

# BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

---

No.575, 2015

KEMENDAG. Rencana Strategis. Tahun 2015-2019.

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 27/M-DAG/PER/4/2015  
TENTANG  
RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PERDAGANGAN  
TAHUN 2015 - 2019

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa Kementerian Perdagangan dalam pelaksanaan tugas dan fungsi serta upaya mewujudkan organisasi berbasis kinerja menerapkan prinsip-prinsip pemerintahan yang baik atau *good governance*;
  - b. bahwa dalam rangka menumbuhkembangkan budaya organisasi berbasis kinerja, maka pelaksanaan tugas dan fungsi Kementerian Perdagangan harus berlandaskan pada perencanaan strategis;
  - c. bahwa untuk menjamin agar kegiatan pembangunan jangka menengah di bidang perdagangan dapat berjalan secara efektif dan efisien, diperlukan suatu perencanaan pembangunan 5 (lima) tahunan;
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2015-2019;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara Yang Bersih dan Bebas Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 75, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3851);
  2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);
  3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4421);
  4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4421);
  5. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);
  6. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4700);
  7. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916);
  8. Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512);
  9. Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyusunan Rencana Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 97, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 4664);

10. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara, sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 134 Tahun 2014 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 273);
11. Keputusan Presiden Nomor 121/P Tahun 2014 tentang Pembentukan Kementerian dan Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode Tahun 2014-2019;
12. Peraturan Presiden Nomor 165 Tahun 2014 tentang Penataan Tugas dan Fungsi Kabinet Kerja (Lembaran Negara Republik Tahun 2014 Nomor 339);
13. Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2015-2019;
14. Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2015 tentang Organisasi Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 8);
15. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/7/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/8/2012;

**MEMUTUSKAN:**

**Menetapkan : PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PERDAGANGAN TAHUN 2015 - 2019.**

**Pasal 1**

**Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:**

1. Rencana Pembangunan Jangka Menengah tahun 2015-2019 Kementerian Perdagangan yang selanjutnya disebut Rencana Strategis Kementerian Perdagangan adalah dokumen perencanaan Kementerian Perdagangan untuk periode 5 (lima) tahun terhitung sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2019.
2. Kementerian Perdagangan adalah Kementerian yang menangani urusan pemerintahan di bidang perdagangan.
3. Menteri adalah Menteri yang membidangi urusan perdagangan.

**Pasal 2**

Rencana Strategis Kementerian Perdagangan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

**Pasal 3**

- (1) Rencana Strategis Kementerian Perdagangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 merupakan penjabaran dari tujuan, sasaran, strategi, kebijakan, dan program yang akan dilaksanakan oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2015-2019.
- (2) Rencana Strategis Kementerian Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menjadi pedoman bagi unit kerja di lingkungan Kementerian Perdagangan dalam menyusun rencana strategis dan rencana kerja dari masing-masing unit kerja.

**Pasal 4**

- (1) Pimpinan unit kerja melakukan pemantauan terhadap pelaksanaan rencana strategis dan rencana kerja dari masing-masing unit kerja yang berpedoman pada Rencana Strategis Kementerian Perdagangan.
- (2) Menteri melakukan pemantauan terhadap pelaksanaan Rencana Strategis Kementerian Perdagangan.

**Pasal 5**

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 7 April 2015  
MENTERI PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA,

RACHMAT GOBEL

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 20 April 2015

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

YASONNA H. LAOLY

# Bab 1

## PENDAHULUAN

### Kondisi Umum

#### Perekonomian Global dan Nasional

Kondisi perekonomian dunia dua tahun terakhir belum memperlihatkan pemulihan yang baik. Bank Dunia mengoreksi perkiraan pertumbuhan ekonomi dunia pada tahun 2014 menjadi sebesar 2,6 persen yang sebelumnya diperkirakan lebih optimis yaitu sebesar 2,8 persen. Penyebab utama revisi pertumbuhan tersebut dikarenakan masih lemahnya kinerja perekonomian global. Lebih lanjut, revisi pertumbuhan ini disebabkan karena ketergantungan perekonomian dunia terhadap kinerja pertumbuhan Amerika Serikat, melambatnya pertumbuhan investasi di Tiongkok, stagnasi perekonomian Uni Eropa dan Jepang, serta melemahnya prospek pertumbuhan ekonomi Rusia sebagai dampak dari penurunan tajam harga minyak dunia dan meningkatnya tensi geopolitik Rusia-Ukraina.

Pertumbuhan ekonomi negara-negara berkembang pada tahun 2014 diperkirakan mengalami sedikit penurunan menjadi 4,4 persen setelah sebelumnya pada tahun 2012 dan 2013 pertumbuhan ekonomi negara-negara berkembang mencapai 4,8 dan 4,9 persen. Lebih lanjut, penurunan pertumbuhan yang terjadi di negara-negara berkembang pada tahun 2014 disebabkan oleh melambatnya perekonomian di kawasan Asia Timur dan Pasifik serta kawasan Amerika Selatan dan Karibia. Bahkan pertumbuhan ekonomi di kawasan Amerika Selatan dan Karibia, menurut Bank Dunia, hanya sebesar 0,8 persen setelah pada tahun sebelumnya tercatat sebesar 2,5 persen akibat dari negatifnya pertumbuhan ekonomi Argentina sebesar -1,5 persen. Namun demikian pertumbuhan ekonomi negara-negara berkembang diproyeksikan akan kembali meningkat menjadi 4,8 dan 5,3 persen pada tahun 2015 dan 2016.

Sementara itu, pertumbuhan ekonomi negara-negara berpendapatan tinggi (*high income countries*) pada tahun 2014 tumbuh sebesar 1,8 persen setelah pada tahun 2012 dan 2013 hanya sebesar 1,4 persen. Pertumbuhan ekonomi yang termasuk dalam negara-negara berpenghasilan tinggi diproyeksikan mengalami peningkatan dari 1,8 persen pada tahun 2014 menjadi 2,2 persen pada tahun 2015 dan terus meningkat menjadi 2,4 persen pada tahun 2016. Sebagai hasilnya, pertumbuhan permintaan impor dari negara-negara berpendapatan tinggi diprediksi akan mengalami peningkatan dari 1,9 persen pada tahun 2013 menjadi sekitar 5,0 persen pada tahun 2016. Sementara ekspor dari negara berkembang meningkat dari 3,7 persen pada tahun 2013 menjadi 6,6 persen pada tahun 2016.

Berdasarkan dokumen RPJMN 2015-2019, kontribusi PDB negara-negara berkembang terhadap pertumbuhan ekonomi dunia diproyeksikan

mengalami peningkatan dari 38 persen pada tahun 2014 menjadi 43,8 persen pada tahun 2019. Sedangkan kontribusi negara-negara berpenghasilan tinggi diperkirakan mengalami sedikit penurunan dari 62 persen pada tahun 2014 menjadi 56,2 persen pada tahun 2019. Kenaikan kontribusi PDB negara-negara berkembang ini berkorelasi negatif terhadap arus modal masuk dari dunia internasional (*capital inflow*).

Tabel 1.1  
Rangkuman *Outlook Dunia*

	2012	2013	2014e	2015f	2016f	2017f
<b>REAL GDP<sup>1</sup></b>						
<b>World</b>	2,4	2,5	2,6	3,0	3,3	3,2
<b>High income</b>	1,4	1,4	1,8	2,2	2,4	2,2
United States	2,3	2,2	2,4	3,2	3,0	2,4
Euro Area	-0,7	-0,4	0,8	1,1	1,6	1,6
Japan	1,5	1,5	0,2	1,2	1,6	1,2
United Kingdom	0,7	1,7	2,6	2,9	2,6	2,2
Russia	3,4	1,3	0,7	-2,9	0,1	1,1
<b>Developing countries</b>	4,8	4,9	4,4	4,8	5,3	5,4
<b>East Asia and Pacific</b>	7,4	7,2	6,9	6,7	6,7	6,7
China	7,7	7,7	7,4	7,1	7,0	6,9
Indonesia	6,3	5,8	5,1	5,2	5,5	5,5
Thailand	6,5	2,9	0,5	3,5	4,0	4,5
<b>Europe and Central Asia</b>	1,9	3,7	2,4	3,0	3,6	4,0
Kazakhstan	5,0	6,0	4,1	1,8	3,2	4,7
Turkey	2,1	4,1	3,1	3,5	3,7	3,9
Romania	0,6	3,5	2,6	2,9	3,2	3,9
<b>Latin America and the Caribbean</b>	2,6	2,5	0,8	1,7	2,9	3,3
Brazil	1,0	2,5	0,1	1,0	2,5	2,7
Mexico	4,0	1,1	2,1	3,3	3,8	3,8
Argentina	0,9	2,9	-1,5	-0,3	1,6	3,1
<b>Middle East and North Africa</b>	1,4	0,5	1,2	2,5	3,0	3,5
Egypt <sup>2</sup>	2,2	2,1	2,2	3,5	3,8	4,0
Iran	-6,6	-1,9	1,5	0,9	1,0	2,2
Algeria	3,3	2,8	3,0	3,3	3,5	3,5
<b>South Asia</b>	5,0	4,9	5,5	6,1	6,6	6,8
India <sup>2,3</sup>	4,7	5,0	5,6	6,4	7,0	7,0
Pakistan <sup>2,3</sup>	3,5	4,4	5,4	4,6	4,8	4,9
Bangladesh <sup>2</sup>	6,5	6,0	6,1	6,2	6,5	7,0
<b>Sub-Saharan Africa</b>	4,0	4,2	4,5	4,6	4,9	5,1
South Africa	2,5	1,9	1,4	2,2	2,5	2,7
Nigeria	4,3	5,4	6,3	5,5	5,8	6,2
Angola	8,4	6,8	4,4	5,3	5,0	5,2
<b>MEMORANDUM ITEMS</b>						
World real GDP (2010 PPP weights)	3,1	3,2	3,3	3,6	4,0	4,0
OECD real GDP	1,2	1,3	1,7	2,3	2,4	2,1
Non-OECD real GDP	3,5	2,4	2,5	0,9	2,4	2,9
Developing country real GDP excluding BRICS	3,5	4,1	3,5	5,0	4,9	5,1
BRICS real GDP	5,4	5,4	5,0	5,1	5,5	5,6
World trade volume <sup>4</sup>	2,8	3,4	4,0	4,5	4,8	4,8
Non-oil commodity price index	-8,6	-7,2	-3,6	-1,1	0,2	0,3
Oil price <sup>5</sup>	1,0	-0,9	-7,7	-31,9	4,9	4,7
Manufactures unit export value <sup>6</sup>	-1,2	-1,4	-0,2	-0,2	1,9	1,7
6-month U.S. LIBOR interest rate (percent) <sup>7</sup>	0,7	0,4	0,3	...	...	...
6-month Euro LIBOR interest rate (percent) <sup>7</sup>	0,8	0,3	0,3	...	...	...
<b>International capital flows to developing countries (% of GDP)</b>						
<b>Developing countries</b>	5,0	5,9	5,8	5,5	5,3	...
<b>Net capital inflows</b>						
East Asia and Pacific	4,6	6,4	6,3	5,9	5,5	...
Europe and Central Asia	8,0	7,4	5,4	6,0	6,2	...
Latin America and the Caribbean	5,4	5,9	6,2	5,9	5,7	...
Middle East and North Africa	1,8	2,3	1,8	1,8	1,9	...
South Asia	5,7	4,6	5,4	5,3	5,3	...
Sub-Saharan Africa	5,6	5,2	4,5	4,7	4,8	...

Source: World Bank.

Notes: PPP = purchasing power parity; e = estimate; f = forecast.

World Bank forecasts are frequently updated based on new information and changing (global) circumstances. Consequently, projections presented here may differ from those contained in other Bank documents, even if basic assessments of countries' prospects do not differ at any given moment in time.

1. Aggregate growth rates calculated using constant 2010 U.S. dollars GDP weights.

2. In keeping with national practice, data for Bangladesh, Egypt, India, and Pakistan are reported on a fiscal year basis in table 1.1. Aggregates that depend on these countries are calculated using data compiled on a calendar year basis.

3. Real GDP at factor cost, consistent with reporting practice in Pakistan and India.

4. World trade volume for goods and non-factor services.

5. Simple average of Dubai, Brent, and West Texas Intermediate.

6. Unit value index of manufactured exports from major economies, expressed in U.S. dollars.

7. The 2014e rates are the average of daily interest rates up to latest available data.

Sumber: *Global Economic Prospects (The World Bank)*

Dinamika perekonomian dunia maupun domestik telah mewarnai perjalanan pembangunan perdagangan nasional. Pembangunan sektor perdagangan sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian, baik kondisi perekonomian dunia maupun perekonomian domestik yang memberikan dampak langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja sektor perdagangan.

Konektivitas antar negara yang semakin terbentuk, memberikan pengaruh terhadap dinamika perdagangan Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Amerika Serikat (AS), dan Jepang merupakan tiga negara mitra dagang nonmigas terbesar Indonesia. Pada periode Januari - Desember tahun 2014 total ekspor nonmigas Indonesia sebesar 145,96 miliar dollar AS dengan nilai ekspor ke Tiongkok sebesar 16,46 miliar dollar AS atau 11,28 persen dari total ekspor nonmigas nasional, ke AS sebesar 15,86 miliar dollar AS atau 10,86 persen dari total ekspor nonmigas, sementara nilai ekspor ke Jepang sebesar 14,56 miliar dollar AS atau 9,98 persen dari total ekspor nonmigas. Dinamika ekspor Indonesia sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian ketiga negara tersebut, yang pada akhirnya akan berdampak pada perekonomian nasional.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia menurut Bank Dunia dan Bank Indonesia pada tahun 2014 diperkirakan sebesar 5,1 persen, lebih rendah dari pertumbuhan tahun sebelumnya yang sebesar 5,8 persen akibat dari rendahnya pertumbuhan ekspor, investasi, dan kredit. Namun demikian, pada tahun-tahunnya selanjutnya diproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan kembali meningkat. Bank Dunia memperkirakan bahwa perekonomian Indonesia akan tumbuh sebesar 5,2 - 5,5 persen pada tahun 2015 hingga 2017. Sementara itu, proyeksi yang lebih positif terkait pertumbuhan ekonomi Indonesia selama lima tahun kedepan dituangkan dalam dokumen RPJMN 2015-2019. Dalam dokumen tersebut, perekonomian Indonesia diproyeksikan akan tumbuh dari 5,8 - 8,0 persen pada tahun 2015 hingga 2019, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7 persen pertahun.

Keterkaitan kondisi perekonomian secara global tersebut dapat memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pembangunan sektor perdagangan, oleh karenanya dalam perumusan kebijakan, Kementerian Perdagangan telah berusaha mengantisipasi dinamika perekonomian dunia yang masih penuh resiko dan sulit diprediksi dengan mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendorong peningkatan nilai tambah melalui proses hilirisasi produk manufaktur yang didukung oleh iklim usaha yang kondusif. Dengan senantiasa berusaha untuk menjawab setiap tantangan yang dihadapi dan mengambil kesempatan atas potensi yang dimiliki, maka kondisi perdagangan Indonesia yang telah dicapai, adalah:

- a. Peningkatan ekspor dalam perekonomian nasional yang semakin bertambah penting, khususnya dalam menciptakan peningkatan surplus neraca perdagangan. Pada tahun 2014 nilai ekspor Indonesia mengalami penurunan sebesar 3,43 persen dari USD 182,55 miliar pada tahun 2013 menjadi USD 176,29 miliar. Lebih rinci, terjadi

penurunan nilai ekspor nonmigas sebesar 2,64 persen dari USD 149,92 miliar menjadi USD 145,96 miliar pada tahun 2014. Sementara itu, nilai ekspor migas menurun sebesar 7,05 persen dari USD 32,63 miliar menjadi USD 30,33 miliar.

Selanjutnya, secara kumulatif neraca perdagangan Indonesia pada tahun 2014 melanjutkan tren defisit yg telah dimulai sejak tahun 2012. Pada tahun 2014 neraca perdagangan mengalami defisit sebesar USD 1,89 miliar. Hal ini disebabkan besarnya defisit neraca perdagangan migas yang mencapai USD 13,13 miliar, sedangkan neraca perdagangan non-migas hanya surplus sebesar USD 11,24 miliar. Namun defisit neraca perdagangan Indonesia pada tahun 2014 masih lebih rendah dibandingkan pada tahun 2013 yang mengalami defisit neraca perdagangan sebesar USD 4,08 miliar. Membaiknya neraca perdagangan Indonesia pada tahun 2014 disebabkan oleh meningkatnya surplus neraca perdagangan non-migas yang tumbuh sebesar 31,38 persen dibandingkan terhadap tahun 2013. Lebih lanjut, meningkatnya surplus neraca nonmigas tahun 2014 disebabkan oleh turunnya nilai impor sebesar 4,7 persen dari USD 141,36 miliar pada tahun 2013 menjadi USD 134,72 miliar pada tahun 2014.

Berdasarkan RPJMN 2015-2019, dalam lima tahun kedepan diproyeksikan nilai total ekspor Indonesia akan tumbuh sebesar 51,16 persen atau meningkat dari USD 189 miliar pada tahun 2015 menjadi USD 285,7 miliar pada tahun 2019. Lebih lanjut, pertumbuhan ini ditopang oleh pertumbuhan ekspor nonmigas sebesar 59,86 persen dan pertumbuhan ekspor migas sebesar 8,98 persen. Diproyeksikan bahwa nilai ekspor nonmigas Indonesia akan meningkat dari USD 156,7 miliar pada tahun 2015 menjadi USD 250,5 miliar pada tahun 2019

- b. Promosi dan *nation branding* dalam pemasaran produk ekspor sangat besar. Citra suatu negara di dunia internasional biasanya diukur melalui peringkat suatu negara menurut *Nation Branding Index* (NBI) yang dikeluarkan oleh beberapa lembaga survei independen asing.

Pada tahun 2013, skor dimensi ekspor NBI Indonesia mencapai angka 46,60 dari 50 negara terpilih. Secara spesifik, skor dimensi ekspor ini merupakan akumulasi dari jawaban responden atas beberapa atribut yang terkait dengan persepsi masyarakat dunia terhadap ekspor Indonesia. Atribut tersebut antara lain berkaitan dengan kontribusi Indonesia terhadap inovasi di bidang ilmu pengetahuan, pengaruh negara asal (*country of origin*) terhadap keinginan masyarakat global untuk membeli suatu produk, dan derajat kreativitas suatu negara.

Pengembangan dan promosi ekspor, terus diupayakan Kementerian Perdagangan dalam peningkatan/perluasan akses pasar serta diversifikasi produk dan pasar ekspor melalui penajaman strategi penetrasi dan diversifikasi pasar tujuan ekspor. Kementerian Perdagangan telah menetapkan komitmen untuk mendorong pertumbuhan ekspor ke negara-negara tujuan baru yang merupakan pasar ekspor prospektif Indonesia,

dengan tidak meninggalkan dan tetap mengembangkan ekspor di negara-negara tujuan utama. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi ketergantungan ekspor Indonesia terhadap negara/kawasan tertentu, sehingga dapat mengantisipasi kondisi-kondisi dimana terjadi penurunan permintaan yang dapat berdampak pada Neraca Perdagangan RI. Selain itu Kementerian Perdagangan terus melakukan upaya untuk menjawab tantangan ASEAN Economic Community yang akan dilaksanakan pada akhir tahun 2015.

- c. Penguatan pasar dalam negeri dalam meningkatkan investasi dan iklim usaha nasional. Dengan penguatan pasar dalam negeri maka pertumbuhan ekonomi akan tetap terjaga dan akan terus menjadi kekuatan Indonesia dalam menghadapi ketidakpastian perekonomian global. Indikasi semakin kuatnya pasar dalam negeri dapat dilihat dari peran Perdagangan Besar dan Eceran yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Perdagangan Besar dan Eceran selama periode tahun 2004–2014 memberikan kontribusi sebesar 13,42 – 15,05 persen terhadap perekonomian Indonesia. Setelah berturut-turut selama tahun 2011 – 2012 pertumbuhan PDB Perdagangan Besar dan Eceran mencapai angka yang tinggi yaitu 8 – 10%, pada tahun 2014 pertumbuhannya turun menjadi sebesar 4,44 persen. Beberapa faktor yang berperan dalam perlambatan pertumbuhan PDB Perdagangan Besar dan Eceran antara lain kenaikan suku bunga, pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS serta turunnya laju investasi yang juga terkait dengan kebijakan suku bunga. Untuk itu, berbagai upaya yang dilakukan dalam menguatkan pasar dalam negeri diantaranya dengan melakukan peningkatan layanan perizinan dan non-perizinan sektor perdagangan. Secara umum, sebagian besar perijinan sudah dilaksanakan secara terintegrasi oleh Unit Pelayanan Perdagangan (UPP).

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dengan tujuan untuk pelayanan global tanpa batas dan hambatan mendorong Kementerian Perdagangan melakukan pembangunan sistem perizinan secara elektronik (*e-licensing*) yang disebut "INATRADE". INATRADE diciptakan sebagai solusi nyata pelayanan tanpa tatap muka yang dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja dalam rangka menciptakan iklim usaha perdagangan yang kondusif. Menteri Perdagangan secara resmi telah meluncurkan *Mandatory Online* bagi pengajuan beberapa jenis perijinan di bidang perdagangan, di Kantor Kementerian Perdagangan pada tanggal 3 Juli 2013. Dengan diluncurkannya *Mandatory Online* ini, proses perijinan tidak lagi dilakukan secara manual. Pada tahun 2013, jumlah pelayanan perizinan Perdagangan Dalam Negeri yang dilayani secara *online* adalah sebanyak 12 jenis perizinan, dengan rata-rata waktu pelayanan 2 hari. Sedangkan jumlah pelayanan perizinan perdagangan ekspor-impor yang dapat dilayani secara *online* sampai dengan akhir tahun 2013 adalah sebanyak 83 jenis.

Perdagangan besar dan eceran selalu memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2014, pertumbuhan sektor perdagangan besar dan eceran adalah sebesar 4,44 persen (dihitung berdasarkan perbandingan data Triwulan I s/d IV Tahun 2014 terhadap Triwulan I s/d IV Tahun 2013), angka ini menurun bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mengalami pertumbuhan sebesar 5,92 persen. Namun demikian, perdagangan besar dan eceran (tidak termasuk hotel dan restoran) selama periode tahun 2004 - 2014 selalu memberikan kontribusi cukup besar, antara 13,42 persen sampai dengan 15,05 persen, terhadap perekonomian Indonesia (dihitung berdasarkan kontribusi PDB sektor perdagangan besar dan eceran terhadap total PDB Indonesia).

- d. Peningkatan pemberdayaan konsumen, standardisasi, tertib ukur, serta pengawasan dan pengendalian mutu barang dan jasa dalam melindungi konsumen. Perlindungan konsumen merupakan prasyarat mutlak dalam mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Hanya melalui keberadaan dan keberdayaan perlindungan konsumen yang memadai, Indonesia mampu membangun kualitas manusia yang berharkat, bermartabat, cerdas, sehat, kuat, inovatif dan produktif, untuk membawa Indonesia memiliki ketahanan nasional, dan jauh lebih berdaya saing di berbagai bidang di kancah internasional.

Peran pemerintah dalam mewujudkan perlindungan terhadap konsumen adalah melalui peningkatan standardisasi, pemberdayaan konsumen, pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar, tertib ukur serta pengendalian mutu barang dan/atau jasa.

Peningkatan upaya perlindungan konsumen diarahkan untuk mendukung tumbuhnya dunia usaha, agar mampu melakukan inovasi dan menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki nilai tambah, berteknologi tinggi dan sarat kandungan bahan lokal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Disamping itu barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tidak mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.

Keterbukaan pasar domestik dewasa ini sebagai konsekuensi dari proses globalisasi ekonomi, harus berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, dimana barang dan/atau jasa yang diperoleh konsumen di pasar telah memiliki kepastian atas kesehatan, keselamatan, keamanan dan lingkungan (K3L).

Sampai dengan tahun 2013 dalam rangka peningkatan perlindungan konsumen, Kementerian Perdagangan telah membuat 9 (sembilan) nota kesepahaman/memorandum of understanding (MoU) dengan beberapa instansi teknis terkait. Dalam lingkup penguatan kelembagaan perlindungan konsumen, Kementerian Perdagangan telah memfasilitasi pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang sampai dengan tahun 2013 telah mencapai 111 unit BPSK yang tersebar di kabupaten/kota.

- e. Penguatan pasokan dan jaringan distribusi dalam menjaga ketersediaan kebutuhan barang pokok dan penting sangat besar. Dalam rangka pengembangan sarana distribusi untuk mendukung logistik nasional dan meningkatkan daya saing Pasar Rakyat, salah satunya dilakukan dengan upaya revitalisasi Pasar Rakyat di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Kementerian Perdagangan berkeyakinan bahwa revitalisasi Pasar Rakyat sangat penting untuk menghilangkan dikotomi pasar modern dengan Pasar Rakyat selain itu upaya revitalisasi pasar diharapkan dapat meningkatkan omset pasar. Revitalisasi Pasar Rakyat merupakan upaya serius dari Kemendag untuk mentransformasi citra Pasar Rakyat dari kesan yang identik dengan kotor, becek, semrawut, bau, gersang dan kumuh menjadi Pasar Rakyat yang bersih, tertib, nyaman dan tepat ukur sehingga daya saing Pasar Rakyat bisa ditingkatkan.

Selama tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 Kementerian Perdagangan telah merevitalisasi sebanyak 498 Pasar Rakyat dan percontohan. Dari 53 pasar percontohan yang direvitalisasi pada tahun 2011 sampai tahun 2013 telah terjadi peningkatan omzet antara 22,39 persen - 253,37 persen dengan rata-rata peningkatan sebesar 54,77 persen.

Disamping pembangunan Pasar Rakyat dan pusat distribusi regional, Kementerian Perdagangan juga menyediakan sarana perdagangan berupa tenda, gerobak dan *coolbox* yang diberikan kepada usaha kecil menengah pada pemerintah daerah kabupaten dan kota. Pada periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 Kementerian Perdagangan telah menyampaikan kepada 128 pemerintah kabupaten/kota sebanyak 7.445 unit tenda, 162 unit gerobak dan *coolbox* sebanyak 9.150 unit.

- f. Pengamanan perdagangan dalam mengamankan industri dalam negeri dari praktek *unfair trade* memainkan peran yang sangat besar dalam perekonomian untuk mengurangi dari kegagalan pasar (*market failure*) dan untuk mengamankan industri dalam negeri dari membanjirnya produk impor yang dapat mengganggu kelangsungan hidup industri dalam negeri. Penanganan penyelidikan *trade remedies* meliputi anti-dumping/tindakan imbalan (dilaksanakan oleh Komite Anti Dumping Indonesia) dan *safeguards* (dilaksanakan oleh Komite Pengamanan Perdagangan Indonesia).

Pada tahun 2013, kasus anti dumping yang telah dapat ditangani oleh Komite Anti Dumping Indonesia (KADI) adalah 7 kasus dari 12 kasus yang ditargetkan. Sedangkan untuk *safeguards* yang berhasil ditangani adalah 8 kasus dari 10 kasus. Tidak tercapainya target tersebut dikarenakan masih terdapat kendala yang dihadapi di antaranya kelengkapan data dan informasi dari pihak pemohon belum yang terpenuhi menurut aturan dan ketentuan yang berlaku, serta masih banyak para pelaku usaha belum memahami dan memanfaatkan instrumen *safeguard*.

- g. Indonesia telah memperkuat perannya di berbagai fora internasional, baik Multilateral, yang bertumpu pada sistem perdagangan multilateral (WTO); Regional, yang terfokus pada ASEAN dan APEC; dan Bilateral, yang berorientasi pada peninjauan pengembangan *Comprehensive Economic Partnership* dan *Free Trade Agreement (FTA)*, serta kerja sama organisasi komoditi internasional. (Tren *regionalism* TPP, TAPP, RCEP).

Jumlah hasil perundingan perdagangan internasional terus meningkat dari tahun 2011-2013 yaitu dari 197 hasil perundingan menjadi 248 hasil perundingan pada tahun 2013. Pada tahun 2012, Indonesia bersama Thailand dan Malaysia dalam kerangka ITRC (*International Tripartite Rubber Council*) dan IRCo (*International Rubber Consortium Limited*) sepakat untuk menerapkan skema pengurangan volume ekspor karet (*Agreed Export Tonnage Scheme/AETS*) yang berhasil meningkatkan harga karet.

Beberapa hasil perundingan perdagangan internasional yang penting dan telah disepakati pada tahun 2013 yaitu 1) Paket Bali pada KTM WTO ke-9, 2) MoU Promosi Perdagangan RI-Liberia, 3) *Protocol to Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related to Trade in Goods*, 4) Persetujuan Kerangka Kerja Perdagangan dan Penanaman Modal antara Kementerian Perdagangan R.I. dan Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Nasional Republik Uni Myanmar, 5) MoU on *Rice Trade* antara Indonesia dan Myanmar, 6) Prakarsa APEC "*Promoting Products which Contribute to Sustainable and Inclusive Growth through Rural Development & Poverty Alleviation*", 7) *Implementasi Indonesia - Pakistan PTA pada 1 September 2013*.

Peningkatan akses pasar, dilakukan pula dengan mencari pasar ekspor baru (prospektif). Sehingga dengan semakin tersebarannya ekspor Indonesia di pasar internasional akan menciptakan tingkat pertumbuhan ekspor yang berkesinambungan (*sustainability export*). Pangsa ekspor ke negara di luar CR-5 diharapkan mengalami peningkatan, yang berarti pasar ekspor mengalami diversifikasi. Dalam kurun waktu 2008-2013, pangsa ekspor ke CR-5 mengalami peningkatan dari 47,5 persen menjadi 50,35 persen.

- h. Peningkatan perdagangan berjangka komoditi (PBK), Sistem Resi Gudang (SRG) dan Pasar Lelang (PL) dalam melindungi konsumsi masyarakat dan memberikan kemudahan kepada pelaku usaha sangat besar. Sistem Perdagangan Berjangka (*Futures Trading*) merupakan salah satu sarana yang efektif untuk mengendalikan resiko akibat fluktuasi harga komoditi dengan melakukan lindung nilai (*hedge*). Kontrak berjangka yang diperdagangkan di Bursa Berjangka menggunakan *underlying* produk komoditi yang diperdagangkan di pasar fisik. Disamping menyediakan sarana lindung nilai, PBK juga merupakan tempat pembentukan harga komoditi secara transparan yang dapat diakses setiap saat oleh para pelaku usaha dan masyarakat, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi harga. Pada tahun 2013 jumlah transaksi multilateral di bidang PBK tercatat sebesar 1.257.829 lot atau sebesar 83,86 persen dari target yang telah ditetapkan yaitu sebesar 1.500.000 lot.

Sistim Resi Gudang merupakan solusi alternatif untuk mendapatkan kredit dengan mudah dengan tingkat bunga rendah guna meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan para petani. Bank dan Lembaga Keuangan non Bank diharapkan dengan pola tertentu dapat mendanai petani/kelompok tani pada masa pra-panen maupun pasca panen untuk meningkatkan produksi dan kontinuitas usaha mereka.

Solusi dalam rangka memberikan akses kredit kepada pelaku usaha dan masyarakat adalah pendanaan dengan agunan Resi Gudang (*Warehouse Receipts Financing -WRF*) melalui Bank dan/atau Lembaga Keuangan non Bank. Dengan adanya dukungan dari lembaga penjaminan akan lebih memberikan keyakinan bagi bank untuk menyalurkan dana pinjaman modal kerja bagi pelaku usaha dan masyarakat. Agar pola pendanaan tersebut lebih aman, selain melibatkan Lembaga Kliring/Penjaminan, juga dapat melibatkan lembaga Sertifikasi Produk, Lembaga Asuransi (*fidelity and general insurance*) dan lain-lain.

Pada tahun 2013, transaksi SRG mencapai Rp 108.95 miliar atau 108,95 persen tingkatan capaian dari target yang ditetapkan yaitu Rp 100 miliar.

- i. Peningkatan peran sektor jasa dalam meningkatkan daya saing perekonomian nasional. Peran sektor jasa terutama pada jasa-jasa infrastruktur seperti perdagangan, hotel dan restoran, keuangan, telekomunikasi, transportasi dan logistik sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing perekonomian nasional. Berdasarkan data dari BPS, selama periode 2010-2014, kontribusi sektor jasa terhadap PDB nasional mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 32,3 persen sehingga proporsi kontribusi sektor jasa terhadap PDB nasional di tahun 2014 menjadi sebesar 55,73 persen.

Dari sisi subsektoral, kontribusi subsektor jasa terhadap PDB masih didominasi oleh peran dari subsektor perdagangan, hotel dan restoran. Pentingnya peran sektor perdagangan, hotel dan restoran dalam perekonomian nasional terlihat dari *share* PDB sektor dimaksud terhadap total PDB yang mencapai 18,02 persen pada tahun 2014, atau berada di urutan kedua setelah peran dari sektor industri pengolahan yang mencapai 25,5 persen. Sementara itu, terkait ketenagakerjaan, peran sektor perdagangan, hotel, dan restoran terlihat dari jumlah tenaga kerja yang diserap kedalam sektor ini. Pada tahun 2013, jumlah tenaga kerja sektor perdagangan, hotel dan restoran tercatat sebanyak 24,8 juta jiwa.

Adapun secara kualitas, semakin pentingnya sektor perdagangan terlihat dari kegiatan-kegiatan yang lebih mengedepankan kualitas jasa perdagangan untuk mendukung sektor industri, pertanian, kehutanan, perikanan, turisme, pertambangan, dan lain-lain. Dukungan kegiatan tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap meningkatnya

kontribusi sektor perdagangan terhadap perekonomian nasional dan perannya dalam hal ketenagakerjaan.

- j. Peningkatan kinerja organisasi dalam mendukung *good governance*. Dalam mendukung hal tersebut, Kementerian Perdagangan telah menerapkan Standar Prosedur Operasi/ *Standard Operating Procedures* (SOP) yang merupakan pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah. Pada tahun 2013, telah dilakukan penyusunan SOP Mikro di setiap unit Eselon II di lingkungan Kementerian Perdagangan yang berjumlah 1758 draft SOP Mikro.

Dalam mendukung *good governance* dilakukan pula peningkatan kinerja keuangan dan *performance* organisasi. Pada tahun 2012, berdasarkan hasil Opini BPK atas Laporan Keuangan Kementerian, Kementerian Perdagangan memperoleh status 'Wajar Tanpa Pengecualian' dan peringkat ke-3 atas penilaian PIAK (Program Inisiatif Anti Korupsi) yang penilaiannya dilakukan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Sedangkan dalam penilaian atas akuntabilitas kinerja pada tahun 2013, Kementerian Perdagangan memperoleh nilai 72,06 dengan predikat penilaian B atas hasil evaluasi Kementerian PAN & RB terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi.

Rencana strategis pembangunan perdagangan 2015–2019 merupakan pedoman bagi Kementerian Perdagangan dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya untuk mendukung Pemerintah dalam mewujudkan visi dan misi Nasional hingga 2025 yang akan difokuskan pada pencapaian visi dan misi pembangunan nasional 2015–2019.

Rencana strategis perdagangan akan dijabarkan dalam: visi, misi, tujuan, sasaran strategis, arah kebijakan serta program dan kegiatan pembangunan perdagangan yang akan dilaksanakan selama periode 2015–2019.

### Peran Sektor Perdagangan Dalam Perekonomian

Peran sektor perdagangan dalam perekonomian nasional sangat signifikan, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas, pentingnya peran sektor perdagangan terlihat dari peningkatan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor perdagangan (besar dan eceran) dalam Pendapatan Nasional. Berdasarkan data dari BPS, nilai PDB Riil sektor perdagangan terhadap perekonomian nasional selama periode 2004 –2014 terus menunjukkan peningkatan positif dari tahun ke tahun, yaitu Rp. 222,3 triliun pada tahun 2004, menjadi Rp.437,78 triliun pada tahun 2014. Kontribusi sektor perdagangan dalam perekonomian nasional juga terbilang cukup signifikan. Sektor lapangan usaha perdagangan besar dan eceran menempati posisi kedua di bawah sektor industri pengolahan non-migas dimana *share* PDB atas sektor lapangan usaha Perdagangan besar dan eceran mencapai 15,05 persen dari total PDB atau sebesar 15,75 persen dari PDB Non-Migas Indonesia pada tahun 2014.

Secara kualitas, semakin pentingnya sektor perdagangan terlihat dari kegiatan-kegiatan yang lebih mengedepankan kualitas jasa perdagangan untuk mendukung sektor industri, pertanian, kehutanan, perikanan, turisme, pertambangan, dan lain-lain. Dukungan kegiatan tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap meningkatnya kontribusi sektor perdagangan.

Kegiatan-kegiatan ini antara lain meliputi perbaikan pelayanan publik, iklim usaha, infrastruktur terkait ekspor-impur seperti peningkatan kapasitas peti kemas (*twenty-foot equivalent unit* per tahun), pembangunan sekaligus revitalisasi dan harmonisasi pasar rakyat-pasar percontohan-pasar modern, penyediaan kebutuhan pokok, dan stabilisasi harga serta sinergi pengembangan UMKM dan petani di bidang perdagangan.

Pentingnya peran sektor perdagangan juga terlihat dari jumlah tenaga kerja yang diserap kedalam sektor ini. Jumlah tenaga kerja sektor perdagangan, hotel dan restoran pada tahun 2014 (Februari) tercatat sebanyak 25,81 juta jiwa, yang tertinggi setelah sektor pertanian. Jumlah tersebut meningkat drastis hingga 15,11 persen dibanding tahun 2010. Hal ini menunjukkan bahwa upaya Kementerian Perdagangan dalam pengembangan perdagangan dalam negeri dan luar negeri dinilai cukup efektif dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Mayoritas tenaga kerja di bidang perdagangan berasal dari sektor usaha mikro, kecil dan menengah, seperti: pedagang eceran di pertokoan, warung, dan ritel tradisional. Melalui peningkatan sinergi dan koordinasi dengan sektor ekonomi kreatif, maka 70 persen tenaga kerja sektor perdagangan yang masih diisi oleh usaha informal tersebut dapat ditingkatkan statusnya dan membuka peluang kesempatan kerja yang signifikan.

Dalam rangka pencapaian peningkatan daya saing bangsa, sektor perdagangan senantiasa dihadapkan pada tantangan eksternal dan internal. Tantangan dan hambatan tersebut mempengaruhi kinerja Kementerian Perdagangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Meningkatnya perekonomian secara global memberikan keterkaitan peluang sekaligus ancaman bagi pembangunan sektor perdagangan. Pada awal tahun 2013, perekonomian Indonesia masih terpengaruh oleh krisis ekonomi global dimana pemulihan dampak krisis tidak serta merta diikuti peningkatan daya beli masyarakat di negara-negara tujuan ekspor utama, seperti Amerika Serikat dan Eropa. Masih lesunya aktivitas perekonomian dunia tersebut menyebabkan kinerja ekspor non-migas Indonesia pada tahun 2014 mencatat pertumbuhan negatif sejak tahun 2012.

Tantangan lain yang dihadapi sektor perdagangan nasional dalam peningkatan kinerja ekspor di tahun 2014 adalah menurunnya harga-harga komoditi dunia sejak tahun 2013. Stagnasi harga komoditi dunia sangat mempengaruhi kinerja ekspor Indonesia yang masih sangat didominasi oleh ekspor produk berbasis komoditi. Oleh karena itu,

meningkatkan kinerja ekspor non-komoditi menjadi prioritas Kementerian Perdagangan sejak tahun 2013 dengan mendorong kebijakan hilirisasi sektor perdagangan. Hilirisasi menjadi salah satu isu strategis di tahun 2013 melalui pembatasan ekspor bahan mentah/baku, seperti rotan dan minerba (mineral dan batubara), sehingga memberi insentif pertumbuhan industri di dalam negeri.

Dari sisi internal, dalam rangka penciptaan iklim usaha yang kondusif dan terkait dengan efektifitas dan efisiensi dunia usaha kedepan diharapkan mampu meningkatkan performa perdagangan dan investasi di dalam negeri. Esensi daya saing yang berkelanjutan terletak pada bagaimana menggerakkan dan mengelola seluruh potensi sumber daya yang dimiliki. Sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta peran serta Kementerian Perdagangan, dalam rangka membangun daya saing tersebut, perlu adanya suatu sistem manajemen yang efektif dan efisien yang berbasis kinerja harus sejalan dan sinergi dengan perkembangan dinamika pembangunan perdagangan. Selain itu, Kementerian Perdagangan sebagai pembina sektor juga terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan publik dan perbaikan kinerja manajemen dalam kerangka Reformasi Birokrasi serta meningkatkan pelayanan perizinan diantaranya melalui peningkatan jumlah izin yang tertangani secara *online* dan mempercepat waktu penyelesaian perizinan.

### Perdagangan Luar Negeri

Stagnasi pertumbuhan ekonomi negara-negara tujuan ekspor utama seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Uni Eropa sebagai dampak dari krisis ekonomi global sedikit banyak telah mempengaruhi neraca perdagangan luar negeri Indonesia. Secara umum, meskipun neraca perdagangan Indonesia pada tahun 2014 masih melanjutkan tren pertumbuhan yang negatif, tetapi secara keseluruhan kinerja perdagangan luar negeri Indonesia pada tahun 2014 menunjukkan perbaikan bila dibandingkan tahun 2013.

Meskipun pada tahun 2014 neraca perdagangan secara total masih mengalami defisit, namun nilai defisit pada tahun 2014 berkurang sebesar 53,74 persen dari USD -4,07 miliar pada tahun 2013 menjadi sebesar USD -1,88 miliar. Lebih lanjut, membaiknya neraca perdagangan pada tahun 2014 terutama disebabkan oleh meningkatnya neraca perdagangan nonmigas Indonesia yang tumbuh sebesar 31,38 persen dari USD 8,55 miliar pada tahun 2013 menjadi sebesar USD 11,24 miliar pada tahun 2014.

Kinerja ekspor Indonesia selama periode 2010–2014 menunjukkan tren pertumbuhan, dari USD 116,5 miliar pada tahun 2009 menjadi USD 176,3 miliar pada tahun 2014.

Tabel 1.2

## Perkembangan Nilai dan Pertumbuhan Ekspor Indonesia 2010–2014

Uraian	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Nilai Ekspor (USD Juta)</b>					
Total Ekspor	157.779,10	203.496,60	190.020,30	182.551,80	176.292,66
Ekspor Migas	28.039,60	41.477,00	36.977,30	32.633,00	30.331,86
Ekspor Nonmigas	129.739,50	162.019,60	153.043,00	149.918,80	145.960,80
Pertanian	5.001,90	5.165,80	5.569,20	5.713,00	5.770,58
Industri	98.015,10	122.188,70	116.125,10	113.029,90	117.329,86
Pertambangan	26.712,60	31.329,90	31.159,50	19.692,30	22.850,04
Lainnya	9,9	3.335,2	189,2	11.483,6	10,32
<b>Pertumbuhan (persen)</b>					
Total Ekspor	35,42	28,98	-6,62	-3,93	-3,43
Ekspor Migas	47,43	47,92	-10,85	-11,75	-7,05
Ekspor Nonmigas	33,08	24,88	-5,54	-2,04	-2,64
Pertanian	14,91	3,28	7,81	2,58	1,01
Industri	33,47	24,66	-4,96	-2,67	3,80
Pertambangan	35,65	29,72	-9,59	-0,54	16,04

Sumber: Badan Pusat Statistik (2015)

Selama periode 2010-2014, kinerja ekspor Indonesia mencapai puncaknya pada tahun 2011 yang mencapai USD 203,5 miliar, yang juga merupakan nilai tertinggi sepanjang sejarah. Namun, adanya krisis ekonomi global telah berdampak pada kinerja ekspor Indonesia. Dapat dilihat dari ekspor Indonesia yang mengalami penurunan sejak tahun 2012. Ekspor di tahun 2014 juga mengalami penurunan sebesar 3,43 persen menjadi USD 176,3 miliar. Selain dampak dari krisis ekonomi global, penurunan kinerja ekspor juga terjadi akibat penurunan harga komoditi utama ekspor Indonesia.

Namun demikian, struktur produk ekspor non-migas Indonesia pada periode 2010–2014 sudah mengalami diversifikasi, dimana semula didominasi oleh komoditi bernilai tambah rendah (ekspor non-manufaktur), saat ini sudah mulai didominasi oleh komoditi yang bernilai tambah relatif tinggi, yaitu komoditi sektor Industri.

Berdasarkan data yang bersumber dari BPS, struktur nilai ekspor Indonesia pada tahun 2014 terdiri dari 66,55 persen produk industri pengolahan, 3,27 persen produk pertanian, dan 12,97 persen produk pertambangan dan lainnya. Lebih lanjut, rata-rata komposisi ekspor non-migas 2014 adalah sebagai berikut: produk industri berkontribusi sebesar 80,38 persen senilai USD 117,33 miliar, sementara sisanya adalah sektor pertambangan dan pertanian yang berperan masing-masing sebesar 15,65 persen senilai USD 22,85 miliar dan 3,95 persen senilai USD 5,77 miliar.

**Tabel 1.3**  
**Perkembangan Nilai dan Pertumbuhan Ekspor Jasa Indonesia 2010–2014**

Uraian	2010	2011	2012	2013	2014
Nilai Ekspor Jasa (USD Juta)					
Neraca	-9790,5	-9803,27	-10564,2	-12071,65	-10532,44
Ekspor	16.670,49	21.888,15	23.660,23	22.944,08	23.123,22
Impor	26.460,99	31.691,42	34.224,43	35.015,73	33.655,66

Sumber: Bank Indonesia (2015)

Terkait dengan ekspor jasa Indonesia, data Bank Indonesia periode 2010 – 2014 menunjukkan bahwa neraca perdagangan jasa Indonesia mengalami pertumbuhan yang negatif sebesar -7,58 persen dari USD -9,79 miliar pada tahun 2010 menjadi USD -10,53 miliar pada tahun 2014. Lebih rinci, defisit neraca perdagangan jasa Indonesia disebabkan pertumbuhan impor jasa sebesar 27,19 persen dari USD 26,46 miliar pada tahun 2010 menjadi USD 33,65 miliar pada tahun 2014. Sementara itu, ekspor jasa hanya tumbuh sebesar 38,71 persen dari USD 16,67 miliar pada tahun 2010 juta menjadi USD 23,12 miliar pada tahun 2014.

Upaya diversifikasi pasar tujuan ekspor Indonesia pun sudah menunjukkan hasil. Pangsa pasar ekspor Indonesia di pasar prospektif semakin menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, dari sebesar 21,24 persen pada tahun 2010, menjadi 26,70 persen pada tahun 2014.

**Tabel 1.4**  
**Pangsa Pasar Ekspor Nonmigas Periode 2010–2014**

Uraian	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Nilai Ekspor Nonmigas (USD Juta)</b>					
Dunia	129.739,50	162.019,58	153.043,00	149.918,76	145.960,80
Pasar Ekspor Utama	102.187,11	126.134,93	117.964,59	114.845,94	106.988,50
Amerika	13.326,46	15.684,24	14.590,94	15.081,92	15.856,80
Singapura	9.553,57	11.113,44	10.550,90	10.385,82	10.065,90
Jepang	16.496,48	18.330,12	17.231,24	16.084,14	14.565,80
Uni Eropa	17.083,76	20.445,75	17.948,89	16.669,34	16.813,70
RRT	14.080,95	21.595,58	20.864,07	21.281,58	16.458,90
India	9.851,21	13.278,98	12.446,75	13.009,82	12.223,70
Korea Selatan	6.869,69	7.565,77	6.684,56	6.052,48	5.716,80
Malaysia	7.753,59	9.200,15	8.469,04	7.268,24	6.397,20
Thailand	4.054,40	5.242,50	5.490,20	5.214,10	5.002,90
Filipina	3.117,00	3.678,40	3.688,00	3.798,50	3.886,80
Pasar Ekspor Prospektif	27.552,39	35.884,65	35.078,41	35.072,82	38.972,30
Taiwan	3.252,30	4.205,10	4.094,10	3.731,70	3.883,70
Hongkong	2.501,40	3.215,20	2.631,70	2.693,30	2.777,60
Turki	1.073,70	1.433,40	1.363,40	1.536,20	1.446,10
Saudi Arabia	1.167,30	1.430,10	1.771,40	1.734,00	2.156,20
Uni Emirat Arab	1.473,90	1.715,40	1.614,90	1.584,00	2.501,40
Rusia	609,40	863,50	867,30	930,30	1.052,90
Brasilia	1.528,20	1.702,60	1.485,90	1.514,40	1.498,20
Australia	2.363,40	3.078,50	3.358,50	2.973,30	3.696,50
Afrika Selatan	680,70	1.413,90	1.650,30	1.270,10	1.379,10
Lainnya	12.902,09	16.826,95	16.240,91	17.105,52	18.580,60
<b>Pangsa Pasar</b>					
Pasar Ekspor Utama	78,76%	77,85%	77,08%	76,61%	73,30%
Pasar Ekspor Prospektif	21,24%	22,15%	22,92%	23,39%	26,70%

**Sumber: Badan Pusat Statistik (diolah)**

Dalam hal impor, Kementerian Perdagangan berupaya mengelola impor yang berorientasi pada kepentingan nasional, yaitu sesuai standar kesehatan, keamanan, keselamatan, lingkungan, dan moral bangsa. Pengelolaan impor juga diarahkan untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat dan transparan di dalam negeri, sehingga tidak terjadi perdagangan yang tidak adil dan memastikan impor yang masuk melalui perjanjian perdagangan bebas (FTA) memenuhi syarat.

Pertumbuhan impor selama periode 2009–2013, khususnya nonmigas, meningkat rata-rata 10,0 persen per tahun. Namun pada tahun 2014 pertumbuhan impor menjadi negatif 4,5 persen dengan rincian impor migas turun sebesar 4 persen dan impor nonmigas turun 4,7 persen. Impor nonmigas sebagian besar merupakan impor bahan baku atau penolong dan barang modal untuk memenuhi kebutuhan investasi dan produksi di dalam negeri, termasuk yang berorientasi ekspor, seperti

barang mesin dan peralatan elektronik serta barang mesin dan peralatan listrik. Negara yang menjadi sumber impor nonmigas terbesar Indonesia adalah RRT, Jepang, dan Singapura, Ketiga negara tersebut memberikan kontribusi sebesar 42,7 persen dari total impor nonmigas Indonesia tahun 2014.

Membaiknya kinerja perdagangan internasional Indonesia tidak lepas dari berbagai upaya yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, antara lain:

- a. Perbaikan iklim usaha untuk meningkatkan daya saing ekspor dan investasi. Melalui upaya ini telah dilakukan penyempurnaan berbagai kebijakan dalam rangka mendukung peningkatan ekspor komoditi pertanian, industri, dan pertambangan.
- b. Fasilitasi perdagangan luar negeri melalui peningkatan kelancaran arus barang dan pengurangan ekonomi biaya tinggi.
- c. Pelaksanaan pembangunan dan pengembangan *National Single Window* untuk pelayanan perizinan ekspor impor.
- d. Penerapan strategi pengembangan ekspor melalui pendekatan produk atau sektor (10 produk utama dan 10 produk potensial) dan pendekatan pasar (pasar utama dan pasar prospektif).
- e. Peningkatan produk dan akses pasar melalui: partisipasi pada pameran dagang di luar negeri, penyelenggaraan *Trade Expo* Indonesia, pengiriman misi dagang, kerjasama perdagangan internasional di berbagai fora, penciptaan merek, identifikasi potensi ekspor, kerjasama dengan *Trade Promotion Organization* dalam rangka pemberdayaan eksportir dan pengembangan produk, dan berbagai kegiatan peningkatan kualitas dan kuantitas ekspor lainnya.

### Kerjasama dan Diplomasi Perdagangan

Perekonomian nasional selalu bergerak di tengah dinamika perekonomian regional dan internasional. Dalam era teknologi informasi, komunikasi dan transportasi seperti saat ini, praktis tidak ada satu Negara di dunia yang dapat mengisolasi dirinya dari pengaruh perkembangan regional dan global, termasuk di bidang ekonomi dan perdagangan. Dinamika perekonomian dunia cenderung semakin cepat dan mengubah peta perdagangan dunia secara mendasar, maka perlu dilakukan penyesuaian strategi kerja sama perdagangan internasional dari waktu ke waktu demi sebesar-besarnya kepentingan nasional Indonesia.

Indonesia sebagai salah satu *emerging market* yang terus tumbuh di tengah krisis Eropa, memiliki potensi yang cukup besar perihwal kerja sama dan diplomasi dalam perdagangan internasional. Potensi ini yang kemudian dapat dimanfaatkan guna mendorong pertumbuhan ekonomi melalui perdagangan internasional (ekspor dan impor) serta melalui kerja sama perdagangan dan investasi strategis.

Saat ini perkembangan perekonomian dunia sangatlah cepat sehingga Indonesia harus siap dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan negara lain. Total kerja sama perdagangan bilateral dan regional di Dunia yang telah dinotifikasikan ke WTO adalah 583 perjanjian. Sedangkan total perdagangan yang telah diimplementasikan adalah 377 perjanjian terdiri dari 307 perjanjian bilateral dan 70 perjanjian regional.

Untuk mencapai tujuan tersebut, lebih khusus dalam rangka meningkatkan akses pasar barang dan jasa serta mengamankan kebijakan perdagangan nasional di fora internasional, dilakukan multitrack strategy di fora multilateral, regional, dan bilateral.

Selain itu dalam melakukan tindakan ofensif untuk kepentingan ekspor, Indonesia saat ini tengah memasuki tahap retaliasi terkait kemenangan Indonesia atas gugatan kasus clove cigarette dengan Amerika Serikat dan telah mengajukan gugatan atas kebijakan Australia Plain Packaging of Tobacco.

Isu lain perlu mendapat perhatian serius adalah klarifikasi Indonesia atas beberapa kebijakan perdagangan dan kebijakan terkait perdagangan yang diterapkan Indonesia atas pertanyaan-pertanyaan Negara anggota WTO. Kebijakan-kebijakan Indonesia yang mendapat perhatian serius tersebut antara lain kebijakan impor produk hortikultura dan ketentuan ekspor produk pertambangan.

Beberapa hasil diplomasi perdagangan dan rencana perundingan Indonesia dengan negara mitra dagang di berbagai fora internasional ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1.5

## Negosiasi dan Kesepakatan Multilateral, Regional dan Bilateral

Forum	Negosiasi dan Kesepakatan
Multilateral	<p><i>World Trade Organization (WTO)</i>: Indonesia berhasil sebagai Tuan Rumah Konferensi Tingkat Menteri ke-9 yang menghasilkan Paket Bali. Tindak lanjut Paket Bali antara lain Trade Facilitation, <i>Permanent Solution</i> untuk proposal G33 terkait <i>food security</i>, isu <i>export competition</i>, administrasi <i>Tariff Rate Quota</i>, <i>Duty Free Quota Free (DFQF)</i>, cotton, monitoring mechanism (S&amp;D). Tindak lanjut Doha <i>Development Agenda (DDA)</i> akan ditetapkan pada Desember 2014.</p> <p><i>International Coffee Organization (ICO)</i>: Menjadi anggota pada tahun 2008 dan disahkan berdasarkan Perpres No. 63 Tahun 2008 tentang Pengesahan <i>International Coffee Agreement 2007</i>. Keanggotaan dalam organisasi ini dalam upaya meningkatkan nilai ekspor melalui akses pasar dan stabilisasi harga.</p>

Forum	Negosiasi dan Kesepakatan
	<p><i>International Pepper Community (IPC)</i>: Menjadi anggota pada tahun 1972 dan disahkan berdasarkan Keppers No. 51 tahun 1971. Keanggotaan dalam organisasi ini untuk akses pasar lada dan peningkatan Ekspor.</p>
Regional	<p><i>APEC</i>: Prakarsa “<i>Promoting Products which Contribute to Sustainable and Inclusive Growth through Rural Development &amp; Poverty Alleviation</i>”. Finalisasi <i>product coverage</i>. Pada CTI2 dan SOM2 bulan Mei 2014 telah mengesahkan daftar 144 produk dalam HS 6 digit yang dinominsaiskan oleh 11 ekonomi. Telah diusulkan daftar produk yang disepakati dinamakan “<i>APEC Development Product</i>”.</p> <p><i>International Tripartite Rubber Council (ITRC)</i>: Organisasi ini terbentuk pada Desember 2001 dengan penandatanganan <i>Joint Ministerial Declaration</i>. ITRC telah berhasil menjaga stabilitas harga karet.</p> <p>ASEAN dan ASEAN Mitra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ASEAN Free Trade Agreement (ASEAN FTA) fokus atas pelaksanaan <i>AEC Blueprint</i> dan <i>forward ASEAN Economic Community (AEC) 2015 and beyond 2015</i>.</li> <li>• Implementasi dan <i>upgrading ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA)</i> dan implementasi <i>work program upgrading ACFTA</i> untuk tahun 2015..</li> <li>• Implementasi ASEAN – Korea FTA (AKFTA) 2004 dan <i>review sensitive track</i>, fokus kepada upaya penyelesaian permasalahan transposisi AKFTA. Finalisasi <i>joint impact assessment the ASEAN Korea Trade in Services Agreement (AKTISA)</i>.</li> <li>• ASEAN – Japan <i>Comprehensive Economic Partnership Area (AJCEPA)</i>, Indonesia belum menjadi <i>implementing party</i> karena transposisi HS 2002 – 2007 dan HS 2007 – 2012 belum selesai. Fokus saat ini terhadap penyelesaian perundingan Perdagangan Jasa dan investasi AJCEP dan upaya implementasi Persetujuan Perdagangan Barang AJCEP bagi Indonesia.</li> <li>• ASEAN – India <i>Free Trade Agreement (AIFTA)</i>, Fokus atas upaya penandatanganan Persetujuan Perdagangan Jasa dan Investasi AIFTA. <i>Review Persetujuan Perdagangan Barang AIFTA</i>, khususnya terkait <i>Rules of Origin</i>.</li> <li>• ASEAN – Hong Kong <i>Free Trade Agreement</i>, pada</li> </ul>

Forum	Negosiasi dan Kesepakatan
	<p>pertemuan awal membahas mengenai <i>scoping paper</i> dan kesepakatan untuk membentuk 7 (tujuh) Working Group yaitu: (i) <i>Working Group on Rules of Origin (WG-ROO)</i>; (ii) <i>Working Group on Customs Procedures and Trade Facilitation (WG-CPTF)</i>; (iii) <i>Working Group on Sanitary and Phytosanitary Measures (WG-SPS)</i>; (iv) <i>Working Group on Standards, Technical Regulations, and Conformity Assessment Procedures (WG-STRACAP)</i>; (v) <i>Working Group on Legal and Institutional Issues (WG-LII)</i>; (vi) <i>Working Group on Trade in Services (WG-TIS)</i>; dan (vii) <i>Working Group on Investment (WGI)</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ASEAN - Australia - New Zealand Free Trade Agreement FTA (AANZFTA), Fokus pada proses ratifikasi <i>First Protocol to Amend AANZFTA</i> dan <i>Review Non-Tariff Measures</i>.</li> <li>• <i>Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)</i>, Putaran ke-4 telah dilaksanakan tanggal 31 Maret - 4 April 2014 di Nanning, China. Pertemuan kelima telah dilaksanakan pada akhir Juni 2014 di Singapura. Indonesia sebagai <i>chair</i> dari <i>Trade Negotiating Committee</i>. Fokus pada empat area, yaitu perdagangan barang, jasa, investasi dan kerjasama ekonomi dan teknis.</li> </ul>
Bilateral	<p>Japan/EPA: Implementasi pada 1 Juli 2008. <i>Review Perjanjian Tahun 2014</i> (transportation HS 2003, HS 2007 to HS 2012). Proses penyusunan materi review IJEPA dan penyelesaian masalah internal terkait transposisi tariff.</p> <p>Pakistan/PTA/CTEP: Implementasi PTA telah diberlakukan dari 1 September 2013.</p> <p>Korea Selatan/CEPA: Memasuki perundingan putaran ke-7. <i>Konsesi Trade in Goods</i> dan akan membahas lebih lanjut mengenai <i>Package Deal for Investment</i>. Pembahasan penyelesaian <i>Annex on Movement of Natural Persons (MNP)</i>.</p> <p>Australia/CEPA: Memasuki perundingan putaran ke-2. Penekanan pada investasi, <i>capacity building</i> dan <i>economic cooperation</i>.</p> <p>India/CECA: Konsultasi Pra-Negosiasi ke-1. Pembahasan mencakup <i>terms of reference, guiding principles and modalities, scope and structure</i>. Direncanakan dilaksanakan pada tanggal 21-25 Juli 2014 atau 11-15 Agustus 2014 di New Dehli <i>back to back</i></p>

Forum	Negosiasi dan Kesepakatan
	<p>dengan pertemuan ke-2 Indonesia-India <i>Biennial Trade Ministers Forum</i> (BTMF)</p> <p>Uni Eropa/CEPA: Dalam proses penyelesaian <i>Draft Scoping Paper for EU-CEPA</i>. Isu utama bagi Indonesia: tingkat liberalisasi (<i>level of ambition</i>), pajak ekspor, kebijakan persaingan dan <i>sustainable development</i>.</p> <p>Chile/CEPA: Negosiasi pertama telah dilaksanakan pada tanggal 26-27 Mei 2014 di Santiago, Chile. Pembahasan dilakukan bertahap dimulai dengan <i>Trade in Goods</i>.</p> <p>Peru/CEPA: <i>Joint Study</i> telah dilaksanakan pada pertengahan April 2014 dengan penekanan pada <i>Preferential Trade Agreement</i>.</p> <p>UK/Vision Group 2030: Terdapat 4 (empat) rekomendasi mengenai infrastruktur, ekonomi kreatif, sektor keuangan dan pendidikan yang telah disampaikan pada pertemuan <i>Annual Trade Talk</i>.</p> <p>Iran/PTA: Telah melaksanakan Perundingan Putaran ke-1. Menyepakati untuk menggunakan <i>HS Code 2012</i>, membahas <i>custom tariff 2012</i> dari Iran, TNC ke-2 telah dilaksanakan pada bulan Juni 2014.</p> <p>EFTA/CEPA: Penyelesaian isu <i>Price compensation measure</i> produk pertanian, <i>no commitment</i> pada beberapa produk pertanian, MNP; Kedua pihak juga telah bertukar <i>initial offer (services)</i>.</p> <p>Tunisia/JSG: Perundingan Putaran ke-2 menekankan pada <i>Preferential Trade Agreement</i>.</p> <p>Mesir/JSG: Menindaklanjuti <i>Join Study Group</i>.</p> <p>Nigeria/JSG: Saat ini dalam proses menyusun tim <i>Join Study Group</i>.</p>

Sumber: Kementerian Perdagangan

### Iklm Usaha Perdagangan

Datangnya era globalisasi merupakan keniscayaan yang tak bisa dihindari. Bagi dunia perdagangan, era ini telah menelurkan sebuah sistem liberalisasi perdagangan, dimana setiap orang di seluruh dunia ini bisa melakukan transaksi tanpa batas waktu, tempat dan kondisi.

Bagi perekonomian nasional, liberalisasi perdagangan tentu saja tak hanya memberikan tantangan tetapi juga peluang. Karenanya, untuk menghadapi era baru ini tak hanya dibutuhkan semangat dan optimisme

dalam menangkap peluang, tetapi juga butuh berbagai strategi dan kebijakan yang agar liberalisasi tersebut memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan pertumbuhan ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat.

Adapun problem utama yang perlu dicermati dalam konteks menghadapi persaingan global tersebut, bagi dunia perdagangan adalah bagaimana meningkatkan daya saing berbagai produk dan komoditas dalam negeri di pasar domestik maupun internasional. Sebagai catatan, saat ini indeks daya saing Indonesia masih lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti Brazil, India, Korea dan China.

Bila dicermati, ada beberapa cara yang telah ditempuh oleh beberapa negara tersebut untuk meningkatkan daya saing produk domestiknya. Salah satunya adalah dengan menerapkan tarif bea masuk yang relatif lebih tinggi dari Indonesia. Fakta ini menunjukkan bahwa negara-negara yang dengan daya saing yang cukup tinggi pun masih merasa perlu untuk melindungi pasar dalam negerinya.

Dari sisi pelaku usaha, pemerintah Indonesia menyadari bahwa daya saing produk juga ditentukan oleh proses kemudahan dalam proses perizinan usaha dan yang terkait dengannya. Dalam hal ini, Wakil Presiden, selaku Ketua Komite Pengarah Reformasi Birokrasi Nasional, telah menyatakan bahwa meningkatnya peringkat *doing business* merupakan salah satu *quickwins* reformasi birokrasi nasional.

Terkait dengan itu Kemendag RI berkomitmen melakukan optimalisasi penggunaan perizinan *online* ekspor/impur, dan kemudahan perizinan usaha lainnya serta melakukan penyederhanaan-penyederhanaan perizinan perdagangan dalam negeri. Selain itu, adalah dengan menempuh strategi peningkatan iklim usaha dan kelembagaan perdagangan dalam negeri yang sehat dan berkeadilan melalui regulasi serta pelayanan publik yang prima.

Adapun strategi Peningkatan Pelayanan Penerbitan SIUP-TDP yang akan dilakukan adalah: 1) Perubahan UU No. 3/1982 tentang Pendaftaran Perusahaan dan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Surat Izin Usaha Perdagangan; 2) Dalam rangka target 2014 (pelayanan SIUP TDP 2 hari), maka ketentuan di setiap daerah harus lebih fleksibel. Dengan demikian ketentuan penerbitan SIUP TDP agar tidak di-Perda-kan (cukup melalui peraturan Bupati/Walikota; 3) Standardisasi Mutu Layanan Penerbitan Izin Usaha Perdagangan dan Secara Nasional; 4) Sosialisasi intensif terhadap perubahan kebijakan yang menjadi landasan operasional pelayanan SIUP dan TDP di daerah.

## Perdagangan Dalam Negeri

### Potensi Pasar Domestik

McKinsey Global Institute dalam laporan risetnya berani memproyeksikan Indonesia sebagai negara berperekonomian terbesar

ketujuh dunia pada tahun 2030 nanti, yakni dengan 135 juta konsumen potensial dengan pasar bernilai USD 1,8 triliun. Angka-angka itu menunjukkan besarnya potensi pasar domestik yang bisa dioptimalkan, baik oleh para investor maupun para pelaku usaha dalam negeri. Dengan kata lain, fakta ini merupakan tantangan bagi para pelaku industri manufaktur dalam negeri untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan global dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa konsumen pasar domestik.

Adapun kunci utama untuk berdiri kokoh dalam persaingan tersebut adalah kemampuan berinovasi, baik dari segi produksi maupun dari sisi pemasarannya. Hal ini penting karena kelas menengah Indonesia yang sedang tumbuh pesat saat ini merupakan konsumen-konsumen cerdas yang dinamis, berselera tinggi dan memiliki daya beli yang cukup kuat.

Bahkan, mayoritas mereka ini diprediksi para pakar ekonomi tidak akan mempersoalkan harga, tapi lebih mementingkan desain, kualitas, dan keragaman produk. Karena itu, dalam peta persaingan perdagangan domestik ke depan para pelaku usaha nasional dituntut untuk mampu menjawab kebutuhan konsumen yang menghendaki produk-produk yang berkualitas, inovatif, variatif dan harga yang bersaing.

### Sektor Infrastruktur dan Logistik Penentu Daya Saing

Dalam dunia perdagangan, semua aktivitas di sektor logistik memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan daya saing sebuah produk atau komoditas. Artinya, produk atau komoditas yang unggul sekalipun tidak akan mampu bersaing di tengah-tengah persaingan pasar yang ada. Sebab, besarnya biaya logistik akan sangat berpengaruh kepada kekompetitifan harga dari produk atau komoditas.

Semua itu adalah tantangan besar yang harus bersama-sama diselesaikan untuk mendukung kinerja perdagangan dalam negeri dan juga perdagangan luar negeri secara umum. Karena, efektivitas waktu dan efisiensi biaya logistik harus menjadi muara dari semua aktivitas logistik tersebut.

Paling tidak, ada dua faktor penyebab rendahnya daya saing beberapa produk dan komoditas Indonesia. Pertama, adalah tingginya biaya logistik itu. Yakni, akumulasi dari biaya sejumlah indikator yang terkait langsung dengan biaya logistik. Diantara unsur-unsur yang menjadi penyebab tingginya biaya logistik itu adalah; 1) Belum optimalnya pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung proses pemantauan arus barang antar wilayah; 2) Sarana yang mahal dalam hal pengadaan alat angkut truk dan kapal laut (pajak dan suku bunga tinggi); 3) Masih ada sejumlah regulasi logistik yang tidak sinkron antara pemerintah pusat dan daerah; 4) Rendahnya kompetensi SDM logistik; 5) Masih mengandalkan sejumlah armada yang tidak layak beroperasi.

Kedua, lamanya waktu kirim juga termasuk hal yang menyebabkan kurang kuatnya daya saing komoditas Indonesia di pasar nasional, regional maupun internasional. Faktor kedua ini membutuhkan perbaikan-perbaikan dan penambahan sejumlah prasarana logistik yang ada saat ini, seperti jalan raya, pelabuhan, dan hubungan antar moda.

Walaupun peringkat Indonesia dalam survey Logistic Performance Index (LPI) 2014 mengalami kemajuan dibanding tahun 2012 dari peringkat 58 menjadi peringkat 53, tetapi masih menyimpan hal-hal yang masih perlu diperbaiki. Indikasinya adalah peningkatan peringkat kinerja logistik Indonesia belum mampu mengimbangi kinerja logistik di negara Malaysia, Thailand bahkan Vietnam. Dalam kerangka kewenangan Kementerian Perdagangan, yang perlu diperbaiki adalah optimalisasi sarana distribusi yang sudah dibangun dan memantapkan sarana distribusi yang akan dibangun.

Tingginya biaya logistik akan menimbulkan banyak persoalan, salah satunya adalah mengakibatkan lemahnya daya saing produk dalam negeri, baik di pasar domestik maupun internasional. Maka dari itu, Kementerian Perdagangan sangat perlu melakukan langkah-langkah nyata yang bisa mendorong penyelesaian berbagai masalah yang ditimbulkan oleh mahalnya biaya logistik.

Sebagai acuan, perlu kita ingat bersama bahwa arah kebijakan pembangunan perdagangan dalam negeri adalah “Penataan sistem distribusi nasional yang menjamin kelancaran arus barang dan jasa, kepastian berusaha, dan peningkatan daya saing produk domestik”. Sementara itu, strategi kebijakan yang akan ditempuh adalah dengan meningkatkan integrasi perdagangan antar dan intra wilayah dengan mengembangkan “distribution point” dalam memperlancar distribusi dan memperkuat sistem logistik nasional – PDR/PDP dan Pasar rakyat.

Mengacu pada semua itu, maka pada tahun 2013 ini Kementerian Perdagangan akan melakukan beberapa langkah, yaitu: 1) Pematangan konsep Pusat Distribusi Regional; 2) Pengembangan dan pembangunan Pusat Distribusi Regional; 3) Optimalisasi pembangunan pasar percontohan.

Merujuk pada Perpres Nomor 26 Tahun 2012 tentang Cetak Biru Pengembangan Sistem Logistik Nasional, terdapat 6 penggerak utama Sislognas yakni: komoditas, infrastruktur, pelaku dan penyedia jasa, Sumber Daya Manusia (SDM) dan manajemen, teknologi informasi dan komunikasi, serta regulasi. Untuk itu, sesuai dengan peran dan tanggung jawabnya, Kementerian Perdagangan RI dalam mencapai tujuan penyelenggaraan Sislognas tersebut akan melakukan beberapa langkah prioritas.

Selama periode 2011-2014 Kementerian Perdagangan telah mengembangkan 67 pasar percontohan yang diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan pasar di Indonesia. Selain itu, dalam 4 tahun terakhir, Kementerian Perdagangan melalui Tugas Pembantuan juga

telah merevitalisasi 541 unit pasar rakyat dan 6 Pusat Distribusi Nasional/ Provinsi sebesar lebih dari Rp2 triliun.

#### **Pemberdayaan Pasar Rakyat dan Pengembangan UMKM**

Menyadari pentingnya peran Pasar Rakyat dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam menunjang kelancaran distribusi barang dan kebutuhan pokok masyarakat, Kementerian Perdagangan telah dan akan terus melakukan berbagai upaya untuk memberdayakan Pasar Rakyat. Upaya-upaya yang dilakukan selain melalui kebijakan dan peraturan pemerintah dalam rangka penataan dan pembinaan Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan, dan toko modern; juga dilakukan melalui rencana aksi dalam bentuk program dan kegiatan revitalisasi Pasar Rakyat guna meningkatkan daya saing, memperbaiki fisik bangunan dan manajemen pengelolaan Pasar Rakyat.

Pada periode 2011-2014, Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Pemerintah Kab/Kota telah melakukan pembangunan/revitalisasi terhadap 2.471 Unit Pasar Rakyat melalui mekanisme Dana Tugas Pembantuan dan Dana Alokasi Khusus. Revitalisasi fisik dilakukan melalui pembangunan pasar baru maupun renovasi. Revitalisasi manajemen dilakukan dengan melaksanakan pelatihan manajemen pengelolaan pasar dan pendampingan pengelola pasar. Pasar Rakyat yang telah direvitalisasi diharapkan dapat dijadikan “model” oleh Pemerintah Daerah dalam pembangunan dan pengembangan Pasar Rakyat dimasa yang akan datang agar Pasar Rakyat dapat tetap eksis dan mampu bersaing dengan perkembangan toko modern dan pusat-pusat perbelanjaan.

Alokasi anggaran dan jumlah Pasar Rakyat untuk program dan kegiatan revitalisasi pasar selama periode 2011–2014 dengan menggunakan dana TP dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.6**

**Tabel Perkembangan Realisasi Pasar Rakyat 2011-2014 melalui Tugas Pembantuan (TP)**

Tahun	Kab/Kota	Pagu Anggaran	Pasar
2011	94	649,750,000,000	173
2012	91	622,839,118,000	156
2013	112	745,000,000,000	175
2014	37	228,500,000,000	37
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>2,246,089,118,000.00</b>	<b>541</b>

Selain melalui mekanisme Dana Tugas Pembantuan dalam melakukan revitalisasi/pembangunan baru Pasar Rakyat, pembangunan Pasar Rakyat dapat dilakukan pula melalui mekanisme Dana Alokasi Khusus yang lebih diarahkan kepada pasar desa dan kecamatan. Alokasi anggaran dan jumlah Pasar Rakyat untuk program dan kegiatan revitalisasi pasar selama periode 2011–2014 dengan menggunakan DAK dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1.7

Tabel Perkembangan Realisasi Pasar Rakyat 2011-2014 melalui Dana Alokasi Khusus (DAK)

Tahun	Kab/Kota	Pagu Anggaran	Pasar
2011	183	215.000.000.000	357
2012	204	253.632.000.000	397
2013	330	421.950.610.000	628
2014*	297	560.990.000.000	547
Total	1.104	1.451.572.610.000	1.929

\*) Data sementara *update* per 27 Januari 2015

Dalam hal penataan dan pembinaan Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan, dan toko modern, telah diterbitkan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern; dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern untuk mengatur secara teknis mengenai zonasi dan tata ruang lokasi Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan dan toko modern, dan tata kelola hubungan pemasok dengan toko modern, serta kemitraan dan pemberdayaan usaha kecil.

Selain pemberdayaan pasar rakyat, sektor UMKM Indonesia juga perlu untuk diberdayakan semaksimal mungkin mengingat peran penting sektor UMKM sebagai salah satu sektor penggerak perekonomian nasional. Peran penting UMKM salah satunya adalah kemampuannya untuk tahan terhadap krisis. Meskipun demikian, sektor ini masih memiliki beberapa kelemahan mendasar yang perlu segera dibenahi seperti kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia yang masih terbatas, skala teknik industri dan teknologi yang relatif masih rendah, lemahnya akses ke lembaga keuangan, dan kurangnya akses pasar. Oleh karena itu, kedepannya pemberdayaan UMKM akan fokus dalam memperbaiki kekurangan-kekurangan di atas.

## Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan Pengamanan Perdagangan

Persetujuan World Trade Organization (*WTO Agreement*) mengenal tiga bentuk instrumen pemulihan perdagangan (*trade remedies*) yaitu *Agreement on Implementation of Article VI of the General Agreement on Tariffs and Trade 1994* atau yang lebih dikenal dengan Anti Dumping Agreement (ADA), *Agreement on Subsidies and Countervailing Measures* (ASCM). Kedua agreement tersebut menyangkut bentuk praktek perdagangan yang tidak sehat (*unfair trade practices*) dan *Agreement on Safeguard* mengatur praktek perdagangan yang fair (*fair trade practices*) atau yang dikenal dengan *safeguard*.

Ketiga instrumen pengamanan perdagangan WTO tersebut dalam kondisi tertentu dapat dimanfaatkan oleh anggotanya (termasuk Indonesia) untuk melindungi industri barang sejenis dalam negeri dari akibat masuknya barang impor yang mengandung dumping, subsidi atau lonjakan impor (*safeguard*). Namun demikian, dalam perkembangannya ternyata banyak negara anggota WTO yang menggunakan ketiga instrumen tersebut sebagai alat proteksi (*to be abused as a protectionist tool*) untuk melindungi industri dalam negeri mereka terhadap masuknya barang sejenis dari negara lain (barang impor). Bagi Indonesia hal ini merupakan salah satu masalah yang akan menghambat kepentingan upaya peningkatan akses pasar ke negara mitra dagang.

Kasus *trade remedies* yang ditangani Kementerian Perdagangan dalam kurun waktu tahun 1990 – 2013 telah menangani sebanyak 250 Kasus tuduhan *trade remedies* dengan komposisi 103 kasus dikenakan, 118 kasus dihentikan dan 29 kasus masih dalam proses penyelidikan. Dibutuhkan kerjasama antara Pemerintah Indonesia (Pemri) dengan dunia usaha agar akses pasar ekspor Indonesia tidak mengalami hambatan perdagangan. Dalam penanganannya Kementerian Perdagangan telah berusaha dengan keras terhadap instrumen *trade remedies* yang dilakukan Negara penuduh dapat meminimalisir penenaan bea masuk bahkan sampai dihentikan.

Dominasi penerapan instrument *trade remedies* terhadap Indonesia tidak hanya dilakukan oleh negara-negara maju. Tren tersebut ternyata dilakukan oleh negara-negara berkembang dalam memproteksi produk domestiknya. Kementerian Perdagangan mencatat terdapat 10 negara terbesar yang terus menerus melakukan tuduhan *trade remedies* terhadap produk ekspor Indonesia Negara tersebut adalah : Uni Eropa, India, Amerika Serikat, Australia, Turki, Afrika Selatan, Filipina, Malaysia, Brazil dan Pakistan.

Pada tahun 2013 Kementerian Perdagangan telah berhasil menghentikan 9 kasus tuduhan *trade remedies*. Bentuk usaha/bantuan Kementerian Perdagangan antara lain : melakukan sanggahan baik melalui submisi/surat yang dikirimkan pada Pemerintah/otoritas terkait, melakukan *pressure group*, melakukan lobi-lobi terhadap

Pemerintah, otoritas, dunia usaha maupun importir Negara mitra dagang. Meminta pandangan hukum dari *Advisory Center WTO Law (ACWL)* maupun pengacara. Serta melakukan banding pada *Dispute Settlement Body - WTO (DSB-WTO)*.

Kementerian Perdagangan sangat memperhatikan produk-produk ekspor Indonesia yang mengalami hambatan ekspor di negara mitra dagang seperti produk udang yang tidak terbukti subsidi, produk tekstil yang tidak terbukti dumping, produk kertas kenegara Jepang dan Thailand yang tidak terbukti dumping, terkait produk pipa PT. Tri Sinar Purmana, dikecualikan dari pengenaan BMAD karena volume impor Indonesia tidak terbukti sebagai sumber material injury bagi industri domestik Eropa. Produk fatty alcohols dari PT. Ecogreen Oleochemical merupakan perusahaan yang dikecualikan/pengenaan bea masuk sebesar 0 persen yang diikuti upayanya oleh PT. Musim Mas sedang dalam proses pengajuan ke DSB WTO dengan tuduhan yang sama. Produk biodiesel yang menghadapi tuduhan subsidi dari Uni Eropa, penyelidikannya dihentikan karena petisioner Uni Eropa menarik gugatannya. Circumvention sepeda yang dilakukan oleh China, Kementerian Perdagangan dapat membuktikan perusahaan sepeda asal Indonesia tidak melakukan tindakan circumvention sehingga perusahaan Indonesia dikecualikan dalam pengenaan BMAD oleh Uni Eropa.

## Perlindungan Konsumen

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai bagian dari proses globalisasi ekonomi harus tetap dapat memberikan jaminan atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Dalam rangka perlindungan konsumen Kementerian Perdagangan telah melakukan upaya peningkatan penerapan standar, mutu produk dalam negeri, tertib ukur dan pengawasan barang/jasa yang semakin efektif, serta edukasi konsumen. Berikut adalah beberapa capaian Kementerian Perdagangan dalam perlindungan konsumen :

1. Dalam rangka mendukung pelaksanaan perlindungan konsumen Kemendag telah melaksanakan kerja sama dengan beberapa instansi melalui penandatanganan beberapa nota kesepahaman/memorandum of understanding (MoU). Berikut ini adalah beberapa nota kesepahaman yang telah ditandatangani:
  - a. Nota kesepahaman antara Kementerian Perdagangan, Ditjen PPHP, Barantan dan BPOM tentang kerjasama pengawasan barang untuk produk non pangan, pangan olahan, dan pangan segar;
  - b. Nota kesepahaman antara Kementerian Perdagangan dengan BIN tentang pengamanan sasaran dan program strategis di bidang perdagangan;

- c. Nota kesepahaman antara Kementerian Perdagangan dengan TNI-AD tentang pengamanan di bidang perdagangan dan perlindungan konsumen di perbatasan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
  - d. Nota kesepahaman antara Kementerian Perdagangan dengan Badan Pengawas Obat Dan Makanan, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan, Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai, Badan Karantina Ikan, Pengendalian Mutu, dan Keamanan Hasil Perikanan, Badan Karantina Pertanian, dan Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri tentang kerjasama pengawasan barang yang dilarang atau dibatasi (Lartas) di tempat pemasukan dan pengeluaran serta pengawasan barang beredar di pasar.
2. Rumusan standar barang dan jasa perdagangan dalam rangka pengamanan pasar dalam negeri. Kinerja ini diukur dengan indikator akumulasi jumlah rumusan harmonisasi standar barang dan jasa perdagangan sebagai hasil analisa kegiatan identifikasi kesiapan industri-industri peralatan listrik dan elektronika di Indonesia di bidang harmonisasi standar dan regulasi teknis dalam menghadapi ASEAN Economic Community dan identifikasi kesenjangan standar industri dalam negeri di Indonesia terhadap standar nasional dan standar Internasional. Sampai dengan Tahun 2013 telah dihasilkan sebanyak 8 (delapan) rumusan :
- a. Kesiapan Indonesia dalam Menghadapi ASEAN Economic Integration Untuk Sektor Karet (Rubber Based Products)
  - b. Kesiapan Indonesia dalam Menghadapi ASEAN Economic Integration Untuk Sektor Otomotif (Automotive Component Products)
  - c. Kesenjangan Standar untuk Produk Kelapa Sawit
  - d. Kesiapan Industri Pangan Olahan dalam Menghadapi ASEAN Economic Integration
  - e. Kesenjangan Standar untuk Produk dalam Kemasan (Biskuit) terhadap Pemenuhan Harmonisasi Standar di Tingkat Internasional
  - f. Kesiapan Industri Pangan Olahan (Produk Selai, Saus, dan Jelly) dalam Menghadapi ASEAN Economic Integration
  - g. Kesenjangan Standar untuk Bahan Tambahan Pangan (BTP) dalam Produk Jus terhadap Pemenuhan Harmonisasi Standar di Tingkat Internasional
  - h. Kesiapan Industri Peralatan Listrik dan Elektronika dalam Menghadapi ASEAN Economic Integration

3. Peningkatan pemahaman masyarakat akan perlindungan konsumen melalui edukasi konsumen dilakukan antara lain dengan sosialisasi kepada aparatur pemerintah, kalangan pelajar dan mahasiswa, wartawan, serta masyarakat umum termasuk bimbingan kepada pelaku usaha. Sampai dengan akhir tahun 2013 telah dibentuk 1.800 orang motivator perlindungan konsumen. Kegiatan yang mendukung hal ini antara lain forum dialog dengan berbagai perguruan tinggi, klinik konsumen terpadu bagi siswa-siswa SD sampai SMU, fasilitasi motivator mandiri, forum edukasi konsumen cerdas, dan diseminasi perlindungan konsumen di berbagai media publik.
4. Selama kurun waktu tahun 2011 hingga 2013 telah dilakukan pengawasan terhadap 1.222 produk yang diduga tidak sesuai ketentuan terkait parameter SNI Wajib, Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Dalam Bahasa Indonesia (MKG), dan Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia. Persentase tindak lanjut hasil pengawasan barang beredar dan jasa tercapai 79,06 persen dari target 60 persen. Tindak lanjut yang dilakukan antara lain berupa dilakukannya 150 uji laboratorium, dikeluarkannya 68 teguran, 218 peringatan, 1 surat edaran Dirjen SPK, selain itu 7 kasus masih dalam penyidikan, 9 kasus telah selesai dan 1 kasus masih dalam proses mediasi.
5. Dalam kerangka memberikan jaminan dalam kebenaran pengukuran serta adanya ketertiban dan kepastian hukum dalam pemakaian satuan ukuran, standar satuan, metoda pengukuran dan alat-alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya hingga pada tahun 2013 telah ditetapkan 11(sebelas) kabupaten/kota sebagai daerah tertib ukur yaitu Kota singkawang, Kota Solo, Kota Batam, Kota Balikpapan, Kota Bontang, Kota Tarakan, Kabupaten Mojokerto, Kota Padang, Kota Gorontalo, Kota Tebing Tinggi dan Kabupaten Karimun, serta telah terbentuk 126 Pasar Tertib Ukur Pada aspek pelayanan kemetrolagian telah dilaksanakan kegiatan tera dan tera ulang terhadap alat UTTP sebanyak 10.584.464 sebagai capaian dari pembinaan terhadap 51 UPT dan UPTD Metrologi Legal.
6. Penerbitan Nomor Pendaftaran Barang (NPB) dan Nomor Registrasi Produk (NRP) dalam rangka pengawasan mutu produk dalam negeri setara dengan mutu produk impor sebagai dasar pengawasan barang beredar atau market survailen, Kemendag sampai dengan Desember 2013 telah diterbitkan sebanyak 1.947 NPB, 21.774 SPB dan 982 NRP.
7. Layanan perlindungan konsumen, kemetrolagian, dan mutu barang yang dilakukan melalui penyelesaian pendaftaran/ perizinan di bidang standardisasi dan perlindungan konsumen. Sampai dengan Tahun 2013 perizinan/pendaftaran di bidang standardisasi dan perlindungan konsumen ditargetkan dapat selesai dalam 5 hari.

Sampai dengan April 2014, jumlah Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) yang telah mendaftar adalah 29 Lembaga Sertifikasi Produk (LSPro) dan 8 (delapan) Laboratorium uji SIR.

### Pasar Komoditi Terorganisir

Suatu pasar komoditi terorganisir memberikan kontribusi kepada perekonomian melalui harga yang terjadi melalui proses pembentukan (*discovery*) yang efisien, efektif dan transparan. Harga-harga yang terjadi di pasar spot, pasar berjangka dan pasar penyimpanan (gudang) komoditi; memberikan informasi yang berharga untuk pelaku pasar. Informasi bisa dikembangkan dari hubungan antara harga spot, harga berjangka dan *spread* antara harga spot dengan harga berjangka (*basis spread*) tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran dan permintaan di pasar-pasar tersebut – seperti perubahan iklim, perubahan suku bunga, kejadian bencana alam, dan lain-lain akan diserap oleh pasar dan kemudian tercermin di harga-harga komoditi.

Pasar Fisik Komoditi terjadi di 2 (dua) bursa berjangka di Indonesia yaitu di Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) dan Bursa Komoditi dan Derivatif Indonesia (BKDI). Perkembangan Pasar Komoditi Terorganisir di BBJ dimulai dengan adanya Persetujuan atas Usulan Permohonan Perubahan Peraturan dan Tata Tertib (PTT) Pasar Fisik CPO dan Persetujuan PTT Pasar Fisik Kopi dan Kakao Terorganisir pada tahun 2010. Untuk Persetujuan Penyelenggaraan Spesifikasi Komoditi dan usulan PTT Pasar Komoditi Syariah diterbitkan pada tahun 2011 sedangkan Persetujuan PTT Pasar Fisik Karet Bokar Terorganisir diterbitkan pada tahun 2013.

Perkembangan Pasar Komoditi Terorganisir di BKDI dimulai dengan adanya Persetujuan Perubahan Kontrak Fisik Timah (INATIN) pada tahun 2012 serta PTT mengenai Kontrak Fisik Timah Batangan pada tahun 2013.

### Pengembangan Citra Indonesia

Citra Indonesia merupakan aset (terbesar) bagi sebuah negara karena berkaitan dengan reputasi, kepercayaan, dan persepsi kualitas terhadap seluruh produk yang berasal dari Indonesia. Pengembangan citra atau *Nation Branding* tidak sekedar memberikan nama dan menempelkan logo pada suatu produk, iklan, kegiatan maupun promosi, tetapi merupakan suatu proses strategi yang tepat yang perlu dirancang secara holistik dan kontinu.

Secara umum, produk dengan kualitas baik dan didukung keunikan produk itu sendiri sangat membantu produk tersebut dapat dikenal secara cepat. Namun dengan strategi *branding* terhadap produk Indonesia yang tepat tentu saja akan mendorong citra Indonesia di mata dunia internasional sebagai negara yang mampu menghasilkan produk yang kreatif, berkualitas, berdaya saing. Citra sebuah negara bukan hanya merek sebuah produk. Negara yang sudah mempunyai citra yang

baik di dunia dibangun dari proses yang panjang. Iklan yang paling manjur yaitu iklan dari kesan yang dibawa oleh pengunjung yang datang ke negara tersebut dan tentu ikut mempengaruhi pemahaman kuat yang mampu membawa nama baik negara tersebut.

Proses pembangunan citra memang tidak mudah dan memerlukan proses penggalan yang lebih dalam, baik dalam bentuk komunikasi dan pelayanan yang prima ke setiap pendatang yang berkunjung ke Negara kita maupun budaya hidup yang tidak negatif. Sedangkan industri dan teknologi merupakan pilar tersendiri dalam memberikan citra atau *image*. Dengan *tagline* “*remarkable Indonesia*”, Kementerian Perdagangan melakukan berbagai upaya nyata untuk membangun citra positif Indonesia.

Kegiatan promosi dan pencitraan dimaksudkan untuk membentuk citra positif masyarakat internasional terhadap Indonesia secara menyeluruh termasuk citra positif produk-produk ekspor Indonesia yang pada akhirnya akan berdampak terhadap minat masyarakat internasional untuk membeli produk ekspor Indonesia.

## Potensi dan Permasalahan

### Potensi

Untuk mencapai sasaran pembangunan perdagangan dalam jangka waktu lima tahun ke depan, terdapat sejumlah potensi, baik di internal maupun di lingkungan eksternal Kementerian Perdagangan yang dapat mempengaruhi kinerja perdagangan, sebagai berikut:

### Ukuran Pasar Domestik

Indonesia merupakan negara dengan pasar domestik yang sangat besar. Disamping luasnya wilayah, ukuran pasar domestik tercermin besarnya jumlah populasi dan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk dengan daya beli yang semakin meningkat, dan besarnya nilai produksi perekonomian. Populasi yang besar merupakan faktor yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara karena pertumbuhan ekonomi akan ditopang oleh konsumsi masyarakat. Kontribusi pengeluaran konsumsi masyarakat terhadap PDB di Indonesia berkisar antara 60 – 70 persen terhadap PDB. Tidak lama lagi, pertumbuhan ekonomi Indonesia akan diberkahi oleh adanya Bonus Demografi, dimana persentasi populasi produktif akan lebih besar dibandingkan persentase populasi non produktifnya. Sejalan dengan peningkatan daya beli masyarakat, maka Indonesia merupakan potensi pasar yang sangat menjanjikan bagi pengusaha lokal maupun pengusaha asing.

Senada dengan hal di atas, Asian Development Bank (2014) melaporkan bahwa pada tahun 2030 sebanyak 1,4 persen penduduk dunia merupakan penduduk Indonesia, naik 0,4 persen *basis points (bps)*

dibanding tahun 2010, sementara sebagian besar di negara lain justru stagnan bahkan ada juga yang menurun seperti terjadi di Jepang, Eropa dan Amerika Serikat.

Terjadinya peningkatan daya beli masyarakat tercermin dari perkiraan bahwa dalam 10 – 15 tahun ke depan *middle-income class* di Indonesia akan naik dua kali lipat. Informasi lain juga menunjukkan bahwa pada tahun 2030 akan terjadi pertumbuhan *consuming class* di Indonesia menjadi 135 juta jiwa dari 45 juta jiwa pada tahun 2012 (McKinsey Global Institute, 2012).

Besarnya jumlah populasi dan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk tidak terlepas dari bonus demografi yang akan dihadapi Indonesia. Berdasarkan dokumen RPJMN 2015-2019, Indonesia diyakini memiliki peluang untuk dapat menikmati bonus demografi dengan rasio ketergantungan penduduk non-usia kerja terhadap penduduk usia kerja yang semakin berkurang. Indonesia mempunyai potensi untuk memanfaatkan bonus demografi baik secara nasional maupun regional. Penduduk usia produktif Indonesia sendiri menyumbang sekitar 38 persen dari total penduduk usia produktif di ASEAN. Tingginya jumlah dan proporsi penduduk usia kerja Indonesia selain meningkatkan angkatan kerja dalam negeri juga membuka peluang untuk mengisi kebutuhan tenaga bagi negara-negara yang proporsi penduduk usia kerjanya menurun seperti Singapura, Korea, Jepang dan Australia

#### **Pertumbuhan Ekonomi yang Cukup Tinggi**

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam 5 tahun terakhir cukup tinggi dengan rata-rata hampir 6 persen setiap tahunnya. Secara fundamental perekonomian Indonesia cukup kokoh dalam menghadapi berbagai tekanan dari krisis global. Hal ini dibuktikan dengan perekonomian Indonesia yang masih tumbuh sebesar 4,6 persen ditengah krisis global pada tahun 2009, dan tumbuh sebesar 5,8 persen pada tahun 2013 ditengah banyak negara yang mengalami kontraksi akibat krisis keuangan dan resesi global.

Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi ini telah mendorong perluasan kesempatan kerja. Tingkat Pengangguran Terbuka berhasil diturunkan dari 7,4 persen pada tahun 2010 menjadi 5,9 persen pada tahun 2014. Pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang disertai pelaksanaan kebijakan afirmatif dalam lima tahun terakhir telah menurunkan tingkat kemiskinan. Jumlah penduduk miskin berkurang dari 32,5 juta orang pada tahun 2009 menjadi 27,7 juta orang pada bulan September tahun 2014. Tingkat kemiskinan turun dari 14,1 persen menjadi 10,96 persen pada periode yang sama.

Kemajuan dalam pertumbuhan ekonomi ditopang oleh stabilitas yang terjaga. Inflasi dapat dikendalikan dalam batas yang aman. Nilai tukar meskipun cenderung terdepresiasi, pergerakannya masih dalam taraf yang wajar. Defisit anggaran tetap terjaga di bawah 3 persen.

Pertumbuhan ekonomi tahun 2013, ditopang oleh konsumsi masyarakat dan pengeluaran pemerintah yang tetap kuat. Walaupun terjadi kenaikan harga BBM bersubsidi pada pertengahan 2013, konsumsi masyarakat tahun 2013 tetap tinggi yaitu tumbuh sebesar 5,3 persen (sama dengan pertumbuhan 2012). Konsumsi masyarakat berhasil dijaga dengan upaya pemerintah melalui program BLSM untuk tetap menjaga daya beli masyarakat, serta kerjasama yang kuat antara Pemerintah dan Bank Indonesia untuk menstabilkan harga sehingga inflasi kembali normal sampai dengan akhir 2013. Pertumbuhan konsumsi juga didorong oleh konsumsi pemerintah yang tumbuh 4,9 persen dibanding tahun 2012 sebesar 1,3 persen. Sejalan dengan melemahnya pertumbuhan ekonomi, impor hanya tumbuh 1,2 persen pada tahun 2013 dibanding tahun 2012 (6,7 persen).

Dari sisi produksi, sektor pertanian tumbuh sebesar 3,5 persen, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada subsektor perikanan. Sektor industri pengolahan tumbuh sebesar 5,6 persen, dengan pertumbuhan tertinggi terjadi pada subsektor alat angkut, mesin, dan peralatannya. Sektor tersier tumbuh sebesar 7,4 persen, dengan pertumbuhan tertinggi pada subsektor pengangkutan dan telekomunikasi yang tumbuh sebesar 10,2 persen.

Perkembangan ini telah berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat. BPS mencatat pada tahun 2014 Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 10.542,7 triliun, angka ini meningkat dari tahun 2013 yang tercatat sebesar Rp 9.084,0 triliun, sementara PDB per kapita tahun 2014 mencapai Rp. 41,8 juta atau US\$ 5,531,5 yang pada tahun 2013 adalah sebesar Rp. 36,5 juta.

## **Iklm Usaha Perdagangan**

Kementerian Perdagangan tetap berkomitmen dan konsisten untuk terus melakukan perbaikan iklim usaha, khususnya di sektor Perdagangan. Komitmen dan konsistensi untuk terus memperbaiki iklim usaha di Indonesia tidak saja merupakan potensi untuk mendukung kinerja investasi dan ekspor, tetapi juga akan senantiasa mempertahankan ekspektasi positif pelaku usaha untuk melakukan dan meningkatkan aktivitas-aktivitas bisnisnya di Indonesia.

Selain dari pada itu, dengan diterbitkannya landasan UU yang mengatur Perdagangan, maka Kementerian Perdagangan juga berkeinginan untuk memberikan kepastian berusaha dengan memberikan tata cara berbisnis yang transparan, pasti, jelas dan terukur. Diharapkan langkah tersebut dapat merebut perhatian para calon pengusaha untuk memulai bisnisnya di Indonesia. Di lain pihak, dengan terbentuknya berbagai aturan mengenai tata cara berbisnis yang transparan, jelas dan terukur dapat menjaga iklim persaingan usaha yang sehat dan terus bertumbuh.

## Peran Indonesia di Dunia Internasional

Kondisi geo-politik dunia saat ini mengalami pergeseran dari negara-negara barat menuju kawasan Asia pasifik. Hal ini dapat terlihat dari dari kurang lebih 41 persen jumlah penduduk dunia berada di kawasan ini, dan 50 persen persen transaksi dunia terjadi di kawasan Asia Pasifik. Pertumbuhan kawasan Asia Pasifik mendorong Amerika Serikat untuk menggalang keikutsertaan negara-negara di kawasan Asia Pasifik untuk bergabung dalam Trans Pacific Partnership (TPP).

Peran Indonesia sebagai negara di kawasan Asia Pasifik semakin penting di mata dunia internasional. Selain karena fakta bahwa Indonesia memiliki posisi geografis yang sangat strategis dan merupakan pasar yang besar yang tetap tumbuh positif di tengah krisis global, kinerja diplomasi internasional Indonesia juga telah mampu menempatkan Indonesia menjadi pemeran sentral dalam berbagai forum multilateral maupun regional. Peran sentral ini merupakan potensi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui perdagangan internasional dan melalui kerjasama investasi.

Diplomasi perdagangan merupakan salah satu instrumen penting dalam memperjuangkan kepentingan nasional guna memperluas akses pasar internasional. Berbagai perundingan dalam forum bilateral berkembang sangat cepat dan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, sosial dan politik Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia harus berperan aktif dalam setiap perundingan guna melindungi kepentingan ekonomi Indonesia di bidang perdagangan dan investasi.

Kebijakan pengurangan hambatan perdagangan, baik hambatan tariff maupun non-tariff, dan memperjuangkan kerjasama bantuan teknis dan *capacity building* melalui diplomasi perdagangan bertujuan untuk meningkatkan perdagangan dan investasi melalui kerja sama perdagangan bilateral.

Pendekatan kerjasama bilateral Indonesia berorientasi pada peninjauan pengembangan Economic Partnership Agreement (IJEPA, IE-CEPA, IK-CEPA, IA-CEPA, II-CECA, TIGs IC-CEPA, IP-CEP) Joint Study towards the Feasibility of Free Trade Agreements (Turki, Mesir, Tunisia) Preferential Trade Agreement (Iran, Nigeria, Peru, Meksiko), Joint Committee (Afrika Selatan); bilateral consultations (joint commission, working group on trade and investment (EU, Rusia), dan forum pertemuan bilateral yang reguler/terstruktur ataupun tidak terstruktur.

Dalam lingkup regional ASEAN, Indonesia tidak saja harus berperan aktif dalam membentuk kerja sama dalam forum tersebut, melainkan juga harus mampu mengoptimalkan pemanfaatan dari kerja sama dimaksud bagi sebesar-besarnya kepentingan Indonesia. Momentum besar kerja sama internal ASEAN akan ditandai dengan pemberlakuan ASEAN Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN pada akhir tahun 2015.

Beberapa strategi pada tingkat regional dalam rangka menghadapi ASEAN Free Trade Area (AFTA) meliputi penyelenggaraan pertemuan terkait AEC 2015, Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), ASEAN+1, Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia-Philippines East ASEAN Growth Area (BIMP-EAGA), Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT). Koordinasi kebijakan juga sangat diperlukan dalam konteks perumusan posisi runding agar Indonesia dapat menentukan tidak saja posisi “defensive” tetapi juga posisi “offensive” yang dapat semakin membuka akses pasar Indonesia di ASEAN dan negara mitra ASEAN.

Selain berperan aktif membangun diplomasi perdagangan melalui kerjasama bilateral dan regional, Indonesia juga tergabung dalam organisasi perdagangan dunia. Perdagangan internasional yang saat ini diatur melalui organisasi perdagangan dunia (World Trade Organization) dipandang sebagai organisasi perdagangan yang tergolong mapan. Prinsip-prinsip di WTO yang menciptakan sistem perdagangan yang fair, rule based system, tanpa diskriminasi dan transparan dianggap dapat memberikan kontribusi pada pembangunan negara anggotanya. Pada prinsip *rule based sytem* yang dianut WTO lebih memosisikan semua anggota memiliki hak dan kewajiban yang sama sebagai negara anggota. Prinsip tersebut lebih memudahkan bagi semua negara anggota WTO termasuk Indonesia sebagai negara berkembang dalam melakukan negosiasi perdagangan dengan negara lain di dunia.

Adapun yang menjadi perhatian WTO dalam beberapa tahun terakhir, diantaranya adalah penyelesaian Doha Development Agenda (DDA-WTO), serta perundingan-perundingan non DDA lainnya. Indonesia sebagai salah satu anggota WTO juga berperan dalam menerapkan Trade Policy Review Mechanism (TPRM) guna meningkatkan komitmen dan disiplin negara anggota perihal perundingan multilateral. Selain itu, kebijakan penanganan dispute dalam ruang lingkup perundingan multilateral juga menjadi salah satu isu sentral dalam serangkaian kebijakan kerja sama perdagangan Indonesia. Tahun 2013 Indonesia berhasil menjadi tuan rumah KTM WTO IX yang menghasilkan paket bali. Beberapa isu strategis yang termasuk dalam post Bali isu adalah antara lain mengenai Isu pertanian, non pertanian, ITA II, Trade Facilitation, HKI, lingkungan dan pembangunan.

Selain menjadi anggota WTO, Indonesia juga bergabung dalam Asia pasific Economic Cooperation (APEC) Posisi Indonesia dalam APEC dan organisasi internasional lainnya, harus diarahkan melalui kebijakan strategis guna mencapai sebesar-besarnya manfaat bagi Indonesia. Kebijakan strategis yang dimaksud meliputi diplomasi terkait pembukaan akses pasar ekspor serta penurunan hambatan perdagangan. Pembahasan-pembahasan konektifitas, perdagangan barang dan jasa terkait lingkungan, hambatan non tariff, dan fasilitasi perdagangan yang mencakup *behind, at, dan across the border*, perlu dikawal dengan baik sehingga tidak keluar dari koridor kerja sama APEC dan sesuai dengan arah kebijakan pemerintah Indonesia

Posisi Indonesia pada diplomasi perdagangan internasional dalam beberapa tahun terakhir berfokus terhadap kebijakan pengamanan akses pasar ekspor Indonesia. Pengamanan akses pasar yang dimaksud diantaranya adalah perlindungan terhadap produk sektor pertanian dan perkebunan, seperti karet, kopi, dan lada melalui organisasi komoditi internasional. Langkah tersebut diambil guna menghadapi gejolak harga komoditas di pasar internasional yang dewasa ini cenderung tidak menentu.

Meningkatnya keterbukaan perdagangan melalui penurunan hambatan perdagangan akan memberi akses bagi perekonomian Indonesia terhadap keahlian, modal dan teknologi dalam rangka mendukung perbaikan-perbaikan, peningkatan kualitas dan efisiensi dalam perekonomian domestik. Untuk itu perdagangan jasa mendapat perhatian penting oleh pemerintah Indonesia. Dalam struktur PDB nasional, jasa memiliki peranan yang besar dengan tren yang meningkat. Pada tahun 2000, kontribusi jasa terhadap pembentukan PDB sebesar 45 persen dan meningkat menjadi 55 persen pada tahun 2013.

Dari sisi perdagangan internasional, kinerja perdagangan jasa Indonesia mengalami defisit yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Sepanjang periode 2009 - 2013, defisit perdagangan jasa Indonesia tumbuh dari \$ 9,74 milyar menjadi \$ 11,42 milyar atau meningkat 17,3 persen dalam 4 tahun belakangan ini. Salah satu sektor terbesar yang menyumbang defisit perdagangan jasa Indonesia adalah sektor transportasi baik barang maupun penumpang yang menyumbang 78,22 persen dari total defisit perdagangan atau mencapai \$ 8,94 milyar. Kondisi ini tidak terlepas dari masih dominannya perusahaan asing dalam penyediaan jasa transportasi di Indonesia khususnya untuk transportasi barang. Bahkan ekspor produk Indonesia sebagian besar diangkut oleh perusahaan asing yang seiring dengan impor jasa transportasi.

Perundingan perdagangan jasa internasional bertujuan meningkatkan penetrasi jasa domestik di pasar negara mitra dan menurunkan hambatan perdagangan ke pasar domestik terhadap input antara jasa impor yang dibutuhkan oleh jasa dan sektor lainnya dalam perekonomian domestik, namun kurang memadai/tersedia di dalam negeri.

### Ritel Modern dan Tradisional

Ritel modern terutama di kota-kota besar dan tradisional menunjukkan perkembangan yang menggembirakan. Data yang dirilis Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) menunjukkan bahwa omzet anggota APRINDO yang mewakili 30 - 35 persen dari total pasar ritel nasional mengalami kenaikan yang signifikan dalam 3 tahun terakhir. Omzet Anggota APRINDO pada tahun 2011 berada pada kisaran Rp 100 Triliun, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2012 menjadi Rp 135 Triliun dan pada tahun 2013 menjadi 148 Triliun.

Peningkatan omzet ritel modern didorong semakin pesatnya pertumbuhan gerai ritel modern terutama ritel modern dalam format minimarket. Gerai ritel modern pada tahun 2011 berjumlah 18.183 gerai, pada tahun 2012 mengalami kenaikan menjadi 20.541 gerai dan pada tahun 2013 menjadi 21.458 gerai. Perkembangan pesat gerai ritel tersebut dikarenakan potensi pasar di Indonesia masih cukup besar dan menguatnya pangsa pasar penduduk kelas menengah.

Sementara itu, ritel tradisional di Indonesia tetap memiliki posisi strategis. Pasar ritel tradisional di Indonesia termasuk yang paling sering dikunjungi, yaitu sebanyak 25 kali per bulan, dibandingkan dengan India dan Srilanka yang hanya 11 kali per bulan dan Filipina yang hanya 14 kali per bulan. Omset ritel tradisional pada tahun 2008 adalah sebesar Rp 156,9 triliun, meningkat dibandingkan tahun 2004 yang sebesar Rp 108,7 triliun, atau meningkat sebesar 44,3 persen selama lima tahun.

Perkembangan positif ritel modern dan ritel tradisional merupakan kekuatan tersendiri yang dapat dimanfaatkan untuk:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan output sektor perdagangan.
- b. Meningkatkan kelancaran arus barang, dimana ritel modern dan ritel tradisional merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem distribusi dan logistik nasional. Pada akhirnya, keberadaan ritel ini akan dapat membantu stabilitas harga dan mengurangi disparitas harga.
- c. Memberdayakan UMKM melalui jaringan kemitraan antara UMKM dengan jaringan ritel modern.
- d. Mendukung pertumbuhan yang lebih inklusif dan berkeadilan, khususnya bagi UMKM perdagangan yang beraktivitas di pasar rakyat.

Selain aspek-aspek yang telah disebutkan di atas, pasar rakyat Indonesia memiliki posisi khusus dalam perekonomian Indonesia, karena sangat berkaitan erat dengan aspek kultural, geografis, dan tradisi masyarakat Indonesia. Pasar rakyat mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja; menjaga stabilitas harga bahan pokok; memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah; meningkatkan kesejahteraan masyarakat; dan meningkatkan pendapatan asli daerah.

### **Pasar Komoditi yang Terorganisir**

Pasar komoditi yang dapat dikembangkan menjadi Pasar Berjangka Komoditi, Pasar Lelang, dan Sistem Resi Gudang, memiliki potensi untuk mendukung stabilisasi harga dan pemberdayaan produsen komoditi.

Perdagangan berjangka merupakan salah satu sarana untuk menciptakan transparansi dan kestabilan harga komoditi. Melihat potensi pasar berjangka ini, Kementerian Perdagangan terus berupaya membenahi perdagangan berjangka yang saat ini semakin berkembang.

Pasar lelang mampu membentuk harga yang transparan dan menjaga kualitas barang yang diperdagangkan. Potensi pasar lelang ini dikembangkan Kementerian Perdagangan melalui fasilitas pasar lelang di beberapa daerah.

Selain mampu menjaga stabilitas harga, Sistem Resi Gudang (SRG) juga memberi peluang bagi pembiayaan produsen, dimana komoditi-komoditi yang disimpan di dalam gudang dapat dijadikan agunan bank.

### Komoditi Unggulan yang Beragam

Indonesia memiliki beragam jenis komoditi unggulan yang berpotensi untuk dikembangkan. Komoditi-komoditi unggulan tersebar di seluruh daerah di Indonesia, baik komoditi yang sudah memiliki potensi daya saing di pasar internasional (kondisi permintaan), maupun komoditi unggul berdasarkan kompetensi daerah-daerah (kondisi penawaran).

Keragaman komoditi unggul ini merupakan salah satu alternatif solusi diversifikasi produk ekspor nasional, dimana ekspor nonmigas nasional untuk sepuluh produk ekspor utama (TPT, elektronika, karet dan produk karet, minyak kelapa sawit, hasil hutan, alas kaki, otomotif, udang, kakao, dan kopi) adalah sebesar 34%.

### Kualitas SDM Sektor Perdagangan

Selain berbagai potensi yang berada di lingkungan eksternal Kementerian Perdagangan yang telah diuraikan di atas, Kementerian Perdagangan juga memiliki potensi sumber daya manusia (SDM) yang semakin baik di lingkungan internalnya, untuk menyelenggarakan pembangunan perdagangan, antara lain:

#### a. SDM Dunia Usaha

Pengembangan kualitas SDM sektor perdagangan terkait dunia usaha, Kementerian Perdagangan telah menyelenggarakan pelatihan-pelatihan bagi calon eksportir nasional. Sepanjang tahun 2013 telah dilaksanakan pelatihan sebanyak 135 angkatan, atau naik sebesar lebih dari 13 persen dibandingkan dengan tahun 2012 sebanyak 118 angkatan. Dimasa mendatang eksportir nasional baik jumlah maupun kualitasnya akan terus ditingkatkan melalui program pelatihan yang komprehensif dan konstruktif.

#### b. SDM Aparatur Perdagangan

Dalam mendukung kinerja Kementerian Perdagangan diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Untuk meningkatkan kualitas SDM aparatur perdagangan, Kementerian Perdagangan

telah menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan formal baik yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri dalam kerangka peningkatan kemampuan akademik melalui program Strata-2 dan Strata-3. Selama tahun 2012 sampai dengan 2013, sebanyak 215 pegawai Kementerian Perdagangan telah mengikuti program S-2 dan S-3 baik di dalam dan di luar negeri yang difasilitasi oleh lembaga donor luar negeri dan anggaran APBN.

## Undang-undang Perdagangan dan Implementasinya

UU No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan merupakan satu-satunya dan pertama kali diundangkan setelah selama 80 tahun menggunakan Dutch's Bedrijfsreglementerings Ordonnatie (BRO) tahun 1934. UU yang terdiri atas 19 bab dan 122 pasal ini memuat fungsi kebijakan, pengaturan, dan pengendalian di sektor perdagangan yang diharapkan dapat memacu kinerja sektor perdagangan nasional.

Pengesahan UU perdagangan ini didasari keinginan untuk mendorong daya saing sektor perdagangan Indonesia, khususnya di tengah integrasi ekonomi dunia yang sarat dengan perubahan cepat. Pada perspektif strategis, UU Perdagangan ini merupakan representasi dari komitmen besar pemerintah dan DPR untuk menjaga sektor perdagangan nasional agar dapat memberikan daya dorong dan nilai tambah bagi perekonomian nasional, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM, dan sebagainya.

Sebagai perundang-undangan yang baru diterbitkan, maka kedepan proses sosialisasi UU ini perlu dilaksanakan secara intensif ke seluruh *stakeholder* sektor perdagangan dalam kaitannya dengan pengimplementasiannya dimana yang akan dilengkapi dengan peraturan pelaksana pendukung. UU Perdagangan akan dilengkapi dengan peraturan pelaksana yang meliputi 9 (Sembilan) Peraturan Pemerintah, 14 peraturan Presiden, dan 20 Peraturan Menteri. Penyelesaian peraturan-peraturan pelaksana ini dalam waktu beberapa tahun kedepan harus dapat diselesaikan sehingga dapat memberikan keoptimalan proses implementasinya.

## Permasalahan

Disamping berbagai potensi yang dimiliki, Kementerian Perdagangan juga dihadapkan pada sejumlah permasalahan yang diperkirakan dapat mempengaruhi kinerja perdagangan baik di dalam maupun di luar negeri dalam periode lima tahun mendatang, antara lain:

## Surplus Neraca Perdagangan Non Migas yang Mengalami Penurunan

Tren penurunan surplus neraca perdagangan non migas di Indonesia dalam kurun lima tahun terakhir, secara umum menggambarkan produk non migas Indonesia cenderung kalah bersaing di pasar

internasional. Penurunan surplus neraca perdagangan tersebut di antara lain disebabkan oleh peningkatan impor produk non migas yang cukup pesat, relatif terhadap ekspor produk non migas Indonesia. Selain permasalahan rendahnya daya saing produk, hal ini juga disebabkan oleh meningkatnya hambatan non tarif di pasar ekspor Indonesia.

Untuk meningkatkan surplus neraca perdagangan non migas serta meminimalisir defisit neraca perdagangan jasa diperlukan langkah-langkah strategis yang berfokus terhadap peningkatan rantai nilai produksi ekspor non migas dan jasa. Beberapa langkah strategis yang dimaksud, meliputi harmonisasi kebijakan antar instansi terkait, dari hulu sampai dengan hilir, guna mencapai serangkaian kebijakan yang mendukung tercapainya tujuan utama tersebut.

### **Belum Optimalnya Peran dan Pemanfaatan Hasil Kerjasama Perdagangan Internasional**

Pemanfaatan hasil kerja sama perdagangan internasional erat kaitannya dengan implementasi strategi multitrack di beberapa fora multilateral, regional, dan bilateral. Adapun implementasi tersebut harus sejalan dengan arah kebijakan perdagangan internasional Indonesia, guna memastikan pencapaian misi utama: peningkatan sektor perdagangan yang berkualitas.

Dalam lingkup regional ASEAN, langkah-langkah strategis guna menghadapi AEC 2015 harus dibuat dan dijalankan dengan seksama. Melihat potensi peningkatan persaingan antar negara ASEAN serta terjadinya regional division of labour, maka peningkatan daya saing dan kapasitas nasional merupakan kunci persiapan untuk menghadapi AEC 2015. Selain persiapan langkah “defensif”, persiapan langkah “ofensif” juga harus dijalankan. Persiapan yang dimaksud diantaranya adalah peningkatan kualitas SDM, serta diplomasi perdagangan guna meningkatkan aktivitas perdagangan produk barang/jasa Indonesia, di wilayah ASEAN.

Kerja sama perdagangan internasional dalam ruang lingkup multilateral, seperti WTO, APEC, dan sebagainya umumnya berfokus mengatasi isu internasional terkait lingkungan, kesehatan, produk pertanian, non pertanian, dan jasa. Namun demikian, posisi Indonesia dalam setiap perundingan tersebut harus cukup tegas, guna mengamankan kebijakan perdagangan nasional di fora internasional.

Pada ruang lingkup bilateral, kerja sama antara pemerintah RI dengan mitra dagang strategis diantaranya berfokus untuk memperluas akses pasar ekspor serta penurunan hambatan perdagangan, melalui FTA, CEPA, PTA. Namun demikian, dalam menjalankan kebijakan strategis tersebut, sering kali ditemukan hambatan baik internal maupun eksternal. Hambatan internal yang dimaksud, meliputi: a) infrastruktur yang belum memadai; b) ketenagakerjaan yang belum terpecahkan; c) masalah penyelundupan dan kepastian hukum; d) belum berkembangnya industri pendukung yang kompetitif; e) kurangnya nilai tambah bagi produk SDA. Sedangkan hambatan eksternal yang dihadapi

adalah) persaingan global yang semakin tajam terutama dengan China, Vietnam, Malaysia dan Thailand; b) hambatan non tarif (non tariff barrier) semakin meningkat diterapkan oleh negara-negara maju.

Hasil kerja sama perdagangan internasional belum dimanfaatkan secara optimal sehingga perlu dilakukan langkah strategis agar masyarakat dapat memahami dan memanfaatkan hasil kerja samaperdagangan internasional.

### Defisit Neraca Perdagangan Jasa

Pengembangan sektor perdagangan jasa merupakan salah satu prioritas dalam kerangka kebijakan perdagangan Indonesia. Hal ini dilatarbelakangi oleh kondisi defisit neraca perdagangan jasa yang tidak kunjung membaik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dibuat suatu rancangan prioritas pembangunan bidang jasa, yang diantaranya berfokus terhadap peningkatan ekspor non migas; serta peningkatan efisiensi ekonomi dan produktivitas. Adapun langkah-langkah strategis yang dilakukan adalah peningkatan investasi dalam negeri melalui a) penyederhanaan izin investasi, b) promosi yang terintegrasi, c) peningkatan kapasitas penyedia jasa, d) peningkatan sarana dan prasarana pendukung, e) peningkatan keberpihakan terhadap investor domestik.

### Fluktuasi Harga Bahan Pokok

#### a. Belum Terjaminnya Ketersediaan Kebutuhan Bahan Pokok

Untuk menciptakan stabilisasi harga perlu menjamin ketersediaan, memastikan kelancaran distribusi, efisiensi biaya produksi, distribusi dan margin, memantau permintaan, serta menetapkan Kebijakan seperti Kebijakan harga, pengelolaan stok dan logistik, serta pengelolaan ekspor impor.

Isu kritical komoditi bahan pangan pokok:

1. Kondisi pasokan dan harga pangan pokok di dalam negeri biasanya dipengaruhi oleh faktor produksi yang bersifat musiman, cuaca ekstrim, masalah distribusi dan faktor eksternal.
2. Faktor produksi yang bersifat musiman dan cuaca ekstrim sangat terkait dengan fluktuasi harga produk hortikultura seperti cabe dan bawang.
3. Faktor eksternal yang mempengaruhi fluktuasi dan ketersediaan produk pangan impor, seperti kedelai, jagung, gandum dan bawang putih. Harga dan pasokannya dipengaruhi oleh kondisi harga, *supply-demand* di pasar internasional dan nilai tukar.
4. Faktor Distribusi. Secara umum produk pangan pokok dipengaruhi oleh biaya distribusi di dalam negeri yang masih

tinggi dan beragam akibat adanya *bottleneck* dalam rantai pasok serta terbatasnya kapasitas bongkar/muat pelabuhan di beberapa daerah yang kemudian menciptakan disparitas harga antar daerah.

**b. Belum Efisiennya Arus Barang dan Konektivitas (Logistik, Distribusi dan Fasililtasi Perdagangan)**

Dukungan Kementerian Perdagangan dalam pengembangan kapasitas logistik adalah melalui peningkatan kualitas sarana distribusi (Pasar, Pusat Distribusi Regional/Pusat Distribusi Provinsi, dan Gudang), Peningkatan Kapasitas Pelaku Logistik, serta Peningkatan Koordinasi dengan instansi pemerintah terkait dan pelaku usaha/asosiasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja pengembangan kapasitas logistik adalah:

1. Menurunnya biaya logistik Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting (persentase) terhadap PDB
2. Transaksi perdagangan antar pulau (Propinsi antar Propinsi)
3. Pembangunan/revitalisasi sarana perdagangan seperti Pasar Rakyat, Pusat Distribusi Regional/Provinsi, Gudang Non SRG

**c. Pengelolaan impor dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan. Ketahanan pangan nasional masih merupakan isu yang strategis bagi Indonesia mengingat masih belum terpenuhinya kecukupan produksi, yang disertai dengan belum optimalnya sistem distribusi dan tingginya tingkat konsumsi menciptakan keterkaitan yang tinggi dengan masalah sosial, ekonomi dan politik. Ketahanan pangan sangat erat kaitannya dengan tingkat inflasi yang dapat mengganggu pertumbuhan ekonomi. Disamping itu ketahanan pangan juga merupakan isu yang sensitif karena terkait dengan kesejahteraan petani di dalam negeri, sehingga pemerintah memiliki kewajiban untuk menjaga kelangsungan ketersediaan bahan pangan nasional. Dalam rangka menjaga ketersediaan pasokan pangan di dalam negeri maka diperlukan suatu kebijakan impor yang dinamis dan komprehensif.**

**Masih Rendahnya Tingkat Kesadaran Konsumen serta Belum Optimalnya Pengawasan Barang/Jasa**

Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pemerintah berkewajiban melakukan upaya pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen.

Konsumen Indonesia saat ini masih sebagai target pasar dan belum dapat mengelaborasi perannya sebagai *market driven* bagi perkembangan barang dan jasa. Lebih lanjut konsumen Indonesia memiliki karakteristik menerima dan pasrah, berorientasi pada produk murah dan produk impor, serta kurang peduli terhadap lingkungan. Edukasi terhadap konsumen Indonesia disertai dukungan pengawasan

barang/jasa yang efektif akan mengubah posisi konsumen Indonesia menjadi konsumen yang cerdas, mandiri dan cinta produk dalam negeri.

#### Belum Terwujudnya Indonesia Sebagai Referensi Harga Dunia

Sebagai salah satu penghasil utama komoditi di dunia, Indonesia memiliki peran yang strategis untuk membentuk pasar yang menjadi tempat *price discovery* bagi komoditi-komoditi andalan seperti : minyak kelapa sawit (CPO), batubara, kakao, timah, kopi, dan karet.

Besarnya kontribusi sektor komoditi pada perekonomian nasional ditambah dengan besarnya ketersediaan komoditi di Indonesia maka sudah sewajarnya apabila Indonesia memiliki pasar terorganisir yang memberikan referensi harga baik untuk spot maupun berjangka.

Pasar berjangka Indonesia diyakini masih dalam tahap berkembang (*emerging*) sehingga prospek ke depannya sangat bagus. Namun demikian, karena masih dalam tahap berkembang (*emerging*) maka perlu dibuatkan pedoman sebagai acuan bagi perkembangan bursa di masa yang akan datang. Perkembangan pelaku pasar komoditi berjangka mengalami peningkatan yang pesat, namun dibandingkan dengan kondisi perekonomian Indonesia, maka jumlah pelaku pasar komoditi ini diyakini masih sangat sedikit.

Peningkatan volume multilateral perlu terus dilakukan untuk mencapai fungsi ideal dari bursa berjangka. Tanpa keberadaan volume multilateral maka sebenarnya sulit menjadikan harga (kontrak) sebagai *price discovery*, dan pada akhirnya kurang mendukung perekonomian secara keseluruhan. Adanya harga acuan dapat membantu berbagai pihak (bisnis, pembeli, penjual) dari suatu komoditi untuk menentukan (mengestimasi) besaran penerimaan (bagi penjual) serta besaran beban (bagi pembeli) sehingga membantu bisnisnya menuju situasi yang diinginkan (perhitungan laba-rugi dapat lebih pasti).

Keterlibatan banyak pihak untuk 'meramaikan' bursa diyakini bukan saja akan mendukung keberadaan bursa, tetapi dapat juga mempercepat tercapainya salah satu tujuan keberadaan bursa komoditi yakni sebagai sarana penciptaan harga (*price discovery*).

Instrumen kontrak berjangka di bursa-bursa di Indonesia dapat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan perekonomian. Tantangan yang harus dapat dijawab untuk mewujudkan pasar komoditi berjangka yang likuid adalah integritas pasar dan keuangan terkait dengan perdagangan kontrak berjangka di bursa berjangka di Indonesia.

#### Belum Tersedianya Data dan Informasi yang Berkualitas

Dalam era globalisasi ekonomi, data dan informasi merupakan salah satu kekuatan penting yang dapat mendukung daya saing seluruh sektor termasuk sektor perdagangan. Dengan adanya ketersediaan data dan informasi yang berkualitas, kebijakan dan proses pengambilan keputusan akan semakin optimal dalam menyelesaikan masalah-

masalah. Upaya yang dapat dilakukan kedepan dalam mendukung akses dan ketersediaan informasi ini adalah dengan melaksanakan diseminasi data dan informasi sehingga dapat meningkatkan kualitas kebijakan, mewujudkan sinkronisasi data dan informasi antar lembaga ataupun institusi pemilik sumber informasi terkait khususnya sektor perdagangan, mewujudkan transparansi data dan informasi, dan meningkatkan akses informasi bagi seluruh pihak.

### **Belum Optimalnya Pelaksanaan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik**

**a. Tuntutan profesionalisme SDM bidang perdagangan;**

SDM bidang perdagangan akan menghadapi banyak tantangan untuk mewujudkan visi-misi pembangunan perdagangan kedepan, oleh karena itu tuntutan profesionalisme SDM akan mendapat perhatian penuh serta menjadi faktor utama keberhasilan kinerja sektor perdagangan. Kementerian Perdagangan akan mencanangkan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan mutu SDM bidang perdagangan diantaranya adalah (1) Peningkatan kompetensi jabatan fungsional; (2) Peningkatan mutu aparatur bidang perdagangan, dan (3) Pengembangan pola karir sesuai dengan peraturan yang berlaku seperti UU Aparatur Sipil Negara (ASN).

**b. Perizinan dan penegakan pelanggaran hukum;**

Dalam mendukung perbaikan iklim investasi dan perdagangan, aspek regulasi dan perijinan bagi pihak-pihak terkait khususnya para pelaku usaha perlu mendapatkan perhatian oleh pemerintah kedepan. Untuk itu, sebagai langkah nyata untuk perbaikan dimaksud, maka akan dilaksanakan pengembangan seluruh perijinan bidang perdagangan secara online melalui unit UPP dan pengurangan waktu pengurusan perijinan. Dengan adanya perbaikan ini, maka iklim investasi dan perdagangan akan semakin efisien dan menarik.

**c. Penguatan dan penataan kelembagaan di dalam maupun di luar negeri.**

Kementerian Perdagangan sebagai pembina sektor perdagangan baik di dalam maupun di luar negeri perannya sangat menentukan untuk mendukung dan mengakselerasi pembangunan perdagangan nasional. Oleh karena itu, penguatan dan penataan kelembagaan di dalam dan maupun di luar negeri menjadi krusial dalam mendukung tujuan tersebut. Untuk mencapai itu, Kementerian Perdagangan akan melakukan penguatan kelembagaan sesuai dengan yang diamanatkan dalam UU Perdagangan dan penyusunan Standar Pelayanan Minimum bidang Perdagangan.

### **Belum Sinerginya Kebijakan Pusat dan Daerah**

Terkait sinergi kebijakan Pemerintah Pusat dan Daerah dalam pembangunan perdagangan kedepan, Kementerian Perdagangan untuk mendukung hal sinergi ini akan melaksanakan beberapa langkah strategis diantaranya adalah pelaksanaansosialisasi tentang UU Perdagangan. Kementerian Perdagangan akan melaksanakan sosialisasi UU No. 7 tentang Perdagangan yang meliputi aspek kebijakan dan regulasi sehingga dengan demikian dapat didukung oleh seluruh jajaran pemerintah daerah.

## Bab 2

### VISI MISI DAN TUJUAN

#### 2.1 Visi

Arah tujuan nasional dari pembentukan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) seperti yang diamanatkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 adalah untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Dalam mencapai tujuan nasional bangsa Indonesia menghadapi tiga masalah pokok bangsa yaitu: 1) merosotnya kewibawaan negara, 2) melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional, dan 3) merebaknya intoleransi dan krisis kepribadian bangsa.

Pemerintahan periode 2014 - 2019 berkeyakinan bahwa bangsa Indonesia mampu bertahan apabila dipandu oleh suatu ideologi yaitu Pancasila 1 Juni 1945 dan Trisakti. Trisakti dijabarkan dalam: 1) Kedaulatan dalam politik, 2) Berdikari dalam ekonomi, dan 3) Kepribadian dalam kebudayaan.

Dengan Trisakti sebagai dasar merupakan pembangunan Indonesia dalam lima tahun kedepan, maka VISI pemerintahan tahun 2015 - 2019 adalah sebagai berikut:

**"Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong"**

#### 2.2 Misi

Dalam rangka mewujudkan Visi "Terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong-royong", maka misi pemerintahan periode 2015 - 2019 adalah:

1. Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumberdaya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai negara kepulauan;
2. Mewujudkan masyarakat maju, berkeimbangan dan demokratis berlandaskan Negara hukum;
3. Mewujudkan politik luar negeri bebas-aktif dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim;
4. Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju, dan sejahtera;
5. Mewujudkan bangsa yang berdaya saing;

6. Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, dan berbasiskan kepentingan nasional; dan
7. Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

Selanjutnya, untuk menjembatani visi dan misi Presiden dan Wakil Presiden periode 2015-2019 dalam melaksanakan Agenda Pembangunan Nasional, Kementerian Perdagangan periode 2015-2019 memiliki 3 (tiga) misi dalam membangun sektor perdagangan, yaitu:

1. Meningkatkan pertumbuhan kinerja perdagangan luar negeri yang berkelanjutan;
2. Meningkatkan perdagangan dalam negeri yang bertumbuh dan berkualitas; dan
3. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik di sektor perdagangan.

### 2.3 Tujuan

Untuk mewujudkan Visi dan Misi pemerintahan periode 2015-2019 yang dijabarkan melalui misi Kementerian Perdagangan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam membangun sektor perdagangan periode 2015-2019 yaitu:

1. Peningkatan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa;
2. Peningkatan pengamanan perdagangan;
3. Peningkatan akses dan pangsa pasar internasional;
4. Pemantapan promosi ekspor dan nation branding;
5. Peningkatan efektivitas pengelolaan impor barang dan jasa;
6. Pengintegrasian dan perluasan pasar dalam negeri;
7. Peningkatan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri (PDN);
8. Optimalisasi/penguatan pasar berjangka komoditi, SRG dan pasar lelang;
9. Peningkatan kelancaran distribusi dan jaminan pasokan barang kebutuhan pokok dan barang penting;
10. Peningkatan perlindungan konsumen;
11. Peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha;
12. Peningkatan kualitas kinerja organisasi;
13. Peningkatan dukungan kinerja perdagangan;

### 2.4 Peningkatan kebijakan perdagangan yang harmonis dan berbasis kajian; Sasaran Strategis

Sasaran strategis merupakan indikator kinerja Kementerian Perdagangan dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Sasaran yang ingin dicapai

pada masing-masing tujuan yang telah dipaparkan di atas, secara umum dapat dilihat pada diagram berikut ini.

Gambar 2.1

Keterkaitan Misi, Tujuan dan Sasaran Pembangunan Perdagangan 2015-2019

<b>MISI</b>	1. Meningkatkan pertumbuhan kinerja perdagangan luar negeri yang berkelanjutan		2. Meningkatkan perdagangan dalam negeri yang bertumbuh dan berkualitas			3. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik di sektor perdagangan		
<b>TUJUAN</b>	1. Peningkatan Ekspor Barang Non Migas yang Bernilai Tambah Dan Jasa	3. Peningkatan Akses dan Pangsa Pasar Internasional	6. Pengintegrasian dan Perluasan Pasar Dalam Negeri	8. Optimalisasi/Penguatan pasar Berjangka Komoditi, SRG dan Pasar Lelang	10. Peningkatan Perlindungan Konsumen	12. Peningkatan Kualitas Kinerja Organisasi		
<b>SASARAN</b>	2. Peningkatan Pengamanan Perdagangan	4. Pemantapan Promosi Ekspor dan Nation Branding	7. Peningkatan Penggunaan dan Perdagangan Produk Dalam Negeri (PDN)	9. Peningkatan Kelancaran Distribusi dan Jaminan Pasokan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting	11. Peningkatan Iklim Usaha dan Kepastian Berusaha	13. Peningkatan Dukungan Kinerja Perdagangan		
	Tingkatkan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa	5. Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Impor Barang dan Jasa	Meningkatnya Pertumbuhan PDB Sektor Perdagangan (6)	Meningkatnya Pemanfaatan Pasar Berjangka Komoditi, SRG, dan Pasar Lelang (8)	Meningkatnya Pengelolaan Perdagangan Perbatasan (5, 7, 9, 10)	Meningkatnya Dukungan Kinerja Layanan Publik (12)	Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Internal (12)	
	Meningkatnya Pengamanan Perdagangan dan Kebijakan Nasional	Optimalnya Kinerja Kelembagaan Ekspor (3, 4) Meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Impor (5)	Meningkatnya Konektivitas Distribusi dan Logistik Nasional (6)	Memperkecil Kesenjangan Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Antar Daerah (9)	Meningkatnya Pemberdayaan Konsumen, Standardisasi, Pengendalian Mutu, Tertib Ukur dan Pengawasan Barang/Jasa (10)	Meningkatnya Kinerja dan Profesionalisme SDM Sektor Perdagangan (12)	Terwujudnya Sistem Informasi Perdagangan yang Terintegrasi (13)	
	Meningkatnya Diversifikasi Pasar dan Produk Ekspor (3)	Meningkatnya Pengelolaan Perdagangan LN di Perbatasan	Meningkatnya Konsumsi Rumah Tangga Nasional terhadap Produk Dalam Negeri dan/atau Menurunnya Impor Barang Konsumsi (7)	Stabilisasi Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting (9)	Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha (11)	Meningkatnya Kinerja dan Profesionalisme SDM Sektor Perdagangan (12)	Meningkatnya Birokrasi yang Transparan, Akuntabel, dan Bersih (12)	Meningkatnya Kualitas Kebijakan dan Regulasi Berbasis Kajian (14)

2.4.1 Peningkatan Ekspor Barang Non Migas yang Bernilai Tambah dan Jasa

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa adalah meningkatnya pertumbuhan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa.

Indikator kinerja meningkatnya pertumbuhan ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan ekspor nonmigas;
2. Kontribusi produk manufaktur terhadap total ekspor; dan
3. Pertumbuhan ekspor jasa.

Pada 2014, ekspor nonmigas Indonesia melanjutkan tren pertumbuhan yang negatif sejak tahun 2012 dimana terjadi penurunan nilai ekspor nonmigas sebesar 2,64 persen dibandingkan tahun 2013. Sementara itu, terkait dengan struktur ekspor Indonesia, terjadi pertumbuhan ekspor produk industri pengolahan sebesar 3,8 persen dari USD 113,03 miliar pada tahun 2013 menjadi USD 117,33 miliar pada tahun 2014. Selanjutnya, terkait dengan ekspor jasa, neraca perdagangan jasa Indonesia pada tahun 2014 mengalami perbaikan dengan adanya pertumbuhan sebesar 12,75 persen sehingga defisit neraca perdagangan jasa berkurang dari USD -12,07 miliar pada tahun 2013 menjadi USD -10,53 miliar pada tahun 2014. Lebih lanjut, pada tahun 2014 ekspor jasa tumbuh sebesar 0,78 persen dan impor jasa turun sebesar 3,88 persen bila dibandingkan tahun 2013.

Mempertimbangkan perkiraan kondisi perekonomian global dan domestik, serta mempertimbangkan target pertumbuhan PDB nasional yang telah ditetapkan, maka target pertumbuhan tahunan ekspor nonmigas yang ingin dicapai pada tahun 2015 adalah sebesar 8 persen dan pada akhir periode tahun 2019 adalah sebesar 14,3 persen.

Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan ekspor produk yang bernilai tambah diukur dengan kontribusi ekspor produk manufaktur terhadap total ekspor. Pada tahun 2015 Kementerian Perdagangan menargetkan kontribusi produk manufaktur terhadap total ekspor adalah sebesar 44 persen dan terus meningkat hingga mencapai 65 persen pada tahun 2019.

Sementara target pertumbuhan tahunan ekspor jasa pada tahun 2015 adalah berkisar 12,0 - 14,0 persen dan pada tahun 2019 meningkat menjadi sebesar 16,0 - 19,0 persen.

#### 2.4.2 Peningkatan Pengamanan Perdagangan

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan perdagangan adalah meningkatnya pengamanan perdagangan dan kebijakan nasional untuk mendukung daya saing produk Indonesia baik di pasar domestik maupun internasional. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pengamanan perdagangan dan kebijakan nasional adalah sebagai berikut:

1. Persentase penanganan kasus dalam rangka pengamanan ekspor;
2. Persentase pengamanan kebijakan nasional di fora internasional; dan
3. Presentase pemahaman terhadap hasil kerja sama perdagangan internasional.

Indikator pertama yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pengamanan kebijakan nasional di fora internasional adalah persentase penanganan kasus dalam rangka pengamanan ekspor. Kementerian Perdagangan menargetkan seluruh kasus yang terkait dengan pengamanan ekspor sepanjang tahun 2015 - 2019 akan

ditangani sehingga indikator persentase penanganan kasus mencapai 100 persen setiap tahunnya.

Indikator kedua yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pengamanan kebijakan nasional di fora internasional adalah persentase pengamanan kebijakan nasional di fora internasional. Target yang ingin dicapai untuk indikator ini adalah 70 persen pada tahun 2015 dan meningkat menjadi 90 persen pada tahun 2019. Indikator didapatkan dari total yang dapat diklarifikasi dibagi total pertanyaan/tanggapan/keberatan terhadap kebijakan nasional terkait perdagangan yang masuk dari negara lain dikali seratus persen. Indikator ini menggambarkan kinerja diplomasi yang dapat mengamankan kepentingan nasional di fora internasional. Selama keberatan dimaksud tidak masuk ke Panel DSB WTO maka dianggap keberatan dari negara lain tersebut dapat diklarifikasi.

Selain itu meningkatnya pengamanan perdagangan dan kebijakan nasional diukur melalui nilai persentase pemahaman terhadap hasil kerjasama perdagangan internasional. Indikator ini diukur melalui survei dengan menggunakan kuesioner, dan target indikator ini pada tahun 2015 adalah sebesar 60 persen dan terus meningkat hingga mencapai 65 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.3 Peningkatan Akses dan Pangsa Pasar Internasional

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan akses dan pangsa pasar internasional adalah:

1. Meningkatnya diversifikasi pasar dan produk ekspor; dan
2. Menurunnya hambatan akses pasar (tarif dan non tarif).

##### 2.4.3.1 Meningkatnya Diversifikasi Pasar dan Produk Ekspor

Hingga tahun 2013 pangsa pasar produk Indonesia di tujuan ekspor non-tradisional (pasar prospektif) masih kalah dengan China, Malaysia, dan Thailand. Untuk peningkatan dan optimalisasi akses pasar diperlukan diversifikasi pasar dan produk ekspor.

Indikator yang digunakan untuk mengukur meningkatnya diversifikasi pasar dan produk ekspor adalah:

1. Pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) utama;
2. Pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) prospektif;
3. Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar utama;
4. Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar prospektif;

Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi upaya diversifikasi produk ekspor adalah pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) utama. Produk utama yang dimaksud adalah: tekstil dan produk tekstil (TPT);

elektronik; karet dan produk karet; sawit; produk hasil hutan; alas kaki; otomotif; udang; kakao; dan kopi. Target pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) utama yang ingin dicapai pada tahun 2015 adalah sebesar 5,9 persen dan meningkat hingga mencapai 13,9 persen pada tahun 2019.

Sementara indikator lain yang digunakan untuk mengevaluasi upaya diversifikasi produk ekspor adalah pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) prospektif. Produk prospektif yang dimaksud adalah: kulit dan produk kulit; peralatan medis; tanaman obat; makanan olahan; minyak atsiri; ikan dan produk perikanan; kerajinan; perhiasan; rempah-rempah; dan peralatan kantor. Target pertumbuhan ekspor non migas produk prospektif yang ingin dicapai pada tahun 2015 adalah sebesar 10,6 persen dan terus meningkat hingga mencapai pertumbuhan sebesar 18,9 persen pada tahun 2019.

Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi upaya diversifikasi pasar adalah pertumbuhan ekspor non migas ke pasar utama. Target pertumbuhan ekspor non migas ke pasar utama seperti ke Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Jepang yang ingin dicapai pada tahun 2015 adalah sebesar 5,5 persen dan terus meningkat hingga mencapai pertumbuhan sebesar 13,5 persen pada tahun 2019.

Sementara indikator lain yang digunakan untuk mengevaluasi upaya diversifikasi pasar adalah pertumbuhan ekspor nonmigas ke pasar prospektif. Target pertumbuhan ekspor non migas ke pasar prospektif seperti ke RRT, India, Korea Selatan, Malaysia, dan negara-negara lainnya yang ingin dicapai pada tahun 2015 adalah sebesar 9,7 persen dan terus meningkat hingga mencapai pertumbuhan 18 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.3.2 Menurunnya Hambatan Akses Pasar (Tarif dan Non Tarif)

Indikator yang digunakan untuk mengukur menurunnya hambatan akses pasar (tarif dan non tarif) adalah:

1. Penurunan index Non - Tariff Measures (*baseline* tahun 2013 berdasarkan data WTO)
2. Penurunan rata-rata terbobot tarif di negara mitra (perbedaan dari *baseline* 2013); dan
3. Pertumbuhan nilai ekspor yang menggunakan Surat Keterangan Asal Preferensi (%)

Pengukuran indikator Non Tariff Measure (NTM), umumnya suatu negara akan merujuk pada indikator yang digunakan oleh organisasi perdagangan dunia atau World Trade Organization (WTO). Adapun dalam situs resmi WTO, terdapat database khusus yang menghitung besaran NTM di setiap negara anggota yang dinamakan Integrated Trade Intelligence Portal (I-TIP). Dalam statistik tersebut, dapat terlihat

perkembangan kebijakan NTM yang dikenakan oleh suatu negara terhadap barang yang diekspor oleh negara mitra dagang.

Dalam hal perhitungan index NTM versi WTO, diambil lima negara mitra dagang utama Indonesia yang selanjutnya merupakan tolak ukur keberhasilan penurunan NTM secara umum. Beberapa mitra dagang utama tersebut diantaranya adalah Jepang, China, Amerika Serikat, India, dan Singapura, yang notabene merupakan lima besar negara pangsa ekspor Indonesia.

Selanjutnya, dilakukan observasi data kebijakan NTM yang diterapkan oleh kelima negara tersebut. Adapun jenis NTM yang diobservasi antara lain Anti dumping (ADP), Safeguards (SG), Sanitary and Phytosanitary (SPS) Emergency and Regular, Special Safeguard (SSG), Technical Barriers to Trade (TBT), Countervailing (CV). Status NTM yang diobservasi adalah NTM yang bersifat *in force* atau yang telah ditetapkan, dengan periode NTM per tahun selama 10 tahun. Perkembangan kebijakan NTM *in force* negara mitra dagang utama Indonesia, dijelaskan pada tabel berikut.

Table 2.1.

Perkembangan kebijakan NTM *in force* per tahun Negara Mitra Dagang Utama Indonesia periode 2003-2013

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Asia	China	1	0	0	0	1	5	13	104	8	8	2
	India	3	0	2	1	2	5	6	6	4	5	4
	Japan	11	17	6	13	13	8	17	20	22	19	9
	Singapore	0	0	0	0	0	1	1	3	6	5	7
North America	United States of America	66	84	66	76	120	102	163	145	190	160	139

Sumber: Diolah dari data WTO (2014)

Setelah memperoleh data tersebut, masing-masing total NTM untuk setiap negara dibobot berdasarkan pangsa pasar ekspor masing-masing negara. Pangsa pasar ekspor dihitung berdasarkan total nilai ekspor kelima negara. Selanjutnya, nilai terbobot lima negara dijumlahkan sehingga diperoleh total NTM terbobot dari kelima negara mitra.

Berdasarkan data WTO, tahun 2013 ditetapkan sebagai tahun dasar dalam penghitungan index *Non - Tariff Measures* (NTM) (2013=100). Selanjutnya, dengan menggunakan total NTM terbobot dari lima negara, dilakukan perhitungan index NTM untuk periode 2015 hingga 2019. Kemudian untuk menetapkan target indikator NTM periode 2015-2019 diperlukan proyeksi atau estimasi nilai index NTM untuk periode tersebut. Dari hasil estimasi dengan metode *Historical Analogy*, estimasi berdasarkan pengalaman historis (interval berbasis deviasi nilai terendah dan tertinggi yang pernah dialami), diperoleh index NTM untuk periode 2015-2019. Adapun target Penurunan index NTM selama periode

lima tahun mendatang adalah sebesar 18,32. Lebih rinci, ditargetkan bahwa index NTM mengalami penurunan dari 38,32 pada tahun 2015 menjadi 20 pada tahun 2019.

Dalam upaya meningkatkan peran perdagangan internasional bagi pertumbuhan ekonomi nasional, pemerintah melakukan berbagai kerja sama perdagangan internasional guna menurunkan hambatan tarif dan non tarif yang diharapkan dapat meningkatkan keunggulan komparatif produk nasional di pasar negara partner. Pencapaian penurunan tarif sebagai hasil kerja sama perdagangan internasional dapat diukur indikator rata-rata tarif sederhana maupun rata-rata tarif terbobot

Dalam rata-rata tarif sederhana, diketahui bahwa penurunan tarif masing-masing produk dijumlahkan dan dibagi populasi. Ini artinya, upaya penurunan tarif impor di negara tujuan ekspor pada sektor yang tidak memiliki ekspor juga akan menurunkan rata-rata tarif sederhana sehingga penurunan tarif tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh domestik. Sementara itu, rata-rata tarif terbobot, memberikan bobot yang kecil pada sektor yang memiliki ekspor kecil dan memberikan bobot yang besar pada sektor yang memiliki ekspor besar. Artinya, penurunan tarif impor di negara tujuan ekspor pada sektor yang nilai eksportnya kecil tidak banyak berpengaruh terhadap pencapaian target penurunan tarif impor di negara partner, demikian juga sebaliknya. Oleh karena itu indikator rata-rata tarif terbobot lebih baik digunakan sebagai indikator pencapaian penurunan tarif dalam kerja sama perdagangan internasional. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan konsentrasi permintaan penurunan tarif di negara-negara dan di sektor-sektor yang masih memiliki hambatan tarif yang tinggi.

Target tahunan penurunan rata-rata tarif terbobot didasarkan pada perkiraan proyeksi penyelesaian perundingan dengan negara partner, nilai ekspor ke negara tersebut dan proyeksi penurunan tarif impor yang diperoleh dari negara impor tersebut. Rata-rata penurunan tarif terbobot di negara mitra dihitung berdasarkan komitmen Jepang China, Korea, India, Australia, dan New Zealand terhadap Indonesia pada Perundingan ASEAN dengan Mitra Dialog.) Adapun besarnya target penurunan rata-rata terbobot tarif di negara mitra selama periode 2015-2019 adalah sebesar 2,2. Lebih rinci, ditargetkan terjadi penurunan rata-rata terbobot tarif di negara mitra dari 9,05 pada tahun 2015 menjadi 6,78 pada tahun 2019.

Indikator lain yang digunakan untuk mengukur kinerja menurunnya hambatan akses pasar (tarif dan non tarif) adalah pertumbuhan nilai ekspor yang menggunakan Surat Keterangan Asal (SKA) Preferensi. Target pertumbuhan nilai ekspor yang menggunakan SKA preferansi pada tahun 2015 adalah sebesar 6 persen dan terus meningkat hingga mencapai pertumbuhan sebesar 10 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.4 Pemantapan Promosi Ekspor dan *Nation Branding*

Sasaran yang ingin dicapai dalam melakukan pemantapan promosi ekspor dan *nation branding* adalah:

1. Meningkatnya promosi citra produk ekspor (*nation branding*); dan
2. Optimalnya kinerja kelembagaan ekspor.

##### 2.4.4.1 Meningkatnya Promosi Citra Produk Ekspor (Nation Branding)

Bagaimana sebuah negara dipersepsikan oleh negara-negara lain, dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap bisnis, perdagangan, turisme, bahkan juga terhadap hubungan diplomasi, budaya, dan hubungan antarnegara lainnya. Oleh karena itu, upaya perbaikan citra Indonesia menjadi agenda yang penting bagi Kementerian Perdagangan.

Citra suatu negara di dunia internasional biasanya diukur melalui peringkat suatu negara menurut *Nation Branding Index (NBI)* yang dikeluarkan oleh beberapa lembaga survei independen asing. Oleh karena itu Kementerian Perdagangan menggunakan indikator peringkat dan skor pencitraan produk ekspor Indonesia pada '*Simon Anholt Nation Brand Index (NBI)*' untuk mengukur kinerja meningkatnya promosi dan citra produk ekspor (*nation branding*)

Indeks tersebut merupakan hasil penggabungan dari sejumlah dimensi yang dianggap berpengaruh terhadap *branding* suatu negara, yakni pariwisata, ekspor, pemerintahan, investasi dan imigrasi, kebudayaan, dan masyarakat. Namun demikian, Kementerian Perdagangan hanya memfokuskan kegiatan *nation branding* pada dimensi ekspor. Pada tahun 2013, skor dimensi ekspor NBI Indonesia mencapai angka 45,60 atau berada di peringkat 40 dari 50 negara yang disurvei.

Target peningkatan citra produk ekspor Indonesia menurut *Nation Branding Index* khususnya dimensi ekspor adalah skor pada kisaran 45-46 pada tahun 2015 dan terus meningkat sampai mencapai skor kisaran 49-50 pada tahun 2019.

##### 2.4.4.2 Optimalnya Kinerja Kelembagaan Ekspor

Dalam mendukung peningkatan kinerja promosi diperlukan kelembagaan ekspor yang berkualitas. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja optimalnya kelembagaan ekspor adalah:

1. Peningkatan pemanfaatan laporan pasar ekspor (*market intelligent* dan *market brief*) oleh dunia usaha;
2. Pendirian Lembaga/Kantor Perwakilan/Pusat Promosi di dalam dan luar negeri (unit); dan
3. Persentase PMKM peserta pelatihan ekspor yang menjadi eksportir baru.

Dalam mendukung peningkatan ekspor, para perwakilan perdagangan di luar negeri melakukan *market intelligent* untuk menyusun laporan *market intelligent* dan *market brief* yang akan dimanfaatkan para pelaku usaha dalam negeri untuk memasuki pasar dan meningkatkan ekspor di negara terkait. Kementerian Perdagangan menargetkan peningkatan pemanfaatan laporan pasar ekspor oleh dunia usaha pada tahun 2015 sebanyak 500 pelaku usaha dan diakhir periode pada tahun 2019 peningkatan mencapai 1100 pelaku usaha.

Dalam meningkatkan promosi di luar negeri Kementerian Perdagangan telah memiliki 19 kantor promosi yang dinamakan Indonesia Trade Promotion Center (ITPC). Pembentukan badan promosi dagang di luar negeri juga diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan pasal 80. Guna mengoptimalkan kinerja kelembagaan ekspor dalam periode 2015 sampai dengan 2019 Kementerian Perdagangan berencana untuk mendirikan lembaga/kantor perwakilan/pusat promosi di dalam dan luar negeri sebanyak 8 lembaga/kantor/pusat promosi.

Setiap tahunnya Kementerian Perdagangan menyelenggarakan pelatihan bagi para pelaku usaha yang belum dapat mengekspor produknya. Dengan pelatihan ini diharapkan para pelaku usaha lokal dapat menjadi eksportir, sehingga dapat meningkatkan jumlah ekspor Indonesia. Kementerian Perdagangan menargetkan persentase PMKM (pedagang mikro kecil dan menengah) peserta pelatihan ekspor yang menjadi eksportir baru meningkat sebesar 10 persen pada tahun 2015 dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 15 persen dari tahun sebelumnya.

#### 2.4.5 Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Impor Barang dan Jasa

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan efektivitas pengelolaan impor barang dan jasa adalah meningkatnya efektivitas pengelolaan impor. Pengelolaan Impor dalam rangka mencapai surplus neraca perdagangan memerlukan instrumen berupa kebijakan yang bertujuan menstabilkan ataupun menjaga neraca perdagangan serta dalam rangka menciptakan iklim perdagangan luar negeri dan dalam negeri yang kondusif.

Meningkatnya efektivitas pengelolaan impor dimaksud adalah utamanya dalam mengelola impor untuk baik dalam rangka peningkatan ekspor ataupun penguatan pasar dalam negeri. Indikator yang digunakan untuk mengukur meningkatnya efektivitas pengelolaan ekspor adalah Penurunan pangsa impor barang konsumsi terhadap total impor.

Dengan meningkatkan efektivitas pengelolaan impor diharapkan pangsa impor barang konsumsi terhadap total impor akan semakin menurun. Kementerian Perdagangan menargetkan penurunan pangsa impor barang konsumsi terhadap total impor pada tahun 2015 adalah sebesar 7 persen dan tahun 2019 sebesar 6,0 persen.

#### 2.4.6 Pengintegrasian dan Perluasan Pasar Dalam Negeri

Sasaran yang ingin dicapai dalam menguatkan pasar dalam negeri adalah:

1. Meningkatnya pertumbuhan PDB sektor perdagangan; dan
2. Meningkatnya kualitas dan kuantitas sarana distribusi dan logistik nasional.

##### 2.4.6.1 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.

Sesuai dengan target yang ditetapkan dalam RPJMN 2015-2019, pertumbuhan perekonomian nasional yang diukur melalui pertumbuhan PDB pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 5,8 persen. Ekspektasi pertumbuhan di atas ditunjang dengan tingkat pengeluaran konsumsi masyarakat yang mencapai 5,4 persen dan pengeluaran pemerintah sebesar 4,0 persen. Selanjutnya, pertumbuhan PDB nasional diproyeksikan akan mengalami peningkatan menjadi sebesar 8 persen pada tahun 2019. Hal ini ditopang dengan pertumbuhan konsumsi masyarakat sebesar 5,9 persen dan pengeluaran pemerintah sebesar 6,2 persen pada tahun 2019.

Mempertimbangkan beberapa hal di atas, seperti yang tercantum di dalam RPJMN 2015-2019 target pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor pada tahun 2015 adalah sebesar 5,0 persen. Selanjutnya pada tahun 2019 pertumbuhan PDB riil sub sektor Perdagangan Besar dan Eceran diproyeksikan akan mengalami peningkatan menjadi sebesar 8,2 persen.

##### 2.4.6.2 Meningkatnya kualitas dan kuantitas sarana distribusi dan logistik nasional

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya konektivitas distribusi dan logistik nasional adalah:

1. Jumlah Pasar Rakyat Tipe A;
2. Jumlah Pasar Rakyat Tipe B;
3. Jumlah Pusat Distribusi Regional (PDR);

4. Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi.

Target pembangunan pasar rakyat sesuai yang tertuang dalam RPJMN tahun 2015-2019 adalah sebanyak 5000 pasar. Target pembangunan tersebut merupakan tugas bersama dari beberapa Kementerian/Lembaga, salah satunya adalah Kementerian Perdagangan. Sebagai salah satu upaya untuk mencapai target dimaksud, selama periode 2015-2019 Kementerian Perdagangan memproyeksikan pembangunan pasar rakyat Tipe A sebanyak 67 - 100 pasar per tahun dan pembangunan pasar rakyat Tipe B sebanyak 70 - 120 pasar per tahun. Adapun jumlah Pusat Distribusi Regional yang dibangun adalah sebanyak 2 Pusat Distribusi Regional per tahun. Sementara itu, Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi ditargetkan mengalami peningkatan 10 - 20 persen sepanjang periode 2015-2019.

2.4.7 Peningkatan Penggunaan dan Perdagangan Produk Dalam Negeri (PDN)

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 2015-2019 adalah sebesar 92,3 - 93,1 persen.

#### 2.4.8 Optimalisasi/Penguatan Pasar Berjangka Komoditi, Sistem Resi Gudang (SRG) dan Pasar Lelang

Sasaran yang ingin dicapai dalam optimalisasi/penguatan pasar berjangka komoditi, Sistem Resi Gudang (SRG) dan pasar lelang adalah meningkatnya pemanfaatan pasar berjangka komoditi, SRG, dan Pasar Lelang. Perdagangan Berjangka Komoditi (PBK) mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian nasional Indonesia di era perdagangan bebas saat ini yaitu sebagai sarana pengelolaan resiko (risk management) melalui kegiatan lindung nilai (hedging) dan sarana pembentukan harga (price discovery) yang wajar dan transparan serta alternatif investasi bagi pelaku usaha. Saat ini di Indonesia telah terdapat 2 (dua) bursa terkait perdagangan berjangka komoditi yaitu PT Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) yang berdiri pada tahun 2000, yang kemudian diikuti dengan PT Bursa Komoditi dan Derivatif Indonesia (BKDI) yang berdiri pada tahun 2009.

Berdasarkan pada UU Nomor 9 Tahun 2006 sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 9 Tahun 2011, Sistem Resi Gudang (SRG) merupakan salah satu instrumen keuangan yang dapat dimanfaatkan oleh para petani, kelompok tani, gapoktan, koperasi tani maupun pelaku usaha (pedagang, prosesor, pabrikan) sebagai sarana tunda jual dan pembiayaan perdagangan karena dapat menyediakan akses kredit bagi dunia usaha dengan jaminan barang (komoditi) yang disimpan di gudang, tanpa dipersyaratkan jaminan lainnya. Sebagai dokumen bukti kepemilikan atas komoditi yang disimpan di gudang, Resi Gudang dapat digunakan sebagai instrumen keuangan yang dapat diperjualbelikan dan juga mendukung Sistem Logistik Nasional dalam rangka ketahanan pangan.

Dalam Sistem Logistik Nasional, SRG dapat berperan penting sebagai sarana penyimpanan logistik dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi. SRG juga dapat menjadi salah satu instrumen pengukuran ketersediaan stok nasional, khususnya terkait dengan bahan pangan seperti beras, gabah dan jagung. Hal ini dimungkinkan karena data ketersediaan stok di setiap gudang SRG terintegrasi melalui suatu Sistem Informasi Resi Gudang (IS-WARE).

Pasar Lelang dimaksudkan untuk menciptakan sistem perdagangan yang lebih efisien dan pembentukan harga melalui mekanisme transaksi yang transparan. Selain itu Pasar Lelang diharapkan dapat meningkatkan daya saing petani/produsen, menciptakan insentif bagi peningkatan produksi dan mutu serta meningkatkan pendapatan semua pihak yang terlibat, terutama para petani atau produsen. Melalui Pasar Lelang, pembentukan harga yang transparan dapat digunakan sebagai harga acuan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja dari pemanfaatan perdagangan berjangka komoditi, SRG, dan Pasar Lelang:

1. Pertumbuhan Volume Transaksi Perdagangan Berjangka Komoditi (PBK);

2. Pertumbuhan Nilai Resi Gudang yang diterbitkan;
3. Pertumbuhan Nilai Transaksi di Pasar Lelang.

Pertama, Pertumbuhan Volume Transaksi Perdagangan Berjangka Komoditi diukur melalui volume transaksi PBK dan pertumbuhan volume transaksi PBK. Adapun target dari volume transaksi PBK selama periode 2015-2019 adalah sebesar 4,605 juta lot – 5,927 juta lot dengan tingkat pertumbuhan sebesar 2 – 8 persen.

Kedua, Pertumbuhan Nilai Resi Gudang yang diterbitkan diukur melalui nilai resi gudang yang diterbitkan dan pertumbuhan nilai transaksi resi gudang. Adapun target dari nilai resi gudang yang diterbitkan selama periode 2015-2019 adalah sebesar 110 miliar rupiah – 125 miliar rupiah dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,8 – 3,5 persen.

Ketiga, Pertumbuhan Nilai Transaksi di Pasar Lelang diukur melalui nilai transaksi dan pertumbuhan nilai transaksi pasar lelang. Adapun target dari nilai transaksi pasar lelang selama periode 2015-2019 adalah sebesar 660 miliar rupiah – 675,5 miliar rupiah dengan tingkat pertumbuhan sebesar 0,38 – 0,6 persen.

#### 2.4.9 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

#### 2.4.10 Memperkecil Kesenjangan Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Antar Daerah

Sasaran pertama dari peningkatan kelancaran distribusi dan jaminan pasokan barang kebutuhan pokok adalah memperkecil kesenjangan harga barang pokok antar daerah. Koefisien Sasaran ini menggambarkan rendahnya disparitas harga barang kebutuhan pokok antar daerah.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja memperkecil kesenjangan harga barang kebutuhan pokok adalah Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah. Pada tahun 2015, target dari koefisien variasi dimaksud sesuai dengan RPJMN 2015-2019 adalah kurang dari 14,2 persen. Hal ini dapat diartikan bahwa pada tahun 2015 disparitas harga komoditi barang kebutuhan pokok antar wilayah di

Indonesia secara rata-rata adalah kurang dari 14.2 persen. Selanjutnya, pada tahun 2019 diproyeksikan bahwa target dari koefisien dimaksud menurun hingga kurang dari 13 persen. Hal ini dapat diartikan bahwa pada tahun 2019 disparitas harga komoditi barang kebutuhan pokok antar wilayah di Indonesia secara rata-rata adalah kurang dari 13 persen.

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, maka diharapkan margin dan perbedaan harga antar daerah dengan nasional semakin menurun sehingga ketersediaan dan kelancaran distribusinya dapat terjaga.

#### 2.4.11 Stabilisasi Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting

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 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 persen. Hal ini dapat diartikan bahwa sepanjang periode 2015-2019, harga barang kebutuhan pokok diberikan ruang untuk berfluktuasi secara rata-rata kurang dari 9 persen

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.

#### 2.4.12 Meningkatkan Pengawasan Barang Beredar di Wilayah Perbatasan

Sasaran ketiga dari peningkatan kelancaran distribusi dan jaminan pasokan barang kebutuhan pokok adalah meningkatnya pengawasan barang beredar di wilayah perbatasan. Sasaran ini menggambarkan bahwa peredaran barang di wilayah Indonesia yang berbatasan langsung dengan negara tetangga perlu dikelola secara baik oleh pemerintah.

Pentingnya pengelolaan perdagangan di wilayah perbatasan dikarenakan besarnya potensi nilai perdagangan di wilayah yang bersinggungan langsung dengan negara tetangga. Sebagai halaman depan dari sebuah negara, daerah perbatasan menjadi salah satu faktor pendukung dalam mempromosikan produk-produk unggulan dalam negeri sehingga apabila dikelola dengan baik, maka dapat menjadi salah satu pendorong bagi pertumbuhan ekonomi daerah dan juga nasional. Akan tetapi, di sisi lain daerah perbatasan sangat rentan terhadap masuknya produk dari negeri tetangga.

Maraknya produk tetangga yang beredar di daerah perbatasan selain dapat mengancam konsumen dalam negeri karena banyak dari produk tersebut yang tidak sesuai ketentuan, juga dapat mengancam eksistensi produk domestik. Hal ini menyebabkan daerah perbatasan memerlukan perhatian serius terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok penduduk setempat.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya pengelolaan perdagangan perbatasan adalah persentase barang beredar diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat. Adapun ruang lingkup dari perbatasan darat yang disinggung dalam indikator ini adalah wilayah perbatasan yang bersinggungan dengan Negara Malaysia.

Pada tahun 2015 belum ada target dari persentase barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat. Selanjutnya, target dari Persentase Barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat adalah sebesar 30 persen dari total barang yang beredar di wilayah tersebut pada tahun 2016. Kemudian, target dari Persentase Barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat diharapkan mengalami peningkatan menjadi 45 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.13 Peningkatan Perlindungan Konsumen

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan perlindungan dan pemberdayaan konsumen adalah meningkatnya pemberdayaan konsumen, standarisasi, pengendalian mutu, tertib ukur dan pengawasan barang/jasa. Penetapan dari sasaran ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen sehingga meningkatkan kualitas barang/jasa di pasar dalam negeri. Kemudian, pemberdayaan konsumen yang semakin baik dapat dicerminkan dengan semakin meningkatnya pelaksanaan edukasi

konsumen yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat, semakin cerdasnya konsumen serta ketersediaan infrastruktur dan lembaga perlindungan konsumen.

Indikator yang digunakan sebagai ukuran kinerja meningkatnya pemberdayaan konsumen, standardisasi, pengendalian mutu, tertib ukur dan pengawasan barang/jasa adalah:

1. Indeks Keberdayaan Konsumen
2. Persentase barang impor ber-SNI Wajib yang sesuai ketentuan yang berlaku;
3. Persentase barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan;
4. Persentase alat-alat ukur, takar, timbang, dan perlengkapannya (UTTP) yang bertanda tera sah yang berlaku.

Keberhasilan upaya perlindungan konsumen dapat tercapai apabila keempat indikatornya terpenuhi. Pertama, keberdayaan konsumen diukur melalui sebuah indeks dimana semakin tinggi angka indeks keberdayaan konsumen dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat keberdayaan dari konsumen di Indonesia. Adapun target dari indeks dimaksud selama periode 2015-2019 adalah sebesar 37 - 50.

Kedua, persentase barang impor ber-SNI wajib yang sesuai ketentuan berlaku diukur melalui perbandingan antara Jumlah Barang impor ber-SNI yang sesuai ketentuan dibagi dengan jumlah contoh uji petik kemudian dikalikan angka 100 persen. Semakin tinggi persentase menggambarkan semakin tinggi konsistensi mutu barang impor sehingga aman untuk dikonsumsi masyarakat. Selama periode 2015-2019, ditargetkan persentase barang impor ber-SNI Wajib yang sesuai ketentuan yang berlaku mengalami peningkatan mulai dari 50 persen hingga 64 persen.

Ketiga, persentase barang beredar diawasi yang sesuai ketentuan diukur melalui perbandingan antara jumlah barang yang sesuai ketentuan dengan jumlah barang yang diawasi. Semakin tinggi persentase menggambarkan semakin banyaknya barang beredar yang sesuai dengan ketentuan sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen. Selama periode 2015-2019, ditargetkan persentase barang beredar diawasi yang sesuai ketentuan mengalami peningkatan mulai dari 60 persen hingga 75 persen.

Terakhir, persentase alat Ukur, Takar, Timbang, dan Perlengkapannya (UTTP) bertanda tera sah yang berlaku diukur melalui perbandingan antara jumlah UTTP bertanda tera sah yang berlaku dibandingkan dengan jumlah potensi UTTP yang ada di Indonesia. Semakin tinggi persentase maka semakin baik kondisi tertib ukur yang menggambarkan terwujudnya sebagian upaya perlindungan konsumen. Selama periode 2015-2019, ditargetkan persentase alat-alat ukur, takar, timbang, dan perlengkapannya (UTTP) yang bertanda tera sah yang berlaku

mengalami peningkatan mulai dari 50 persen pada tahun 2015 hingga menjadi 70 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.14 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.

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. Sementara itu, persentase kabupaten/kota yang dapat menerbitkan SIUP TDP dalam waktu selambat-lambatnya 3 hari ditargetkan mengalami peningkatan mulai dari 60 persen pada tahun 2015 hingga menjadi 100 persen pada tahun 2019.

Sementara itu, indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya kepastian dan kemudahan berusaha bidang perdagangan luar negeri adalah:

1. Peningkatan rasio nilai ekspor yang menggunakan SKA preferensi dan Non Preferensi terhadap total ekspor;
2. Persentase Waktu Penyelesaian Perijinan Ekspor dan Impor Sesuai dengan SLA;
3. Persentase Peningkatan pengguna Sistem Perijinan *Online*.

Selama periode 2015-2019, ditargetkan rasio nilai ekspor yang menggunakan SKA preferensi dan Non Preferensi terhadap total ekspor mengalami peningkatan mulai dari 65 persen pada tahun 2015 hingga menjadi 73 persen SKA pada tahun 2019. Sementara itu, waktu Penyelesaian Perijinan Ekspor dan Impor Sesuai dengan SLA ditargetkan mengalami peningkatan mulai dari 75 persen pada tahun 2015 hingga menjadi 95 persen pada tahun 2019. Adapun presentase pengguna Sistem Perijinan Online pada periode yang sama diharapkan mengalami peningkatan dari 15 persen pada tahun 2015 menjadi 35 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.15 Peningkatan Kualitas Kinerja Organisasi

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan kualitas kinerja organisasi adalah:

1. Meningkatnya dukungan kinerja layanan publik;
2. Meningkatnya kinerja dan profesionalisme SDM sektor perdagangan;
3. Meningkatnya Birokrasi yang Transparan, Akuntabel, dan Bersih; dan
4. Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Internal

#### 2.4.16 Meningkatnya Dukungan Kinerja Layanan Publik

Indikator yang digunakan untuk mengukur dukungan kinerja layanan publik adalah:

1. Persentase ketersediaan sarana dan prasarana di lingkungan Kemendag;
2. Persentase penyelesaian peraturan perundang-undangan;
3. Rasio berita negatif semakin menurun; dan
4. Persentase tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan informasi.

Untuk mendukung kinerja layanan publik dibutuhkan peningkatan kualitas dan kuantitas jangkauan pelayanan kepada masyarakat, antara lain melalui pengadaan peralatan, tanah, gedung, pembangunan Akademi Kemetrolagian di Bandung, dan sarana penunjang perdagangan lainnya guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan. Penyelenggaraan ketersediaan sarana dan prasarana untuk mendukung pelayanan publik dilakukan secara bertahap dan ditargetkan pada tahun 2015 tercapai sebesar 65 persen kemudian meningkat menjadi sebesar 85 persen pada tahun 2019.

Kementerian Perdagangan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya untuk mendukung kinerja layanan publik adalah dengan menyelesaikan peraturan perundang-undangan sektor perdagangan. Target penyelesaian peraturan perundang-undangan pada periode 2014 sampai dengan 2019 adalah sebesar 95 persen setiap tahunnya.

Kinerja meningkatnya dukungan kinerja layanan publik diukur juga dengan rasio berita negatif yang semakin menurun. Tahun 2015 Kementerian Perdagangan menargetkan persentase penurunan rasio berita negatif adalah sebesar 10 persen dan pada tahun 2019 sebesar 5 persen.

Tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan informasi yang diberikan oleh Kementerian Perdagangan merupakan salah satu ukuran kinerja meningkatnya layanan publik. Pada tahun 2015 Kementerian

Perdagangan memargetkan persentase tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan informasi sebesar lebih dari 60 persen dan terus meningkat hingga mencapai lebih dari 70 persen pada tahun 2019.

#### **2.4.17 Meningkatkan Kinerja dan Profesionalisme SDM Sektor Perdagangan**

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja dan profesionalisme sumber daya manusia sektor perdagangan adalah:

1. Persentase capaian peningkatan kinerja SDM dan organisasi; dan
2. Persentase bantuan hukum yang diselesaikan.

Sumber Daya Manusia merupakan modal penting dalam meningkatkan kinerja sektor perdagangan. Untuk itu kinerja dan profesionalisme SDM sektor perdagangan perlu ditingkatkan.

Dalam mendukung peningkatan kinerja dan profesionalisme SDM sektor Perdagangan, Kementerian Perdagangan melaksanakan reformasi birokrasi di bidang Sumber Daya Manusia dan Organisasi. Untuk mengukur kinerja meningkatnya kinerja dan profesionalisme SDM sektor Perdagangan adalah melalui persentase capaian kinerja SDM dan organisasi. Target Kementerian Perdagangan pada tahun 2015 untuk persentase capaian kinerja SDM dan Organisasi adalah 54 persen dan terus meningkat hingga diharapkan dapat mencapai 80 persen pada tahun 2019.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya Kementerian Perdagangan kadangkala menghadapi permasalahan hukum. Untuk itu pada periode 2015 sampai dengan 2019 target bantuan hukum yang diselesaikan setiap tahunnya mencapai 100 persen.

#### **2.4.18 Meningkatkan Birokrasi yang Transparan, Akuntabel, dan Bersih**

Indikator yang digunakan untuk mengukur meningkatnya birokrasi yang transparan, akuntabel, dan bersih adalah :

1. Penilaian MenPAN atas hasil evaluasi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP) Kementerian Perdagangan;
2. Keselarasan perencanaan dengan kinerja (Persentase program dan hasil yang dicapai); dan
3. Indeks pelaksanaan reformasi birokrasi Kementerian Perdagangan.

Meningkatnya birokrasi yang transparan, akuntabel dan bersih dapat diukur dengan Penilaian MenPAN atas hasil evaluasi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP) Kementerian Perdagangan. KemenPAN dan RB memberikan penilaian dalam simbol Alphabetic terhadap dokumen Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) secara berurutan dari urutan penilaian paling rendah, yaitu huruf D, C, CC, B, A, dan AA. Pada tahun 2013 Kementerian

Perdagangan memperoleh penilaian B, dan target tahun 2015 adalah mempertahankan penilaian B sampai dengan tahun 2019.

Indikator selanjutnya adalah keselarasan perencanaan dengan kinerja yang diukur melalui persentase program dan hasil yang dicapai. Adapun target dari keselarasan perencanaan dengan kinerja dari Kementerian Perdagangan adalah sebesar 90 persen setiap tahunnya mulai tahun 2015 sampai dengan 2019.

Indikator terakhir yang digunakan untuk mengukur peningkatan birokrasi yang transparan, akuntabel, dan bersih adalah Indeks pelaksanaan reformasi birokrasi Kementerian Perdagangan yang dinilai oleh Tim Unit Pengelolaan Reformasi Birokrasi Nasional. Penilaian dari indikator ini terdiri dari 3 (tiga) komponen, yaitu: (1) kapasitas dan akuntabilitas kinerja organisasi; (2) pemerintahan yang bersih dan bebas KKN; (3) dan kualitas pelayanan publik. Dalam periode pemerintahan selama lima tahun kedepan, indeks pelaksanaan reformasi birokrasi Kementerian Perdagangan ditargetkan mencapai 65 pada tahun 2015 dan terus meningkat menjadi 72 pada tahun 2019.

#### 2.4.19 Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Internal

Indikator yang digunakan untuk mengukur meningkatnya efektivitas pengawasan internal adalah:

1. Persentase tindak lanjut penyelesaian rekomendasi hasil audit; dan
2. Persentase kesesuaian Rencana Kerja Anggaran dengan peraturan yang berlaku berdasarkan hasil review.

Meningkatnya efektivitas pengawasan internal diukur dengan tindak lanjut penyelesaian rekomendasi hasil pengawasan. Target tahun 2015 adalah sebesar 75 persen dan terus meningkat sampai 95 persen pada tahun 2019.

Persentase kesesuaian Rencana Kerja Anggaran dengan peraturan yang berlaku berdasarkan hasil review, diukur dengan kesesuaian RKA yang disusun berdasarkan hasil review. Kementerian Perdagangan menargetkan persentase kesesuaian Rencana Kerja Anggaran dengan peraturan yang berlaku berdasarkan hasil review pada tahun 2015 adalah sebesar 78 persen dan terus meningkat hingga mencapai 90 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.20 Peningkatan Dukungan Kinerja Perdagangan

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan dukungan kinerja sektor perdagangan adalah meningkatnya pemanfaatan data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan.

Sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pasal 88-92, Kementerian Perdagangan berkewajiban

menyelenggarakan Sistem Informasi Perdagangan (SIP) yang terintegrasi dengan sistem informasi yang dikembangkan oleh kementerian atau lembaga pemerintah non kementerian.

Agar SIP dapat dimanfaatkan untuk mendukung kinerja sektor perdagangan, khususnya dalam proses penyusunan kebijakan dan pengendalian perdagangan sebagaimana diatur dalam UU tersebut, maka ditetapkan indikator untuk sasaran meningkatnya pemanfaatan Data/Informasi Perdagangan dan terkait perdagangan yaitu persentase jenis data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan yang dikelola. Kementerian Perdagangan menargetkan persentase jenis data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan yang dikelola pada tahun 2015 adalah sebesar 5 persen dan terus meningkat hingga mencapai 25 persen pada tahun 2019.

#### 2.4.21 Peningkatan Kebijakan Perdagangan yang Harmonis dan Berbasis Kajian

Sasaran yang ingin dicapai dalam peningkatan dukungan kinerja sektor perdagangan adalah meningkatkan kualitas kebijakan dan regulasi berbasis kajian. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja meningkatnya kualitas kebijakan dan regulasi berbasis kajian adalah

1. Persentase hasil kajian yang digunakan dalam rangka penyusunan kebijakan

Di tengah dinamika sektor perdagangan yang semakin kompleks, Kementerian Perdagangan sebagai regulator dituntut untuk dapat mengeluarkan kebijakan yang solutif, antisipatif, artikulatif dan responsif. Agar suatu kebijakan dapat memenuhi persyaratan tersebut maka diperlukan adanya kajian atau analisis. Sebuah kajian, dalam spektrum yang lebih luas dari hanya sebuah produk akademis, mampu menampilkan dan bahkan memprediksi perkembangan suatu permasalahan dari berbagai sudut pandang. Apabila digunakan dalam suatu proses penyusunan kebijakan publik, kajian akan mampu menampilkan alternatif solusi, dampak penerapan, interaksi berbagai faktor dan efektivitas suatu kebijakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penyusunan dan penetapan kebijakan di sektor perdagangan, Kementerian Perdagangan akan memanfaatkan hasil kajian (research based policy) baik yang dilakukan secara internal maupun eksternal.

Kementerian Perdagangan menargetkan persentase hasil kajian yang digunakan dalam rangka penyusunan kebijakan pada tahun 2015 adalah sebesar 20 persen dan meningkat hingga mencapai 40 persen pada tahun 2019.

**2. Persentase Rekomendasi/masukan kebijakan yang disampaikan ke K/L/D/I**

Sektor perdagangan tidak dapat dilepaskan dari sektor-sektor lainnya seperti pertanian, pertambangan, perhubungan, dan lain sebagainya. Sistem pemerintahan dengan salah satu otonomi daerah sebagai salah satu fitur utamanya turut menambah kompleksitas interaksi antar kebijakan, khususnya antara Pusat dan Daerah. Untuk mendukung efektivitas implementasi kebijakan pada masing-masing sektor maupun tingkat pemerintahan, maka kebijakan yang ada maupun yang akan dikeluarkan harus dapat berinteraksi dengan harmonis.

Kementerian Perdagangan menargetkan persentase rekomendasi/masukan kebijakan yang disampaikan ke K/L/D/I pada tahun 2015 adalah sebesar 10 persen dan terus meningkat hingga mencapai 30 persen pada tahun 2019.

## Bab 3

# ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, KERANGKA REGULASI, DAN KERANGKA KELEMBAGAAN

Setelah menganalisis perkembangan lingkungan strategis dengan memperhatikan kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan serta menetapkan faktor-faktor kunci keberhasilan, tujuan, dan sasaran sebagai penjabaran visi dan misi, maka dapat ditentukan strategi operasional. Strategi tersebut ditetapkan sebagai cara untuk mencapai tujuan dengan perencanaan kebijakan dan program yang akan dipergunakan sebagai pedoman operasional.

### 3.1 Arah Kebijakan dan Strategi Nasional

Pembangunan Perdagangan dalam lima tahun ke depan akan sesuai dengan visi Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005–2025 yang tercantum dalam Undang-Undang 17 tahun 2007 yaitu mewujudkan Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur. RPJPN 2005-2015 dilaksanakan dalam 4 tahapan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN), yang pada tahap 3 atau dalam periode 2015–2019 memiliki arah kebijakan untuk memantapkan pembangunan secara menyeluruh di berbagai bidang dengan menekankan pencapaian daya saing kompetitif perekonomian berlandaskan keunggulan sumber daya alam dan sumber daya manusia berkualitas serta kemampuan IPTEK yang terus meningkat. Berdasarkan arahan tersebut pembangunan Indonesia dalam periode ini diarahkan untuk mencapai perekonomian yang kuat, inklusif dan berkelanjutan.

Dalam mencapai tujuan nasional sebagaimana tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, bangsa Indonesia dihadapkan pada tiga masalah pokok bangsa yakni: 1) merosotnya kewibawaan negara, 2) melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional, dan 3) merebaknya intoleransi dan krisis kepribadian bangsa.

Untuk menghadapi berbagai tantangan yang ada pemerintah periode tahun 2014-2015 dengan kabinet kerjanya kembali meneguhkan jalan ideologis bangsa yaitu Pancasila 1 Juni 1945 dan Trisakti.

Untuk mewujudkan Indonesia yang berdaulat secara politik, mandiri dalam bidang ekonomi, dan berkepribadian dalam kebudayaan, dirumuskan sembilan agenda prioritas dalam pemerintahan 2014 – 2019 yang disebut sebagai NAWACITA, yaitu:

1. Menghadirkan kembali negara untuk melindungi segenap bangsa dan memberikan rasa aman kepada seluruh warga negara;
2. Membuat Pemerintah selalu hadir dengan membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis, dan terpercaya;
3. Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan;
4. Memperkuat kehadiran negara dalam melakukan reformasi sistem dan penegakan hukum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya;
5. Meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia;
6. Meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar Internasional sehingga bangsa Indonesia bisa maju dan bangkit bersama bangsa-bangsa Asia lainnya;
7. Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik;
8. Melakukan revolusi karakter bangsa;
9. Memperteguh ke-Bhinekaan dan memperkuat restorasi sosial Indonesia.

Dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional dengan mempertimbangkan lingkungan strategis dan tantangan-tantangan yang akan dihadapi bangsa Indonesia ke depan, maka arah kebijakan umum pembangunan nasional 2015-2019 adalah:

1. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan;
2. Meningkatkan Pengelolaan dan Nilai Tambah Sumber Daya Alam (SDA) Yang Berkelanjutan;
3. Mempercepat pembangunan infrastruktur untuk pertumbuhan dan pemerataan;
4. Peningkatan kualitas lingkungan hidup, Mitigasi bencana alam dan perubahan iklim;
5. Penyiapan Landasan Pembangunan yang Kokoh;
6. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia dan Kesejahteraan Rakyat Yang Berkeadilan;
7. Mengembangkan dan Memeratakan Pembangunan Daerah;

Salah satu agenda pembangunan Sektor ekonomi adalah modernisasi sektor jasa dengan tujuan meningkatkan daya saing yang antara lain dilakukan melalui peningkatan ekspor non migas dan jasa bernilai tambah tinggi, peningkatan daya saing UMKM dan koperasi serta peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif.

Salah satu peran penting Kementerian Perdagangan dalam agenda pembangunan sektor ekonomi adalah melakukan upaya peningkatan ekspor

non migas dan jasa yang bernilai tambah tinggi. Sasaran perdagangan luar negeri dalam rangka meningkatkan daya saing ekspor barang dan jasa pada tahun 2015-2019 adalah:

1. Pertumbuhan ekspor produk non-migas rata-rata sebesar 10,5 persen per tahun,;
2. Rasio ekspor jasa terhadap PDB rata-rata sebesar 3,0 persen per tahun; dan
3. Peningkatan pangsa ekspor produk manufaktur menjadi sebesar 65 persen.

Strategi dalam mewujudkan arah kebijakan meningkatkan ekspor produk nonmigas dan ekspor jasa bernilai tambah lebih tinggi dan lebih kompetitif di pasar internasional untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan ekspor barang bernilai tambah lebih tinggi;
2. Memanfaatkan rantai nilai global dan jaringan produksi global untuk meningkatkan ekspor barang terutama produk manufaktur
3. Meningkatkan kuantitas dan kualitas ekspor sector jasa prioritas yang meliputi jasa pendorong ekspor nonmigas (jasa transportasi, jasa pariwisata dan jasa konstruksi) serta jasa yang mendukung fasilitasi perdagangan dan produktivitas ekonomi (jasa logistic, jasa distribusi dan jasa keuangan).

Selain berperan dalam pembangunan ekonomi melalui modernisasi sektor jasa, Kementerian Perdagangan juga berperan dalam penguatan faktor utama ekonomi melalui peningkatan efisiensi logistik dan distribusi nasional. Sasaran yang akan dicapai terkait peningkatan efisiensi logistik dan distribusi nasional 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 *dwellling 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 rakyat.

### 3.1.1 Prioritas Nasional Bidang Perdagangan Luar Negeri

Arah kebijakan perdagangan luar negeri dalam lima tahun kedepan sesuai dengan yang tertuang di dalam RPJMN 2015-2019 adalah “meningkatkan daya saing produk ekspor non-migas dan jasa” melalui:

- a. Peningkatkan nilai tambah yang lebih tinggi dan peningkatan kualitas agar lebih kompetitif di pasar internasional; serta

- b. Pengoptimalan upaya pengamanan perdagangan guna mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Arah kebijakan Perdagangan Luar Negeri akan dicapai melalui 4 (empat) pilar strategi yaitu:

1. Menjaga dan meningkatkan pangsa pasar produk Indonesia di pasar ekspor utama (*market maintenance*);
2. Meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar prospektif (*market creation*);
3. Mengidentifikasi peluang pasar ekspor produk dan jaspotensial (*product creation*); dan
4. Meningkatkan fasilitasi ekspor dan impor untuk mendukung daya saing produk nasional (*export facilitation and import management*).

Untuk itu strategi yang ditempuh dalam upaya untuk menjaga dan meningkatkan pangsa pasar produk Indonesia di pasar ekspor utama (*market maintenance*) adalah:

1. Meningkatkan kemampuan diplomasi perdagangan dalam rangka: (i) mengamankan akses pasar dan (ii) menurunkan hambatan non tarif.
2. Meningkatkan peran perwakilan dagang di luar negeri dalam rangka (i) memantau pangsa pasar produk ekspor Indonesia di negara tujuan ekspor utama dan (ii) memantau isu-isu perdagangan dan perkembangan ekonomi yang mempunyai dampak bagi ekspor Indonesia.

Strategi yang akan ditempuh terkait upaya meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar prospektif (*market creation*) adalah:

1. Memanfaatkan kerjasama perdagangan yang ada dan meningkatkan kerjasama perdagangan bilateral untuk meningkatkan akses pasar ke negara-negara tujuan ekspor prospektif termasuk melalui titik lintas batas di daerah perbatasan;
2. Meningkatkan peran perwakilan dagang di luar negeri dalam rangka (i) mengembangkan jaringan bisnis & kerjasama antar lembaga, dan (ii) melakukan *market intelligence* untuk mengidentifikasi peluang pasar bagi produk yang telah diproduksi di Indonesia;
3. Meningkatkan promosi ekspor yang antara lain melalui: (i) pengembangan sarana promosi elektronik dan non-elektronik, (ii) peningkatan efektivitas misi dagang, (iii) penyebaran informasi peluang pasar ekspor baru kepada pelaku ekspor di Indonesia, dan (iv) pengembangan kantor promosi terpadu di negara-negara tertentu agar mampu menangkap potensi pasar dan produk yang dibutuhkan di suatu negara.
4. Meningkatkan pemanfaatan Rantai Nilai Global dan Jaringan Produksi Global yang menghasilkan barang dan jasa berorientasi ekspor yang dapat mendorong proses alih teknologi melalui kemitraan

dengan pelaku usaha lokal serta meningkatkan daya saing produk nasional.

Strategi yang akan ditempuh terkait upaya mengidentifikasi peluang pasar ekspor produk dan jasa potensial (*product creation*) adalah:

1. Meningkatkan efektivitas *market intelligence* dalam rangka melakukan identifikasi permintaan barang dan jasa termasuk produk kreatif dan produk halal yang berpotensi diproduksi oleh produsen Indonesia dan dapat dipasarkan di negara tertentu.
2. Meningkatkan kapasitas dan kemampuan calon eksportir atau eksportir pemula melalui peningkatan pemahaman mengenai pasar ekspor dan pelatihan teknis pemasaran produk ekspor seperti teknis pengemasan (*packaging*) yang baik sehingga termotivasi untuk memasarkan produknya di pasar internasional.
3. Meningkatkan sosialisasi dan diseminasi informasi mengenai produk potensial kepada seluruh produsen atau pelaku usaha potensial khususnya agar dapat menghasilkan barang atau jasa bernilai tambah lebih tinggi.
4. Meningkatkan daya saing produk nasional melalui peningkatan kualitas produk ekspor, peningkatan citra produk Indonesia, penetapan harga produk yang lebih kompetitif, serta peningkatan kualitas layanan yang berstandar internasional.
5. Meningkatkan kuantitas dan kualitas ekspor sektor jasa prioritas dalam rangka mendorong ekspor non-migas, meningkatkan efisiensi ekonomi dan produktivitas ekonomi serta meningkatkan fasilitasi perdagangan melalui upaya (i) peningkatan koordinasi dengan instansi terkait yang antara lain melalui pengembangan dan implementasi roadmap sektor jasa, (ii) peningkatan pemanfaatan jasa prioritas yang dihasilkan pelaku usaha domestik sehingga mampu memberikan insentif bagi perkembangan industri jasa nasional dan mengurangi impor, (iii) pemanfaatan jaringan produksi global bidang jasa dalam meningkatkan daya saing sektor jasa, (iv) peningkatan pemanfaatan hasil perundingan jasa, (v) peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia terkait perdagangan jasa sehingga memberikan nilai tambah bagi ekspor jasa, serta peningkatan kualitas statistik perdagangan jasa dalam menyediakan data dan informasi yang akurat.

Dalam hal ini sektor jasa prioritas meliputi jasa transportasi, jasa perjalanan atau pariwisata, jasa konstruksi, jasa logistik, jasa distribusi, dan jasa keuangan. Rincian strategi sektor jasa tersebut di atas akan dibahas lebih lanjut pada subbidang yang terkait sektor masing-masing.

Strategi yang akan ditempuh terkait upaya meningkatkan fasilitasi ekspor dan impor untuk mendukung daya saing produk nasional (*export facilitation and import management*) adalah:

1. Meningkatkan efektivitas manajemen impor untuk (i) meningkatkan daya saing produk ekspor nonmigas melalui upaya memperlancar impor

barang modal dan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk ekspor nonmigas, akan tetapi kebutuhannya belum dapat dipenuhi dari dalam negeri, serta melakukan upaya harmonisasi kebijakan impor dan (ii) meningkatkan daya saing produk nasional di pasar domestik termasuk di daerah perbatasan.

2. Mengoptimalkan fasilitas *safeguards* dan pengamanan perdagangan lainnya untuk melindungi produk dan pasar dalam negeri dari praktek-praktek perdagangan yang tidak adil (*unfair trade*) dan menghindari penggunaan fasilitas pengamanan perdagangan tersebut sebagai instrumen untuk mendukung perilaku anti persaingan dari pihak yang dilindungi.
3. Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan Free Trade Agreements (FTA) yang sudah dilakukan, termasuk pemanfaatan fasilitas *safeguard*, untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan dan daya saing produk nasional.
4. Meningkatkan upaya pemantauan produk dan jasa luar negeri yang berpotensi mengancam daya saing produk lokal di pasar domestik, yang salah satunya melalui peningkatan peran perwakilan dagang di luar negeri untuk melaksanakan pemantauan perkembangan produk dan jasa di luar negeri (*market intelligence*) yang akan dipasarkan di Indonesia.
5. Meningkatkan fasilitasi impor untuk menjamin ketersediaan barang modal dan bahan baku untuk mendukung daya saing industri nasional, terutama melalui: harmonisasi kebijakan impor, koordinasi lintas sektor dan lintas instansi pemerintah, serta penyederhanaan proses impor agar lebih efisien.
6. Mengembangkan fasilitasi perdagangan yang lebih efektif, terutama guna mempercepat proses perizinan dan memperlancar aktivitas ekspor dan impor melalui pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan skema pembiayaan ekspor, dan harmonisasi regulasi terkait ekspor dan impor.

### 3.1.2. Prioritas Nasional Bidang Perdagangan Dalam Negeri

Arah kebijakan perdagangan dalam negeri dalam lima tahun ke depan sesuai dengan yang tertuang dalam RPJMN 2015-2019 adalah adalah “meningkatkan aktivitas perdagangan dalam negeri yang lebih efisien dan berkeadilan” melalui:

- a. Pembenahan sistem distribusi bahan pokok dan sistem logistik rantai suplai agar lebih efisien dan lebih andal serta pemberian insentif perdagangan domestik sehingga dapat mendorong peningkatan produktivitas ekonomi dan mengurangi kesenjangan antar wilayah;
- b. Pembenahan iklim usaha perdagangan yang lebih kondusif; serta

- c. Penguatan perlindungan konsumen dan standarisasi produk lokal di pusat dan di daerah

Untuk itu, strategi yang perlu dilakukan dalam pembangunan perdagangan dalam negeri selama periode 2015–2019 adalah:

1. Meningkatkan ketersediaan sarana dan prasarana perdagangan untuk mengatasi kelangkaan stok serta disparitas dan fluktuasi harga, terutama melalui: (i) Pembangunan dan revitalisasi pasar rakyat terutama yang telah berumur di atas 25 tahun, rusak berat dan tidak layak digunakan; (ii) pengembangan rantai supply dingin (*cold chain*) terutama untuk mendukung distribusi barang yang mudah rusak (*perishable*) di pasar domestik; (iii) pengembangan sistem informasi perdagangan antar wilayah; (iv) pembangunan dan pengembangan pusat distribusi propinsi; (v) pembangunan dan pengembangan pusat distribusi regional sebagai tulang punggung sistem distribusi bahan pokok nasional melalui pengembangan sistem distribusi yang terpadu dengan pusat distribusi propinsi di wilayahnya serta pusat distribusi regional lainnya; serta (vi) pengembangan gudang konvensional dan gudang dengan sistem resi gudang (SRG) yang dapat menunjang sistem distribusi nasional khususnya jika diintegrasikan dengan pusat distribusi propinsi yang ada
2. Meningkatkan kualitas sarana perdagangan (terutama pasar rakyat) melalui pelaksanaan pemberdayaan terpadu nasional pasar rakyat, yang merupakan penyediaan dukungan non fisik untuk pengembangan pasar rakyat yang berkualitas, nyaman, bersih, dan sehat.
3. Meningkatkan aktivitas perdagangan antar wilayah di Indonesia melalui promosi produk unggulan daerah antar wilayah di Indonesia serta fasilitasi kerjasama dan penurunan hambatan perdagangan antar wilayah Indonesia.
4. Meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro kecil menengah melalui pembinaan dan pelatihan, penataan dan peningkatan status pedagang informal, penciptaan pelaku usaha pemula di bidang perdagangan serta pengembangan sistem informasi potensi pasar domestik.
5. Meningkatkan iklim usaha perdagangan konvensional dan non konvensional yang lebih kondusif, terutama terkait dengan pembenahan prosedur perijinan usaha perdagangan dan penataan perdagangan melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*).
6. Mendorong penggunaan produk domestik, antara lain melalui: (i) peningkatan proporsi produk dalam negeri yang diperdagangkan di pasar domestik; (ii) peningkatan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk dalam negeri, serta (iii) peningkatan tingkat kesadaran produsen untuk menggunakan kandungan lokal yang lebih tinggi.
7. Meningkatkan perlindungan konsumen, terutama melalui: (i) pengembangan standarisasi, mutu produk dan regulasi pro

konsumen; (ii) pemberdayaan konsumen; (iii) peningkatan efektivitas pengawasan barang / jasa dan tertib ukur, serta; (iv) penguatan kapasitas kelembagaan penyelesaian sengketa konsumen di kabupaten/kota (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dan lembaga perlindungan konsumen lainnya di Indonesia. Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sangat strategis dalam pemberian perlindungan kepada konsumen yang dirugikan seiring dengan meningkatnya perekonomian di wilayah kabupaten/kota dan perkembangan global.

8. Menerapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) secara konsisten, baik untuk produk impor maupun produk domestik, untuk mendorong daya saing produk nasional, peningkatan citra kualitas produk ekspor Indonesia di pasar internasional, serta melindungi konsumen dalam negeri dari barang / jasa yang tidak sesuai standar.
9. Meningkatkan efektivitas pengelolaan impor untuk menjaga stabilitas pasar domestik, dalam rangka menjaga ketersediaan pasokan bahan pokok untuk menopang ketahanan pangan nasional.
10. Mendorong Perdagangan Berjangka Komoditi, dalam rangka optimalisasi pemanfaatan Perdagangan Berjangka Komoditi sebagai sarana lindung nilai dan pembentukan harga yang transparan.
11. Mendorong pengembangan Sistem Resi Gudang dan Pasar Lelang, dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sistem resi gudang dan pasar lelang sebagai sarana alternatif pembiayaan, tunda jual dan peningkatan efisiensi distribusi.
12. Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana penunjang perdagangan, dalam rangka: (i) peningkatan kualitas dan kuantitas jangkauan pelayanan kepada masyarakat, antara lain melalui pengadaan peralatan, tanah, gedung, dan sarana penunjang perdagangan lainnya; serta (ii) peningkatan efektivitas dan efisiensi pelayanan.

### 3.2 Arah Kebijakan dan Strategi Kementerian Perdagangan

Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015–2019 telah menetapkan misi pembangunan nasional yang terkait langsung dengan sektor perdagangan antara lain, yaitu perdagangan sebagai sektor penggerak pertumbuhan dan daya saing ekonomi untuk kemakmuran rakyat yang berkeadilan

Arah kebijakan pembangunan Perdagangan Nasional ke depan secara konsisten akan mengacu kepada arah pembangunan dalam RPJMN 2015–2019. Arah ini merupakan pedoman dalam menyusun langkah-langkah strategis ke depan untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

Arah kebijakan perdagangan dapat dijabarkan menjadi 8 (delapan) pokok pikiran, yaitu:

1. Mengamankan pangsa ekspor di pasar utama
2. Memperluas pangsa pasar ekspor di pasar prospektif dan hub perdagangan internasional
3. Meningkatkan diversifikasi produk ekspor
4. Mengamankan pasar domestik untuk meningkatkan daya saing produk nasional
5. Meningkatkan aksesibilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
6. Meningkatkan perlindungan konsumen
7. Meningkatkan efisiensi sistem distribusi & logistik
8. Meningkatkan fasilitasi dan iklim usaha perdagangan

Berdasarkan kedelapan pokok pikiran di atas, langkah-langkah strategis yang akan dilakukan oleh Kementerian Perdagangan selama periode 2015-2019 terkait dengan dukungan terhadap perdagangan luar negeri adalah sebagai berikut:

1. Pengamanan pangsa ekspor di pasar utama dilakukan melalui beberapa langkah strategis, yaitu:
  - a. Pengamanan kebijakan nasional di fora internasional, Pengamanan dan optimalisasi akses pasar ekspor, Peningkatan pemahaman pemangku kepentingan dan penurunan hambatan perdagangan.
  - b. Pengoptimalan instrumen perdagangan internasional, trade remedy, untuk melindungi pasar dalam negeri dan mengamankan akses pasar luar negeri.
  - c. Peningkatan koordinasi dengan berbagai stakeholder di dalam negeri dalam menghadapi tantangan global dan menyuarakan kepentingan nasional di berbagai fora internasional.
2. Perluasan Pangsa Pasar Ekspor di Pasar Prospektif dan Hub Perdagangan Internasional dilakukan melalui beberapa langkah strategis, yaitu:
  - a. Diplomasi perdagangan berdasarkan region (*region based*).
  - b. Pelaksanaan diversifikasi pasar prospektif yang telah dan akan dilakukan melalui program misi dagang ke negara-negara Afrika Selatan, Amerika Latin, Eropa Timur, Asia Selatan dan Timur Tengah, termasuk melakukan penguatan citra Indonesia melalui Promosi dan "*Nation Branding*".
  - c. Pemanfaatan peran Perwakilan Perdagangan diluar negeri dalam meningkatkan akses pasar produk Indonesia.
  - d. Dukungan terhadap implementasi hasil perundingan, sosialisasi dan persiapan AEC 2015.
  - e. Kerjasama ekonomi internasional untuk membantu peningkatan akses pasar bagi produk bernilai tambah.

- f. Diplomasi perdagangan untuk membuka akses pasar dan mengurangi hambatan di negara tujuan ekspor serta mengamankan pasar dalam negeri
3. Peningkatan Diversifikasi Produk Ekspor dilakukan melalui beberapa langkah strategis, yaitu:
    - a. Pelaksanaan diversifikasi produk yang telah dan akan dilakukan melalui program misi dagang ke negara-negara Afrika Selatan, Amerika Latin, Eropa Timur, Asia Selatan dan Timur Tengah, termasuk melakukan penguatan citra Indonesia melalui Promosi dan “Nation Branding”.
    - b. Peningkatan pengarusutamaan di bidang perdagangan jasa dan peningkatan rasio ekspor jasa terhadap PDB.
    - c. Pembangunan bidang jasa sebagai pendorong ekspor non migas serta peningkatan efisiensi ekonomi dan produktivitas.
    - d. Mendukung program hilirisasi dalam rangka peningkatan daya saing produk dan dukungan terhadap KEK.

Sementara itu, langkah-langkah strategis yang akan dilakukan oleh Kementerian Perdagangan selama periode 2015-2019 terkait dengan dukungan terhadap perdagangan dalam negeri adalah sebagai berikut:

1. Pengamanan Pasar Domestik Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Nasional dilakukan melalui langkah strategis, yaitu:
  - a. Peningkatan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri
  - b. Peningkatan sarana pembentukan harga yang transparan
2. Peningkatan Kontribusi Usaha Dagang Kecil Menengah (UDKM) dilakukan melalui langkah strategis peningkatan peran UKM.
3. Peningkatan Perlindungan Konsumen dilakukan melalui beberapa langkah strategis sebagai berikut, yaitu:
  - a. Efektivitas Pengawasan Barang/Jasa dan Tertib Ukur.
  - b. Pengembangan standardisasi, mutu produk dan regulasi pro konsumen.
  - c. Gerakan Konsumen cerdas, mandiri dan cinta produk dalam negeri.
  - d. Penguatan Kapasitas Kelembagaan Perlindungan Konsumen
4. Peningkatan Efisiensi Sistem dan Distribusi Logistik dilakukan melalui beberapa langkah strategis sebagai berikut, yaitu:
  - a. Pengoptimalan mekanisme dan manfaat pelaksanaan Pasar Lelang, Sistem Resi Gudang (SRG), dan Perdagangan Berjangka Komoditi (PBK) untuk pembentukan harga yang transparan dan sarana lindung nilai.
  - b. Integrasi perdagangan antar wilayah.

- c. Kebijakan pengendalian barang kebutuhan pokok dan barang penting melalui intervensi langsung dan tidak langsung

Terkait dengan dukungan perdagangan luar negeri dan perdagangan dalam negeri, Kementerian Perdagangan selama periode 2015-2019 akan melakukan upaya Peningkatan Fasilitas dan Iklim Usaha Perdagangan melalui beberapa langkah strategis sebagai berikut:

- a. Peningkatan pelayanan perizinan ekspor dan impor melalui penyelesaian waktu perijinan ekspor dan impor sesuai SLA.
- b. Pengembangan sistem perijinan secara online melalui integrasi Intrade, INSW, dan ASW
- c. Peningkatan fasilitas pembiayaan ekspor.
- d. Peningkatan pemanfaatan fasilitas ekspor oleh pelaku usaha antara lain: penggunaan SKA preferensi, Self Certification.
- e. Meningkatkan peran Kemendag dalam mewujudkan penciptaan iklim usaha yang kondusif.
- f. Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah.
- g. Peningkatan fasilitas pembiayaan ekspor.
- h. Peningkatan kualitas pengelolaan impor barang modal/bahan baku, penolong dan pengelolaan impor produk pangan.
- i. Peningkatan iklim usaha dan kelembagaan PDN.

Selanjutnya, untuk mengimplementasikan arah kebijakan dan strategi pembangunan 2015-2019, maka Kementerian Perdagangan akan melaksanakan Sembilan program yang didukung oleh 72 kegiatan. Program-program yang akan dilaksanakan oleh Kementerian Perdagangan akan dipaparkan dalam subbab selanjutnya

### 3.2.1. Program Kementerian Perdagangan

Dalam rangka pencapaian visi, misi, tujuan, dan sasaran strategis Kementerian Perdagangan, dengan mempertimbangkan arah kebijakan dan strategi nasional serta arah kebijakan dan strategi Kementerian Perdagangan, maka dilakukan program-program kementerian yang terdiri dari sepuluh program utama, yaitu: (1) Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Perdagangan; (2) Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur Kementerian Perdagangan; (3) Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas Aparatur Kementerian Perdagangan; (4) Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan; (5) Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri; (6) Peningkatan Perdagangan Luar Negeri; (7) Peningkatan Perlindungan Konsumen; (8) Peningkatan Kerja Sama Perdagangan Internasional; (9) Pengembangan Ekspor Nasional; dan (10) Peningkatan Perdagangan Berjangka Komoditi.

### 3.2.1.1 Program Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Perdagangan

Program ini dilaksanakan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi yang diemban Kementerian Perdagangan.

Arah pelaksanaan program Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Perdagangan adalah:

#### 1. Peningkatan pengelolaan perencanaan

Pengelolaan perencanaan berlandaskan pada prinsip anggaran berbasis kinerja dengan melakukan: (a) penajaman *outcome* dan *output* program dan kegiatan; (b) melakukan reviu perencanaan dan dokumen anggaran; (c) peningkatan koordinasi dan kerjasama dengan para pemangku kepentingan; dan (d) peningkatan *monitoring* dan evaluasi implementasi perencanaan.

#### 2. Pengembangan sumber daya manusia dan organisasi untuk meningkatkan kompetensi dan kinerja pegawai Kementerian Perdagangan yang profesional dan memiliki integritas, dengan melakukan: (a) peningkatan kapasitas SDM administrasi; (b) peningkatan kapasitas aparatur Kementerian Perdagangan; (c) peningkatan kapasitas kelembagaan dan penguatan organisasi.

#### 3. Peningkatan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan tertib administrasi keuangan dan Barang Milik Negara (BMN) Kementerian Perdagangan yang transparan dan akuntabel dengan melakukan: (a) peningkatan kapasitas SDM dalam mengadministrasikan pengelolaan anggaran; (b) peningkatan manajemen pengelolaan anggaran; (c) peningkatan monitoring dan evaluasi pengelolaan anggaran; dan (d) pengembangan sistem informasi pengelolaan anggaran.

#### 4. Pembinaan administrasi dan pelayanan pelaksanaan tugas Kementerian Perdagangan dalam rangka peningkatan efektivitas dan efisiensi pelayanan ketatausahaan, dan kerumahtanggaan, perlengkapan dan pengadaan barang/jasa serta pelayanan kesehatan Kementerian Perdagangan dengan melakukan peningkatan pelayanan kepada aparatur Kementerian Perdagangan sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja aparatur Kementerian Perdagangan;

#### 5. Penyusunan perangkat dan pelayanan hukum Bidang Perdagangan dalam rangka meningkatkan efektivitas penyusunan kebijakan dan peraturan perundang-undangan bidang perdagangan, dengan melakukan: (a) perumusan peraturan perundang-undangan baik yang bersifat administratif maupun bersifat kebijakan publik; (b) penyelesaian *legal opinion* terkait bidang Perdagangan; dan (c) pemberian advokasi/pelayanan hukum dan peningkatan penyusunan informasi hukum (d) dokumentasi peraturan perundang-undangan di bidang perdagangan.

#### 6. Pengelolaan pendidikan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas pendidikan dan pelatihan di Kementerian Perdagangan dengan melakukan: (a) pengembangan standar kompetensi

SDM perdagangan termasuk SDM Metrologi dan Penguji Mutu Barang; (b) penyempurnaan kurikulum dan model pelatihan; (c) peningkatan kompetensi tenaga dan sertifikasi pengajar internal; (d) uji kompetensi SDM perdagangan; (e) penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan, termasuk pengelolaan pendidikan dan pelatihan fungsional dan teknis yang bersifat teknis seperti bidang kemetrolgian, dan teknis penguji mutu barang serta penyelenggaraan pendidikan vokasi di bawah Kementerian Perdagangan maupun melalui kerjasama pendidikan dengan Perguruan Tinggi terbaik di Indonesia dalam rangka memenuhi kebutuhan tenaga terampil dalam pelayanan disektor perdagangan.

7. Pengelolaan pendidikan/pelatihan fungsional dan teknis kemetrolgian dalam rangka melaksanakan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang Kemetrolgian.
8. Peningkatan pelayanan informasi publik dalam rangka meningkatkan persepsi positif Kementerian Perdagangan di mata publik, dengan melakukan: (a) peningkatan kualitas materi informasi; (b) peningkatan pelayanan informasi kepada para pemangku kepentingan; dan (c) optimalisasi kerjasama dengan media dalam mendiseminasikan informasi.
9. Koordinasi harmonisasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan Kementerian Perdagangan dalam rangka tercapainya koordinasi dan harmonisasi yang berkualitas di internal Kementerian Perdagangan.
10. Disamping pelaksanaan kegiatan yang bersifat fungsi pendukung, melalui program dukungan manajemen dan pelaksanaan tugas teknis lainnya Kementerian Perdagangan, juga dilakukan koordinasi dan fasilitasi pelaksanaan tugas teknis lainnya, antara lain : (a) Penyelidikan kasus dumping dan subsidi; (b) Peningkatan penyelidikan tindakan pengamanan (*safeguards*); (c) Penguatan Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional (d) Penyelenggaraan Kantor Dagang Ekonomi Indonesia di Taiwan; (e) Penyelenggaraan Atase Perdagangan; (f) Pelayanan Advokasi Perdagangan Internasional; dan (g) Penyelenggaraan Komisi Perdagangan Nasional.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Perdagangan adalah: (1) meningkatnya dukungan kinerja layanan publik; (2) meningkatnya kompetensi dan kinerja SDM sektor perdagangan; dan (3) meningkatnya transparansi, akuntabilitas dan integritas ASN Kementerian Perdagangan.

### 3.2.1.2 Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur Kementerian Perdagangan

Program peningkatan sarana dan prasarana aparatur Kementerian Perdagangan dilaksanakan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Kementerian Perdagangan. Arah pelaksanaan program ini adalah meningkatkan ketersediaan sarana dukungan manajemen dan pelaksanaan tugas teknis lainnya dan prasarana kerja aparatur.

Salah satu kegiatan yang menjadi pokok dalam arah pelaksanaan program ini selama 5 (lima) tahun kedepan adalah dalam rangka pembelian dan pemanfaatan tanah atau lahan kosong yang terletak di sebelah kantor Kementerian Perdagangan saat ini serta pembangunan Akademi Kemetrollogian di Bandung.

Okupansi gedung kantor utama Kementerian Perdagangan terhadap keseluruhan lahan seluas 12.940 m<sup>2</sup> hanya menyisakan lahan Ruang Terbuka Hijau seluas 1.200m<sup>2</sup> atau kurang dari 10 persen. Menurut Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 1 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah 2030, RTH ideal adalah 30 persen dari luas lahan yang tersedia. Selain itu, Pemda DKI Jakarta juga telah mewajibkan penyediaan sumur resapan sebagaimana diatur dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 68 tahun 2005 tentang Perubahan Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 115 tahun 2001 tentang Pembuatan Sumur Resapan. Dengan minimnya ketersediaan lahan terbuka akan menimbulkan potensi permasalahan di kemudian hari.

Di sisi lain, masih terdapat beberapa unit kerja Kementerian Perdagangan di lokasi yang berbeda, maka ke depan untuk mempermudah koordinasi akan ditempatkan pada lokasi yang sama yakni di Jl M.I. Ridwan Rais No 5 Jakarta Pusat. Selain itu, pemanfaatan lahan tersebut akan dipergunakan juga untuk Ruang Pameran Tetap/*permanent exhibition* yang dapat mempromosikan produk unggulan dalam negeri Indonesia dan ruang kontak bisnis. Pada kesempatan lain, lahan dapat dimanfaatkan juga untuk kegiatan strategis lain seperti pasar murah.

Selanjutnya, dalam mendukung pengembangan kapasitas SDM khususnya dibidang kemetrollogian, Kemendag juga merencanakan untuk membangun Akademi Kemetrollogian di Bandung yang akan dikelola oleh unit Pusat Pengembangan SDM Kemetrollogian (PPSDMK). Pembangunan ini akan diawali dengan pemilikan atas lahan. Kemudian langkah-langkah selanjutnya yang harus ditempuh kementerian Perdagangan dalam pendirian AKMET adalah mempersiapkan Gedung dan kelas untuk perkuliahaan, sarana dan peralatan laboratorium, Asrama serta sarana dan prasarana penunjang kegiatan pendikan. Dengan terbangunnya sarana pendidikan Akmet ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas penelitian dibidang kemetrollogian dan akhirnya bisa digunakan untuk pengabdian kepada masyarakat.

*Outcome* yang diharapkan dari program ini adalah meningkatnya ketersediaan sarana dan prasarana aparatur Kementerian Perdagangan.

### 3.2.1.3 Program Pengawasan Dan Peningkatan Akuntabilitas Aparatur Kementerian Perdagangan

Program ini dilakukan untuk meningkatkan peran dan fungsi pengawasan internal pemerintahan, pembangunan dan pelayanan publik yang dilaksanakan sesuai dengan kebijakan dan rencana yang telah ditetapkan serta untuk mendorong agar tujuan dan sasaran dari Kementerian

Perdagangan dapat dicapai secara efektif, efisien, bebas dari unsur korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN).

Arah dari pelaksanaan program Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas Aparatur Kementerian Perdagangan adalah:

1. Peningkatan pengawasan dan pemeriksaan kinerja aparatur Kementerian Perdagangan, dengan melakukan: (a) peningkatan efektivitas pengawasan internal di lingkungan Kementerian Perdagangan; (b) peningkatan intensitas penerapan SPIP di lingkungan Kementerian Perdagangan; (c) peningkatan kualitas penerapan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) di lingkungan Kementerian Perdagangan; (d) peningkatan kualitas revidasi laporan keuangan Kementerian Perdagangan untuk mempertahankan opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP).
2. Peningkatan tata kelola pemerintahan yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam rangka pengawasan dan peningkatan profesionalisme dan akuntabilitas aparat pengawas internal.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas Aparatur Negara Kementerian Perdagangan adalah: (i) terwujudnya dukungan teknis dan manajemen pengawasan yang prima kepada seluruh unsur Inspektorat Jenderal; (ii) meningkatnya kompetensi aparat pengawas yang profesional dan berintegritas; dan (iii) meningkatnya penerapan SPIP di lingkungan Kementerian Perdagangan.

#### 3.2.1.4 Program Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan

Program ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan jumlah kajian kebijakan perdagangan dengan melakukan pengembangan SDM yang profesional, pengembangan kerjasama dengan lembaga riset didalam dan luar negeri, penyusunan analisis kebijakan perdagangan sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan, pengelolaan data dan informasi secara berkesinambungan, dan pengelolaan sistem jaringan TIK yang mudah diakses,

Arah pelaksanaan program Pengkajian Kebijakan dan Informasi Perdagangan adalah:

1. Pengkajian dan pengembangan kebijakan perdagangan dalam negeri dan perlindungan konsumen melalui pengkajian dengan fokus kajian bidang sarana dan lembaga perdagangan, bidang logistik, investasi dan fasilitasi usaha, standardisasi dan perlindungan konsumen
2. Pengkajian dan pengembangan kebijakan perdagangan luar negeri dan pengamanan perdagangan melalui pengkajian dengan fokus kajian bidang ekspor impor, pengamanan dan fasilitasi perdagangan;

3. Pengkajian dan pengembangan kebijakan kerjasama perdagangan internasional melalui pengkajian dengan fokus kajian bidang kerjasama multilateral, regional dan bilateral;
4. Pengembangan sistem informasi perdagangan melalui peningkatan pengelolaan perencanaan, koordinasi, pembinaan dan pengembangan dalam basis data dan pelayanan data, pelayanan dan pengembangan teknologi informasi,
5. Peningkatan tatakelola administrasi yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dengan fokus peningkatan urusan rencana, pemantauan program dan kerjasama, urusan administrasi keuangan, kepegawaian dan umum, urusan evaluasi, pelaporan dan dokumentasi dalam rangka meningkatkan kualitas kajian kebijakan dan informasi perdagangan

*Outcome* yang diharapkan dari program Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan adalah meningkatnya pemanfaatan data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan, meningkatnya kualitas kebijakan dan regulasi berbasis kajian, tersedianya rekomendasi kebijakan sebagai bahan perumusan kebijakan, tersedianya data dan informasi perdagangan yang tepat guna, serta tersedianya jaringan TIK yang stabil guna mendukung layanan publik dan internal Kementerian Perdagangan.

#### 3.2.1.5 Program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri

Program ini dilakukan untuk mendukung pengembangan dan penguatan perdagangan dalam negeri yang menitikberatkan pada pengembangan sistem distribusi nasional dan penguatan kelembagaan perdagangan.

Arah pelaksanaan program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri adalah:

1. Peningkatan Kelancaran Distribusi Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting melalui penyempurnaan berbagai kebijakan terkait distribusi komoditi di dalam negeri, peningkatan efektivitas prognosis pengadaan dan kebutuhan bahan kebutuhan pokok, peningkatan efektivitas monitoring stok dan harga bahan pokok serta pengembangan sistem informasi perdagangan dalam rangka pengembangan *early warning system* (peringatan dini) kelangkaan bahan pokok.
2. Pengembangan Kapasitas Logistik Perdagangan dan Sarana Distribusi Perdagangan melalui studi pengembangan sistem logistik nasional, fasilitasi peningkatan daya saing sarana distribusi perdagangan dan pengembangan sistem informasi sarana logistik perdagangan, penyusunan dan pengembangan kebijakan dan peningkatan pembinaan serta fasilitasi revitalisasi pasar rakyat dalam rangka meningkatkan daya saing pasar rakyat, dan fasilitasi pembangunan dan pengembangan sarana distribusi khususnya daerah-daerah perbatasan dan daerah tertinggal/terpencil dalam rangka percepatan pertumbuhan kegiatan ekonomi dan perdagangan.

3. Pengembangan kelembagaan dan pelaku usaha perdagangan melalui berbagai penyempurnaan dan penyusunan kebijakan pembinaan dan pengembangan kelembagaan usaha perdagangan untuk mendorong peningkatan iklim usaha yang lebih kondusif serta pengembangan dan peningkatan data dan informasi perusahaan.
4. Pemberdayaan dagang kecil menengah dan peningkatan penggunaan produk dalam negeri melalui peningkatan promosi penggunaan produk dalam negeri untuk mendorong peningkatan apresiasi dan kecintaan terhadap produk dalam negeri serta aktivasi kampanye program Aku Cinta Indonesia (ACI), serta upaya peningkatan mutu, desain, kemasan, dan branding produk dalam negeri. Sedangkan dalam rangka pembinaan dan pengembangan usaha dagang kecil dan menengah dilakukan melalui fasilitasi, bimbingan teknis, peningkatan akses pemasaran, bantuan sarana usaha, pengembangan program kemitraan dan fasilitasi terhadap akses pembiayaan usaha.
5. Pengembangan perdagangan dalam negeri daerah dengan fokus kegiatan pada peningkatan kualitas logistik daerah, harmonisasi dan sinkronisasi kebijakan peningkatan iklim usaha dan pengembangan pasar domestic daerah melalui kegiatan monitoring harga dan stok barang kebutuhan pokok, pemetaan sarana distribusi perdagangan dan pelaku jasa logistik di daerah, sosialisasi dan harmonisasi kebijakan pembinaan usaha, pembinaan usaha kecil dan menengah.
6. Peningkatan tata kelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam rangka peningkatan pengembangan perdagangan dalam negeri.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri adalah meningkatnya efektivitas kebijakan yang menunjang pengembangan perdagangan dalam negeri.

### 3.2.1.6 Program Peningkatan Perlindungan Konsumen

Program ini dilakukan untuk mendukung peningkatan daya saing dan pengamanan pasar dalam negeri yang menitikberatkan pada pengembangan kebijakan dan peningkatan pengawasan dan perlindungan konsumen.

Arah pelaksanaan program Peningkatan Perlindungan Konsumen adalah:

1. Pengembangan Standardisasi Bidang Perdagangan melalui penyusunan rancangan standar jasa bidang perdagangan, penyusunan rancangan regulasi teknis standardisasi bidang perdagangan, pembuatan contoh standar produk, identifikasi pemenuhan standar/regulasi teknis, negosiasi standardisasi, penyusunan informasi standar negara tujuan ekspor, pendaftaran LPK.
2. Pengembangan Kebijakan dan Pemberdayaan Perlindungan Konsumen melalui edukasi konsumen cerdas (Gerakan konsumen cerdas, mandiri dan cinta produk dalam negeri) dan publikasi perlindungan konsumen secara lebih masif melalui pelaksanaan ToT

dalam upaya pembentukan motivator perlindungan konsumen kepada mahasiswa, pelatihan motivator mandiri serta aktivasi motivator-motivator perlindungan konsumen yang telah dilatih.

3. Peningkatan Efektivitas Pengawasan Barang Beredar melalui penyusunan pedoman/juknis/SOP pengawasan barang beredar dan jasa, pengawasan terhadap produk yang diberlakukan SNI Wajib, Label, Manual kartu Garansi, Distribusi dan Jasa, peningkatan kualitas SDM pengawasan barang dan jasa, serta sosialisasi dan fasilitasi kerjasama di bidang pengawasan.
4. Peningkatan Tertib Ukur melalui intensifikasi pelayanan di bidang metrologi legal yang mencakup ketelusuran standar, pembinaan SDM Kemetrologian, pembentukan pasar tertib ukur, pembinaan UPT dan UPTD Metrologi Legal yang mengimplementasikan sistem mutu, peningkatan pelayanan kemetrologian melalui penerapan sistem mutu, pelayanan tera dan tera ulang serta perijinan di bidang kemetrologian, serta peningkatan pengawasan terhadap UTTP, BDKT dan Penggunaan SI, penegakan hukum dibidang metrologi legal yang mengoptimalkan peran serta masyarakat dibidang metrologi legal.
5. Peningkatan Pengawasan Mutu Barang melalui pembinaan terhadap pelaku usaha dalam negeri dalam penerapan standar bagi produk yang SNI nya diberlakukan secara wajib, peningkatan kerjasama dan koordinasi dengan instansi terkait untuk pelaksanaan pengawasan pra pasar mutu produk dalam negeri dan produk impor yang SNI nya diberlakukan secara wajib, peningkatan kapasitas pengawasan mutu barang melalui penguatan Lembaga Penilaian Kesesuaian, kerjasama jejaring kerja pengawasan mutu dan keberterimaan sertifikat kesesuaian dalam perdagangan internasional. Selain itu, dalam pengawasan mutu barang juga terdapat pelaksanaan: (i) Peningkatan pelayanan pengujian mutu barang, (ii) Peningkatan pelayanan kalibrasi, dan (iii) Peningkatan pelayanan sertifikasi.
6. Peningkatan Kelembagaan Perlindungan Konsumen Daerah dengan fokus kegiatan pada pemberdayaan perlindungan konsumen yang meliputi penerapan sistem pengawasan perlindungan konsumen dan peningkatan penyelenggaraan perlindungan konsumen (Hari Konsumen Nasional dan peningkatan penyelenggaraan kelembagaan perlindungan konsumen), peningkatan efektivitas pengawasan barang dan jasa yang meliputi pengawasan barang SNI dan distribusi dan pengawasan kemetrologian yang meliputi pengawasan UTTP dan BDKT serta fasilitasi Daerah Tertib Ukur dan Pasar Tertib Ukur.
7. Peningkatan tata kelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam kerangka peningkatan pengamanan pasar dalam negeri dan perlindungan konsumen.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Peningkatan Perlindungan Konsumen adalah meningkatnya efektivitas kebijakan yang menunjang peningkatan perlindungan konsumen.

### 3.2.1.7 Program Peningkatan Perdagangan Luar Negeri

Program ini dilaksanakan untuk mendukung peningkatan pertumbuhan ekspor yang menitikberatkan pada fasilitasi perdagangan (*trade facilitation*), peningkatan ekspor barang bernilai tambah tinggi, pengelolaan impor dan pengamanan perdagangan.

Arah dari pelaksanaan program Peningkatan Perdagangan Luar Negeri adalah:

1. Pengelolaan ekspor produk pertanian dan kehutanan untuk kepentingan peningkatan ekspor produk pertanian dan kehutanan melalui peningkatan iklim usaha perdagangan luar negeri yang lebih kondusif, peningkatan mutu, dan percepatan pelayanan publik di bidang perdagangan luar negeri.
2. Pengelolaan ekspor produk industri dan pertambangan untuk kepentingan peningkatan ekspor produk industri dan pertambangan melalui peningkatan iklim usaha perdagangan luar negeri yang lebih kondusif, peningkatan mutu, dan percepatan pelayanan publik di bidang perdagangan luar negeri.
3. Pengelolaan fasilitasi ekspor dan impor melalui penyempurnaan kebijakan fasilitasi ekspor dan impor, pengembangan sistem elektronik bidang fasilitasi pelayanan publik, pengembangan INATRADE sebagai jejaring pelayanan dokumen ekspor-impor dan perbaikan informasi Importir Terdaftar (IT) dan Importir Produsen (IP).
4. Pengelolaan impor melalui pemantauandan evaluasi kebijakan impor komoditi yang telah diatur impornya ke pasar dalam negeri dan pembinaan terhadap importir-importir Indonesia. Pengelolaan impor ini dimaksudkan untuk menjaga ketersediaan kebutuhan barang modal, bahan baku, dan bahan penolong untuk kebutuhan produsen di dalam negeri termasuk yang mendukung peningkatan ekspor komoditi nonmigas dan juga diarahkan untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat dan transparan di dalam negeri, dan impor yang memperoleh perlakuan preferensial dalam perjanjian perdagangan bebas (FTA) yang dilakukan Indonesia dengan mitra dagang memenuhi syarat.
5. Peningkatan pengamanan dan perlindungan akses pasar melalui peningkatan pemberian advokasi dan bimbingan teknis, percepatan penyelesaian kasus-kasus tuduhan dumping, tuduhan subsidi, dan tindakan *safeguards* serta penyelesaian kasus sengketa dagang yang dihadapi eksportir Indonesia di negara tujuan ekspor.
6. Pengembangan fasilitasi perdagangan luar negeri daerah dengan fokus pada optimalisasi kesepakatan perdagangan, fasilitasi perijinan dan non perijinan serta koordinasi pengawasan kebijakan perdagangan luar negeri melalui kegiatan pengawasan barang impor, pemanfaatan peluang ekspor daerah dalam kerangka FTA, layanan penerbitan API, sosialisasi dan evaluasi serta harmonisasi kebijakan perdagangan luar negeri.

7. Dukungan sektor perdagangan terhadap pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Optimalisasi fasilitas KEK dalam rangka peningkatan ekspor di KEK.
8. Peningkatan tatakelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam kerangka peningkatan perdagangan luar negeri.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Peningkatan Perdagangan Luar Negeri adalah meningkatnya pertumbuhan ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, meningkatnya efektivitas pengelolaan impor, dan meningkatnya pelayanan dan kemudahan berusaha bidang daglu.

### 3.2.1.8 Program Peningkatan Kerja Sama-Perdagangan Internasional

Program ini dilaksanakan untuk mendukung pertumbuhan ekspor barang dan jasa yang menitikberatkan pada peningkatan diplomasi perdagangan (*trade diplomacy*) dan pengamanan kebijakan terkait perdagangan di fora internasional.

Arah dari pelaksanaan program Peningkatan Kerja Sama Perdagangan Internasional adalah:

1. Peningkatan peran dan pemanfaatan hasil perdagangan internasional melalui peningkatan pemahaman dan pemanfaatan *stakeholders* terhadap hasil kerja sama perdagangan internasional; Tim Nasional Perundingan Perdagangan Internasional, Peningkatan Peran Indonesia melalui penyelenggaraan sidang di dalam negeri.
2. Peningkatan kerjasama perdagangan jasa melalui peningkatan koordinasi dengan instansi terkait dan peningkatan partisipasi pada perundingan-perundingan perdagangan internasional bidang jasa.
3. Peningkatan kerja sama perdagangan multilateral dengan mengoptimalkan perundingan dan hasil kerja sama pada fora multilateral.
4. Peningkatan kerja sama perdagangan internal dan eksternal ASEAN dengan mengoptimalkan pemanfaatan perundingan dan hasil kerja sama pada fora ASEAN, ASEAN Mitra Dialog, Antar dan Sub Regional serta bilateral dengan Negara Anggota ASEAN.
5. Peningkatan kerja sama perdagangan di forum APEC dan Organisasi Internasional Lainnya dengan mengoptimalkan pemanfaatan perundingan dan hasil kerja sama APEC dan organisasi internasional lainnya.
6. Peningkatan kerja sama perdagangan Bilateral dengan mengoptimalkan pemanfaatan perundingan dan hasil kerja sama fora Bilateral pada kawasan Eropa, Afrika Utara, Afrika Selatan, Timur Tengah, Asia Selatan, Asia Tenggara, Amerika Utara, Amerika Latin, Australia dan Pasifik, Asia Timur dan Tengah.

7. Peningkatan tatakelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam rangka peningkatan kerjasama perdagangan internasional.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Peningkatan Kerja Sama Perdagangan Internasional adalah pengembangan sektor prioritas jasa yang berorientasi ekspor, penurunan hambatan tarif dan non-tarif di negara mitra, peningkatan implementasi hasil perundingan, pengamanan kebijakan nasional di fora internasional, kepastian tindak lanjut dan peta kerja sama perdagangan internasional, dan peningkatan pemahaman dan pemanfaatan hasil kerja sama perdagangan internasional.

### 3.2.1.9 Program Pengembangan Ekspor Nasional

*Program ini dilakukan* untuk mendukung pertumbuhan ekspor nasional dengan menitikberatkan pada upaya pengembangan produk yang berdaya saing, promosi dan penyediaan informasi pasar yang akurat dan terpercaya.

Arah dari pelaksanaan program pengembangan ekspor ini adalah:

1. Pengembangan kualitas promosi dan kelembagaan ekspor dengan meningkatkan peran dunia usaha, lembaga ekspor di dalam negeri dan luar negeri dalam peningkatan ekspor non migas. Adapun usaha yang ditempuh di antaranya dengan cara: (i) mengeluarkan kebijakan terkait promosi dan kelembagaan ekspor, (ii) melakukan publikasi promosi ekspor, (iii) melaksanakan pameran dalam promosi ITPC, (iv) melakukan pengamatan pasar dalam rangka membuka dan atau melancarkan akses pasar, (v) melakukan kegiatan penganugerahan terhadap eksportir yang terbukti mendukung peningkatan kualitas promosi ekspor Indonesia, (vi) melakukan pembinaan UKM, dan (vii) menambah jumlah pusat promosi di luar negeri.
2. Pengembangan promosi dan citra dengan cara meningkatkan hubungan dan nilai transaksi dagang serta meningkatkan citra produk ekspor. Adapun usaha yang ditempuh adalah: (i) mengikuti promosi dagang di luar negeri, (ii) berpartisipasi dalam pameran dagang di dalam negeri, (iii) memberikan fasilitasi pengembangan pendanaan ekspor, dan (iv) melakukan kegiatan pencitraan.
3. Kerjasama pengembangan ekspor dengan meningkatkan kerjasama di bidang pengembangan ekspor baik di dalam negeri, maupun di luar negeri. Adapun output dimaksud dapat dilihat melalui beberapa indikator seperti: (i) Jumlah konsep dan/naskah kesepakatan kerjasama pengembangan ekspor di luar negeri, (ii) Jumlah naskah kesepakatan kerjasama pengembangan ekspor dalam negeri, (iii) Jumlah aktivasi/diseminasi hasil kerjasama pengembangan ekspor dalam dan luar negeri, dan (iv) Jumlah monitoring implementasi hasil kerjasama pengembangan ekspor dalam dan luar negeri.
4. Pengembangan produk ekspor melalui peningkatan kualitas dan diversifikasi dalam rangka meningkatkan daya saing produk ekspor di

Pasar Utama maupun di Pasar Prospektif. Adapun output dimaksud dapat dilihat melalui beberapa indikator seperti: (i) Jumlah Referensi Produk Ekspor, (ii) Jumlah Kegiatan Pengembangan Produk Ekspor, (iii) Jumlah Produk yang mendapat fasilitas pendaftaran HKI, (iv) Jumlah Kegiatan Pengembangan Produk Kreatif, (v) Jumlah Kegiatan Pengembangan Desain

5. Pengembangan SDM bidang ekspor dengan meningkatkan kapasitas SDM eksportir dan calon eksportir Indonesia melalui: (a) pengembangan kualitas diklat; (b) pengembangan silabus pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha; (c) peningkatan jumlah dan kemampuan instruktur pelatihan; (d) peningkatan promosi pelatihan; dan (e) peningkatan kerjasama dengan lembaga nasional dan internasional.
6. Pengembangan pasar dan informasi ekspor melalui: (a) peningkatan pengumpulan informasi/data dari kantor perwakilan perdagangan, TPO (*Trade Promotion Office*), institusi luar negeri; (b) penyebaran informasi terkini secara sistematis; (c) peningkatan pelayanan *inquiry*; (d) pemeliharaan dan pemutakhiran *website* BPEN secara berkala; (e) peningkatan kegiatan humas dan publikasi; (f) peningkatan konsultasi bisnis untuk UKM; (g) optimalisasi *Buyer Reception Desk* (BRD) dan *Permanent Trade Display*; (h) optimalisasi pengumpulan dan pemutakhiran data; (i) pengembangan *market intelligence*, yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai: rekomendasi produk dan tujuan ekspor; potensi pasar (potensi volume ekspor); pembeli potensial di negara tujuan; karakteristik pasar (selera pasar); standardisasi produk yang berlaku di negara tujuan; negara pemasok lain (pesaing); harga produk; dan kegiatan pameran luar negeri yang efektif untuk produk yang bersesuaian.
7. Pengembangan ekspor daerah dengan fokus kegiatan diarahkan pada peningkatan diversifikasi pasartujuan ekspor dan peningkatan kualitas keberagaman produk ekspor daerah melalui kegiatan identifikasi potensi ekspor daerah, penyelenggaraamn dan partisipasi daerah pada diklat teknis pengembangan produk ekspor.
8. Peningkatan tatakelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam rangka peningkatan pengembangan ekspor nasional.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Pengembangan Ekspor Nasional adalah meningkatnya pertumbuhan barang ekspor nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, mempertahankan pasar utama dan meningkatkan penetrasi pasar ekspor terutama ke negara pasar prospektif.

### 3.2.1.10 Program Peningkatan Perdagangan Berjangka Komoditi

Program ini dilakukan untuk mendukung penciptaan jaringan distribusi dan pasar komoditi yang efisien melalui optimalisasi pemanfaatan kegiatan pengelolaan resiko dan pembentukan harga bagi dunia usaha; peningkatan

efektivitas dan efisiensi sistem resi gudang; dan peningkatan kapasitas pasar lelang dan pasar fisik terorganisir.

Arah pelaksanaan program Peningkatan Perdagangan Berjangka Komoditi adalah:

1. Peningkatan pembinaan dan pengawasan Perdagangan Berjangka Komoditi (PBK) melalui penyelesaian perizinan pelaku usaha PBK, kepatuhan penyampaian laporan kegiatan pelaku usaha PBK, pembinaan pelaku usaha PBK, transaksi multilateral di Bursa Berjangka, pelaku usaha PBK yang diaudit dan kepatuhan penyampaian laporan keuangan Pialang Berjangka;
2. Peningkatan pelayanan hukum melalui penyelesaian kebijakan teknis dalam bentuk peraturan-peraturan di bidang PBK, SRG dan PL, Penyelesaian pemeriksaan di bidang PBK, SRG dan PL; penyelesaian penyidikan di bidang PBK dan SRG dan penyelesaian penyediaan sarana mediasi;
3. Pengkajian dan pengembangan PBK, SRG, dan PL melalui pemrosesan persetujuan kontrak komoditi yang diajukan oleh Bursa, kontrak berjangka yang diawasi perkembangannya, informasi harga komoditi di bidang PBK, SRG dan PL, kajian di bidang PBK, SRG dan PL dan pengembangan sistem informasi teknologi di bidang PBK, SRG dan PL;
4. Peningkatan pembinaan dan pengawasan Pasar Lelang (PL) dan Sistem Resi Gudang (SRG) dengan melakukan penyelesaian perizinan pelaku usaha SRG dan PL, peningkatan pelatihan teknis penyelenggara SRG dan PL, pemanfaatan SRG dan PL secara luas, Pengawasan SRG, nilai resi gudang yang diterbitkan dan nilai transaksi pasar lelang;
5. Peningkatan tatakelola yang baik melalui peningkatan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dalam kerangka peningkatan perdagangan berjangka komoditi.

*Outcome* yang diharapkan dari Program Peningkatan Perdagangan Berjangka Komoditi adalah meningkatnya pembinaan, pengaturan, pengawasan dan pengembangan bidang perdagangan berjangka komoditi, sistem resi gudang, dan pasar lelang.

### 3.3 Kerangka Regulasi

Dalam perencanaan pembangunan sektor perdagangan, peran kerangka regulasi menjadi sangat penting dimana regulasi akan memegang peranan sebagai sarana untuk mengoperasionalkan kebijakan pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan atau dengan kata lain regulasi adalah bentuk formal kebijakan Kementerian Perdagangan agar mempunyai kekuatan hukum dalam menggerakkan perilaku masyarakat (untuk dipatuhi, dilaksanakan dan ditegakkan). Dengan demikian keterkaitan antara fungsi regulasi merupakan satu kesatuan dengan arah kebijakan pembangunan sektor perdagangan kedepan.

Kerangka regulasi Kementerian Perdagangan bermaksud untuk memberi arahan dan landasan pengaturan (regulasi) dalam menyelenggarakan kegiatan pembangunan sektor perdagangan dengan muatan indikasi atau arah kebijakan mengenai rancangan peraturan perundang-undangan yang diusulkan dalam kurun lima tahun mendatang. Selain itu, regulasi dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan yang penting, mendesak, dan memiliki dampak besar terhadap pencapaian sasaran pembangunan perdagangan atau dalam kata lain sebagai regulasi diarahkan sebagai pelengkap landasan pengaturan.

Kementerian Perdagangan dalam masa mendatang akan semakin berperan sangat strategis dalam menciptakan daya saing ekonomi nasional bersama-sama sektor lainnya dimana nantinya akan berujung pada penciptaan kemakmuran rakyat sebagai cita-cita luhur bersama. Peran strategis ini akan diwujudkan ke dalam beberapa langkah-langkah strategis yang telah disebutkan dalam sub-bab sebelumnya. Agar pelaksanaan langkah-langkah strategis tersebut memiliki kekuatan hukum dalam mengubah perilaku masyarakat dan *stakeholder* sektor perdagangan, maka diperlukan adanya suatu kerangka regulasi yang dapat memberikan solusi atas permasalahan-permasalahan yang ada.

Mendasarkan pada langkah-langkah strategis tersebut, program dan kegiatan Kementerian Perdagangan kedepan perlu didukung oleh landasan regulasi yang kuat baik berbentuk Undang-Undang (UU) dan peraturan pelaksanaannya, maupun yang sifatnya peraturan/keputusan Menteri Perdagangan. Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut, beberapa regulasi setingkat UU yang mendasari pelaksanaan program dan kegiatan Kementerian Perdagangan serta mengamanatkan Menteri Perdagangan untuk melaksanakan tugas, tanggung jawab dan fungsinya diantaranya adalah:

1. UU Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan;
2. UU Nomor 2 tahun 1981 tentang Merologi Legal;
3. UU Nomor 9 tahun 2011 tentang Sistim Resi Gudang;
4. UU Nomor 3 tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
5. UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
6. UU Nomor 7 tahun 1994 tentang *Ratifikasi Agreement Establising the World Trade Organization*;
7. UU Nomor 32 tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, dan
8. UU Nomor 11 tahun 1965 tentang Pergudangan.

Selain itu, terdapat beberapa UU lainnya seperti Kepabeanaan, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Pelabuhan Bebas, Kawasan Ekonomi Khusus, dan lain-lain yang mengharuskan Menteri Perdagangan sebagai aktor yang turut memikul tanggung-jawab penting.

Dalam menunjang pelaksanaan program dan kegiatan, arah kerangka regulasi Kementerian Perdagangan selama periode 2015 – 2019 memberikan peranan sangat penting. Kebutuhan akan regulasi ini memberikan landasan hukum bagi pelaksanaan tugas dan fungsi kedepan yang mengatur tata laksana ataupun keterlibatan *stakeholder* perdagangan.

Sektor perdagangan sesungguhnya telah memiliki UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang akan berfungsi sebagai payung hukum. Namun demikian beberapa peraturan pelaksana UU tersebut perlu segera diselesaikan sehingga regulasi yang dibutuhkan Kementerian Perdagangan dapat semakin lengkap dan komprehensif. Selain itu, terdapat beberapa bentuk rancangan peraturan yang akan digagas selama periode 2015-2019 berupa 2 (dua) UU terkait sektor perdagangan yang akan digagas untuk diperbaharui karena dirasakan relevansinya dengan kondisi saat ini semakin berkurang, 9 (sembilan) Peraturan Pemerintah, dan 10 (sepuluh) Peraturan Presiden termasuk di dalamnya Rancangan Peraturan Presiden tentang Komite Perdagangan Nasional. UU yang akan digagas untuk diperbaharui dimaksud terdiri dari: 1 Rancangan UU tentang Metrologi Legal, dan 2 Rancangan UU tentang Perubahan atas UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kebutuhan regulasi kementerian Perdagangan yang juga dituangkan kedalam RPJMN 2015 – 2019 dapat dilihat pada lampiran 2 Matriks Kerangka Regulasi.

### 3.4 Kerangka Kelembagaan

Dalam rangka mendukung Pemerintahan periode 2014 – 2019 dan seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah, serta semakin kompleksnya permasalahan di sektor perdagangan di masa mendatang, maka diperlukan adanya suatu lembaga/kementerian yang secara khusus menangani sektor perdagangan sehingga dapat fokus dan berkonsentrasi terhadap pemenuhan berbagai aspek kebutuhan masyarakat untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat melalui perdagangan.

Kementerian Perdagangan sebagai salah satu organisasi yang memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam mengelola sektor perdagangan, mengelola infrastruktur perdagangan domestik, mengatur pembentukan harga di pasar, mengatur dan menata perdagangan ekspor-impor, melindungi konsumen dari praktek dagang tidak *fair*, mengembangkan promosi dagang, mengembangkan bursa komoditi, serta melakukan kerjasama perdagangan internasional yang semakin hari semakin dituntut untuk berkembang dan memberi manfaat bagi perekonomian.

Guna pencapaian Visi dan Misi serta melaksanakan Rencana Strategis Kementerian Perdagangan tahun 2015-2019, Kementerian Perdagangan menetapkan fungsi-fungsi perdagangan sebagai penjabaran dari Undang-undang Perdagangan Nomor 7 tahun 2014 yang merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam pelaksanaan tugas pemerintah dibidang perdagangan.

Fungsi tersebut antara lain:

- a. Pengaturan dibidang Perdagangan Dalam Negeri termasuk Pengelolaan Perdagangan Perbatasan, Pengaturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dengan ruang lingkup distribusi barang, sarana perdagangan, peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri, perdagangan antar pulau, perijinan, pengendalian Barang Kebutuhan Pokok dan/atau barang penting, larangan dan pembatasan perdagangan barang dan/atau jasa, pengaturan data dan informasi pihak yang bertransaksi serta barang dan jasa yang diperdagangkan, pengaturan pelaku usaha yang memperdagangkan barang/jasa dengan menggunakan sistem elektronik.

- b. Sistem Logistik, dengan ruang lingkup: pembangunan sarana distribusi, penyusunan regulasi di bidang logistik, mendukung dalam menurunkan *dwelling time* dan biaya logistik, serta memberikan proses perijinan di bidang perdagangan yang terintegrasi dan berkualitas.
- c. Pengaturan dibidang Perdagangan Luar Negeri, dengan ruang lingkup: Penyusunan dan penerbitan Kebijakan Ekspor Produk Pertanian dan Kehutanan, Produk Industri dan Pertambangan yang Bernilai Tambah melalui Pembatasan Ekspor, Larangan Ekspor, Pengenaan Bea Keluar; Pengawasan terhadap ekspor produk Pertanian dan Kehutanan, Industri dan Pertambangan yang diatur melalui Permendag; Stabilisasi harga dalam negeri melalui penyusunan dan penerbitan kebijakan pengaturan impor barang konsumsi; Peningkatan Industri dalam negeri melalui penyusunan dan penerbitan kebijakan pengaturan impor barang modal/bahan baku, penolong; Pengawasan terhadap impor barang modal/bahan baku, penolong dan konsumsi yang diatur melalui Permendag; Peningkatan sistem perizinan secara on line melalui inatrade; Penyelesaian Waktu Perijinan Ekspor dan Impor Sesuai dengan SLA; Peningkatan pemanfaatan fasilitas ekspor oleh pelaku usaha;
- d. Diplomasi dan Perundingan Perdagangan, dengan ruang lingkup: Peningkatan Akses Pasar Ekspor melalui Kerja Sama Perdagangan Internasional; Peningkatan pengamanan Kebijakan Nasional di Fora Internasional; Peningkatan Kualitas Layanan Informasi Hasil dan Proses Diplomasi Perdagangan Internasional; Peningkatan peran dan Hasil Kerja Sama Perdagangan Internasional; Peningkatan kerja sama multilateral dalam rangka pengamanan kebijakan, pengurangan hambatan tarif dan non tarif, serta peningkatan akses pasar; Peningkatan Hasil Kerja Sama Perdagangan Regional (ASEAN-MEA, RCEP, APEC dan Organisasi Internasional Lainnya (D 8, G 20, OECD dll)) dalam rangka pengamanan kebijakan, pengurangan hambatan tarif dan non tarif, serta peningkatan akses pasar; Peningkatan Hasil Kerja Sama Perdagangan Bilateral dalam rangka pengamanan kebijakan, pengurangan hambatan tarif dan non tarif, serta mengamankan dan memperluas akses pasar
- e. Pengamanan Perdagangan termasuk Pengawasan dan Penyidikan, dengan ruang lingkup: Pembelaan atas tuduhan dumping dan/atau subsidi dan safeguard terhadap Ekspor Barang nasional; Pengenaan tindakan

antidumping atau tindakan imbalan dan safeguard terhadap barang impor; Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah menetapkan kebijakan pengawasan dan penyidikan di bidang perdagangan; Penyelesaian Hambatan Ekspor di Negara tujuan, penyusunan submisi dan hearing informal/ teknis di negara mitra dagang serta pengelolaan database hambatan perdagangan; Pengumpulan hambatan tarif dan non tarif Nasional dan negara mitra dagang

- f. Pengembangan Promosi Perdagangan termasuk Pemberdayaan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah, dengan ruang lingkup Pengamatan Pasar; Peningkatan kualitas & efektifitas pameran di dalam dan luar negeri (Promosi Dagang); Pengembangan efektifitas Misi Dagang; Diversifikasi produk ekspor; Nation Branding; Peningkatan dan Pengembangan kelembagaan Promosi; Peningkatan Capacity Building Pelaku Usaha; Pemberian fasilitas, insentif, bimbingan teknis, akses dan/atau bantuan permodalan, bantuan promosi, dan pemasaran UMKM.
- g. Pengaturan tentang Mutu, Standardisasi Barang dan Jasa di Bidang Perdagangan, serta Tertib Ukur dengan ruang lingkup: Regulasi di bidang Mutu, Standardisasi Barang dan Jasa di Bidang Perdagangan serta Metrologi LegaTera dan Tera Ulang UTTP; Menjaga ketertelusuran alat-alat standar panjang, massa, volume, tekan dan arus listrik; Pengawasan ketelusuran mutu barang pra pasar; Pembinaan SDM Penguji Mutu Barang; Keberterimaan sertifikat hasil uji di negara tujuan ekspor; Sertifikasi Produk; Sertifikasi Petugas Pengambil Contoh
- h. Perlindungan Konsumen, dengan ruang lingkup: Peningkatan pemahaman konsumen atas hak dan kewajibannya; Pencerdasan Konsumen; Regulasi Perlindungan Konsumen; Pengawasan Barang Beredar di pasar (kecuali: makanan, minuman dan alat-alat kesehatan yang belum diberlakukan SNI secara wajib, obat-obatan dan kosmetik) sesuai K3L; Pengawasan distribusi barang; Pengawasan Jasa di Bidang Perdagangan; Penanganan pengaduan konsumen; Penegakan hukum
- i. Pengaturan dan pengelolaan Perdagangan Jasa, sesuai dengan definisi tentang jasa yaitu: Jasa Bisnis; Jasa Distribusi; Jasa Komunikasi; Jasa Pendidikan; Jasa Lingkungan hidup; Jasa Keuangan; Jasa Konstruksi dan teknik terkait; Jasa Kesehatan dan sosial; Jasa Rekreasi, Kebudayaan dan Olahraga; Jasa Pariwisata; Jasa Transportasi; dan Jasa Lainnya.
- j. Bursa Komoditi dan Resi Gudang, dengan ruang lingkup Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI), Pembinaan dan Pengawasan Pengawasan Berjangka Komoditi, Sistem Resi Gudang dan Pasar Lelang; Peningkatan pelayanan hukum dibidang Pengawasan Pengawasan Berjangka Komoditi, Sistem Resi Gudang dan Pasar Lelang; Pengkajian dan Pengembangan Pengawasan Pengawasan Berjangka Komoditi, Sistem Resi Gudang dan Pasar Lelang
- k. Pengembangan SDM Perdagangan baik SDM Aparatur dan SDM Pelaku Usaha, dengan ruang lingkup Peningkatan kualitas SDM aparatur dan SDM Pelaku Usaha bidang perdagangan; Penyusunan standar kompetensi SDM

Aparatur Kementerian Perdagangan; Peningkatan kompetensi jabatan fungsional; dan Pengembangan pola karir sesuai dengan peraturan yang berlaku seperti UU Aparatur Sipil Negara (ASN)

1. **Pengelolaan Informasi Perdagangan, dengan ruang lingkup: Pengumpulan, pengolahan, penyampaian, pengelolaan, dan penyebarluasan data dan/atau informasi Perdagangan Dalam Negeri dan Perdagangan Luar Negeri/Kerja Sama Perdagangan Internasional; Menyelenggarakan sistem informasi perdagangan berkoordinasi dengan kementerian, lembaga Pemerintah nonkementerian; dan Pemerintah Daerah, termasuk penyelenggara urusan pemerintahan di bidang bea dan cukai, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Badan Pusat Statistik, dan badan/lembaga lainnya**

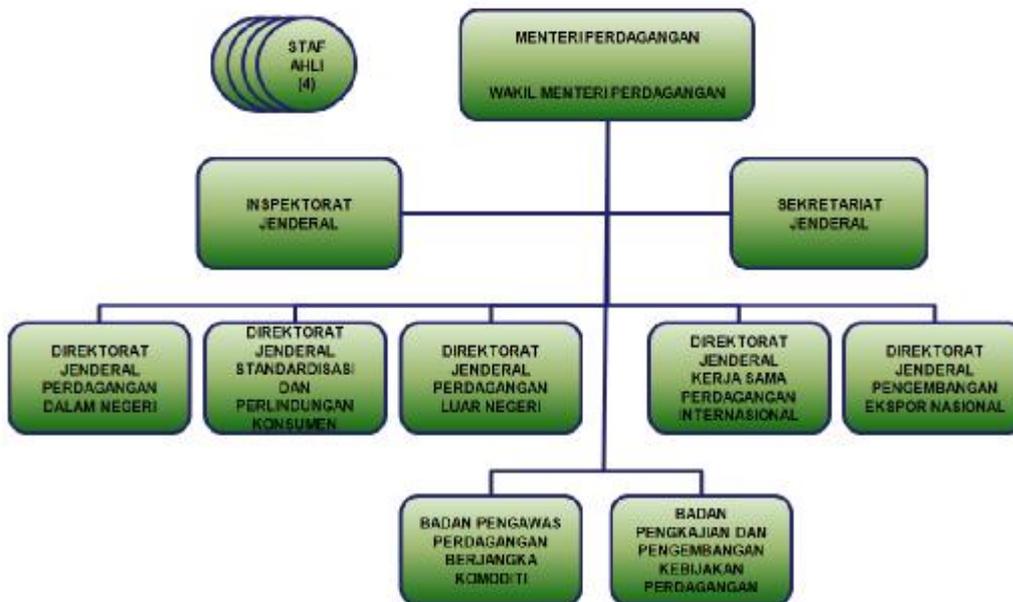
Dalam periode pemerintahan selama lima tahun (2015-2019) mendatang, Kementerian Perdagangan sesuai dengan Nawa Cita (program aksi Jokowi-JK) akan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, khususnya terkait dengan perdagangan dalam negeri dan perdagangan luar negeri. Selanjutnya, sesuai Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/7/2010 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan, organisasi Kementerian Perdagangan terdiri 9 (sembilan) unit Eselon I yang merupakan unsur pembantu, unsur pengawas, unsur pelaksana, dan unsur penunjang.

Unit Eselon I dimaksud adalah:

1. **Sekretariat Jenderal;**
2. **Inspektorat Jenderal;**
3. **Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan**
4. **Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam negeri;**
5. **Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen;**
6. **Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri;**
7. **Direktorat Jenderal Kerjasama Perdagangan Internasional;**
8. **Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional;**
9. **Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi;**

Gambar 3.1

## Struktur Organisasi Kementerian Perdagangan



Selanjutnya, sesuai dengan amanat yang tertuang dalam UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, lingkup pengaturan perdagangan juga meliputi Komite Perdagangan Nasional dan promosi dagang. Menindaklanjuti hal tersebut, dalam periode lima tahun kedepan akan dibentuk Komite Perdagangan Nasional dengan tujuan dapat mendukung percepatan pencapaian tujuan pelaksanaan kegiatan di bidang perdagangan dan pembentukan *Indonesian Promotion Office* sebagai salah satu sarana dalam rangka memperluas akses pasar bagi barang dan/atau jasa produksi dalam negeri.

Seiring dengan perkembangan, tantangan, dan tuntutan perubahan, baik eksternal maupun internal, maka untuk dapat menjalankan tugas yang diemban dan sasaran yang ditetapkan, organisasi dan tatalaksana Kementerian Perdagangan sudah sepatutnya harus mengalami perubahan menuju pemerintahan yang baik (*good governance*). Reformasi Birokrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan merupakan program yang dilaksanakan secara sinergis dari semua unsur kementerian Perdagangan guna mencapai tujuan dalam rangka menciptakan pelayanan publik yang prima, Birokrasi yang bersih dan SDM yang profesional.

Perubahan dalam pola pikir dan pola perilaku dalam kinerja pegawai di Kementerian Perdagangan adalah tujuan utama dari pelaksanaan Reformasi Birokrasi. Hal tersebut dilakukan melalui upaya berkelanjutan yang setiap tahapannya memberikan perubahan atau perbaikan birokrasi ke arah yang lebih baik pada 8 (delapan) area perubahan, yaitu : pola pikir (*mindset*) dan budaya kerja (*culture set*) aparatur, peraturan perundang-undangan, organisasi, tatalaksana, sumber daya manusia aparatur, pengawasan, akuntabilitas, dan pelayanan publik.

Reformasi birokrasi Kementerian Perdagangan dilaksanakan melalui program - program yang berorientasi pada *outcome*. Program-program tersebut dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan untuk menghasilkan kinerja yang makin baik. Keberhasilan pelaksanaan reformasi birokrasi memerlukan komitmen dan menjadi tanggung jawab pimpinan dan seluruh jajaran aparatur pemerintah di lingkungan Kementerian Perdagangan.

Terdapat 9 (sembilan) program yang harus dilaksanakan dalam pelaksanaan reformasi birokrasi yaitu manajemen perubahan, penataan peraturan perundang-undangan, penataan dan penguatan organisasi, penataan tatalaksana, penataan sistem manajemen SDM aparatur, penguatan pengawasan, penguatan akuntabilitas kinerja, peningkatan kualitas pelayanan publik, serta monitoring, evaluasi dan pelaporan, yaitu sebagaimana terlihat pada gambar berikut :

Gambar 3.2

### Program Reformasi Birokrasi Kementerian Perdagangan



Untuk dapat menjalankan tugas pokok dan fungsi Kementerian Perdagangan secara optimal maka dibutuhkan SDM yang memiliki kapasitas dalam membuat perencanaan, melaksanakan program serta melakukan evaluasi serta *monitoring* pelaksanaan program-program yang telah direncanakan.

Untuk meningkatkan kapasitas SDM yang saat ini dimiliki oleh Kementerian Perdagangan, fokus utama peningkatan kapasitas SDM tersebut dihadapkan pada pengembangan perencanaan pengembangan SDM dengan berbasis pada kinerja. Rencana pengembangan SDM Kementerian Perdagangan dilakukan melalui:

- a. Pelatihan yang disediakan oleh organisasi di luar Kementerian Perdagangan tetapi masih berada di dalam Pemerintah Indonesia. Beberapa bidang yang tercakup dalam pelatihan ini contohnya adalah Pelatihan Perencanaan Strategis.

- b. Pelatihan yang disediakan oleh Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) Perdagangan adalah pelatihan bagi aparatur dan bagi SDM Sektor perdagangan di pusat dan daerah yang bertujuan untuk mengetahui substansi perdagangan yang bersifat dasar dan general. Pelatihan bagi aparatur ditujukan bagi pegawai Kementerian Perdagangan dan pegawai kementerian teknis lain dan pegawai daerah yang terkait dengan substansi perdagangan seperti diklat prajabatan, diklat PIM dan diklat Calon Atase Perdagangan. Diklat bagi SDM Sektor Perdagangan merupakan diklat yang diperuntukkan untuk kalangan dunia usaha (UKM), pengelola pasar dan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL).
- c. Pengembangan kompetensi SDM metrologi yang diselenggarakan oleh Pusat Pengembangan SDM Kemetrolgian (PPSDMK) seperti pengembangan standar kompetensi SDM Kemetrolgian, pengembangan kurikulum dan model pembelajaran, penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan (Diklat) fungsional dan teknis kemetrolgian, Uji Kompetensi serta pengembangan teknologi kemetrolgian yang terbaru dan mutakhir sebagai langkah untuk melakukan harmonisasi kebijakan Metrology, Standardization and Conformity Assesment (MSCA) internasional dalam sistem perdagangan global.
- d. Penyelenggaraan Pendidikan Vokasi dibidang Perdagangan seperti rintisan Akademi Metrologi maupun bentuk kerjasama dengan Perguruan Tinggi yang mempunyai program studi yang terkait dengan sub bidang perdagangan yaitu kegiatan metrologi untuk memenuhi kebutuhan SDM perdagangan terampil dalam rangka mencapai tertib ukur disegala bidang.
- e. Pelatihan organisasi internasional yang disediakan oleh berbagai donor internasional dan organisasi internasional lainnya dalam bentuk beasiswa. Organisasi pendonor yang saat ini menyediakan pelatihandalam bentuk beasiswa antara lain adalah AusAID, Uni Eropa, JICA, dan USAID.
- f. Terkait dengan penataan kelembagaan, penyempurnaan didasarkan pada beban tugas prioritas dan strategis yang berkembang, antara lain: Peningkatan Ekspor Barang Non Migas yang Bernilai Tambah, Peningkatan Iklim Usaha dan Kepastian Berusaha, Perdagangan Jasa (*Services*), Transaksi Perdagangan Secara Elektronik, Pengelolaan Perdagangan Perbatasan, Pengamanan Perdagangan, Pengembangan Promosi Perdagangan dan *Nation Branding*, Pengaturan tentang Mutu, Standardisasi Barang dan Jasa, Pengelolaan Informasi Perdagangan serta Pengembangan SDM Perdagangan.

Sehubungan dengan hal itu, penataan kembali unit-unit kerja di tingkat Eselon I melalui penajaman tugas pokok dan fungsi serta penyesuaian nomenklatur diharapkan dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan publik yang diberikan. Penyempurnaan fungsi kelembagaan berfokus pada 5 (lima) hal, yaitu: (1) penyempurnaan proses bisnis; (2) implementasi *Balanced*

*Scorecard*; (3) restrukturisasi program Kementerian; (4) penguatan sistem pelaporan; dan (5) pemantapan pengelolaan keuangan.

Penyempurnaan proses bisnis diarahkan untuk menghasilkan proses bisnis yang akuntabel dan transparan serta berkinerja kepada *stakeholder* internal dan eksternal yang terkait dengan tugas pokok dan fungsi Kementerian Perdagangan. Dalam penyempurnaan proses bisnis ini dilakukan penyusunan *Standard Operating Procedure* (SOP) dan penyempurnaan manajemen pelayanan.

Implementasi *Balanced Scorecard*, yang sudah mulai dirintis sejak tahun 2007 akan lebih ditingkatkan untuk membangun sistem informasi manajemen yang lebih efektif. Fungsi BSC sebagai alat untuk mengukur kinerja aparat menjadi sangat penting dalam upaya pemantapan sistem manajemen perencanaan, *monitoring*, dan evaluasi terhadap pelaksanaan kebijakan, program, pencapaian sasaran, dan target yang ditetapkan.

Sementara itu, upaya pemangkasan jalur birokrasi dan perbaikan sistem manajerial dilakukan dengan merestrukturisasi program dan kegiatan di lingkungan Kementerian. Hasil restrukturisasi merupakan dasar RPJMN tahun 2010–2014, yang mengacu pada penerapan anggaran berbasis kinerja. Sehingga, pada periode dimaksud, Kementerian Perdagangan bergerak bersama seluruh instansi pemerintah untuk semakin meningkatkan efektivitas dan efisiensi anggaran serta meningkatkan kinerja aparatur.

Terkait dengan sistem pelaporan dan akuntabilitas instansi, peningkatan peringkat akuntabilitas Kementerian Perdagangan pada tahun-tahun sebelumnya menjadi inspirasi untuk menumbuhkan perekonomian nasional melalui sektor perdagangan yang mendorong terciptanya peningkatan daya saing bangsa dan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Kinerja yang baik harus senantiasa didukung oleh kemampuan pengelolaan keuangan yang akuntabel dan profesional. Pencapaian opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) pada tahun 2010, 2011, 2012 dan 2013 menunjukkan bahwa Kementerian Perdagangan memiliki komitmen kuat untuk dapat menghasilkan laporan keuangan yang dapat mencerminkan transparansi dan akuntabilitas sesuai dengan Standar Akuntansi Pemerintah (SAP). Keberhasilan tersebut dijadikan sebagai pendorong semangat untuk dapat terus meningkatkan kinerja pengelolaan keuangan dan sebagai bentuk upaya untuk mempertahankan Opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) untuk Laporan Keuangan Kemendag pada tahun-tahun mendatang.

## Bab 4

### TARGET KINERJA DAN KERANGKA PENDANAAN

#### 1. Target Kinerja

##### 4.1.1 Indikator Kinerja Sasaran Strategis

##### 4.1.1.1 Meningkatnya Pertumbuhan Ekspor Barang Non Migas yang Bernilai Tambah dan Jasa

Tabel 4.1

Meningkatnya pertumbuhan ekspor barang non migas yang bernilai tambah dan jasa

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Pertumbuhan Ekspor Nonmigas* (%)	8,0	9,9	11,9	13,7	14,3
Kontribusi produk manufaktur terhadap total ekspor (%)	44	47	51	57	65
Pertumbuhan Ekspor Jasa (%)	12-14	13-16	14-17	15-18	16-19

##### 4.1.1.2 Meningkatnya Pengamanan Perdagangan dan Kebijakan Nasional

Tabel 4.2

Meningkatnya pengamanan perdagangan dan kebijakan nasional untuk mendukung daya saing produk Indonesia baik di pasar domestik maupun internasional

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase penanganan kasus dalam rangka pengamanan ekspor (%)	100	100	100	100	100

Indikator Sasaran	Tahun				
	Persentase pengamanan kebijakan nasional di fora internasional (%)	70	75	80	85
Persentase pemahaman terhadap hasil kerja sama perdagangan internasional	60	62	63	64	65

#### 4.1.1.3 Meningkatnya Diversifikasi Pasar dan Produk Ekspor

Tabel 4.3

##### Meningkatnya diversifikasi pasar dan produk ekspor

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) utama (%)	5,9	8	10,4	11,9	13,9
Pertumbuhan ekspor non migas produk (komoditi) prospektif (%)	10,6	12,8	15,2	16,8	18,9
Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar utama (%)	5,5	7,7	10,0	11,5	13,5
Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar prospektif (%)	9,7	11,9	14,3	15,9	18,0

#### 4.1.1.4 Menurunnya Hambatan Akses Pasar (Tarif dan Non Tarif)

Tabel 4.4

##### Menurunnya hambatan akses pasar (Tarif dan Non Tarif)

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Penurunan index Non - Tariff Measures (baseline tahun 2013 berdasarkan	38,32	33,74	29,16	24,58	20,00

data WTO)					
Penurunan rata-rata terbobot tarif di negara mitra (perbedaan dari baseline 2013)	9,05	8,47	7,92	7,33	6,78
Pertumbuhan nilai ekspor yang menggunakan Surat Keterangan Asal Preferensi (%)	6	7	8	9	10

#### 4.1.1.5 Meningkatnya Promosi Citra Produk Ekspor (Nation Branding)

Tabel 4.5

##### Meningkatnya promosi citra produk ekspor (Nation Branding)

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Skor dimensi ekspor dalam Simon Anholt Nation Branding Index (NBI)	45-46	46-47	47-48	48-49	49-50

#### 4.1.1.6 Optimalnya Kinerja Kelembagaan Ekspor

Tabel 4.6

##### Optimalnya kinerja kelembagaan ekspor

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Peningkatan pemanfaatan laporan pasar ekspor (market intelligent dan market brief) oleh dunia usaha	500	650	800	950	1100
Pendirian Lembaga/Kantor Perwakilan/Pusat Promosi di dalam dan luar negeri	2	2	1	2	1
Persentase PMKM peserta pelatihan ekspor yang menjadi eksportir baru	10	10	12	12	15

## 4.1.1.7 Meningkatnya Efektivitas Pengelolaan Impor

Tabel 4.7

## Meningkatnya efektivitas pengelolaan impor

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Penurunan pangsa impor barang konsumsi terhadap total impor (%)	7.0	6.7	6.5	6.3	6.0

## 4.1.1.8 Meningkatnya Pertumbuhan PDB Sektor Perdagangan

Tabel 4.8

## Meningkatnya pertumbuhan PDB sektor perdagangan

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor (%)	5,0	7,0	7,6	7,7	8,2

## 4.1.1.9 Meningkatnya Kualitas dan Kuantitas Sarana Distribusi dan Logistik Nasional

Tabel 4.9

## Meningkatnya kualitas dan kuantitas sarana distribusi dan logistik nasional

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah Pasar Rakyat Tipe A (Pasar)	67	100	100	100	100
Jumlah Pasar Rakyat Tipe B (Pasar)	70	120	120	120	120
Jumlah Pusat Distribusi Regional yang dibangun (PDR)	2	2	2	2	2
Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi (%)	10	20	20	20	20

#### 4.1.1.10 Meningkatnya Konsumsi Produk Dalam Negeri dalam Konsumsi Rumah Tangga Nasional

**Tabel 4.10**

**Meningkatnya konsumsi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional**

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Peningkatan kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional	92.3	92.5	92.7	92.9	93.1

#### 4.1.1.11 Meningkatnya Pemanfaatan Pasar Berjangka Komoditi, SRG, dan Pasar Lelang

**Tabel 4.11**

**Meningkatnya pemanfaatan Pasar Berjangka Komoditi, SRG, dan Pasar Lelang**

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Pertumbuhan Volume Transaksi Perdagangan Berjangka Komoditi (%)	2	4	5	7	8
Pertumbuhan Nilai Resi Gudang yang diterbitkan (%)	1,8	2,0	2,6	3,0	3,5
Pertumbuhan Nilai Transaksi di Pasar Lelang (%)	0,38	0,40	0,45	0,50	0,60

#### 4.1.1.12 Memperkecil Kesenjangan Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Antar Daerah

Tabel 4.12

Memperkecil kesenjangan harga barang kebutuhan pokok dan barang penting antar daerah

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah (%)	<14,2	<14,2	<13,8	<13,8	<13,0

#### 4.1.1.13 Stabilisasi Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting

Tabel 4.13

Stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang penting

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu (%)	<9	<9	<9	<9	<9

#### 4.1.1.14 Meningkatnya Pengawasan Barang Beredar di Wilayah Perbatasan

Tabel 4.14

Meningkatnya pengawasan barang beredar di wilayah perbatasan

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase Barang beredar diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat (%)	-	30	35	40	45

#### 4.1.1.15 Meningkatnya Pemberdayaan Konsumen, Standardisasi, Pengendalian Mutu, Tertib Ukur dan Pengawasan Barang/Jasa

Tabel 4.15

#### Meningkatnya pemberdayaan konsumen, standardisasi, pengendalian mutu, tertib ukur dan pengawasan barang/jasa

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Indeks Keberdayaan Konsumen	37	40	43	46	50
Persentase barang impor ber-SNI Wajib yang sesuai ketentuan yang berlaku (%)	50	53	56	60	64
Persentase barang beredar diawasi yang sesuai ketentuan (%)	60	62	65	70	75
Persentase alat-alat ukur, takar, timbang, dan perlengkapannya (UTTP) yang bertanda tera sah yang berlaku (%)	50	55	60	65	70

Catatan:

*Baseline* penentuan target tahun 2015 menggunakan data tahun 2014 mengingat indikator merupakan akumulasi.

#### 4.1.1.16 Meningkatnya Pelayanan dan Kemudahan Berusaha

Tabel 4.16

#### Meningkatnya pelayanan dan kemudahan berusaha bidang perdagangan luar negeri

##### A. Perdagangan Luar Negeri

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Peningkatan rasio nilai ekspor yang menggunakan SKA preferensi dan Non Preferensi terhadap total ekspor (%)	65	67	69	71	73

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase Waktu Penyelesaian Perijinan Ekspor dan Impor Sesuai dengan SLA (%)	75	80	85	90	85
Peningkatan persentase pengguna Sistem Perijinan Online (persen)	15	20	25	30	35

Tabel 4.17

**Meningkatnya pelayanan dan kemudahan berusaha bidang perdagangan Dalam negeri**

**B. Perdagangan Dalam Negeri**

Indikator Sasaran	2015	2016	2017	2018	2019
Terintegrasinya layanan perizinan perdagangan di daerah dengan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan	40 Kab./Kota	80 Kab./Kota	120 Kab./Kota	160 Kab./Kota	200 Kab./Kota
Persentase Kab/Kota yang dapat menerbitkan SIUP TDP maksimal 3 Hari (%)	60	70	80	90	100

#### 4.1.1.17 Meningkatnya Dukungan Kinerja Layanan Publik

Tabel 4.18

##### Meningkatnya dukungan kinerja layanan publik

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase ketersediaan sarana dan prasarana di lingkungan Kemendag (%)	65	70	75	80	85
Persentase penyelesaian peraturan perundang-undangan (%)	95	95	95	95	95
Rasio berita negatif semakin menurun (%)	10	8	8	6	5
Persentase Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Informasi (%)	> 60	> 62	> 63	> 65	> 70

#### 4.1.1.18 Meningkatnya Kinerja dan Profesionalisme SDM Sektor Perdagangan

Tabel 4.19

##### Meningkatnya kinerja dan profesionalisme SDM sektor perdagangan

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase capaian peningkatan kinerja SDM dan organisasi (%)	54	62	70	75	80
Persentase bantuan hukum yang diselesaikan (%)	100	100	100	100	100

#### 4.1.1.19 Meningkatnya Birokrasi yang Transparan, Akuntabel dan Bersih

Tabel 4.20

Meningkatnya birokrasi yang transparan, akuntabel dan bersih

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Penilaian MenPAN atas hasil evaluasi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP) Kementerian Perdagangan	B	B	B	B	B
Keselarasan perencanaan dengan kinerja (Persentase program dan hasil yang dicapai) (%)	90	90	90	90	90
Indeks Pelaksanaan Reformasi Birokrasi Kementerian Perdagangan (%)	65	67	69	70	72

#### 4.1.1.20 Meningkatnya Efektivitas Pengawasan Internal

Tabel 4.21

Meningkatnya efektivitas pengawasan internal

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase tindak lanjut penyelesaian rekomendasi hasil audit (%)	75	80	85	90	95
Persentase kesesuaian Rencana Kerja Anggaran dengan peraturan yang berlaku berdasarkan hasil review (%)	78	82	85	88	90

#### 4.1.1.21 Meningkatkan pemanfaatan Data/Informasi Perdagangan dan terkait perdagangan

Tabel 4.22

##### Meningkatnya pemanfaatan data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase jenis data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan yang dikelola (%)	5	10	15	20	25

#### 4.1.1.22 Meningkatkan Kualitas Kebijakan dan Regulasi Berbasis Kajian

Tabel 4.23

##### Meningkatnya kualitas kebijakan dan regulasi berbasis kajian

Indikator Sasaran	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Persentase hasil kajian yang digunakan dalam rangka penyusunan kebijakan (%)	20	25	30	35	40
Persentase Rekomendasi/masukan kebijakan yang disampaikan ke K/L/D/I (%)	10	15	20	25	30

### 4.1.2 Indikator Kinerja Program

#### 4.1.2.1 Program Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Perdagangan

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Indeks integritas sektor publik (KPK);
2. Presentase standar efisiensi hasil pengadaan barang/jasa pemerintah yang dilaksanakan secara elektronik;
3. Persentase Penyelesaian Peraturan Perundang-undangan;
4. Rasio berita negatif semakin menurun;
5. Persentasi Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Informasi;
6. Persentase Pelayanan Informasi yang ditindak lanjuti;
7. Meningkatnya efisiensi, dan efektivitas penerapan prosedur operasional tetap (SOP) sesuai dengan Tugas dan Fungsi dan Pelayanan Kepegawaian secara elektronik;
8. Meningkatnya kinerja dan profesionalisme pegawai kemendag sesuai dengan kompetensi dan kebutuhan organisasi;
9. Meningkatkan Kinerja Organisasi sesuai tugas dan fungsi secara optimal;
10. Penilaian MenPAN terhadap kualitas laporan kinerja Kementerian Perdagangan;
11. Keselarasan perencanaan dengan kinerja (Persentase program dan hasil yang dicapai).

#### 4.1.2.2 Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur Kementerian Perdagangan

*Outcome* yang diharapkan dari program ini adalah meningkatnya ketersediaan sarana dan prasarana aparatur Kementerian Perdagangan yang pencapaiannya diukur dengan indikator nya sebagai berikut:

1. Persentase ketersediaan sarana dan prasarana di Lingkungan Kemendag;
2. Persentase utilisasi Barang Milik Negara di Lingkungan Kemendag.

Salah satu agenda penting dan prioritas kedepan terkait indikator tersebut di atas adalah upaya dalam penyediaan sarana dan prasarana penunjang. *Pertama*, upaya untuk melunasi pembelian tanah (lahan) milik PT. Pertamina tbk. yang terletak disebelah areal kantor Kemendag saat ini. *Kedua*, pembangunan sarana pendidikan Akademi Kemetrollogian di Bandung.

#### **4.1.2.3 Pengawasan Dan Peningkatan Akuntabilitas Aparatur Kementerian Perdagangan**

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Jumlah rekomendasi strategis atas hasil pengawasan yang dilakukan Inspektorat Jenderal;
2. Persentase tindak lanjut penyelesaian rekomendasi hasil audit;
3. Jumlah satker yang menyajikan laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) berdasarkan hasil reuiu;
4. Jumlah unit yang memperoleh skor minimal 66 berdasarkan hasil evaluasi AKIP;
5. Jumlah Unit Yang Memperoleh WTA (Wilayah Tertib Administrasi);
6. Persentase kesesuaian usulan RKA berdasarkan hasil reuiu dengan DIPA yang dapat direalisasikan.

#### **4.1.2.4 Program Program Pengkajian Kebijakan dan Informasi Perdagangan**

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Jumlah jenis data/informasi perdagangan dan terkait perdagangan yang dikelola;

2. Persentase hasil kajian yang digunakan dalam rangka penyusunan kebijakan;
3. Persentase Rekomendasi/masukan kebijakan yang disampaikan ke K/L/D/I
4. Jumlah rekomendasi yang digunakan untuk perumusan kebijakan di sektor perdagangan;
5. Jumlah hasil kajian kebijakan yang dipublikasikan dan/atau didiseminasikan;
6. Jumlah pengguna data dan informasi di bidang perdagangan;
7. Persentase kesinambungan layanan (continuity of service) jaringan data dan informasi.

#### 4.1.2.5 Program Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Pertumbuhan PDB sub kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Bukan Mobil dan Sepeda Motor;
2. Pertumbuhan omzet pedagang pasar rakyat Tipe A yang telah direvitalisasi;
3. Jumlah UKM yang bermitra dengan retail modern;
4. Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar wilayah;
5. Koefisien variasi harga barang kebutuhan pokok antar waktu;
6. Persentase kontribusi produk dalam negeri dalam konsumsi rumah tangga nasional;
7. Terintegrasinya layanan perizinan online perdagangan di daerah dengan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan.

#### 4.1.2.6 Program Peningkatan Perlindungan Konsumen

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Indeks Keberdayaan Konsumen;
2. Persentase penanganan pengaduan konsumen;
3. Persentase barang impor ber-SNI wajib yang sesuai ketentuan yang berlaku;
4. Persentase Barang Beredar yang Diawasi yang sesuai ketentuan;
5. Persentase barang beredar yang diawasi yang sesuai ketentuan di daerah perbatasan darat;
6. Persentase alat – alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya (UTTP) bertanda tera sah yang berlaku;
7. Persentase Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) terdaftar yang mematuhi peraturan;
8. Persentase ketepatan waktu penyelesaian pelayanan perijinan bidang Standardisasi dan Perlindungan Konsumen.

#### 4.1.2.7 Program Peningkatan Perdagangan Luar Negeri

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Persentase Pertumbuhan Ekspor Produk Olahan Pertanian Dan Kehutanan;
2. Persentase Pertumbuhan Ekspor Produk Olahan Industri Dan Pertambangan ;
3. Persentase Penyelesaian Penanganan Kasus;
4. Menurunnya Kontribusi Impor Barang Konsumsi Terhadap Total Impor;

5. Penyelesaian perizinan Ekspor dan Impor Sesuai Dengan SLA;
6. Peningkatan Rasio nilai ekspor yang menggunakan SKA Preferensi dan Non-Preferensi terhadap total ekspor;
7. Persentase Peningkatan Pengguna Sistem Perizinan Online;
8. Persentase Capaian Kebijakan Tentang Pendelegasian Perizinan Sektor Perdagangan di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK).

#### **4.1.2.8 Program Peningkatan Kerjasama Perdagangan Internasional**

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Pertumbuhan ekspor jasa;
2. Penurunan rata-rata tarif terbobot di negara mitra FTA (6 negara; berdasarkan baseline 2013);
3. Penurunan index Non - Tariff Measures (baseline tahun 2013 berdasarkan data WTO);
4. Implementasi hasil perundingan perdagangan internasional melalui proses ratifikasi;
5. Presentase pengamanan kebijakan nasional di fora internasional;
6. Dokumen kepastian tindak lanjut dan peta kerja sama perdagangan internasional;
7. Presentase pemahaman terhadap hasil kerja sama perdagangan internasional;
8. Peningkatan nilai Ekspor yang menggunakan SKA Preferensi;

#### **4.1.2.9 Program Pengembangan Ekspor Nasional**

Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. **Pertumbuhan ekspor non migas;**
2. **Pertumbuhan Ekspor Jasa;**
3. **Kontribusi produk manufaktur terhadap total ekspor;**
4. **Pertumbuhan ekspor non migas ke Pasar Utama;**
5. **Pertumbuhan ekspor non migas di Pasar Prospektif;**
6. **Pertumbuhan ekspor non migas produk Utama;**
7. **Pertumbuhan ekspor non migas produk Prospektif;**
8. **Skor Dimensi Ekspor dalam Simon Anholt Index (NBI).;**
9. **Peningkatan pemanfaatan laporan pasar ekspor (market intelligent dan market brief) oleh dunia usaha;**
10. **Pendirian Lembaga/Kantor Perwakilan/Pusat Promosi di luar negeri;**
11. **Persentase UKM peserta pelatihan ekspor yang menjadi eksportir baru.**

**4.1.2.10 Program Peningkatan Perdagangan Berjangka Komoditi**  
Pencapaian kinerja pelaksanaan program ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. **Jumlah hari penyelesaian perizinan pelaku usaha PBK setelah dokumen lengkap dan benar;**
2. **Pertumbuhan nilai Resi Gudang yang diterbitkan;**
3. **Jumlah persetujuan kontrak berjangka komoditi;**
4. **Persentase pemahaman pelaku di bidang PBK, SRG, dan PL**
5. **Pertumbuhan volume transaksi Perdagangan Berjangka Komoditi;**
6. **Pertumbuhan nilai transaksi pasar lelang.**

#### 4.2 Kerangka Pendanaan

Peran pemerintah bersama seluruh *stakeholder* disektor perdagangan kedepan akan semakin meluas dan penting dengan munculnya isu-isu global maupun nasional terkait perdagangan yang kini mulai berkembang seperti: perdagangan jasa, pasar regional terintegrasi (AEC, RCEP, SSC), Standard Nasional Indonesia (SNI), perlindungan konsumen, pembangunan saluran distribusi dan pemanfaatan instrumen Sistem Resi Gudang, dan lain-lain. Oleh karena itu, dalam konteks pendanaan pemerintah, peran kemendag ini dapat berjalan efektif apabila didanai secara optimal sehingga berkonsekuensi pada perlunya dukungan dana APBN atau sumber lainnya dalam jumlah yang seimbang dan digunakan tepat sasaran (*money follow function*).

Sesuai dengan arah kebijakan dan strategi yang dituangkan pada bab sebelumnya, Kementerian Perdagangan sebagai pemerintah dan pembina disektor perdagangan mencanangkan 10 Program pembangunan perdagangan 2015 – 2019 untuk mencapai sasaran strategis pembangunan perdagangan. Program-program ini selama 5 (lima) tahun kedepan akan didanai yang bersumber dari APBN baik berupa Rupiah Murni (RM), Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP), dan Hibah Luar Negeri. Selain itu, pencapaian sasaran pembangunan yang optimal membutuhkan sinergi antarpemerintah baik ditingkat pusat maupun di daerah. Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan juga turut mengelola pendanaan yang bersumber dari dana transfer ke daerah untuk membiayai sasaran-sasaran strategis pembangunan perdagangan. Anggaran ini berasal dari APBN namun ditransfer ke daerah sehingga langsung menjadi bagian APBD.

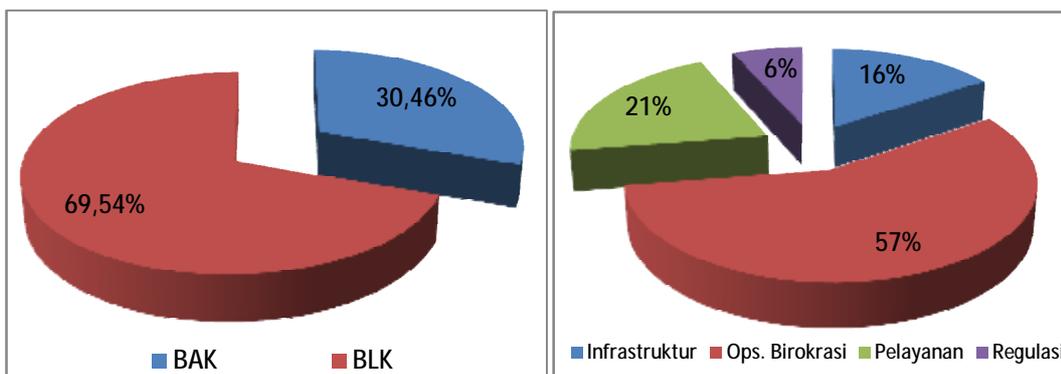
Sebagai pelaku amanat rakyat, Kementerian Perdagangan berkomitmen untuk mengelola keuangan negara yang bersumber dari APBN secara optimal, efektif, dan efisien serta tetap fokus pada pencapaian sasaran program dan kegiatan yang mampu mendukung visi-misi Kementerian Perdagangan kedepan. Oleh karena itu, alokasi belanja akan direncanakan secara konkret dan berorientasi hasil, serta menjalankan proses monitoring dan evaluasi terhadap belanja negara secara regular dan sistematis. Untuk keoptimalan penggunaan anggaran ini, Kemendag telah melakukan *reviu angka dasar anggaran tahun 2015 (Reviu Baseline)* sebagai dasar

perhitungan kenaikan pendanaan tahun-tahun selanjutnya dalam kerangka jangka menengah.

Pagu anggaran Kemendag Tahun 2015 sebesar Rp. 2.384.095.688.000,- yang terdiri dari Rupiah Murni (RM) sebesar Rp. 2.337.683.300.000, PNBPNP sebesar Rp. 44.912.368.000, dan Hibah Luar Negeri (HLN) sebesar Rp. 1.500.000.000,-. Berdasarkan anggaran tahun 2015 ini, hasil proporsi perhitungan angka dasar pagu anggaran kemendag menurut kriteria Biaya Administrasi Keluaran (BAK) dan Biaya Langsung Keluaran (BLK) serta klasifikasi biaya sebagai berikut.

Gambar 4.1

Proporsi Anggaran Kemendag Tahun 2015 Menurut Kriteria dan Klasifikasi Pembiayaan



Keterangan:

BAK (Biaya Administrasi Keluaran) : biaya keluaran dari komponen yang bersifat dukungan administratif terhadap pencapaian *Output*

BLK (Biaya Langsung Keluaran) : biaya keluaran dari komponen yang berkaitan secara langsung dengan pencapaian *Output*

Berdasarkan perhitungan tahun 2015 ini, perkiraan kerangka kenaikan pendanaan indikatif Kementerian Perdagangan tahun 2016 – 2019 menurut basis angka inflasi tahun 2015 berdasarkan per program dan kegiatan dapat dilihat pada lampiran 1.

Sementara itu, terkait dengan sumber dana transfer daerah melalui Dana Alokasi Khusus (DAK), Kementerian Perdagangan mengelola DAK tersebut dengan mekanisme kriteria-kriteria teknis yang diimplementasikan melalui perhitungan indeks teknis sesuai dengan arah kebijakan umum penggunaan DAK serta mempertimbangkan kebijakan umum pembangunan nasional. Adapun kebijakan umum DAK yang dimaksud adalah

“Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana perdagangan untuk mendukung peningkatan efisiensi sistem logistik dan distribusi nasional, perlindungan konsumen dan kesejahteraan rakyat”.

Sesuai arah kebijakannya, DAK Bidang Perdagangan terdiri dari beberapa sub-sub bidang yakni: (1) Sub Bidang Pembangunan dan Pengembangan Sarana Distribusi Perdagangan (Pasar Rakyat dan Gudang Non SRG); (2) Sub Bidang Pembangunan Gudang Komoditas Pertanian berikut fasilitas, peralatan dan sarana penunjangnya dalam kerangka penerapan Sistem Resi Gudang, dan (3) Sub Bidang Pembangunan dan Peningkatan Sarana Metrologi Legal.

Berdasarkan perhitungan, kebutuhan pendanaan DAK Bidang Sarana Perdagangan tahun 2015 – 2017 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.23

## Kebutuhan Pendanaan DAK Bidang Sarana Perdagangan Tahun 2015-2019

Lingkup Kegiatan DAK Bidang Sardag	Kebutuhan Pendanaan (dalam jutaan rupiah)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Pembangunan pasar rakyat kategori C dan D *	690.000 + 256.000 (DAK P3K2)	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Pembangunan dan Peningkatan sarana metrologi legal*	93.900	300.000	300.000	300.000	300.000
Pembangunan Gudang, serta penyediaan fasilitas, peralatan dan sarana penunjangnya dalam kerangka SRG **	70.000	-	-	-	-
<b>TOTAL KEBUTUHAN</b>	<b>1.075.900</b>	<b>1.634.000</b>	<b>1.602.000</b>	<b>1.800.000</b>	<b>1.800.000</b>

Keterangan:

\* Untuk tahun 2016 sampai dengan 2019 merupakan angka perkiraan;

\*\* Untuk tahun 2016 sampai dengan 2019 DAK subbidang Pembangunan Gudang SRG dan peralatannya ditiadakan.

## Bab 5

### PENUTUP

Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Perdagangan 2015-2019 disusun dengan mengacu pada visi pemerintah tahun 2014-2019 yaitu “Terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong-royong” dengan misi sebagai berikut: 1) Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumberdaya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai negara kepulauan; 2)

Mewujudkan masyarakat maju, berkeimbangan dan demokratis berlandaskan Negara hukum; 3) Mewujudkan politik luar negeri bebas-aktif dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim; 4) Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju, dan sejahtera; 5) Mewujudkan bangsa yang berdaya saing; 6) Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, dan berbasiskan kepentingan nasional; dan 7) Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

Untuk mewujudkan Visi dan Misi Pemerintah tersebut, maka tujuan strategis yang hendak dicapai dalam membangun sektor perdagangan periode 2015–2019 yaitu: (1) Peningkatan Ekspor Barang Non Migas yang Bernilai Tambah dan Jasa, (2) Peningkatan pengamanan perdagangan, (3) Peningkatan akses dan pangsa pasar internasional, (4) Pemantapan promosi ekspor dan *nation branding*, (5) Peningkatan efektivitas pengelolaan impor barang dan jasa, (6) Pengintegrasian dan perluasan pasar dalam negeri, (7) Peningkatan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri (PDN), (8) Optimalisasi/penguatan pasar berjangka komoditi, SRG dan pasar lelang, (9) Peningkatan kelancaran distribusi dan jaminan pasokan barang kebutuhan pokok dan barang penting, (10) Peningkatan Perlindungan Konsumen, (11) Peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha, (12) Peningkatan kualitas kinerja organisasi, (13) Peningkatan dukungan kinerja perdagangan, dan (14) Peningkatan kebijakan perdagangan yang harmonis dan berbasis kajian

Akhirnya, untuk dapat mencapai tujuan-tujuan di atas telah ditetapkan arah kebijakan, target kuantitatif, restrukturisasi program dan kegiatan,

serta indikatif pendanaannya dan apabila ada perluasan struktur organisasi Kementerian Perdagangan yang baru, maka Renstra Kementerian Perdagangan 2015-2019 akan dilakukan perubahan/penyempurnaan. Sukses pelaksanaannya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, dunia usaha perdagangan, dan masyarakat luas. Namun demikian, apabila dikemudian apabila dikemudian hari terdapat hal-hal yang memerlukan perubahan dalam dokumen Renstra ini yang disebabkan oleh beberapa hal dengan tujuan untuk lebih memberikan percepatan pencapaian sasaran prioritas nasional, bidang dan kementerian, maka akan dilakukan revisi atau penyempurnaan melalui Keputusan Menteri Perdagangan.





NO	PROGRAM KEGIATAN	SASARAN PROGRAM (OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN) (OUTPUT/ Penguasaan Internat)	INDIKATOR	BATUKAN	LCR/AB	TARGET						ALOKASI (DLM JUTA RUPIAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	K/L-N-D- NR-BS								
						2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2016	2017			2018	2019						
01	PROGRAM SAKUKUN/MAJLIS/BIRO DAN PELAKSANAAN TUGAS TUNJUK/LEMBAGA/KEHIMPUNAN/REKORDESIAN/ JURNAL PUBLIK	01 Motivative Dukung Kerja	01 Indeks kegiatan sektor publik (KPK) (cariangi)	Bangloq		14	13	12	11	10					501.527,47	500.000,00	514.383,43	514.383,73	507.103,70	SECRETARIAT JENDERAL					
			02 Presentase standar efisiensi hasil pelayanan barang/jasa pemerintah yang dilaksanakan secara elektronik	Persen (%)		45%	45%	45%	45%	45%	45%														
			03 Menertasi penyelesaian surat-surat elektronik	Persen (%)		80%	80%	80%	80%	80%	80%														
			04 Tindak lanjut kegiatan seminar/lokakarya	Persen (%)		10%	0%	0%	0%	0%	0%														
			05 Masyarakat Tambahan Pelayanan Efektifitas	Persen (%)		> 85 %	> 82 %	> 81 %	> 80 %	> 79 %	> 78 %														
			06 Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan prosedur administratif melalui pemanfaatan teknologi informasi elektronik	Persen (%)		60%	77%	82%	84%	84%	85%														
			07 Meningkatkan kerja dan produktivitas pegawai pemerintah dengan kompetensi dan kebutuhan organisasi	Persen (%)		48%	54%	65%	75%	75%	75%														
			08 Meningkatkan kerja organisasi secara menyeluruh dan terpadu	Persen (%)		47%	33%	63%	73%	73%	73%														
			09 Meningkatkan Transparansi, Akuntabilitas dan Integritas ASN Kersudag	Skat		0	0	0	0	0	0														
			01	01 Motivative C'aktifitas Penguasaan, Pengembangan, Koordinasi dan Sinergisme Kementerian Perdagangan	01 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%						23.944,81	24.892,69	25.890,39	26.888,09	27.844,51			
					02 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					03 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					04 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					05 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					06 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					07 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					08 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
			02	02 Meningkatkan C'aktifitas Penguasaan, Pengembangan, Koordinasi dan Sinergisme Kementerian Perdagangan	01 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Dokumen		4 Dokumen																	
					02 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Persen (%)		90%	90%	90%	90%	90%													
					03 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Skat		75 Nilai																	
					04 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Dokumen		1 Dok																	
			03	03 Meningkatkan C'aktifitas Penguasaan, Pengembangan, Koordinasi dan Sinergisme Kementerian Perdagangan	01 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Jenis		3 Jenis																	
02 Meningkatkan pelaksanaan kegiatan pelayanan publik	Dokumen				1 Dok	1 Dok	1 Dok	1 Dok	1 Dok																



NO	PROGRAM/KEGIATAN	SASARAN PROGRAM/OUTPUT/SASARAN INDIKATOR/OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET						ALOKASI (BILA JU'RA FULUMI)			UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KUCUP-NR-SS		
						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018			2019	
BEE 01	PENGELUARAN PEMERINTAH DAERAH	01 Mendukung kelancaran dan kualitas pelayanan publik di bidang pelayanan kesehatan melalui Sistem Informasi Kesehatan	01 Jumlah jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN	
			02 Persentase dengan standar/tercapai	0000	0000	4 Kkg	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000							
			03 Persentase Sasaran Program	0000	0000	4%	4%	4%	4%	4%	4%	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000		
			04 Persentase Terpenuhi	0000	0000	20%	20%	20%	20%	20%	20%	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000		
			05 Jumlah kegiatan standar/tercapai	0000	0000	2 Kegiatan	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000							
BEE 02	PENGELUARAN PEMERINTAH DAERAH	01 Mendukung kelancaran dan kualitas pelayanan publik di bidang pelayanan kesehatan melalui Sistem Informasi Kesehatan	01 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN	
			02 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	40 Orang	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000							
			03 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	10 Laporan	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000							
			04 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	800 Orang	800.000.000	800.000.000	800.000.000	800.000.000	800.000.000							
			05 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000.000	100.000.000.000	100.000.000.000	100.000.000.000	100.000.000.000		
			06 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	1 Paket	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000							
			07 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	2 Laporan	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000							
			08 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	200 Orang	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000							
			09 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	4 Unit	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000							
			10 Jumlah kunjungan rawat jalan di rumah sakit	0000	0000	2 Laporan	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000							
BEE 03	PENGELUARAN PEMERINTAH DAERAH	01 Mendukung kelancaran dan kualitas pelayanan publik di bidang pelayanan kesehatan melalui Sistem Informasi Kesehatan	01 Persentase Terpenuhi	0000	0000	10%	10%	10%	10%	10%	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN		
			02 Persentase Terpenuhi	0000	0000	> 60%	> 60%	> 60%	> 60%	> 60%	> 60%	600.000	600.000	600.000	600.000			600.000
			03 Persentase Terpenuhi	0000	0000	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	> 80%	800.000	800.000	800.000	800.000			800.000
BEE 04	PENGELUARAN PEMERINTAH DAERAH	01 Mendukung kelancaran dan kualitas pelayanan publik di bidang pelayanan kesehatan melalui Sistem Informasi Kesehatan	01 Persentase Terpenuhi	0000	0000	70%	70%	70%	70%	70%	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN		
			02 Persentase Terpenuhi	0000	0000	80%	80%	80%	80%	80%	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000			
			03 Persentase Terpenuhi	0000	0000	90%	90%	90%	90%	90%	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000			

NO	PROGRAM/KEGIATAN	SABARAN PROGRAM / OUTPUT/REKORD HASIL/INSTRUKSI / OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET						ALOKASI (BILA JU'RA FULMIM)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KURIR/INSTRUMEN	
						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019			
001	PERFLENGKARAN KAWASAN PERKOTAAN (CANTONMENT)	01 Mengaplikasikan Program Aksi-2000/Target Sosial Demografi (MUDA) yang mendasar	01 Peningkatan Partisipasi Aktif Masyarakat dalam Kegiatan MUDA (100%)	Keselehan		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	KEMENTERIAN PERKOTAAN DAN PERENCANAAN		
			02 Peningkatan kegiatan sosial yang aktif secara	Keaktifan		0 Kasele	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	0 Kasele	3.000.000	3.000.000	3.000.000			3.000.000
			03 Peningkatan kegiatan sosial yang aktif secara	Keaktifan		10.000	14.000	18.000	18.000	18.000	18.000	10.000	14.000	18.000	18.000			18.000
			04 Peningkatan kegiatan sosial yang aktif secara	Keaktifan		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000			1.000.000
			05 Peningkatan kegiatan sosial yang aktif secara	Keaktifan		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000			2.000.000
002	PERFLENGKARAN KAWASAN PERKOTAAN (CANTONMENT)	01 Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan MUDA (100%)	01 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	KEMENTERIAN PERKOTAAN DAN PERENCANAAN		
			02 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		10.000	14.000	18.000	18.000	18.000	10.000	14.000	18.000	18.000	18.000			
			03 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000			
			04 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000			
			05 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000			
			06 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000			
			07 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000			
			08 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000			
			09 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000			
			10 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000			
			11 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000			
003	PERFLENGKARAN KAWASAN PERKOTAAN (CANTONMENT)	01 Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan MUDA (100%)	01 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	KEMENTERIAN PERKOTAAN DAN PERENCANAAN		
			02 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		10.000	14.000	18.000	18.000	18.000	10.000	14.000	18.000	18.000	18.000			
			03 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000			
			04 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000			
			05 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000			
			06 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000			
			07 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000			
			08 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000			
			09 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000			
			10 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000			
			11 Jumlah orang yang melaksanakan kegiatan MUDA	Laporan		9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000			

NO	PROGRAM KEGIATAN	SASARAN PROGRAM (OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN) (OUTPUT)	INDIKATOR	LCP/ASI	TARGET						ALOKASI (DLM JUTA RUPIAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	K/L-N-D- NR-BS			
					2015	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016			2017	2018	2019
886 01	PENGALIHAN STRUKTUR ORGANISASI	01 Mendukung Proses/ Dukung Tumbuh dan Impuls	01	Adanya peningkatan/kelestarian dalam pemenuhan kebutuhan pramuni perantara dan pelayanan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan	Kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	66 kali	ATAKSI PERDINGRANG		
			02	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali	24 kali			24 kali
			03	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali	22 kali			22 kali
			04	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali	80 kali			80 kali
			05	Peningkatan Keterampilan Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
886 01	PENGALIHAN STRUKTUR ORGANISASI	01 Mendukung Kualitas Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	01	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	6 kali	REKAM PENYELANGSIAN KEMENTERIAN NASIONAL		
			02	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali	2 kali			2 kali
			03	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala	10 kepala			10 kepala
			04	Peningkatan Keterampilan Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			05	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
886 01	PELAYANAN KEMENTERIAN NASIONAL	01 Sistem Advokasi Persempangan	01	Peningkatan Keterampilan Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	PUJAT PELAYANAN ADVOKASI PERDINGRANG INTERNASIONAL		
			02	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			03	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis			2 Analisis
			04	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan	8 Laporan			8 Laporan
			05	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis	2 Analisis			2 Analisis
886 02	PENGALIHAN STRUKTUR ORGANISASI	01 Mendukung Kualitas Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	01	Peningkatan Keterampilan Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	Persen (%)	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	SEKRETARIAT JENDERAL		
			02	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			03	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%			66%
			04	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			05	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Luas (M2)	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2			4.725,0 M2					
886 02	PENGALIHAN STRUKTUR ORGANISASI	01 Efektifitas Layanan dan Dukungan Dalam Pengelolaan Sarana Prasarana	01	Peningkatan Keterampilan Sarana dan Prasarana Kantor Atase Pendidikan	Persen (%)	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	BKG UMUM		
			02	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			03	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%			66%
			04	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Persen (%)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%			80%
			05	Adanya pemenuhan/kelestarian/kegiatan	Luas (M2)	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2	4.725,0 M2			4.725,0 M2					



NO	PROGRAM/KEGIATAN	SASARAN PROGRAM / OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN / OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET										ALOKASI (Rp. JUTA RUMAH)		UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KURSI-NR-SS
						2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2015		
001 03	PENGHATAH DAN PEMBERANCIAN PERUMAHAN RUMAH SAKIT/PERUMAHAN MASYARAKAT MUDA	01 Mengaplikasikan konsep perencanaan dan pelaksanaan pembangunan perumahan yang layak huni dan terjangkau	01 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	KABUPATEN BENGKALAN		
			02 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			03 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			04 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			05 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			06 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			07 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			08 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			09 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			10 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
001 03	PENGHATAH DAN PEMBERANCIAN PERUMAHAN RUMAH SAKIT/PERUMAHAN MASYARAKAT MUDA	02 Mengaplikasikan konsep perencanaan dan pelaksanaan pembangunan perumahan yang layak huni dan terjangkau	01 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	KABUPATEN BENGKALAN		
			02 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			03 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			04 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			05 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			06 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			07 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			08 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			09 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			
			10 Jumlah Sajian yang disajikan	Sajian		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025			









NO	PROGRAM KEGIATAN	SASARAN PROGRAM (OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN) (OUTPUT)	INDIKATOR	BATUKAN	LC/MSB	TARGET						ALOKASI (DLM JUTA RUPIAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	K/L-N-D-NS-BS		
						2015	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019					
06	PENGKABHUBUNGAN MELALUI JEMBRAN PERDAGANGAN	01 Meningkatkan keahlian, kapasitas, dan kompetensi UKM/MSME/UMKM dalam meningkatkan nilai keparipateman, serta meningkatkan kemampuan daya saing dan daya tahan produk ekspor, serta meningkatkan kemampuan daya saing pedagang besar dan menengah	06-01 Jumlah pembuat barang ekspor di bidang barang kerajinan, pakaian, dan barang petang (Kegiatan)	Kegiatan		17	16	21	23	25	28.000,00	26.000,00	27.800,00	29.000,00	29.000,00	DIREKTORAT BINA USAHA PERDAGANGAN	B		
			06-02 Laporan harga dan Non-Harga Bahan Pokok dan Barang Petang (Kegiatan)	Kegiatan		2	2	2	2	2	2							B	
			06-03 Evaluasi kemampuan daya saing Bahan Pokok (Kegiatan)	Kegiatan		17	15	17	17	17	17	28.000,00	26.000,00	27.800,00	29.000,00	29.000,00	DIREKTORAT BINA USAHA PERDAGANGAN	B	
			06-04 Turnover layanan perantara perdagangan dalam negeri di daerah dengan sistem informasi teknologi	Ka/Ko/Ka	40	40	120	160	200	200	200	200	60.000,00	60.000,00	63.000,00	66.000,00	DIREKTORAT DAGANG KECIL MENENGAH DAN PERDAGANGAN LAR NEGERI	B	
			06-05 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	10	20	30	40	50	50	50	4 rekomendasi peraturannya							B
			06-06 Jumlah Pelaku usaha yang berprestasi	Pelaku Usaha	100	200	300	400	500	500	500	4 rekomendasi peraturannya							B
06	PEMBERDAYAAN KAGANG KECIL, MENENGAH DAN PERDAGANGAN MELALUI JEMBRAN PERDAGANGAN LAR NEGERI	01 Meningkatkan keahlian, kapasitas, dan kompetensi UKM/MSME/UMKM dalam meningkatkan nilai keparipateman, serta meningkatkan kemampuan daya saing dan daya tahan produk ekspor, serta meningkatkan kemampuan daya saing pedagang besar dan menengah	06-01 Persepsi barang produksi dalam negeri yang dipertandingkan & foto wilayah	Fotografi		80%	85%	70%	75%	80%							B		
			06-02 Jumlah pembuat barang ekspor di bidang kerajinan, pakaian, dan barang petang (Kegiatan)	Kegiatan		20	20	20	20	20	4 rekomendasi peraturannya							B	
			06-03 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	4	4	4	4	4	4	4	4 rekomendasi peraturannya							B
			06-04 Jumlah Pelaku usaha yang berprestasi	Pelaku Usaha	200	300	300	300	300	300	300								B
			06-05 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	150	150	150	150	150	150	150								B
			06-06 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	3000 unit								B						
07	PENGKABHUBUNGAN MELALUI JEMBRAN PERDAGANGAN LAR NEGERI	02 Meningkatkan hubungan ekspor impor dan investasi	07-01 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	82,3%	82,0%	82,7%	82,3%	82,1%		B		
			07-02 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200							B	
			07-03 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200							B	
			07-04 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200							B	
			07-05 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200							B	
			07-06 Jumlah perkerfektifitas wilayah	Ka/Ko/Ka	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200							B	
08	PENGKABHUBUNGAN MELALUI JEMBRAN PERDAGANGAN LAR NEGERI	03 Meningkatkan daya saing ekspor impor dan investasi	08-01 Investasi	Fotografi		5,50%	6,80%	6,50%	7,00%	7,80%							B		
			08-02 Investasi	Fotografi		8,00%	8,50%	7,50%	7,50%	8,80%								B	
			08-03 Investasi	Fotografi		100%	100%	100%	100%	100%								B	
			08-04 Investasi	Fotografi		7,0%	6,7%	6,5%	6,3%	6,0%								B	
			08-05 Investasi	Fotografi		75%	80%	85%	80%	84%									B
			08-06 Investasi	Fotografi		60%	67%	69%	71%	77%									B
09	PENGKABHUBUNGAN MELALUI JEMBRAN PERDAGANGAN LAR NEGERI	04 Meningkatkan daya saing ekspor impor dan investasi	09-01 Investasi	Fotografi		15%	20%	25%	30%	30%								B	
			09-02 Investasi	Fotografi		80%	100%	100%	100%	100%									B
			09-03 Investasi	Fotografi		100%	100%	100%	100%	100%									B
			09-04 Investasi	Fotografi		100%	100%	100%	100%	100%									B
			09-05 Investasi	Fotografi		100%	100%	100%	100%	100%									B
			09-06 Investasi	Fotografi		100%	100%	100%	100%	100%									B

NO	PROGRAM/RESORTAN	SABARAN PROGRAM / OUTPUT/ SABARAN INDIKATOR / OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET						ALOKASI (BILA JU'RA RUMAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KUALIFIKASI NRS	
						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019			
000	DUKUNGAN SEKTOR PERUMAHAN, PERUMAHAN PERMUDAHAN DAN PERUMAHAN RUMAH SAKIT (PERS)	01 Membangun pemukiman untuk masyarakat berpenghasilan rendah pada kegiatan Mbangkitkan Harapan Baru	01 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			02 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			03 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			04 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			05 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			06 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			07 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			08 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			09 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
			10 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
000	PENGELAAAN DISKOR PRODUK PERUMAHAN DAN PERUMAHAN	01 Membangun pemukiman untuk masyarakat berpenghasilan rendah pada kegiatan Mbangkitkan Harapan Baru	01 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			02 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			03 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			04 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			05 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			06 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			07 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			08 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			09 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
			10 Jumlah rumah layak huni dan terjangkau	Rumah		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	



NO	PROGRAM KEGIATAN	SARAN PROGRAM (OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)	INDIKATOR	BATUKAN	LC/ASI	TARGET						ALOKASI (DLM JUTA RUPIAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	K/L-N-0-NB-89
						2016	2018	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016		
660 01 3736	PROGRAM PEMBERANTARAN PERUSAHAAN INTERNASIONAL	01 Pengembangan sektor swasta yang berorientasi ekspor dan yang memiliki nilai tambah yang tinggi dan efektif di negara mitra.	21 Pertumbuhan ekspor jasa (%)	Ferret (%)		12 - 14%	13 - 10%	14 - 17%	15 - 18%	16 - 15%	136.651,46	142.272,09	146.716,19	150.798,20	DIREKTORAT JENDERAL PERUSAHAAN INTERNASIONAL		
			22 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Kelapa Kelca	0,05	9,47	7,42	7,22	0,78								
			23 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Indeks	38,32	33,74	29,18	21,48	20,0								
			24 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	80%	80%	80%	80%	80%								
			25 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	70%	70%	80%	85%	90%								
			26 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen								
			27 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	60%	82%	85%	84%	85%								
			28 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	8%	7%	8%	9%	10%								
			29 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	3%	4%	5%	5%	6%								
			30 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Sklar	0,05	9,47	7,42	7,22	0,78								
			660 01 3738	PROGRAM PEMBERANTARAN PERUSAHAAN INTERNASIONAL	02 Pengembangan sektor swasta yang berorientasi ekspor dan yang memiliki nilai tambah yang tinggi dan efektif di negara mitra.	31 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)		15 - 16%	16 - 15%	17 - 14%	18 - 17%	19 - 18%	67.461,63			68.881,20
32 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Kelapa Kelca	0,05				9,47	7,42	7,22	0,78								
33 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Indeks	38,32				33,74	29,18	21,48	20,0								
34 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	80%				80%	80%	80%	80%								
35 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	70%				70%	80%	85%	90%								
36 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Dokumen	1 Dokumen				1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen								
37 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	60%				82%	85%	84%	85%								
38 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	8%				7%	8%	9%	10%								
39 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	3%				4%	5%	5%	6%								
40 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Sklar	0,05				9,47	7,42	7,22	0,78								
660 01 3739	PROGRAM PEMBERANTARAN PERUSAHAAN INTERNASIONAL	03 Pengembangan sektor swasta yang berorientasi ekspor dan yang memiliki nilai tambah yang tinggi dan efektif di negara mitra.				41 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)		13 - 10%	14 - 17%	15 - 18%	16 - 15%	17 - 14%	47.461,63	48.881,20	42.472,70	42.240,60
			42 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Kelapa Kelca	0,05	9,47	7,42	7,22	0,78								
			43 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Indeks	38,32	33,74	29,18	21,48	20,0								
			44 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	80%	80%	80%	80%	80%								
			45 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	70%	70%	80%	85%	90%								
			46 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen	1 Dokumen								
			47 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	60%	82%	85%	84%	85%								
			48 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	8%	7%	8%	9%	10%								
			49 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Ferret (%)	3%	4%	5%	5%	6%								
			50 Peningkatan nilai ekspor jasa (%)	Sklar	0,05	9,47	7,42	7,22	0,78								



NO	PROGRAM/KEGIATAN	SASARAN PROGRAM / OUTPUT/ SASARAN INDIKATOR / OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET						ALOKASI (RUB. JU'TA RUPIAH)			UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KURSI-NR-SS			
						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018			2019		
000	01	Peningkatan akses masyarakat di wilayah Kabupaten Aceh Barat Daya melalui peningkatan layanan kesehatan keluarga	01	Persentase Elemen AFEC yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	DIREKTORAT PERALIHAN JENJANG PELAKSANAAN PROGRAM DAN LAYANAN	101.000,00	
			02	Tingkat ketercapaian akses kesehatan keluarga yang layak	Perser (%)		77%	87%	70%	60%	100%	1.000,00	1.500,00	1.200,00	1.000,00	1.000,00			
			03	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			100%
			04	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			100%
000	02	Peningkatan akses masyarakat di wilayah Kabupaten Aceh Barat Daya melalui peningkatan layanan kesehatan keluarga	05	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	DIREKTORAT PERALIHAN JENJANG PELAKSANAAN PROGRAM DAN LAYANAN	101.000,00	
			06	Tingkat ketercapaian akses kesehatan keluarga yang layak	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
			07	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
			08	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
000	03	Peningkatan akses masyarakat di wilayah Kabupaten Aceh Barat Daya melalui peningkatan layanan kesehatan keluarga	09	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019	DIREKTORAT PERALIHAN JENJANG PELAKSANAAN PROGRAM DAN LAYANAN	101.000,00	
			10	Tingkat ketercapaian akses kesehatan keluarga yang layak	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
			11	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
			12	Persentase rumah tangga yang terdapat di rumah yang telah teridentifikasi	Perser (%)		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			

NO	PROGRAM KEGIATAN	SASARAN PROGRAM (OUTPUT/ SASARAN KEGIATAN / OUTPUT)	INDIKATOR	SATUAN	LC/KAS	TARGET						ALOKASI (DLM JUTA RUPIAH)				UNIT ORGANISASI PELAKSANA	K/L-N-0- NR-00			
						2016	2018	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019						
600 01	PENGEMBANGAN ENKOPOR NASIONAL	01 Meningkatkan pertumbuhan barang ekspor non migas yang bernilai tambah dan jasa	21	Pertumbuhan ekspor non migas (%)																
			22	Pertumbuhan Ekspor Jasa (%)																
			23	Kontribusi produk unggulan terhadap produk primer dari total ekspor																
			24	Pertumbuhan ekspor non migas ke Pasar Jarak Jauh (%)																
			25	Pertumbuhan ekspor non migas ke Pasar Proximal (%)																
			26	Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar Ultra (%)																
			27	Pertumbuhan ekspor non migas ke pasar Proximal (%)																
			28	Shor Distance target dalam bentuk Artikel Trade (M2)																
			29	Peningkatan pemertanian lapangan pasar ekspor (market relapsed dan market baru) baik secara absolut dan relatif (M2)																
			30	Lebaknya Pasar (Kapasitas Pemasok > LUK (M2) (80.000)																
600 02	KUKUNGAN DAN KUKUNGAN TERANG LAMPIVA ETIKA PEN	01 Meningkatkan dengan transformasi dan integrasi teles Digital PETA	31	Jumlah dokumen perencanaan program dan anggaran DJPEN	Dokumen															
			32	Jumlah Pertemuan Pemasok	Kegiatan															
			33	Jumlah Dokumen Pengadaan Anggaran	Dokumen															
			34	Jumlah laporan pelaksanaan kegiatan	Laporan															
			35	Jumlah Kelembagaan	Kelembagaan															
			36	Jumlah Promosi ITPC	Promosi															
			37	Jumlah Pemasok Pemasok Ekspor	Pemasok															
			38	Jumlah Pemasok Pemasok (IPC)	Laporan															
			39	Jumlah UUM yang dibuat	Pemasok															
			40	Jumlah Dukungan Teknis Kantor ITPC	Kegiatan															
600 03	PENGEMBANGAN PROMOSI DAN CITRA	01 Meningkatkan hubungan dan nilai transaksi dengan	41	Jumlah promosi dengan bar negeri yang dibuat	Promosi															
			42	Jumlah promosi pameran dengan skala nasional	Promosi															
			43	Jumlah promosi pameran dengan skala internasional	Promosi															
			44	Jumlah kegiatan pameran	Kegiatan															
			45	Jumlah kegiatan Promosi	Kegiatan															
			46	Jumlah kegiatan dengan bar negeri yang dibuat	Promosi															
			47	Jumlah kegiatan pameran dengan skala nasional	Promosi															
			48	Jumlah kegiatan pameran dengan skala internasional	Promosi															
			49	Jumlah kegiatan pameran	Kegiatan															
			50	Jumlah kegiatan Promosi	Kegiatan															









NO	PROGRAM/KEGIATAN	SASARAN PROGRAM / OUTPUT / SASARAN INDIKATOR / OUTPUT	INDIKATOR	SATUAN	LOKASI	TARGET						ALOKASI (Rp. JUTA / TAHUN)	UNIT ORGANISASI PELAKSANA	KURSI/NO.55				
						2015	2016	2017	2018	2019	2015				2016	2017	2018	2019
00011	3123 PENINGKATAN PELAYANAN SEKOLAH	01. Meningkatkan Pujasana Siswa Sekolah 02. Meningkatkan Pemeliharaan dan Perawatan Fasilitas Sekolah	01. Jumlah sertifikat yang diterbitkan 02. Persentase pemeliharaan dan perawatan fasilitas sekolah 03. Jumlah siswa yang terlantar di lingkungan sekolah	Sertifikat Laporan CRPT			2015 147 Sertifikat 3 Laporan 40 CRPT	2016 157 Sertifikat 3 Laporan 40 CRPT	2017 167 Sertifikat 3 Laporan 40 CRPT	2018 177 Sertifikat 3 Laporan 40 CRPT	2019 187 Sertifikat 3 Laporan 40 CRPT	6.552,00	7.200,00	7.500,00	7.800,00		REG. A. SERTIFIKASI	

## Lampiran 2 - Kerangka Regulasi.

## PERKEMBANGAN TERAKHIR STATUS PROGRAM LEGISLASI NASIONAL PENYUSUNAN UNDANG-UNDANG

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
1.	Rancangan Undang-Undang tentang Metrologi Legal	Akan dilakukan pembahasan antar Kementerian	Prioritas Tahun 2016
2.	Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen	Dalam tahap penyusunan Naskah Akademik	Prioritas Tahun 2017

## PERKEMBANGAN TERAKHIR STATUS PENYUSUNAN PERATURAN PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN

## I. RANCANGAN PERATURAN PEMERINTAH

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
1.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Akan dilakukan pembahasan antar kementerian pada bulan April s.d Mei 2015	Prioritas tahun 2015
2	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Tindakan Pengamanan Perdagangan, Tindakan Antidumping dan Tindakan Imbalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telah dilakukan rapat antar kementerian dengan hasil:               <ul style="list-style-type: none"> <li>a. masih ada irisan yang belum diselesaikan terkait substansi tindakan pengamanan produk industri (UU Perindustrian) dan tindakan pengamanan perdagangan (UU Perdagangan);</li> <li>b. kewenangan Menperin untuk memutuskan dan menyampaikan putusan tindakan pengamanan</li> </ul> </li> </ul>	Prioritas tahun 2015

**PERKEMBANGAN TERAKHIR STATUS PROGRAM LEGISLASI NASIONAL PENYUSUNAN UNDANG-UNDANG**

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
1.	Rancangan Undang-Undang tentang Metrologi Legal	Akan dilakukan pembahasan antar Kementerian	Prioritas Tahun 2016
2.	Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen	Dalam tahap penyusunan Naskah Akademik	Prioritas Tahun 2017

**PERKEMBANGAN TERAKHIR STATUS PENYUSUNAN PERATURAN PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN**

**I. RANCANGAN PERATURAN PEMERINTAH**

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
1.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Akan dilakukan pembahasan antar kementerian pada bulan April s.d Mei 2015	Prioritas tahun 2015
2	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Tindakan Pengamanan Perdagangan, Tindakan Antidumping dan Tindakan Imbalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telah dilakukan rapat antar kementerian dengan hasil:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. masih ada irisan yang belum diselesaikan terkait substansi tindakan pengamanan produk industri (UU Perindustrian) dan tindakan pengamanan perdagangan (UU Perdagangan);</li> <li>b. kewenangan Menperin untuk memutuskan dan menyampaikan putusan tindakan pengamanan</li> </ul> </li> </ul>	Prioritas tahun 2015

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
		<p>industri kepada Menkeu didelegasikan kepada Mendag;</p> <p>c. akan dirumuskan pasal pendelegasian ke RPP Pengamanan Industri dan RPP Pengamanan Perdagangan.</p> <p>▪ Rapat lanjutan antar kementerian akan dilakukan pada tanggal 9 April 2015.</p>	
3.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Perbatasan	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
4.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Tata Cara Pembayaran dan Penyerahan Barang dalam Kegiatan Ekspor dan Impor	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
5.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perjanjian Perdagangan Internasional dan Tata Cara Persetujuan, Peninjauan Kembali serta Pembatalan Perjanjian Perdagangan Internasional	<p>▪ Sesuai hasil rapat tanggal 20 Januari 2015 di BPHN, disepakati:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. RPP ini ditunda dan dikeluarkan dari Prolegnas 2015;</li> <li>2. Kemenlu akan menyiapkan RUU revisi UU 24 Tahun 2000 tentang Perjanjian Internasional yang substansinya antara lain mengakomodasi mengenai peninjauan kembali dan pembatalan perjanjian perdagangan internasional; dan</li> </ol> <p>▪ RUU ini diharapkan selesai dibahas di DPR tahun 2016.</p>	<b>Prioritas tahun 2016</b>
6.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pengenaan Sanksi Administratif Bagi Pemilik Gudang Yang Tidak Melakukan Pendaftaran Gudang	Pemantapan pembahasan internal Kemendag.	Prioritas tahun 2015
7.	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pengenaan Sanksi Bagi Penyedia Kewajiban dan	Masih dalam tahap kajian oleh Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.	<b>Prioritas tahun 2016</b>

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
8.	<p>Jasa Yang Bergerak di Bidang Perdagangan Jasa Yang Tidak Memiliki Tenaga Teknis Yang Kompeten</p> <p>Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Sistem Informasi Perdagangan</p>	<p>Kementerian Perdagangan</p> <p>Masih dalam tahap kajian oleh Badan Pengembangan dan Pengkajian Kebijakan Perdagangan, Kementerian Perdagangan</p> <p>Sesuai rapat di Kementerian Sekretariat Negara, draft awal disiapkan oleh Badan Standardisasi Nasional.</p>	<p><b>Prioritas tahun 2016</b></p>
9.	<p>Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Tata Cara Penetapan dan Pemberlakuan Standardisasi Barang dan/atau Standardisasi Jasa</p>	<p>Sesuai rapat di Kementerian Sekretariat Negara, draft awal disiapkan oleh Badan Standardisasi Nasional.</p>	<p>Prioritas tahun 2015</p>

## II. RANCANGAN PERATURAN PRESIDEN

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
1.	<p>Rancangan Peraturan Presiden tentang Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telah dilaksanakan proses harmonisasi antar K/L di Kemenkumham sesuai Surat Menteri Hukum dan HAM kepada Menteri Perdagangan Nomor PPE.PP.02.02-118 tanggal 4 Maret 2015, dan draft hasil harmonisasi telah disampaikan oleh Menteri Perdagangan kepada Menteri Sekretariat Negara melalui Surat No. 211/M-DAG/SD/3/2015 tanggal 13 Maret 2015.</li> <li>▪ Telah dilakukan proses paraf oleh Menteri Perdagangan, Menteri Pertanian, dan Menteri Perekonomian atas R-Perpres dimaksud.</li> </ul>	<p>Prioritas tahun 2015</p>
2.	<p>Rancangan Peraturan Presiden tentang</p>	<p>Akan dilakukan pembahasan antar</p>	<p>Prioritas tahun 2015</p>

NO.	RANCANGAN	PERKEMBANGAN TERAKHIR	KETERANGAN
3.	Kampanye Pencitraan Indonesia Rancangan Peraturan Presiden tentang Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Swalayan dan Perkulakan	Kementerian Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
4.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Sektor Perdagangan	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
5.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Tata Cara Pemberian Preferensi Perdagangan kepada Negara Kurang Berkembang	Akan dilakukan pembahasan antar Kementerian	Prioritas tahun 2015
6.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Pembentukan Tim Perunding Perjanjian Perdagangan Internasional	Akan dilakukan pembahasan antar Kementerian	Prioritas tahun 2015
7.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Pasar Lelang dan Komoditas	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
8.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Penetapan dan Pendaftaran Barang terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
9.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Penetapan Barang Dilarang Dibatasi, dan Diawasi Perdaganganannya	Masih dalam pembahasan internal Kementerian Perdagangan	Prioritas tahun 2015
10.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Komite Perdagangan Nasional	Komite Perdagangan dibentuk apabila diperlukan	<b>Prioritas tahun 2016</b>