wilayah terluar Indonesia. Daerah tersebut perlu memperoleh perhatian khusus karena dianggap sebagai daerah marginal akibat kurangnya sarana penyimpanan dan sarana distribusi di daerah-daerah terpencil, distribusi barang di kawasan Timur Indonesia belum dapat dilaksanakan secara resiprokal, serta belum optimalnya pemanfaatan sistem informasi logistik. Akibat dari kondisi yang tidak baik tersebut menyebabkan harga tinggi dan stok barang menjadi tidak pasti. Maka oleh karena itu, adalah tepat bahwa Ditjen PDN harus turut serta menyukseskan agenda utama pemerintah dengan turut serta membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa.

Disamping mendukung agenda ketiga, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri juga berperan untuk agenda ketujuh yaitu penggerakan sektor ekonomi domestik termasuk melalui penguatan iklim usaha sehingga terwujud kepastian berusaha serta penguatan dan pemberdayaan pelaku usaha. Dengan semakin kuatnya kapasitas dan kompetensi pelaku usaha domestik, mereka akan tetap mampu bertahan dan bahkan mampu melakukan ekspansi usaha yang pada akhirnya

menggerakkan perekonomian domestik. Disamping itu, Ditjen Perdagangan Dalam Negeri juga berperan meningkatkan penggunaan produk dalam negeri, sehingga dapat menekan laju impor khususnya barang-barang yang pada hakekatnya dapat diproduksi didalam negeri. Penguatan pelaku usaha yang dibarengi dengan peningkatan penggunaan produk dalam negeri akan berdampak pada bergeraknya perekonomian domestik. Bergeraknya sektor ekonomi domestik juga berarti mendukung target inflasi <5%, peningkatan konsumsi produksi dalam negeri sebesar 93,5% dari nilai konsumsi rumah tangga pada tahun 2019 dan penurunan impor barang konsumsi.

D. Isu Strategis Organisasi

1. Memastikan ketersediaan pasokan dan menjaga stabilitas harga barang kebutuhan pokok dan barang penting di daerah melalui peningkatan kelancaran distribusi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi instabilitas harga pangan adalah faktor *supply and demand*. Oleh karena itu, data terkait ketersediaan bahan pangan harus selalu diawasi dan dilaporkan oleh Pemerintah Daerah kepada Pemerintah Pusat. Koordinasi menjadi kunci utama dalam memastikan ketersediaan barang dipasar, dan tidak hanya terbatas pada koordinasi pemerintah pusat dengan pemerintah daerah namun juga antara pemerintah dengan pelaku pasar. Disamping itu, pemantauan kelapangan perlu untuk dilakukan dalam memastikan ketersediaan pasokan barang kebutuhan pokok serta mengantisipasi terjadinya lonjakan harga akibat pendistribusian yang tidak berjalan secara efektif dan efisien melalui kebijakan-kebijakan yang bersifat preventif. Pemerintah juga perlu untuk melakukan intervensi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kebijakan dalam rangka memastikan ketersediaan pasokan dan stabilitas harga barang kebutuhan pokok dan barang penting.

2. Mempercepat pembangunan dan pemanfaatan sarana dan prasarana perdagangan melalui Pembangunan/Revitalisasi Pasar Rakyat.

Salah satu langkah Ditjen PDN untuk meningkatkan sarana dan prasarana perdagangan melalui revitalisasi Pasar Rakyat. Jenis sarana perdagangan ini

merupakan salah satu sendi kemandirian ekonomi bangsa karena perannya sebagai penunjang kelancaran distribusi barang dan kebutuhan pokok masyarakat. Disamping itu, pasar rakyat hingga saat ini pun masih menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok rakyat Indonesia di berbagai daerah. Berdasarkan Nawa Cita dan RPJMN 2015-2019, pemerintah menargetkan untuk membangun/revitalisasi pasar sebanyak 5.000 pasar dalam jangka waktu 5 tahun. Dalam hal ini peran sentral dari Ditjen PDN adalah menjadi katalisator melalui penyiapan pedoman/standar pembangunan pasar rakyat yang baik, koordinasi administrasi keuangan pasar termasuk menjadi inisiator dalam pembahasan anggaran dengan DPR, dan menjalankan fungsi monitoring serta evaluasi untuk memastikan bahwa pelaksanaan revitalisasi pasar telah berjalan dengan baik.

Kemudian, langkah berikutnya yang dapat dilakukan Ditjen PDN untuk menjawab tantangan pertama adalah melalui Pemberdayaan Pasar Rakyat. Untuk tercapainya tujuan revitalisasi pasar, maka revitalisasi terhadap aspek fisik pasar perlu didukung pembenahan aspek manajemennya juga yaitu untuk mengubah cara pandang /paradigma dalam penyelenggaraan pasar rakyat menuju pengelolaan secara profesional. Selain itu perlu dilakukan pembinaan kepada pedagang pasar agar mampu meningkatkan keterampilan mengelola usaha dan mampu mengembangkan budaya kekeluargaan di lingkungan pasar. Program ini merupakan salah satu bentuk komitmen untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omset, mendukung kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat dan mendorong terjadinya penguatan pasar dalam negeri di era digital dan persaingan global. Hal ini dikarenakan salah satu fungsi strategis dari pasar adalah berkontribusi terhadap ketahanan perekonomian bangsa, karena sebagian besar pedagang di pasar rakyat merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, di Pasar rakyat juga memiliki retribusi yang berkontribusi terhadap pendapatan Asli Daerah (PAD). Sehingga pasar yang telah direvitalisasi diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masing-masing daerah, yang pada awalnya pasar tersebut beroperasi 2 atau 3 kali seminggu, setelah direvitalisasi dapat beroperasi setiap hari sehingga mampu meningkatkan omset pedagang pasar.

BAB II PERENCANAAN KINERJA

A. Perencanaan Strategis

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 adalah Tahapan ketiga dari 4 penjabaran Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025. Semangat dari RPJMN 2015-2019 ini menjadi acuan bagi menjadi pedoman bagi penyusunan Renstra Kementerian dan Lembaga Pemerintah.

Dua (2) butir dalam Agenda Nawacita yang terkait langsung dengan tugas dan fungsi Ditjen PDN adalah butir enam dan tujuh mengenai “Peningkatan Produktivitas Rakyat Dan Daya Saing” serta “Perwujudan Kemandirian Ekonomi Melalui Sektor Strategis Ekonomi Domestik” yang tentu akan menjadi target-target yang perlu ditindak lanjuti oleh Ditjen PDN.

Arah kebijakan Perdagangan dalam negeri yang tertuang dalam RPJMN 2015-2019 adalah “Meningkatkan aktivitas Perdagangan Dalam Negeri yang lebih efisien dan berkeadilan” Melalui:

1. Pembenahan Sistem Distribusi Bahan Pokok dan Sistem Logistik Rantai Suplai agar lebih efisien dan lebih handal serta pemberian insentif perdagangan domestik sehingga dapat mendorong peningkatan produktivitas ekonomi dan mengurangi kesenjangan antar wilayah;
2. Pembenahan Iklim Usaha Perdagangan yang lebih kondusif; serta Peningkatan kapasitas pelaku usaha Perdagangan.

Berdasarkan RPJMN tersebut, Kementerian Perdagangan menyusun Rencana Strategis, maka Tujuan dan Sasaran yang hendak dicapai yang menjadi tugas Ditjen Perdagangan Dalam Negeri antara lain:

I. Tujuan 1: Pengintegrasian dan Perluasan Pasar Dalam Negeri

Sasaran yang ingin dicapai:

- a. Meningkatnya pertumbuhan PDB sektor perdagangan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pertumbuhan PDB sektor perdagangan adalah pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor. Pertumbuhan PDB sektor perdagangan tidak terlepas dari kondisi perekonomian nasional yang sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, di antaranya adalah konsumsi masyarakat dan

konsumsi pemerintah. Oleh karena itu, meningkatnya daya beli masyarakat dan pengeluaran pemerintah dapat mendorong laju pertumbuhan konsumsi nasional sehingga memacu pertumbuhan perekonomian nasional.

- b. Meningkatnya kualitas dan kuantitas sarana distribusi dan logistik nasional. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya konektivitas distribusi dan logistik nasional adalah:
 - a. Jumlah Pasar Rakyat Tipe A;
 - b. Jumlah Pasar Rakyat Tipe B;
 - c. Jumlah Pusat Distribusi Regional (PDR);
 - d. Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi.

II. Tujuan 2: Peningkatan Penggunaan dan Perdagangan Produk Dalam Negeri

Sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatnya konsumsi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional. Penetapan sasaran ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan produksi dalam negeri sehingga pada akhirnya dapat turut serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap produk dalam negeri dapat membantu menguatkan daya saing dari produk nasional dan meningkatkan citra dari produk dalam negeri. Pada akhirnya, meningkatnya produksi dalam negeri, menguatnya daya saing produk nasional, dan meningkatnya citra dari produk dalam negeri dapat memberikan stimulus besar bagi lahirnya kemandirian ekonomi melalui keseimbangan, kemajuan dan kesatuan ekonomi.

Sasaran dalam jangka panjang, Perencanaan Strategis Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri Tahun 2016 mengacu pada Rencana Strategis Jangka Panjang Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Tahun 2015-2019 dengan sasaran program sebagai berikut:

- a. Meningkatnya kreativitas, kapasitas, dan kompetensi UMKM perdagangan serta penggunaan Produk Dalam Negeri.
- b. Meningkatnya konsumsi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional.

III. Tujuan 3: Peningkatan Kelancaran Distribusi dan Jaminan Pasokan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting

Sasaran yang ingin dicapai dalam pengamanan ketersediaan dan kelancaran distribusi barang kebutuhan pokok dan barang penting adalah:

1. Memperkecil Kesenjangan Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Antar Daerah;
2. Stabilisasi Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting; dan
3. Meningkatnya Pengawasan Barang Beredar di Wilayah Perbatasan

IV. Tujuan 4: Peningkatan Iklim Usaha dan Kepastian Berusaha

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha bidang perdagangan dalam negeri adalah meningkatnya pelayanan dan kemudahan berusaha di bidang Perdagangan Dalam Negeri dan bidang Perdagangan Luar Negeri.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya kepastian dan kemudahan berusaha bidang perdagangan dalam negeri adalah:

1. Terintegrasinya layanan perizinan perdagangan di daerah dengan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan;
2. Prosentase Kab/Kota yang dapat menerbitkan SIUP TDP maksimal 3 Hari.

Dalam rangka mencapai visi misi, dan program prioritas Pemerintah serta tujuan yang tercantum dalam Rencana Strategis Kemendag 2015-2019 tersebut maka Ditjen Perdagangan menyiapkan program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri yang didukung dengan kegiatan berupa: (1) Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya; (2) Peningkatan Kelancaran Distribusi Bahan Pokok; (3) Pengembangan Kelembagaan dan Pelaku Usaha Perdagangan; (4) Pengembangan Kapasitas Logistik Perdagangan dan Sarana Perdagangan; (5) Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Pemberdayaan Dagang Kecil dan Menengah; dan (6) Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri Daerah. Program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri merupakan pencerminan tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, sedangkan kegiatan mencerminkan tugas dan fungsi Unit Kerja Eselon II/Satuan Kerja atau penugasan tertentu di lingkungan Ditjen Perdagangan Dalam Negeri.

B. RENCANA KERJA DAN ANGGARAN TAHUN 2016

Rencana Kerja (Renja) Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri adalah dokumen rencana pembangunan perdagangan dalam negeri sebagai penjabaran dari tujuan, sasaran dan indikator kinerja yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis Kementerian Perdagangan, yang akan dilaksanakan selama satu tahun anggaran. Untuk mendanai pelaksanaan program dan kegiatan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, disusunlah Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) yang berisi rincian alokasi anggaran yang diperlukan dalam rangka pencapaian hasil (*outcome*) dan keluaran (*output*) yang terukur selama periode 1 (satu) tahun anggaran. Pada awal tahun 2016 Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri mendapat alokasi anggaran sebesar **Rp 2.064.410.000.000**, namun setelah revisi (penghematan) dalam APBN-P 2016 RKA Ditjen Perdagangan Dalam Negeri menjadi Rp. 2.008.358.433.000, dengan rincian sebagaimana tercantum dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2.1 Pagu Anggaran Ditjen PDN Tahun 2016 Berdasarkan Program

No	Satker/Unit Eselon II	Nilai DIPA Awal	Nilai DIPA Revisi
1	2	3	4
	DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI (ESELON I)	2,064,410,000,000	2,008,358,433,000
A	PROGRAM PENGEMBANGAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI	511,970,000,000	516,898,446,000
1	DUKUNGAN MANAJEMEN DAN DUKUNGAN TEKNIS LAINNYA	78,620,000,000	69,241,074,000
2	PENINGKATAN KELANCARAN DISTRIBUSI BAHAN POKOK	50,767,770,000	38,605,324,000
3	PENGEMBANGAN KAPASITAS LOGISTIK PERDAGANGAN DAN SARANA PERDAGANGAN	100,000,000,000	158,627,248,000
4	PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN DAN PELAKU USAHA	30,780,000,000	26,580,000,000
5	PENINGKATAN PENGGUNAAN PRODUK DALAM NEGERI DAN PEMBERDAYAAN DAGANG KECL DAN MENENGAH	251,802,230,000	223,844,800,000

B	PENGEMBANGAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI DAERAH	1,552,440,000,000	1,491,459,987,000
1	DEKONSENTRASI (34 Satker)	50,940,000,000	50,940,000,000
2	TUGAS PEMBANTUAN (167 Satker)	1,501,500,000,000	1,440,519,987,000

C. Perjanjian Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016

Perjanjian Kinerja merupakan perwujudan kesepakatan antara atasan dan bawahan dalam menetapkan kinerja sesuai dengan tujuan dan sasaran dalam Rencana Strategis. Perjanjian Kinerja menggambarkan capaian kinerja yang akan diwujudkan oleh suatu instansi pemerintah dalam satu tahun anggaran dengan mempertimbangkan sumber daya yang dikelolanya. Dalam rangka mewujudkan manajemen pemerintahan yang efektif, transparan dan akuntabel serta berorientasi pada hasil, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri telah menandatangani Perjanjian Kinerja Tahun 2016 yang mencakup Sasaran Strategis, Indikator Sasaran Strategis, Target, Program, dan Anggaran.

Perjanjian Kinerja menjadi acuan dalam pengukuran capaian Sasaran Strategis dan Indikator Kinerja (IK) dalam Pelaporan Kinerja Kementerian Perdagangan tahun 2016, dimana secara keseluruhan terdapat 7 Indikator Kinerja dari 7 Sasaran Strategis Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri yang telah ditetapkan pada tahun 2016.

Tabel 2.2 Perjanjian Kinerja Ditjen PDN Tahun 2016

NO	SASARAN PROGRAM	INDIKATOR KINERJA	TARGET	PREDIKSI CAPAIAN (%)			
				TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1)	Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas	Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	7.00%	25	50	80	100
(2)	Pengembangan Kapasitas Logistik	Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat tipe A yang telah direvitalisasi	20%	10	35	60	100
(3)	Peningkatan kapasitas pelaku usaha dagang kecil menengah	Jumlah UKM yang bermitra dengan retail modern	150	10	40	70	100
(4)	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	< 14.2	10	30	60	100
(5)	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	< 9%	10	30	75	100
(6)	Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional	Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional	92.50%	10	40	70	100
(7)	Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha Bidang PDN	Terintegrasinya layanan perijinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag	80 Kab/Kota	10	30	60	100

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

A. Capaian Kinerja

Pencapaian target-target dalam sasaran strategis pada Laporan Kinerja Ditjen Perdagangan Dalam Negeri tahun 2016 secara umum adalah sebagai berikut:

1. SASARAN STRATEGIS 1: “Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas”

Tabel 3.1 Indikator Kinerja Sasaran 1

Indikator Kinerja	Realisasi 2012	Realisasi 2013	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)		
					Target	Realisasi	Capaian
IK– i: Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	5.7%	3.4%	5.2%	2,95%	7,0%	5,6%	80%

*Keterangan: *** angka sangat sementara*

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Pencapaian kinerja Sasaran 1 pada Tahun 2016 sebagaimana tabel 3.1 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

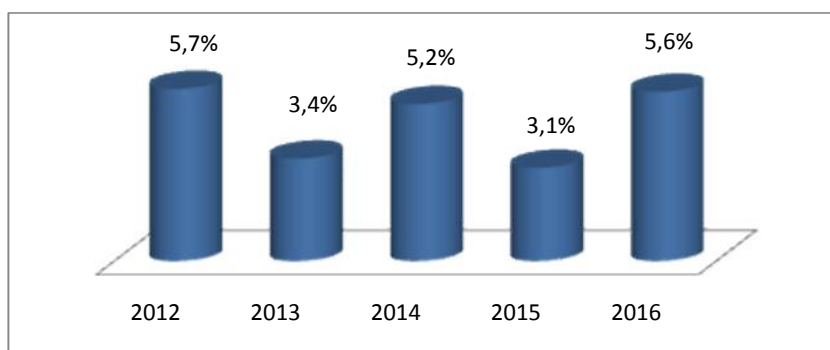
Analisa Indikator Kinerja i: Pertumbuhan PDB Sub Kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pertumbuhan PDB sektor perdagangan adalah pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor. Pertumbuhan PDB sektor perdagangan tidak terlepas dari kondisi perekonomian nasional yang sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, di antaranya adalah konsumsi masyarakat dan konsumsi pemerintah. Oleh karena itu, meningkatnya daya beli masyarakat dan pengeluaran pemerintah dapat mendorong laju pertumbuhan konsumsi nasional yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional.

Sesuai dengan target yang ditetapkan dalam RPJMN 2015-2019, pertumbuhan perekonomian nasional yang diukur melalui pertumbuhan PDB pada tahun 2016 diperkirakan mencapai 5,6% meskipun targetnya 7,0%. Ekspektasi pertumbuhan di atas ditunjang oleh tingkat pengeluaran konsumsi masyarakat yang mencapai 5,4% dan pengeluaran pemerintah sebesar 4,0%. Selanjutnya, pertumbuhan PDB nasional diproyeksikan akan mengalami peningkatan menjadi sebesar 8% pada tahun 2019. Hal ini ditopang oleh pertumbuhan konsumsi masyarakat sebesar 5,9% dan pengeluaran pemerintah sebesar 6,2% pada tahun 2019. Mempertimbangkan hal-hal tersebut, seperti yang tercantum di dalam RPJMN 2015-2019 target pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor pada tahun 2016 adalah targetnya sebesar 7,0%.

Sejak tahun 2012, pertumbuhan PDB sektor sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor cukup fluktuatif. Pertumbuhan PDB sub kategori ini pada tahun 2012 sebesar 5,7%, kemudian di tahun 2013, menurun cukup signifikan, yaitu hanya sebesar 3,4%. Kemudian pada tahun 2014, pertumbuhan PDB sektor perdagangan kembali menurun menjadi 5,2%. Sedangkan di tahun 2015, pertumbuhan PDB mengalami penurunan menjadi 2,95%.

Gambar 3.1
Grafik Pertumbuhan PDB
sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor
Tahun 2012 – 2016***



Keterangan: *** Angka sangat sangat sementara
Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Realisasi pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran Bukan Mobil dan Sepeda Motor sampai dengan triwulan tiga tahun 2016 masih lebih rendah dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan

sebesar 7%. Menjadi catatan bahwa BPS belum mengeluarkan data final tentang PDB untuk tahun 2016 sehingga perhitungan diatas didasarkan pada angka yang masih bersifat sangat sementara. Faktor yang mempengaruhi perlambatan pertumbuhan PDB di tahun 2016, antara lain:

1) Pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS

PDB mencerminkan jumlah barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara. Nilai PDB berbanding lurus dengan daya saing ekonomi. Semakin melemah nilai rupiah maka semakin menurun PDB. Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar AS pada tahun 2016 yang menembus hingga Rp13.000 lebih per 1 US\$, menyebabkan pengaruh ke berbagai bidang, tak terkecuali perdagangan. Pelemahan rupiah ini cukup memberatkan pelaku usaha, terutama yang menggunakan bahan baku impor karena biaya produksi menjadi meningkat. Peningkatan biaya produksi membuat produsen terpaksa meningkatkan harga jual barang sehingga konsumsi masyarakatpun menurun.

2) Penurunan Belanja Pemerintah

Belanja Pemerintah memiliki kontribusi terhadap besarnya PDB Di tahun 2016, terjadi penurunan belanja Pemerintah akibat adanya penghematan anggaran dan belanja negara merupakan upaya untuk mengembalikan neraca keuangan negara yang lebih realistis, penghematan anggaran yang akan dilakukan itu berpatokan pada sejumlah prinsip. Yakni bahwa revisi dilakukan dengan memastikan ekonomi tak mengalami stagnasi, penghematan belanja transfer daerah yang diprediksi takkan terserap.

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Pada dasarnya keseluruhan upaya yang dilakukan oleh Ditjen PDN adalah dalam rangka meningkatkan pertumbuhan PDB khususnya sektor Perdagangan. Dengan demikian indikator ini merupakan indikator umum dan tidak dapat dicapai secara langsung melalui kegiatan yang ada.

2. SASARAN STRATEGIS 2: “Pengembangan Kapasitas Logistik dan Sarana Perdagangan”

Dalam mengukur kinerja Ditjen PDN pada sasaran ini, terdapat satu tipe indikator yang digunakan yaitu: Pembangunan bersifat non fisik yaitu pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat tipe A yang dinyatakan dalam bentuk prosentase. Target pembangunan pasar rakyat sesuai yang tertuang dalam RPJMN tahun 2015-2019 adalah sebanyak 5000 pasar yang terbagi menjadi 1000 tiap tahunnya dan dilakukan dengan pendanaan Tugas Pembantuan dan Dana Alokasi Khusus. Target pembangunan tersebut merupakan tugas bersama dari beberapa Kementerian/Lembaga, salah satunya adalah Kementerian Perdagangan. Namun pengukuran sasaran tidak dilakukan terhadap jumlah pasar yang dibangun namun lebih ditekankan pada peningkatan omzet pedagang khususnya pedagang yang telah direvitalisasi fisiknya sebelum tahun Pelaporan (n-1). Dengan telah diselesaikannya revitalisasi fisik maka diharapkan pasar semakin ramai dikunjungi oleh pembeli sehingga berdampak pada peningkatan omzet pedagang pasar.

Analisa Indikator Kinerja ii : Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi (%)

Tabel 3.2 Indikator Kinerja Sasaran 2

Indikator Kinerja	Realisasi	Realisasi	Realisasi	Realisasi	2016		
	2012	2013	2014	2015	(Perjanjian Kinerja)		
					Target	Realisasi	Capaian
Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi	-	-	-	10.39%	20%	27.14%	135,7%

Sumber : Dit.Logistik dan Sarana Distribusi Kemendag (2016)

Sebagai hasil dari revitalisasi dan kegiatan peningkatan mutu aspek non fisik pasar tradisional, diperoleh hasil yang cukup positif. Dari data hasil evaluasi yang dikerjakan pada tahun anggaran 2016 terhadap kinerja 100 Pasar Percontohan yang direvitalisasi pada tahun 2016, pasar tradisional tersebut telah menunjukkan berbagai perkembangan positif dibanding sebelum revitalisasi, yaitu: kenaikan rata-rata omzet yang cukup signifikan berupa peningkatan omset pasar sebesar 27,14% dibanding sebelum revitalisasi.

Kemendag melakukan inisiasi penyusunan SNI Pasar Rakyat bersama dengan Kementerian lain dan Badan Standarisasi Nasional. Oleh karena itu pembangunan Pasar Rakyat dimaksud juga diharapkan mengacu pada Standar Nasional Indonesia “Pasar Rakyat” SNI 8152:2015 sebagai rujukan dalam pembangunan yang standar dan pengelolaan yang profesional dan kompetitif. Kemendag juga telah menyelesaikan Desain/ Prototipe Pasar Rakyat masing-masing untuk:

- a. Tipe A dengan anggaran sebesar Rp. 11.500.000.000,
- b. Tipe B dengan anggaran sebesar Rp. 7.700.000.000,
- c. Tipe C dengan anggaran sebesar Rp. 5.800.000.000,
- d. Tipe D dengan anggaran sebesar Rp. 3.600.000.000 (yang khusus diperuntukkan sebagai pedoman bagi Pasar yang didanai dari DAK)

Disamping pembangunan fisik, Pembangunan/revitalisasi pasar rakyat perlu didukung pembenahan aspek manajemen untuk mengubah sudut pandang dalam pengelolaan pasar rakyat menjadi pengelolaan pasar yang professional hal tersebut dimaksudkan untuk mendorong agar pasar rakyat lebih modern serta mampu berkompetisi dan berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern sehingga meningkatkan omset pedagang pasar rakyat, meningkatkan pelayanan dan akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen, sekaligus menjadikan pasar rakyat sebagai penggerak perekonomian daerah. Pasar rakyat yang lebih modern, lebih bersih, sehat, aman, segar dan nyaman dapat menjadi referensi dalam pembangunan pasar lainnya. Adapun kegiatan Pemberdayaan Manajemen meliputi **Pendataan Pedagang** yang dimaksudkan untuk mengetahui profil pedagang yang ada di pasar tersebut, **Rekrutmen Fasilitator** di daerah setempat yang akan memberikan pendampingan kepada pedagang pasar,

Pelaksanaan Training of Facilitator dimana fasilitator yang akan mendampingi diberikan pelatihan terlebih dahulu mencakup aspek manajerial dan pemasaran, **Bimbingan Teknis** yang diberikan kepada pengelola pasar untuk memberikan pengetahuan kepada pengelola bagaimana kebijakan pengelolaan pasar yang baik dan profesional, pembuatan kebijakan termasuk kebijakan retribusi dan SOP di pasar tersebut, **Sekolah Pasar** yang diberikan kepada pedagang pasar dalam rangka memberikan pengetahuan terkait dengan pemasaran produk secara sederhana (tata letak/display barang, kemasan, dan pelayanan kepada pembeli), budaya menjaga kebersihan pasar, tata kelola keuangan sederhana (pencatatan dan pembukuan keuangan) dan **Aktivasi Pasar** sebagai suatu strategi untuk menghidupkan kegiatan pasar dengan menarik minat masyarakat untuk datang ke pasar sehingga pasar tersebut beroperasi setiap hari.

Kegiatan lainnya yang juga dilakukan dalam rangka mencapai sasaran peningkatan omzet pedagang pasar adalah dengan melakukan **pemantauan pengelolaan pasar rakyat**. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pasar yang telah selesai dilakukan pembangunan/renovasi fisiknya juga dipastikan bahwa pengelolaannya juga dilakukan secara profesional, sehingga pasar memiliki tata kelola yang baik dan akuntabel yang berdampak pada peningkatan kunjungan dan pembelian masyarakat yang berujung pada peningkatan omzet pedagang.



Gambar 3.2 Peresmian Pasar Rakyat yang menandai dimulainya pemanfaatan pasar rakyat di Daerah

3. SASARAN STRATEGIS 3: “Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Dagang Kecil Menengah”

Tabel 3.3 Indikator Kinerja Sasaran 3

Indikator Kinerja	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)		
			Target	Realisasi	Capaian (%)
IK-iii: Jumlah PMKM yang bermitra dengan retail modern	147	155	150	271	180,6%

Sumber : Dit. P3DN Kemendag (2016)

Pencapaian kinerja Sasaran 3 pada tahun 2016 sebagaimana Tabel 3.3 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

Analisa Indikator Kinerja iii: Jumlah PMKM yang bermitra dengan retail modern

Pada tahun 2016 Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri melalui Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri melakukan upaya peningkatan daya saing lokal melalui Peningkatan Kompetensi dan peran UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Pemerintah mendukung upaya tersebut dengan penciptaan regulasi, iklim usaha dan kepastian berusaha yang sinergis antara pusat dan daerah serta dukungan program dan kegiatan yang berkelanjutan.

Usaha ritel modern menjadi salah satu bentuk usaha yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Hal ini merupakan peluang bagi para PMKM untuk bisa masuk dalam memasarkan produk. Namun demikian, diperlukan kesiapan PMKM untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan retail modern. Oleh karena itu memfasilitasi UMKM untuk bermitra dengan retail modern menjadi salah satu bentuk program di Kementerian Perdagangan.

Untuk dapat mencapai kesepakatan kemitraan perlu dilakukan berbagai upaya agar UMKM berdaya saing, antara lain melalui peningkatan kompetensi, peningkatan keahlian manajemen, meningkatkan kreativitas untuk nilai tambah. Kementerian Perdagangan menargetkan 150 PMKM yang bermitra dengan retail

modern dan capain yang diraih yaitu 271 PMKM yang sudah bermitra dengan retail modern pada tahun 2016 ini.

Untuk dapat mencapai kesepakatan kemitraan perlu dilakukan berbagai upaya agar UMKM berdaya saing, antara lain melalui peningkatan kompetensi, peningkatan keahlian manajemen, meningkatkan kreativitas untuk nilai tambah. Kementerian Perdagangan menargetkan 150 PMKM yang bermitra dengan retail modern dan capain yang diraih yaitu 271 PMKM yang sudah bermitra dengan retail modern pada tahun 2016 ini.

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Beberapa upaya Ditjen PDN untuk mengembangkan UMKM di Indonesia, antara lain:

1. Penyelenggaraan Pameran Pangan Nusa dan Pameran Produk Dalam Negeri Regional

Sebagai upaya meningkatkan penggunaan produk dalam negeri melalui kegiatan promosi produk unggulan antar daerah sehingga dapat meningkatkan daya saing produk, jejaring pemasaran di pasar dalam negeri, serta dapat memotivasi para wirausaha muda untuk menciptakan produk dalam negeri yang berkualitas dan bernilai tambah.

Sebagai kegiatan pendukung pameran, juga menghadirkan para assessor ritel modern untuk memberikan penilaian terhadap produk-produk peserta pameran yang nantinya dapat berpotensi melakukan kerjasama dan kemitraan antara peritel dengan UMKM.

Pameran dilaksanakan di Jambi, Bengkulu dan Yogyakarta.

2. Penyelenggaraan Temu Usaha

Bisnis ritel modern dapat menjadi salah satu sektor pemasaran untuk produk-produk UKM yang ada. Untuk itu, pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan mengadakan kegiatan Temu Usaha untuk mempertemukan Ritel Modern dengan para pelaku usaha/PMKM.

Melalui kegiatan Temu Usaha, Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri ingin memberikan informasi mengenai pengetahuan pemasaran secara komprehensif kepada PMKM. Perluasan pemasaran juga dilakukan dengan menjadi supplier di Toko Modern maupun usaha besar lainnya. Namun demikian, para PMKM perlu memerhatikan kualitas kemasan, tata kelola keuangan, kontinuitas barang sebagai salah satu syarat kerjasama dengan pengusaha besar maupun memasuki ritel/toko modern.

Melalui kegiatan Temu Usaha, UMKM diharapkan mampu memahami pentingnya pengetahuan pemasaran secara komprehensif dan memberikan pengetahuan mengenai Co Branding sebagai salah satu alternatif bagi UMKM yang belum mampu mengembangkan merk sendiri agar produknya tetap dapat dipasarkan secara lebih luas dengan memakai merk bersama dengan UMKM lainnya. UMKM diberikan kesempatan bertemu langsung dengan para pengusaha besar/Toko Modern yang dalam ini bertugas sebagai asesor guna memperluas jaringan pemasaran. Tujuan akhirnya, terjalin kemitraan yang saling menguntungkan antar pelaku usaha serta pelaku usaha besar, baik itu antara UMKM dengan peritel modern maupun dengan pengusaha dalam rangka meningkatkan pemasaran produknya.

Pelaksanaan di Pekanbaru, Malang, Bandung, Tangerang Selatan dan Solo dengan masing-masing jumlah peserta per daerah 100 UMKM.

3. Penyelenggaraan Workshop HKI dan Halal

Indonesia sebagai Negara jumlah penduduk mayoritas islam terbesar di dunia 88% merupakan pangsa pasar yang cukup besar bagi pemasaran produk apapun. Untuk itu agar produk yang ditawarkan mendapat penerimaan seperti yang diharapkan maka perlu dipahami oleh para pelaku usaha bahwa ajaran Islam sangat memerhatikan status kehalalan suatu produk sehingga isu kehalalan dianggap menjadi penting sehingga konsumen merasa aman dan nyaman saat mengkonsumsinya. Melihat hal ini ,Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri merasa perlu berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas daya saing UMKM melalui pemberian pemahaman dan penyadaran kepada pelaku UMKM.

Upaya ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan sekaligus penyadaran kepada UMKM tentang arti pentingnya Hak Kekayaan Intelektual untuk memproteksi produk-produk mereka melalui pendaftaran merek produknya ke Ditjen HKI-Kementerian Hukum dan Ham serta sertifikasi Halal bagi produk yang dihasilkan, pada tahun 2016 Direktorat PPPDN telah melaksanakan workshop HKI dan Halal di 3 daerah yaitu Kebumen dengan peserta 80 PMKM, bandung dengan jumlah peserta 80 PMKM, malang dengan jumlah peserta 80 PMKM.

4. Penyelenggaraan Bimbingan Teknis

Menjelang diberlakukannya ASEAN Economic Community/ Masyarakat Ekonomi ASEAN, UMKM dihadapkan pada peluang dan tantangan. Peluang, apabila UMKM dapat memanfaatkan pasar tunggal ASEAN yang mencapai 580 juta jiwa untuk memasarkan produknya dengan sebesar-besarnya. Sedangkan tantangannya adalah, apakah produk UMKM sudah siap bersaing dengan produk UMKM sejenis dari negara-negara anggota ASEAN lainnya.

Oleh karena itu produk UMKM harus sudah siap sebelum memasuki Pasar Tunggal ASEAN. Jika tidak, pasar yang sangat besar itu tidak lagi menjadi peluang dan produk-produk UMKM Indonesia akan kalah bersaing dengan produk-produk UMKM dari negara-negara anggota ASEAN. Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri menyelenggarakan kegiatan Bimbingan Teknis untuk memberikan pengetahuan bagi UMKM tentang cara akses permodalan meningkatkan kesadaran UMKM untuk meningkatkan nilai tambah produk mereka khususnya melalui pengembangan kemasan dan desain kemasan. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM akan pentingnya pemilihan kemasan yang tepat serta memahami prosedur akses permodalan/kredit perbankan. pada tahun 2016 Direktorat PPPDN telah melaksanakan workshop bimbingan teknis di 6 daerah yaitu Boyolali dengan jumlah peserta 75 pelaku PMKM, Garut dengan jumlah 75 peserta, Kohod dengan jumlah peserta 75 , jambi dengan peserta 75 PMKM, Bengkulu dan Pontianak dengan total pelaku PMKM yang difasilitasi adalah 500 PMKM

5. Penyelenggaraan Workshop Kemasan dan Desain Kemasan

Penyelenggaraan Workshop Pengembangan Kemasan dan Desain Kemasan dalam rangka Penerapan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Sosialisasi Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil. Kegiatan ini bertema Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Melalui Pengembangan Kemasan dan Desain Kemasan dalam rangka Penerapan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Sosialisasi Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil.

Upaya ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan sekaligus penyadaran kepada masyarakat tentang arti pentingnya pengembangan kemasan dan

desain kemasan. Selain itu, Dit. PPPDN merasakan arti pentingnya kesadaran UMKM untuk meningkatkan nilai tambah produk mereka sehingga mampu berdaya saing melalui akses pemasaran secara online.

Pelaksanaan di Bandung, Banten, Jambi, Kupang dan Palangkaraya dengan masing-masing peserta sebanyak 100 UMKM. Fasilitas kemasan diberikan kepada 100 UMKM di wilayah Bandung.

4. SASARAN STRATEGIS 4: “Menurunnya Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Wilayah”

Tabel 3.4 Indikator Kinerja Sasaran 4

Indikator Kinerja	Realisasi 2012	Realisasi 2013	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)		
					Target	Realisasi	Capaian (%)
IK iv: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	14.2%	14.3%	14.5%	14.0%	<14.2%	12.6%	112%

Keterangan: *** angka sangat sementara

Sumber: BP2KP Kemendag (2016)

Pencapaian kinerja Sasaran 4 pada Tahun 2016 sebagaimana Tabel 3.4 dapat diuraikan sebagai berikut:

Analisa Indikator Kinerja iv: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja memperkecil kesenjangan harga barang kebutuhan pokok adalah Koefisien variasi (KV) harga barang kebutuhan pokok antar wilayah. Pada tahun 2016, target dari koefisien variasi dimaksud sesuai dengan RPJMN 2015-2019 adalah kurang dari 14,2%. Hal ini dapat diartikan bahwa pada tahun 2016 perbedaan harga suatu komoditi di suatu daerah terhadap harga rata-rata nasional adalah kurang dari 14.2%. Selanjutnya, pada tahun 2019 diproyeksikan bahwa target dari koefisien dimaksud menurun hingga kurang dari 13%. Hal ini dapat diartikan bahwa pada

tahun 2019 perbedaan harga suatu komoditi di suatu daerah terhadap harga rata-rata nasional adalah kurang dari 13%.

Indikator ini menggambarkan kondisi perbedaan harga barang kebutuhan pokok di seluruh daerah. Adapun barang kebutuhan pokok yang akan menjadi target untuk pengukuran sasaran memperkecil kesenjangan harga barang kebutuhan pokok antar daerah dan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok terdiri dari 10 (sepuluh) komoditi barang kebutuhan pokok yaitu: (1) beras; (2) gula; (3) minyak goreng; (4) terigu; (5) kedelai; (6) jagung; (7) susu; (8) daging sapi; (9) daging ayam; (10) telur ayam. Dengan menurunnya disparitas harga antar daerah untuk barang kebutuhan pokok menunjukkan distribusi barang kebutuhan pokok semakin baik dan diharapkan kesenjangan daya beli masyarakat di satu daerah dengan daerah lain semakin kecil. Dengan kata lain, pasar kebutuhan pokok diharapkan semakin efisien.

Sesuai Perjanjian Kinerja Ditjen PDN tahun 2016, KV antar wilayah ditargetkan berada di bawah 14.2%. Adapun realisasi KV antar wilayah di tahun 2016 berada di angka 12.6%. Dengan KV berada di angka 12.6% berarti Prosentase capaian terhadap target Perjanjian Kinerja pada tahun 2016 telah terpenuhi.

Capaian koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah pada 2016 sebesar 12,6%, lebih baik dibanding tahun 2015 sebesar 14%, dan lebih rendah dari target maksimal 14,2%. Artinya, perbedaan harga barang kebutuhan pokok antar provinsi semakin menurun dan membaik. Perbaikan disparitas harga pada 2016 dibanding 2015 terjadi di semua komoditas, dengan penurunan terbesar terjadi untuk komoditas jagung (turun 3,4%), daging ayam (turun 2,6%), susu (turun 2,4%), dan gula pasir (turun 1,9%). Komoditas yang disparitas harganya terendah pada 2016 adalah gula pasir (5,4%) dan susu (5,9%), sementara komoditi yang disparitas harganya tertinggi adalah jagung (22,7%). Turunnya disparitas harga pada tahun 2016 antara lain karena adanya upaya pemerintah dalam memperlancar distribusi barang kebutuhan pokok ke daerah tertinggal, terpencil, terluar, dan perbatasan, melalui program Gerai Maritim.

Tabel 3.5
Perkembangan Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Wilayah
Periode Januari – Desember 2016

Komoditi	Disparitas Harga Antar Provinsi (%)												
	2015	Jan'16	Feb'16	Mar'16	Apr'16	Mei'16	Juni'16	Jul'16	Ags'16	Sept'16	Okt'16	Nov'16	Des'16
Beras	11,7	9,4	9,3	10,1	11,9	11,9	11,4	11,0	11,2	11,1	10,9	10,5	10,4
Gula Pasir	7,6	4,5	4,2	4,3	4,0	4,4	6,3	7,4	7,5	8,0	6,1	6,3	5,4
Jagung	25,0	20,6	21,0	22,6	20,4	20,2	20,6	22,0	22,5	23,0	21,7	21,7	22,7
Kedelai	19,6	17,4	17,7	18,4	17,2	17,5	18,9	19,2	20,1	20,7	20,1	20,5	18,6
Tepung Terigu	12,6	11,8	11,8	11,9	12,2	12,7	13,0	13,1	12,7	12,9	13,5	13,1	12,1
Minyak Goreng	11,5	13,6	12,2	11,3	9,7	9,8	10,8	11,3	9,6	9,8	10,1	9,6	9,7
Susu	8,6	8,4	6,3	6,4	6,3	6,4	6,2	6,2	5,8	5,4	5,8	5,9	5,9
Daging Ayam	14,7	10,8	10,9	13,3	14,3	11,6	10,9	10,8	12,2	13,1	12,8	12,0	12,5
Daging Sapi	13,0	11,7	11,8	11,4	11,7	11,5	11,7	11,8	11,5	11,6	11,7	11,5	11,7
Telur	16,2	14,6	14,0	17,0	17,0	15,7	13,7	15,4	15,4	16,3	15,8	16,9	13,6
Rata2/Bln	14,0	12,3	11,9	12,7	12,5	12,2	12,4	12,8	12,8	13,2	12,9	12,8	12,2
Rata2 thn 2016		12,6											

Sumber: Dit.Bapokstra diolah BP2KP Kemendag (2016)

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Dalam rangka menurunkan koefisien variasi harga barang pokok antar wilayah, Ditjen PDN melakukan berbagai upaya sebagai berikut:

a. Pemantauan Harga dan Pengawasan

Melakukan pemantauan harga harian di 33 propinsi di 165 pasar, dan dipublikasikan melalui website: <http://ews.kemendag.go.id//>

b. Peningkatan kelancaran pendistribusian Barang Pokok

- 1) Melakukan kerjasama dengan Kemenhub dan Asosiasi Perusahaan Logistik untuk peningkatan efisiensi logistik dan distribusi, dengan kesepakatan:

Kemendag:

- Mengatur pelaku usaha distribusi terdaftar harus menggunakan truk yang dilengkapi sistem *tracking* dan *tracing*.
- Mendorong optimalisasi penggunaan gudang di sekitar pelabuhan.

Kemenhub:

- Mewajibkan dan menyediakan alat *tracking* dan *tracing* untuk angkutan truk.
- Memproses subsidi angkutan barang (PT. PELNI, Djakarta LLOYD dan DAMRI).

- Memanfaatkan kapal perintis angkutan laut sebagai gerai berjalan (toko maritim atau apung).
 - Mendorong perusahaan angkutan kontainer menyiapkan *open storage*.
 - Mendorong Asosiasi Pemilik Kapal Indonesia/*Indonesian National Shipowners' Association* (INSA) untuk berpartisipasi mengembangkan pelayaran di wilayah tengah dan timur Indonesia dan Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) berpartisipasi mengembangkan pusat distribusi/*distribution center* di sentra produksi.
- 2) Bekerjasama dengan BIN dan POLRI untuk pengamanan distribusi dan pencegahan aksi spekulasi melalui penundaan pengeluaran beras dari tempat penyimpanan/gudang.
- 3) Mendukung terselenggaranya Tol Laut untuk distribusi barang kebutuhan pokok di pulau-pulau terluar yang diluncurkan Menteri Perdagangan dan Menteri Perhubungan pada 4 November 2015 di Pelabuhan Tanjung Priok. Hal ini merupakan tindak lanjut dari Gerai Maritim yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan pada 19 Juni 2015.

Gerai Maritim adalah program Kementerian Perdagangan untuk mengimplementasikan program “Tol Laut” dengan memfasilitasi distribusi barang kebutuhan pokok dan barang penting ke daerah terpencil, terluar dan perbatasan, melalui pemanfaatan Penyelenggaraan Pelayanan Publik untuk angkutan barang oleh Kemenhub dengan tarif kompensasi. Manfaat program Gerai Maritim antara lain meningkatkan kelancaran arus barang, menjaga ketersediaan barang, mengurangi disparitas harga, menjaga integrasi pasar dalam negeri, meningkatkan perdagangan antar pulau, serta menjaga stabilitas harga. Pada awalnya, program Gerai Maritim hanya ditujukan untuk mengurangi disparitas harga melalui pemenuhan ketersediaan barang di daerah terpencil, terluar dan perbatasan, namun dalam perkembangannya terdapat muatan balik dari daerah tujuan yang pada umumnya merupakan produk unggulan dan potensial daerah.



Gambar 3.3 Rapat koordinasi Peningkatan Kelancaran Logistik Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting melalui pengembangan Gerai Maritim Mendukung Tol Laut

c. Penetapan Kebijakan

- 1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 63/MDAG/PER/09/2016 tanggal 9 September 2016 tentang Harga Acuan Pembelian di tingkat Petani dan Harga Acuan Penjualan di tingkat Konsumen untuk 7 komoditas pangan seperti beras, jagung, kedelai, gula, bawang merah, cabai, dan daging sapi. Harga acuan ini akan berlaku selama empat bulan dan akan dievaluasi sesuai kondisi yang berkembang. Berikut ini rincian harga acuan penjualan tujuh komoditas pangan di tingkat konsumen, yang mulai berlaku pertengahan September 2016 hingga empat bulan ke depan. Harga beras, Rp. 9.500,- per kilogram, Jagung Rp. 3.650,- per kilogram (Curah) dan Rp. 3.750,- per kg (Kemasan), Harga Kedelai ke perajin tahu/tempe Rp. 9.200,- per kg (Lokal) dan Rp. 6.800,- per kg (Impor). Gula Rp. 13.000,- per kg, Bawang Merah Rp. 32.000,- per kg. Cabai Merah Rp. 28.500,- per kg (Cabai merah besar/keriting) dan Rp. 29.000,- per kg (Cabai rawit merah). Daging Sapi Rp. 50.000,- per kg (tetelan) hingga Rp. 105.000,- (paha belakang) untuk daging segar dan Rp. 65.000,- (Kerbau) hingga Rp. 80.000,- (Sapi) untuk daging beku.
- 2) Melakukan deregulasi peraturan perdagangan antarpulau komoditi gula dalam rangka memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha gula dan mengurangi hambatan distribusi gula antarpulau melalui penyederhanaan

proses perizinan, melalui Permendag No. 74/M-DAG/PER/9/2015 tentang Perdagangan Antarpulau Gula Kristal Rafinasi. Pokok-pokok pengaturan Permendag dimaksud sebagai berikut:

- Menghilangkan pengaturan terhadap perdagangan gula kristal putih antar pulau (tidak ada pengaturan SPPGAP dan PGAPT).
- Pengaturan perdagangan antarpulau hanya berlaku untuk Gula Kristal Rafinasi.
- Pelaku usaha yang dapat mengantarpulaukan Gula Kristal Rafinasi hanya produsen Gula Kristal Rafinasi.
- Menghilangkan persyaratan rekomendasi dari Kementerian Perindustrian dalam pendistribusian Gula Kristal Rafinasi antarpulau.
- Persyaratan perdagangan antarpulau Gula Kristal Rafinasi adalah permohonan dari Produsen Gula Kristal Rafinasi dan bukti permintaan dari industri pengguna.
- Surat Persetujuan Perdagangan Antarpulau Gula Kristal Rafinasi (SPPAGKR) berlaku selama 2 bulan dan dapat diperpanjang untuk 1 bulan berikutnya.
- Produsen dilarang menyalurkan Gula Kristal Rafinasi melalui distributor kecuali dalam kondisi tertentu yaitumeningkatnya permintaan kebutuhan Gula Kristal Rafinasi dari IKM atau keperluan lainnya dalam rangka hari besar keagamaan nasional, di daerah tertentu dan dalam jangka waktu tertentu, dengan rekomendasi dari Kementerian Perindustrian/Kementerian Koperasi dan disetujui oleh Menteri Perdagangan.
- Sanksi terhadap Produsen Gula Kristal Rafinasi yang melanggar ketentuan akan diberikan teguran tertulis, pencabutan SPPAGKR sampai dengan Pembekuan Surat Persetujuan Impor.

5. SASARAN STRATEGIS 5: “Menurunnya Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Waktu”

Tabel 3.6 Indikator Kinerja Sasaran 5

Indikator Kinerja	Realisasi 2012	Realisasi 2013	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)			Target Renstra	Target RPJMN 2015-2019
					Target	Realisasi	Capaian (%)		
IK v: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	3.9%	4,0%	2,7%	3,3%	<9.0%	3.6	250	<9.0%	<9.0%

Keterangan: *** angka sangat sementara

Sumber: BP2KP Kemendag (2016)

Berbagai pencapaian kinerja Sasaran 5 Tahun 2016 sebagaimana Tabel 6 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

Analisa Indikator Kinerja v: Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu

Sasaran kedua dari peningkatan kelancaran distribusi dan jaminan pasokan barang kebutuhan pokok adalah stabilisasi harga barang kebutuhan pokok. Sasaran ini menggambarkan bahwa harga komoditi barang kebutuhan pokok secara nasional dalam satu tahun tidak mengalami fluktuasi harga yang ekstrim.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja stabilisasi harga barang kebutuhan pokok adalah menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu. Target dari koefisien dimaksud sepanjang tahun 2015-2019 sesuai dengan target dari RPJMN 2015-2019 adalah kurang dari 9%. Adapun komoditi barang kebutuhan pokok dan barang penting yang menjadi target pengukuran indikator sasaran ini adalah 10 (sepuluh) komoditi barang kebutuhan pokok sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Semakin kecilnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok dapat mengindikasikan stabilitas harga barang kebutuhan pokok secara nasional yang terkendali, atau dengan kata lain rata-rata harga barang kebutuhan pokok secara nasional tidak mengalami fluktuasi harga yang ekstrim.

Capaian koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu pada 2016 sebesar 3,6%, sedikit lebih tinggi dibanding tahun 2015 sebesar 3,3%, dan lebih rendah dari target maksimal 9%. Artinya, stabilitas harga barang kebutuhan pokok

antar waktu pada tahun 2016 terjaga dan relatif tidak bergejolak. Komoditas yang mengalami penurunan KV antar waktu (harga nya lebih stabil) pada 2016 dibanding 2015 yaitu daging sapi (turun 4,1%), beras (turun 2,0%), daging ayam (turun 1,4%), dan kedelai (turun 0,6%). Nilai KV antar waktu terendah (komoditi yang paling stabil) adalah kedelai dengan nilai 0,1%, sedangkan KV yang tertinggi (komoditi yang bergejolak) adalah gula pasar dengan nilai 8,6%, namun masih di bawah target maksimum 9%.

Tabel 3.7
Perkembangan Koefisien Variasi Harga Barang Kebutuhan Pokok Antar Waktu

Komoditi	KV 2015	Tahun 2016												Standar Deviasi	Rata2 2016	KV 2016
		Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16	Jun-16	Jul-16	Aug-16	Sep-16	Oct-16	Nov-16	Des-16			
Beras	3,2	10.632	10.637	10.570	10.402	10.351	10.379	10.398	10.379	10.349	10.375	10.351	10.698	132,5	10.460	1,3
Gula Pasir	4,0	13.191	13.401	13.571	13.721	14.738	16.169	16.734	16.366	15.976	15.686	15.327	14.133	1.279,7	14.918	8,6
Jagung	1,0	6.751	7.241	7.232	7.218	7.153	7.129	7.207	7.172	7.133	7.095	7.046	7.082	132,1	7.122	1,9
Kedelai	0,7	11.351	11.351	11.360	11.373	11.373	11.373	11.373	11.373	11.373	11.373	11.373	11.355	9,8	11.367	0,1
Tepung Terigu	0,6	9.700	9.753	9.740	9.719	9.712	9.812	9.833	9.823	9.787	9.789	9.703	8.888	256,4	9.688	2,6
Minyak Goreng	3,5	10.515	10.634	10.972	11.372	11.839	11.967	11.872	11.948	12.321	12.137	12.100	11.675	603,4	11.613	5,2
Susu kental Manis	1,0	10.903	10.904	10.906	10.937	10.963	10.971	11.006	11.083	11.134	11.103	11.042	10.424	183,5	10.948	1,7
Daging Ayam	7,6	36.499	33.744	30.912	30.068	30.703	34.002	35.198	33.196	32.386	31.314	30.808	31.389	2.016,7	32.518	6,2
Daging Sapi	5,2	113.803	114.936	115.071	114.326	113.769	116.297	117.304	116.535	117.268	116.551	116.336	114.319	1.314,9	115.543	1,1
Telur	6,0	24.134	23.105	20.577	19.933	20.034	22.157	21.639	21.570	20.458	19.739	19.334	23.343	1.577,6	21.335	7,4
Rata-Rata	3,3															3,6

Sumber: BPS dan Dit.Bapokstra PDN diolah BP2KP Kemendag (2016)

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Berbagai upaya dilakukan oleh Kemendag dalam melakukan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu antara lain melalui:

a. Penetapan kebijakan harga acuan barang kebutuhan pokok

Sebagai turunan Perpres No. 71 tahun 2015 tentang Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting, telah diterbitkan Permendag No. 63 tahun 2016 tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen. Terdapat 7 komoditi yang ditetapkan harganya yaitu beras, jagung, kedelai, gula, bawang merah, cabe merah, dan daging sapi. Perhitungan harga acuan melibatkan Kementerian/ Lembaga terkait serta para pelaku usaha di masing-masing komoditi. Penetapan harga acuan dilakukan dengan mempertimbangkan struktur biaya yang wajar, mencakup antara lain biaya produksi, biaya distribusi, keuntungan pelaku usaha, dan biaya-biaya lainnya.

Harga acuan dipakai oleh Perum BULOG dan/atau BUMN lainnya yang mendapat penugasan pemerintah dalam melakukan pembelian barang kebutuhan pokok di petani dan penjualan di konsumen. Dalam melaksanakan

pembelian dan penjualan tersebut, Perum BULOG dan/atau BUMN lain dapat bekerjasama dengan BUMN, BUMD, koperasi, dan/atau swasta.

Harga acuan merupakan kebijakan harga yang dilakukan dalam kondisi normal, sementara dalam “kondisi tertentu”, yaitu apabila terjadi gangguan kegiatan perdagangan nasional, gangguan pasokan, dan kondisi harga berada di atas/di bawah harga acuan, Kemendag dapat menetapkan kebijakan lain sebagai berikut:

- Kebijakan Harga khusus (saat festive season atau saat terjadi gejolak harga); Harga eceran tertinggi dalam rangka Operasi Pasar; dan Harga subsidi.
 - Pengelolaan stok dan logistik melalui optimalisasi perdagangan antar pulau/daerah; pengawasan stok di gudang/pelabuhan; dan koordinasi penyediaan stok pemerintah.
 - Pengelolaan ekspor impor.
- b. Penugasan Operasi Pasar kepada Perum BULOG dan kerjasama dengan pelaku usaha dalam upaya stabilisasi pasokan dan harga beras.

Kemendag akan terus mengoptimalkan peran BULOG sebagai penyangga dan stabilisator harga beras melalui penugasan untuk melakukan Operasi Pasar di daerah-daerah yang mengalami gejolak harga. Melalui surat Mendag No. 667/M-DAG/SD/05/2016 tanggal 12 Mei 2016, Kemendag menugaskan Perum BULOG untuk melaksanakan Operasi Pasar di titik-titik yang mengalami kenaikan harga, dengan harga penjualan af gudang BULOG Rp. 7.300/kg dan harga penjualan di tingkat eceran maksimal Rp. 7.900/kg.

Kemendag juga mengaktifkan peran asosiasi dan BUMD seperti PERPADI, Pasar Induk Beras Cipinang, PD Pasar Jaya, dan para pedagang beras untuk menjaga harga pada tingkat harga acuan dan tidak melakukan penimbunan.

- c. Penetapan Harga Patokan Petani (HPP) dan Surat Edaran Harga Eceran Tertinggi Gula

Melalui Permendag Nomor 42/M-DAG/PER/5/2016 tentang Penetapan Harga Patokan Petani Gula Kristal Putih Tahun 2016, Kemendag telah menetapkan HPP gula sebesar Rp.9.100/kg.

Penetapan HPP gula ini berdasarkan hasil rapat koordinasi kebijakan pangan di Kementerian Pertanian dalam rangka meningkatkan insentif petani untuk tetap menanam tebu untuk menjaga pasokan bahan baku industri gula nasional.

Disamping penetapan HPP, dilakukan pula himbauan melalui surat edaran kepada para pelaku usaha gula No.469/PDN/SD/9/2016 mengenai Harga Eceran Tertinggi Gula yang intinya meminta pelaku usaha untuk menjaga harga sampai ke tingkat konsumen akhir. Hal ini berdampak kepada harga gula di pasar eceran di kisaran Rp.12.500/kg.

d. Penyediaan alternatif pasokan daging yang lebih murah ke pasar

Daging yang beredar di pasar sebagian besar merupakan daging segar yang harganya relatif mahal. Karena itu, Kemendag membuka distribusi daging beku yang harganya relatif lebih murah ke pasar rakyat yang memiliki fasilitas rantai dingin agar masyarakat dapat memperoleh alternatif pasokan daging yang lebih murah.

Selain itu, Kemendag juga membuka impor daging kerbau dari India yang disalurkan ke wilayah Jabodetabek oleh Perum BULOG bekerjasama dengan distributor daging. Daging beku dijual dengan harga maksimal Rp.80 ribu/kg, lebih murah dibanding rata-rata harga daging segar di kisaran Rp.115-120 ribu/kg.

e. Melaksanakan Pasar Murah

- 1) Pasar murah minyak goreng berkerjasama dengan swasta melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) $\pm$ 20.000 liter di Jawa Tengah, Jakarta dan Banten.
- 2) Memberikan penugasan terhadap PT. PPI untuk melakukan operasi pasar dengan melaksanakan pasar murah produk gula kristal putih pada harga jual maksimum Rp. 12.500,-/kg yang dilaksanakan di 88 titik di wilayah Jakarta, Bandung, Semarang, Purwokerto, Yogyakarta, Madiun dan Surakarta.



Gambar 3.4 Pelaksanaan Pasar Murah Kemendag dalam rangka Hari Besar Keagamaan Nasional 2016 yang dilaksanakan di Parkiran Kemendag

f. Memberikan Fasilitas:

Melakukan *pilot project* dalam bentuk fasilitasi dan pemberian bantuan serta pendampingan bagi petani di bidang pengolahan pasca panen cabe untuk teknologi pengolahan hasil panen di 10 sentra berkerjasama dengan Kementan serta Kemenkop dan UKM.

g. Melakukan Pemantauan Harga dan Stok

- 1) Melakukan pemantauan bekerjasama dengan Dinas Perdagangan Propinsi dan Perum Bulog untuk memonitor perkembangan harga dan ketersediaan stok beras di pasar dan di gudang-gudang Divre Bulog di seluruh Indonesia.
- 2) Melakukan evaluasi data bulanan cabe bekerjasama dengan Kementan, Dinas Pertanian daerah, serta asosiasi petani cabe dengan tujuan memperbaiki pola tanam cabe yang selama ini tidak stabil yang berakibat pada flukutatifnya produksi dan harga cabe setiap bulannya. Tindak lanjut hasil evaluasi :
 - Akan dikembangkan sistem proyeksi harga cabe yang akurat untuk periode 3 bulan ke depan, berdasarkan data jumlah dan umur tanam cabe real. Dengan mendapat informasi proyeksi harga yang akurat, petani bisa menyesuaikan jadwal penanaman cabe agar menghindari panen saat harga jatuh.

- Saat ini sistem tersebut sudah berjalan, namun sumber data dan penggunaannya masih terbatas pada anggota AACI (Asosiasi Agribisnis Cabe Indonesia). Apabila sistem berhasil dikembangkan, diharapkan bisa diaplikasikan dalam skala yang lebih luas.
 - Akan dilakukan pertemuan lanjutan setiap bulannya dalam rangka pengembangan sistem proyeksi harga dimaksud.
- 3) Melakukan serangkaian kegiatan monitoring dan evaluasi pasokan sapi dan daging sapi khususnya untuk Provinsi DKI Jakarta dalam rangka menghadapi Bulan Puasa dan Lebaran 2016 di 5 daerah sentra produksi sapi yaitu Jawa Timur, Lampung, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat yang dikoordinir oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.



Gambar 3.5 Pelaksanaan pemantauan harga dan stok di pasar rakyat

6. SASARAN STRATEGIS 6: “Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional”

Tabel 3.8 Indikator Kinerja Sasaran 6

Indikator Kinerja	Realisasi 2012	Realisasi 2013	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)		
					Target	Realisasi	Capaian (%)
IK-vi: Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional	97.2%	97.3%	97%	92.54%	92,5%	92,78%	100,3

Keterangan: *** angka sangat sangat sementara

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Pencapaian kinerja Sasaran 6 Tahun 2016 sebagaimana Tabel 3.8 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

Analisa Indikator Kinerja vi: Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional

Sasaran yang ingin dicapai dari peningkatan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri adalah meningkatnya konsumsi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional. Penetapan sasaran ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan produksi dalam negeri sehingga pada akhirnya dapat turut serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap produk dalam negeri dapat membantu menguatkan daya saing dari produk nasional dan meningkatkan citra dari produk dalam negeri. Pada akhirnya, meningkatnya produksi dalam negeri, menguatnya daya saing produk nasional, dan meningkatnya citra dari produk dalam negeri dapat memberikan stimulus besar bagi lahirnya kemandirian ekonomi melalui keseimbangan, kemajuan dan kesatuan ekonomi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional adalah peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional. Indikator ini

menggambarkan besarnya proporsi penggunaan produk dalam negeri terhadap konsumsi rumah tangga secara nasional. Selanjutnya, kontribusi produk dalam negeri dalam rumah tangga nasional itu sendiri basis perhitungannya berdasarkan pertumbuhan tingkat konsumsi barang dalam negeri terhadap PDB. Adapun target dari peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional sepanjang tahun 2016-2019 adalah sebesar 92,8 % - 93,1%.

Pencapaian sasaran peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional dilakukan melalui kegiatan pemetaan di lapangan yang dilakukan oleh pihak ketiga. Pelelangan pekerjaan dimulai pada triwulan II 2016 dan selesai dilaksanakan pada awal Desember 2016. Pemetaan tersebut menggunakan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik yaitu Data Statistik Impor Indonesia tahun 2015 dan Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2015, serta Tabel Konversi dari 66 Sektor Tabel I-O ke Jenis Komoditi sehingga dihasilkan Perhitungan Persentase Konsumsi Rumah Tangga Untuk Produk Dalam Negeri dan Impor. Jenis Komoditi dibagi mejadi 2 kategori yaitu Komoditi Makanan dan Komoditi Non Makanan. Dengan demikian, pemetaan dilakukan terhadap data sekunder 2015 serta melakukan survei lapangan di 10 daerah yang termasuk pusat kegiatan ekonomi yaitu DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Bali, Sulawesi Selatan, Sulawesi Utara dan Kalimantan Barat.

Berdasarkan hasil yang dari penelitian lapangan didapatkan pemetaan bahwa kontribusi konsumsi produk dalam negeri terhadap konsumsi rumah tangga nasional 2016 sebesar 92,78% dengan perincian sebagai berikut: total konsumsi rumah tangga produk dalam negeri untuk produk makanan sebesar 92,65 % dan total konsumsi rumah tangga produk dalam negeri untuk produk non makanan sebesar 90,58 %. Dengan demikian terjadi peningkatan kontribusi penggunaan produk dalam negeri di tahun 2016 dimana pada tahun 2015 capaiannya adalah sebesar 92,54% sedangkan di tahun 2016 mencapai 92,78%. Peningkatan tercapai terutama ditunjang dari kenaikan penggunaan produk dalam negeri untuk jenis komoditi non makanan.

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Dalam rangka meningkatkan kontribusi penggunaan produk dalam negeri, Ditjen PDN melakukan upaya-upaya sebagai berikut:

- a. Pameran UKM Potensial dari berbagai Daerah di Indonesia.

Kegiatan ini bertujuan untuk menggugah rasa bangga terhadap produk Indonesia dan meningkatkan rasa percaya diri sebagai Bangsa Indonesia, menciptakan minat (*interest*) dan keinginan (*desire*) masyarakat untuk memakai produk Indonesia yang diapresiasi oleh pasar global pada masyarakat, serta mengangkat fakta tentang kualitas dan standar Internasional hasil karya produk dan kreatifitas Bangsa Indonesia.

- b. Penyelenggaraan Lomba Masakan dan Minuman Khas Daerah

Pesertanya adalah berasal dari Para Ibu-Ibu PKK, Dharma Wanita dan Sekolah Menengah Kejuruan. Tujuan: Menciptakan hidangan /menu yang dapat dijadikan icon oleh daerah sehingga makanan dan minuman khas daerah Indonesia dikenal masyarakat luas ataupun Mancanegara.

- c. Penyelenggaraan Sosialisasi Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri melalui Sektor Pendidikan

Kegiatan ini dilakukan kepada Anak setingkat SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Tujuan: Meningkatkan rasa percaya diri sebagai Bangsa Indonesia pada anak usia sekolah dan generasi muda untuk merubah image, persepsi dan perilaku terhadap produk dalam negeri.

- d. Kampanye P3DN melalui Program Aku Cinta Produk Indonesia melalui Talkshow di TV Nasional

Tujuan kampanye ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang produk dalam negeri yaitu : persepsi keliru bahwa produk Indonesia kurang baik; masih dilihat sebelah mata, dianggap tidak bergengsi (kelas murahan, cepat rusak);dicela kalau harganya tinggi, dianggap tidak layak untuk dijual lebih tinggi, padahal mungkin saja harga lebih tinggi karena memiliki kelebihan-kelebihan tertentu; serta dicurigai kandungannya, dianggap kandungan/isi dari produk Indonesia tidak kredibel, kurang sehat dan berbahaya.

Tabel 3.9 Perbandingan Penggunaan Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional
Periode 2013-2016

Jenis Komoditi	Persentase Konsumsi Produk Dalam Negeri*			
	2013	2014	2015	2016
Makanan				
Padi-padian	97,3 %	97,4 %	99,69 %	98,65 %
Umbi-umbian	95,7 %	97,8 %	100,00 %	98,70 %
Ikan	93,5 %	99,0 %	99,84 %	99,30 %
Daging	92,9 %	95,4 %	99,71 %	97,27 %
Telur dan Susu	78,3 %	67,8 %	87,78 %	88,67 %
Sayur-sayuran	93,4 %	90,9 %	99,26 %	94,44 %
Kacang-kacangan	85,8 %	98,2 %	99,82 %	98,97 %
Buah-buahan	93,4 %	85,1 %	63,77 %	67,68 %
Minyak dan Lemak	85,8 %	95,0 %	98,81 %	96,91 %
Bahan Minuman	66,2 %	79,4 %	74,95 %	86,28 %
Bumbu-bumbuan	83,0 %	100,0 %	100,00 %	100,00 %
Konsumsi Lainnya	85,6 %	86,9 %	99,92 %	97,21 %
Makanan dan minuman jadi	94,3 %	96,5 %	96,43 %	97,07 %
Tembakau dan Sirih	99,1 %	98,6 %	98,39 %	99,14 %
Total Konsumsi Makanan	92,7 %	93,7 %	99,69 %	96,25 %
Komoditi Non Makanan				
Perumahan dan fasilitas rumah tangga	99,9 %	97,1 %	93,34 %	97,78 %
Aneka Barang dan Jasa	96,4 %	95,8 %	97,62 %	92,33 %
Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	69,1 %	67,6 %	82,32 %	74,04 %
Barang-barang yang tahan lama	80,9 %	66,8 %	55,02 %	76,40 %
Total Konsumsi Non Makanan	92,1 %	91,6 %	89,70 %	90,58 %
Total Konsumsi Rumah Tangga	92,3 %	92,4 %	92,54 %	

*Data yang digunakan adalah data tahun n-1

Sumber : BPS diolah BP2KP Kemendag (2016)



Gambar 3.6 UKM Pangan Award sebagai penghargaan atas produk dalam negeri dalam upaya peningkatan kontribusi produk dalam negeri pada konsumsi rumah tangga nasional

7. SASARAN STRATEGIS 7: “Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha Bidang PDN”

Tabel 3.10 Indikator Kinerja Sasaran 7

Indikator Kinerja	Realisasi 2014	Realisasi 2015	2016 (Perjanjian Kinerja)		
			Target	Realisasi	Capaian (%)
IK-vii: Terintegrasinya layanan perizinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag	10 kab / kota	45 kab / kota	80 kab / kota	110 kab / kota	137.5

Sumber : Dit. Binus dan Pelaku Distribusi (2016)

Berbagai pencapaian kinerja Sasaran 7 Tahun 2016 sebagaimana Tabel 3.10 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

Analisa Indikator Kinerja vii: Terintegrasinya layanan perizinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag

Selama periode 2015-2019, ditargetkan jumlah kabupaten/kota yang memberikan pelayanan perizinan perdagangan dalam negeri yang terintegrasi secara online dengan Kementerian Perdagangan mengalami peningkatan mulai dari 40

kabupaten/kota pada tahun 2015 hingga menjadi 200 kabupaten/kota pada tahun 2019.

Indikator ini dimaksudkan untuk mengukur kinerja Ditjen PDN dalam mendorong penerapan aplikasi *Sistem Informasi Perusahaan Online (SIPO)* oleh instansi-instansi penerbit perijinan perdagangan dalam negeri di daerah sehingga informasi perusahaan dapat diakses secara luas oleh masyarakat secara cepat dan mudah.

Selama periode 2015-2019, ditargetkan jumlah Kabupaten/Kota yang memberikan pelayanan perizinan perdagangan dalam negeri yang terintegrasi secara *online* dengan Kementerian Perdagangan mengalami peningkatan mulai dari 40 Kabupaten/Kota pada tahun 2016 hingga menjadi 200 Kabupaten/Kota pada tahun 2019. Di tahun 2015 target kinerja untuk indikator ini adalah sebanyak 40 Kabupaten/Kota dan terealisasi sebanyak 45 Kabupaten/Kota sehingga tingkat capaian untuk IK-1 sebesar 112,5%. Indikator ini merupakan indikator baru di tahun 2015 sehingga target dan capaian atas target tidak dapat dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dalam rangka mengemban fungsi pembinaan, pengawasan dan pengendalian terhadap usaha perdagangan sehingga dapat terciptanya perusahaan yang jujur, transparan dan berdaya saing tinggi, diperlukan ketersediaan data dan informasi usaha dan perusahaan yang bersumber antara lain dari penerbitan SIUP, TDP, STPW dan IUTM. Melalui pembangunan Sistem Informasi Perusahaan *Online (SIPO)* diharapkan data dan informasi tentang usaha dan perusahaan yang bersumber SIUP, TDP, STPW dan IUTM dapat diakses secara *online*, cepat dan akurat serta memberikan kemudahan bagi instansi penerbit dalam mengoptimalkan pelaporannya. Dengan tersedianya data secara nasional melalui Implementasi SIPO diharapkan juga dapat memberikan gambaran secara lebih detil tentang struktur usaha di Indonesia dan dapat digunakan sebagai bahan rumusan kebijakan secara nasional.

Aplikasi SIPO dibangun pada tahun 2013 Kementerian Perdagangan yang dapat menghimpun data-data perizinan yang telah dilimpahkan kedaerah secara online dari kantor-kantor instansi penerbit tingkat kabupaten/kota (PTSP) untuk disimpan secara terpusat di database Kementerian Perdagangan. Pembangunan SIPO dimaksudkan untuk menyediakan data dan informasi tentang usaha dan perusahaan

di tingkat nasional secara cepat dan akurat yang bersumber dari penerbitan perizinan usaha serta untuk memberikan kemudahan bagi instansi penerbit dalam menyampaikan pelaporannya.

Pada tahun 2016, Direktorat Bina Usaha Perdagangan telah melaksanakan Kegiatan Pengembangan dan Perluasan SIPO. Kegiatan pengembangan dan perluasan SIPO mencakup kegiatan **Integrasi SIPO** (proses membangun saluran koneksi database dari sistem milik daerah ke aplikasi SIPO, kegiatan ini diperuntukkan bagi PTSP kabupaten/kota yang sudah memiliki sistem aplikasi penerbitan perizinan) dan kegiatan **Asistensi SIPO** (kegiatan ini diperuntukkan bagi PTSP kabupaten/kota yang belum memiliki aplikasi penerbitan perizinan sehingga digunakan aplikasi SIPO).

Hingga tahun 2016, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi telah mengimplementasikan sebanyak 110 PTSP kabupaten/kota baik melalui proses integrasi maupun kegiatan asistensi. Pada tahun 2016, kegiatan pengembangan dan perluasan SIPO telah dilaksanakan di sebanyak 40 (empat puluh) PTSP kabupaten/kota. Kegiatan ini terdiri dari proses pengintegrasian data di 20 (dua puluh) PTSP kabupaten/kota dan kegiatan asistensi untuk 20 (dua puluh) PTSP kabupaten/kota. PTSP Kab/kota yang telah melakukan proses *pengintegrasian data SIPO* pada tahun 2016 adalah sebagai berikut :

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. BMPPPT Kota Tasikmalaya | 11. BMPPPT Kab. Magelang |
| 2. BPPTPM Kota Bogor | 12. KPMPPT Kab. Purworejo |
| 3. BMPPPT Kota Banjar | 13. BPTPM Kab. Sragen |
| 4. KPPT Kab. Brebes | 14. BPMPT Kab. Kendal |
| 5. BPMP2T Kab. Boyolali | 15. BPMPT Kab. Sukoharjo |
| 6. BPMPT Kab. Cilacap | 16. KPPT Kota Blitar |
| 7. BPPT Kab. Karanganyar | 17. KPPT Kab. Magetan |
| 8. BPPTPM Kab. Demak | 18. KPMP Kab. Probolinggo |
| 9. BPMPP Kab. Banyumas | 19. KPPM Kab. Sampang |
| 10. KPPT Kab. Pemalang | 20. BPPT Kab. Banyuwangi |

Kegiatan *asistensi* dilakukan di Kementerian Perdagangan bagi 20 (dua puluh) PTSP kabupaten/kota yang terdiri dari:

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 1. BPPMPB Kab. Dharmasraya | 11. KPMPT Kab. Sekadau |
| 2. BMPPPT Kab. Kudus | 12. BPPMPPT Kab. Belitung Timur |
| 3. BPPTPM Kota Salatiga | 13. KPT Kab. Tanah Laut |
| 4. BPPT Kota Tidore | 14. BPMPTSP Kab. Pulau Morotai |
| 5. BMPPPT Kab. Pasaman Barat | 15. BPPTPM Kab. Padang Lawas |
| 6. KPUP Kab. Solok Selatan | 16. Sekda Kab. Mahakam Ulu. |
| 7. BPPTPM Kab. Padang Lawas Utara | 17. Sekda Kab. Bontang |
| 8. BMPPPT Kab. Belitung | 18. Sekda Kab. Gunung Mas |
| 9. KPPTPM Kab. Pasaman | 19. Sekda Kab. Semarang |
| 10. BMPPPTSP Kab. Kerinci | 20. Sekda Kab. Bogor |

Implementasi yang telah berjalan hingga saat ini tentunya tidak selalu berjalan baik. Terkadang ada beberapa persoalan yang menyebabkan terhentinya aliran data penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan, bahkan untuk Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) belum ada datanya. Salah satu persoalan yang terjadi adanya pelimpahan wewenang penerbitan yang sebelumnya berada di Dinas yang terkait Perdagangan menjadi di Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) sebagaimana diatur Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 97 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Hal-hal tersebut perlu diselesaikan dengan segera agar aliran data yang bersumber dari aplikasi SIPO dapat diteruskan. Di sisi lain pihak PTSP sebagai penerbit SIUP, TDP, STPW, dan IUTM masih belum memahami secara baik kebijakan-kebijakan yang terkait penerbitan perijinan dimaksud.

Upaya Ditjen PDN dalam Mencapai Target

Disamping melakukan pengembangan dan perluasan SIPO melalui kegiatan pengintegrasian dan asistensi, Direktorat Bina Usaha Perdagangan dan Pelaku Distribusi dalam hal ini yang menangani terkait perizinan perdagangan juga mengadakan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) Di Bidang Usaha Perdagangan. Kegiatan ini diselenggarakan dan dihadiri para pejabat dari dinas teknis yang

membidangi bidang Perdagangan dan Badan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) di wilayah. Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) Identifikasi Implementasi SIPO bertujuan untuk menyatukan persepsi diantara para pejabat daerah khususnya pejabat penerbit SIUP, TDP, STPW, dan IUTM tentang pentingnya data pelaporan penerbitan tersebut tidak hanya bagi Kementerian/Lembaga saja tetapi bagi kepentingan umum yang lebih luas sekaligus memberikan pemahaman tentang SIPO dan pemakaian aplikasi SIPO kepada daerah yang telah terimplementasi SIPO.



Gambar 3.7 *Forum Group Discussion* Implementasi SIPO dalam upaya meningkatkan pelayanan publik khususnya di bidang perizinan perdagangan yang telah dilimpahkan ke daerah dalam kerangka mempermudah pelaku usaha melakukan kegiatan usaha

B. Realisasi Anggaran

Secara umum realisasi anggaran Ditjen Perdagangan Dalam Negeri pada tahun 2016 sebesar 70,67%. Semula anggaran Ditjen Perdagangan Dalam Negeri sebesar Rp.2.064.410.000.000 (dipa awal), kemudian dengan terbitnya Inpres no. 4 tahun 2016 tentang Langkah-langkah Penghematan dan Pemotongan Belanja Kementerian/Lembaga Dalam Rangka Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2016 terjadi revisi, sehingga anggaran Ditjen Perdagangan Dalam Negeri menjadi Rp.2.008.358.433.000 dan berhasil direalisasikan sebesar Rp.1.420.919.658.445.

Tabel 3.11 Perincian Anggaran Ditjen PDN Tahun 2016

No	Satker/Unit Eselon II	Nilai DIPA Awal	Nilai DIPA Revisi	Realisasi		Sisa Anggaran	
				Rupiah	%	Rupiah	%
	1		2	3		4	
	DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI (ESELON I)	2,064,410,000,000	2,008,358,433,000	1,420,919,658,445	70.75	587,438,774,555	29.25
A	ESELON II :	511,970,000,000	516,898,446,000	261,333,831,827	50.56	255,564,614,173	49.44
1	SEKRETARIAT DIREKTORAT JENDERAL PDN	78,620,000,000	69,241,074,000	58,224,825,747	84.09	11,016,248,253	15.91
2	DIREKTORAT BARANG KEBUTUHAN POKOK DAN BARANG PENTING	50,767,770,000	38,605,324,000	29,889,995,451	77.42	8,715,328,549	22.58
3	DIREKTORAT SARANA DISTRIBUSI DAN LOGISTIK	100,000,000,000	158,627,248,000	59,950,944,114	37.79	98,676,303,886	62.21
4	DIREKTORAT BINA USAHA DAN PELAKU DISTRIBUSI	30,780,000,000	26,580,000,000	21,983,565,713	82.71	4,596,434,287	17.29
5	DIREKTORAT PENGGUNAAN DAN PEMASARAN PDN	251,802,230,000	223,844,800,000	91,284,500,802	40.78	132,560,299,198	59.22
B	DAERAH	1,552,440,000,000	1,491,459,987,000	1,159,585,826,618	77.75	331,874,160,382	22.25
1	DEKONSENTRASI (34 Satker)	50,940,000,000	50,940,000,000	40,176,302,200	78.87	10,763,697,800	21.13
2	TUGAS PEMBANTUAN (167 Satker)	1,501,500,000,000	1,440,519,987,000	1,119,409,524,418	77.71	321,110,462,582	22.29

Sumber: DIPA Ditjen PDN 2016 dan Aplikasi Sistem Informasi Keuangan Ditjen PDN

BAB IV PENUTUP

A. SIMPULAN KINERJA TAHUN 2016

Secara keseluruhan terdapat 7 indikator kinerja. Dari keseluruhan IK tersebut, sebanyak 6 IK dapat mencapai atau melampaui target yang ditetapkan dalam Perjanjian Kinerja dan Rencana Aksi, sedangkan 1 IK lainnya tidak mencapai target. Secara rata-rata, keseluruhan indikator kinerja berhasil memperoleh capaian sebesar 142,3%.

Beberapa kendala yang dihadapi dalam mencapai target adalah:

1. Terbitnya Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2016 Tentang Langkah-Langkah Penghematan dan Pemotongan Belanja Kementerian/Lembaga Dalam Rangka Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2016 dimana anggaran Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dipotong menjadi 2.008.358.433.000,- di tahun 2016 sehingga banyak kegiatan yang harus ditunda atau bahkan dibatalkan untuk menunggu selesainya proses pemotongan anggaran.
2. Untuk pelaksanaan anggaran Dekonsentrasi, terdapat satu kegiatan di pusat yang mengalami pemotongan dan berdampak pada pelaksanaan kegiatan di daerah sehingga anggaran tidak dapat terserap secara maksimal.
3. Pada pertengahan tahun 2016 Kementerian Perdagangan mengalami restrukturisasi organisasi dan perubahan nomenklatur unit-unit kerja, sehingga berdampak pada penyesuaian tugas dan fungsi. Penyesuaian unit kerja terhadap tugas dan fungsi baru mengakibatkan pelaksanaan kegiatan tidak optimal.

B. RENCANA PERBAIKAN TAHUN 2017

Untuk menghadapi berbagai tantangan, nasional dan global, pada tahun Nawacita Pemerintahan Presiden Jokowi-JK telah menetapkan arah kebijakannya dalam pembangunan sektor perdagangan, yaitu: butir enam dan tujuh mengenai “Peningkatan Produktivitas Rakyat Dan Daya Saing” serta “Perwujudan Kemandirian Ekonomi Melalui Sektor Strategis Ekonomi Domestik” yang tentu akan menjadi target-target yang perlu ditindak lanjut oleh Kementerian Perdagangan.

Selain daripada itu diharapkan ke depannya ada payung hukum yang jelas tentang integrasi SIPO di daerah. Sehingga akan memudahkan dan melancarkan SIPO hingga daerah terpencil tanpa kendala yang berarti.

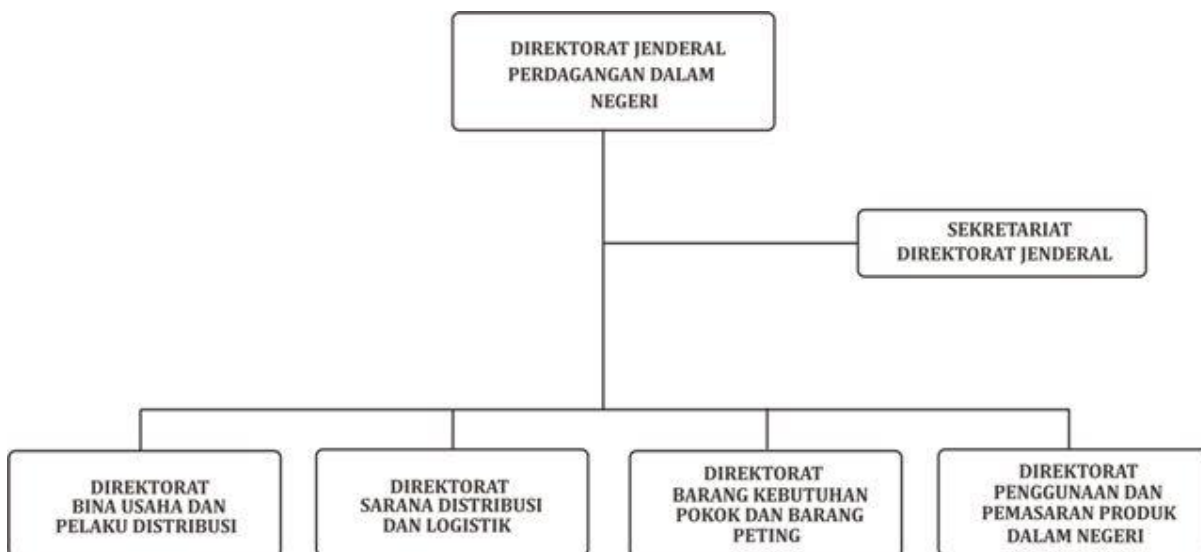
Oleh karena itu, kerja sama antar unit organisasi di lingkungan internal Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, dan eksternal di lingkungan Kemendag serta Kerjasama dan koordinasi dengan instansi pemerintah lainnya adalah salah satu kunci keberhasilan dalam menyelenggarakan kinerja yang optimal. Kerjasama dan koordinasi tersebut harus menjadi nilai-nilai organisasi yang tumbuh dan berkembang.

Demikian Laporan Kinerja Tahun 2016 Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri ini disusun sebagai instrumen pemantauan dan evaluasi kinerja. Harapannya Laporan Kinerja ini dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya bagi optimalisasi kinerja Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada tahun-tahun selanjutnya.

LAMPIRAN**A. BAGAN STRUKTUR ORGANISASI**

Dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi sebagaimana dikemukakan di bagian-bagian sebelumnya, susunan Organisasi Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri terdiri dari:

- a. Sekretariat Direktorat Jenderal;
- b. Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi;
- c. Direktorat Sarana Distribusi dan Logistik ;
- d. Direktorat Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting; dan
- e. Direktorat Penggunaan dan Pemasaran Produk Dalam Negeri;

GAMBAR BAGAN 4.1**STRUKTUR ORGANISASI DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI**

B. DOKUMEN PERJANJIAN KINERJA

**KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA**
MINISTRY OF TRADE

DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI
Jalan M.J. Ridwan Rais No.5 Jakarta 10110
Telp. 021 - 23528520 (langsung)
Telp. 021 - 3858171, Ext. 34900 Fax. 021-3857338

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2016
NOMOR : 04 /PDN/PERKIN/04/2016

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

Nama : Srie Agustina
Jabatan : Plt. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri
Selanjutnya disebut pihak pertama

Nama : Thomas Trikasih Lembong
Jabatan : Menteri Perdagangan Republik Indonesia
Selaku *atasan langsung* pihak pertama, selanjutnya disebut sebagai pihak kedua

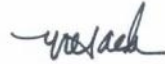
Pihak pertama berjanji akan mewujudkan target kinerja yang seharusnya sesuai lampiran perjanjian ini dalam rangka mencapai target kinerja jangka menengah seperti yang telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian target kinerja tersebut menjadi tanggung jawab kami.

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

Jakarta, 15 April 2016

Pihak Kedua,

(Thomas Trikasih Lembong)

Pihak Pertama,

(Srie Agustina)

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2016
DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI

NO	SASARAN PROGRAM	INDIKATOR KINERJA	TARGET	PREDIKSI CAPAIAN (%)			
				TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1)	Kontribusi PDB Sub Sektor Perdagangan terhadap PDB Nasional tanpa migas	Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor	7,00%	25	50	80	100
(2)	Pengembangan Kapasitas Logistik	Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat tipe A yang telah direvitalisasi	20%	10	35	60	100
(3)	Peningkatan kapasitas pelaku usaha dagang kecil menengah	Jumlah UKM yang bermitra dengan retail modern	150	10	40	70	100
(4)	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah	< 14,2	10	30	60	100
(5)	Menurunnya koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu	< 9%	10	30	75	100
(6)	Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri Dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional	Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional	92,50%	10	40	70	100
(7)	Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha Bidang PDN	Terintegrasinya layanan perijinan perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi Kemendag	80 Kab/Kota	10	30	60	100

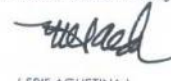
NO	KEGIATAN	ANGGARAN (Rp)	PREDIKSI CAPAIAN (%)			
			TW 1	TW 2	TW 3	TW 4
(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)
(1)	Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Ditjen	78.620.000.000	5	25	75	100
(2)	Pengembangan Kelembagaan dan Pelaku Usaha	30.780.000.000	5	20	70	100
(3)	Peningkatan Kelancaran Distribusi Bahan Pokok	46.000.000.000	5	20	75	100
(4)	Pengembangan Kapasitas Logistik Perdagangan dan Sarana Perdagangan	1.601.500.000.000	5	25	50	100
(5)	Peningkatan Penggunaan Produk dalam Negeri dan Pemberdayaan Dagang Kecil dan Menengah	256.570.000.000	5	25	60	100
(6)	Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri di Daerah	50.940.000.000	5	15	75	100

Menteri Perdagangan



(THOMAS TRIKASIH LEMBONG)

Jakarta, 15 April 2016
 Plt. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri



(SRI AGUSTINA)