



BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.1015, 2017

BEKRAF. Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Nasional.

PERATURAN KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF

NOMOR 9 TAHUN 2017

TENTANG

PEMASARAN PRODUK EKONOMI KREATIF NASIONAL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : a. bahwa pemasaran produk ekonomi kreatif secara nasional perlu difasilitasi untuk *branding*, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif di dalam dan luar negeri sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional;

b. bahwa fasilitasi pemasaran produk ekonomi kreatif nasional secara efektif perlu diatur dengan Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Nasional;

Mengingat : 1. Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 7) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 139);

2. Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Ekonomi Kreatif (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1145);
3. Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 15 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pembentukan Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif di Lingkungan Badan Ekonomi Kreatif (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1977);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF TENTANG PEMASARAN PRODUK EKONOMI KREATIF NASIONAL.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Kepala Badan ini yang dimaksud dengan:

1. Kegiatan Pemasaran adalah kegiatan memasarkan produk ekonomi kreatif dalam lingkup Badan Ekonomi Kreatif.
2. Produk Ekonomi Kreatif adalah barang dan/atau jasa yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, gagasan original, dan keterampilan individu yang memiliki potensi ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat dan penambahan lapangan kerja yang berasal dari subsektor ekonomi kreatif.
3. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah warga negara Indonesia perseorangan, komunitas atau badan hukum selaku pencipta dan/atau pemegang hak kekayaan intelektual atas Produk Ekonomi Kreatif.
4. Subsektor Ekonomi Kreatif adalah kegiatan kreatif di bidang aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.

5. Hak Kekayaan Intelektual adalah terdiri dari merek, paten, desain industri, rahasia dagang, hak cipta, desain tata letak sirkuit terpadu, dan indikasi geografis, serta jenis hak kekayaan intelektual lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Kuasa Pengguna Anggaran (KPA) Badan Ekonomi Kreatif adalah pejabat yang memperoleh kuasa dari Pengguna Anggaran (PA) untuk melaksanakan sebagian kewenangan dan tanggung jawab PA pada Kementerian/Lembaga yang bersangkutan.
7. Deputy Pemasaran adalah unit kerja Eselon I di lingkungan Badan Ekonomi Kreatif yang mempunyai tugas merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan serta melaksanakan program pengembangan *branding*, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif nasional di dalam dan luar negeri.
8. Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan Pasar Luar Negeri adalah unit kerja Eselon II di lingkungan Deputy Pemasaran Badan Ekonomi Kreatif, yang mempunyai tugas melaksanakan, memfasilitasi dan mengevaluasi program pengembangan kegiatan *branding*, promosi dan publikasi produk ekonomi kreatif di dalam dan luar negeri.
9. Kepala Badan adalah Kepala Badan Ekonomi Kreatif.

BAB II

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2

- (1) Pemasaran dilaksanakan dengan maksud mendukung Pelaku Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan kualitas Produk Ekonomi Kreatif di dalam dan di luar negeri.
- (2) Pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan sasaran yang spesifik, terukur, realistis dan dalam kurun waktu tertentu, untuk:
 - a. meningkatkan citra Produk Ekonomi Kreatif di dalam dan luar negeri;

- b. meningkatnya nilai kerja sama bisnis pada setiap Subsektor Ekonomi Kreatif;
- c. meningkatnya nilai investasi pada Subsektor Ekonomi Kreatif;
- d. meningkatnya transaksi bisnis di dalam dan luar negeri; dan
- e. meningkatnya nilai ekspor Produk Ekonomi Kreatif.

Pasal 3

Pemasaran dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. memperkenalkan Produk Ekonomi Kreatif sebagai citra bangsa di pasar dalam dan luar negeri;
- b. meningkatkan jejaring Pelaku Ekonomi Kreatif dalam hal pemasaran;
- c. mendorong kualitas Produk Ekonomi Kreatif untuk dapat bersaing di dalam dan luar negeri;
- d. menciptakan peluang kerja sama dan transaksi bisnis Produk Ekonomi Kreatif di dalam dan luar negeri; dan
- e. mengukur daya saing Produk Ekonomi Kreatif.

Pasal 4

Pemasaran yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan Pasar Luar Negeri secara terkoordinasi dan terpadu dengan mempertimbangkan prinsip efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, transparansi, dan tidak diskriminatif serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 5

- (1) Pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dilakukan dengan cara:
- a. penyelenggaraan pameran;
 - b. penyelenggaraan pertunjukan;
 - c. penyelenggaraan temu bisnis;
 - d. pemasangan media promosi; dan/atau
 - e. pengadaan ruang pameran.

- (2) Pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi media luar ruang, media tatap muka, media cetak, media penyiaran, dan media digital.

Pasal 6

Ruang lingkup pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. koordinasi dan kewenangan;
- b. perencanaan;
- c. pelaksanaan;
- d. laporan; dan
- e. monitoring dan evaluasi.

BAB III

KOORDINASI DAN KEWENANGAN

Pasal 7

Pengembangan pasar Produk Ekonomi Kreatif di dalam dan luar negeri dapat dilakukan secara mandiri oleh Badan Ekonomi Kreatif dan/atau berkoordinasi dengan pemangku kepentingan lainnya.

Pasal 8

- (1) Kegiatan Pemasaran di dalam dan luar negeri dilaksanakan oleh Deputi Pemasaran sesuai dengan tugas dan kewenangannya.
- (2) Kegiatan Pemasaran di dalam dan luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan Pasar Luar Negeri.
- (3) Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan Pasar Luar Negeri dapat melaksanakan koordinasi, perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi pada pihak terkait.

Pasal 9

Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) Deputi Pemasaran dapat:

- a. menetapkan petunjuk teknis Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif dan Surat Keputusan Deputi Pemasaran terkait kegiatan pemasaran; dan
- b. membentuk tim sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya.

BAB IV

PERENCANAAN

Pasal 10

- (1) Kegiatan Pemasaran di dalam dan luar negeri direncanakan dan dianggarkan sebelum tahun anggaran berjalan.
- (2) Kegiatan Pemasaran di dalam dan luar negeri dilaksanakan dengan memperhatikan:
 - a. ketersediaan anggaran;
 - b. tercapainya sasaran prioritas nasional dan/atau prioritas Badan Ekonomi Kreatif; dan
 - c. tercapainya indikator kinerja Deputi Pemasaran.
- (3) Kegiatan Pemasaran diluar perencanaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan atas dasar Keputusan Deputi Pemasaran.

Pasal 11

Dalam perencanaan Kegiatan Pemasaran di dalam dan di luar negeri, KPA memberikan persetujuan terhadap rencana kegiatan dan pendanaan berdasarkan pada program prioritas Badan Ekonomi Kreatif.

Pasal 12

Penentuan kegiatan dan lokasi yang dipilih sebagai tempat Kegiatan Pemasaran di dalam dan luar negeri ditentukan berdasarkan:

- a. arahan dan/atau keputusan Kepala Badan;
- b. arahan dan/atau keputusan Deputi Pemasaran; atau
- c. keputusan penilaian SATU PINTU.

Pasal 13

Pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dapat dilakukan melalui kegiatan pendukung yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar Dalam Negeri dan Direktorat Pengembangan Pasar Luar Negeri dengan kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas daerah yang disepakati pemerintah daerah dan/atau organisasi profesi;
- b. meningkatkan keterampilan, wawasan dan pengetahuan pemasaran Produk Ekonomi Kreatif nasional; dan
- c. dapat meningkatkan *branding*, promosi dan publikasi Produk Ekonomi Kreatif.

Pasal 14

- (1) Pelaku Ekonomi Kreatif yang mendapatkan kegiatan pendukung dari Deputi Pemasaran dapat menerima pendukung dari pihak lain.
- (2) Pendukung dari pihak lain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimungkinkan apabila pendukung tersebut berbeda dengan yang diberikan oleh Deputi Pemasaran.

Pasal 15

Pendukung yang diberikan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif dapat berupa sarana, prasarana, rekomendasi dan korespondensi.

Pasal 16

Pelaku Ekonomi Kreatif yang di dukung oleh Deputi Pemasaran wajib melengkapi dokumen persyaratan sebagai berikut:

- a. profil Pelaku Ekonomi Kreatif;
- b. proposal Kegiatan dengan target yang terukur;
- c. KAK (Kerangka Acuan Kerja Kegiatan); dan
- d. RAB (Rancangan Anggaran Biaya).

Pasal 17

- (1) Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih wajib menandatangani surat pernyataan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Kepala Badan ini.
- (2) Pelaku Ekonomi Kreatif yang tidak menandatangani surat pernyataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dinyatakan gugur.

BAB V

PELAKSANAAN

Pasal 18

Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) melakukan koordinasi dengan Deputi Pemasaran untuk menyiapkan:

- a. penentuan tema dan konsep;
- b. kebutuhan anggaran;
- c. penyiapan materi;
- d. penentuan desain;
- e. penyusunan acara;
- f. penentuan petugas;
- g. rapat teknis; dan
- h. pelaporan.

Pasal 19

- (1) Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih harus memenuhi salah satu persyaratan sebagai berikut:
 - a. pencipta Produk Ekonomi Kreatif;
 - b. menjadi pemenang atau nominasi pada salah satu festival atau kompetisi berskala nasional/internasional;
 - c. melalui proses kurasi yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif dan/atau panitia penyelenggara kegiatan yang akan diikuti oleh pelaku kreatif; atau
 - d. menerima undangan dari panitia penyelenggara kegiatan di dalam atau di luar negeri.

- (2) Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih diutamakan telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual, baik telah terdaftar maupun yang sedang dalam proses pengurusan.

Pasal 20

Produk Ekonomi Kreatif yang dipromosikan pada kegiatan pemasaran di dalam dan di luar negeri diutamakan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. diproduksi dan menyerap tenaga kerja di dalam negeri;
- b. memiliki muatan lokal;
- c. mengembangkan potensi ekonomi kreatif; dan
- d. diproduksi untuk tujuan komersial.

BAB VI

LAPORAN

Pasal 21

- (1) Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih, wajib melengkapi dokumen dan administrasi keuangan paling lambat 5 (lima) hari kerja setelah pelaksanaan kegiatan.
- (2) Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih selama kegiatan berlangsung wajib membuat laporan harian, laporan bulanan, dan laporan tahunan selama penyelenggaraan kegiatan serta laporan bulanan sampai dengan 1 (satu) tahun setelah selesainya kegiatan melalui aplikasi *online* Badan Ekonomi Kreatif.
- (3) Apabila Pelaku Ekonomi Kreatif yang terpilih tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak akan mendapat pendukung pada kegiatan selanjutnya.

BAB VII

PEMANTAUAN DAN EVALUASI

Pasal 22

Deputi Pemasaran melakukan pemantauan dan evaluasi hasil kegiatan selama 1 (satu) tahun.

Pasal 23

Hasil pemantauan dan evaluasi dapat menjadi pertimbangan untuk menyusun program/kegiatan pada tahun berikutnya.

BAB VIII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 24

Orang atau badan yang telah mendapat pendukung dari Deputi Pemasaran sebelum berlakunya Peraturan Kepala Badan ini tetap berlaku, dan dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan harus menyesuaikan dengan Peraturan Kepala Badan ini.

BAB VIII

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 25

Peraturan Kepala Badan ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 4 April 2017

KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

TRIAWAN MUNAF

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 Juli 2017

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

LAMPIRAN
PERATURAN KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR TAHUN 2017
TENTANG
PEMASARAN PRODUK EKONOMI KREATIF NASIONAL

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama :

Alamat :

Nomor Telepon :

Instansi/Asosiasi/Perusahaan :

Jabatan :

bersedia untuk menandatangani Surat Pernyataan ini sebagai syarat untuk mengikuti kegiatan pemasaran di dalam dan di luar negeri yang dilakukan oleh Deputi Pemasaran, dan akan mentaati kewajiban untuk:

1. Memenuhi kewajiban administrasi yang ditentukan oleh Badan Ekonomi Kreatif dalam rangka penyelenggaraan Keuangan Negara.
2. Menyiapkan Laporan, yang terdiri dari:
 - a. Laporan penyelenggaraan kegiatan, yang disampaikan kepada Badan Ekonomi Kreatif paling lambat lima (5) hari setelah kegiatan selesai.
 - b. Laporan bulanan yang disampaikan secara online melalui situs Badan Ekonomi Kreatif selama satu (1) tahun setelah kegiatan dilaksanakan.

Apabila saya dalam melaksanakan kewajiban yang diatas tidak memenuhi ketentuan sebagaimana hal diatas maka saya bersedia untuk menjadi bahan pertimbangan dan penilai terhadap pendukung selanjutnya.

Dengan menandatangani Surat Pernyataan ini, saya bertanggung jawab atas data yang diisi, serta bersedia menjalankan tugas dan kewajiban saya dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 2017

Materai Rp 6.000,-

(Nama Jelas)

Tembusan:

Deputi Pemasaran

KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

TRIAWAN MUNAF