



PERATURAN MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 8 TAHUN 2025  
TENTANG  
RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2025-2029

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI EKONOMI KREATIF/KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, Pasal 17 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyusunan Rencana Pembangunan Nasional, dan Pasal 19 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga, perlu menetapkan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025-2029;
- Mengingat : 1. Pasal 17 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;  
2. 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);  
3. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 61 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 225, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6994);

4. 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 Nomor 4464);
5. Peraturan Presiden Nomor 199 Tahun 2024 tentang Kementerian Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 396);
6. Peraturan Presiden Nomor 200 Tahun 2024 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 397);
7. Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Nasional Jangka Menengah Nasional Tahun 2025 -2029 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 19);
8. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 114);
9. Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 993);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI EKONOMI KREATIF/KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF TENTANG RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2025-2029.

Pasal 1

Rencana Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025–2029 yang selanjutnya disebut Renstra Kementerian Ekraf/Badan Ekraf Tahun 2025–2029 adalah dokumen perencanaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif untuk periode 5 (lima) tahun terhitung sejak tahun 2025 sampai dengan tahun 2029 yang merupakan penjabaran dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025–2029.

Pasal 2

Renstra Kementerian Ekraf/Badan Ekraf Tahun 2025–2029 tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Pasal 3

Data dan Informasi kinerja Renstra Kementerian Ekraf/Badan Ekraf Tahun 2025–2029 yang termuat dalam Sistem Informasi KRISNA-RENSTRAKL merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen Renstra Kementerian Ekraf/Badan Ekraf Tahun 2025–2029 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2.

Pasal 4  
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 30 Oktober 2025

MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

TEUKU RIEFKY HARSYA

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal

DIREKTUR JENDERAL  
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN  
KEMENTERIAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA,

DHAHANA PUTRA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2025 NOMOR

LAMPIRAN I  
PERATURAN MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 8 TAHUN 2025  
TENTANG  
RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN  
EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI  
KREATIF TAHUN 2025-2029

RENCANA STRATEGIS  
KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF  
TAHUN 2025-2029

BAB I  
PENDAHULUAN

1.1 KONDISI UMUM

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mengintegrasikan elemen budaya, kreativitas, dan inovasi sebagai pendorong utamanya. Sektor ini tidak hanya menciptakan pasar baru yang dinamis tetapi juga membuka peluang kerja yang beragam, termasuk bagi generasi muda dan pelaku usaha kecil dan menengah. Lebih jauh lagi, ekonomi kreatif turut memperkuat ketahanan ekonomi suatu negara dengan mendorong diversifikasi sektor ekonomi melalui produk yang unik dan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat bersaing di pasar global.

Hal di atas diperkuat melalui survei yang dilakukan oleh *United Nation Conference on Trade and Development* (UNCTAD) terhadap 36 negara berkembang yang menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif menyumbang hingga 7,3 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Bahkan saat pandemi COVID-19 dengan perubahan lingkungan yang sulit diprediksi, sektor ini menghasilkan pendapatan tahunan sebesar hampir USD 2,3 triliun dan menyumbang 3,1 persen dari PDB global. Hal ini dapat terjadi karena sektor ekonomi kreatif melakukan transisi yang cukup masif melalui platform digital. Seperti yang kita ketahui bersama, di masa saat ini proses digitalisasi untuk beberapa subsektor ekonomi kreatif tidak dapat dihindari.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei UNCTAD, sektor ekonomi kreatif setidaknya telah mempekerjakan hingga 12,5 persen dari total angkatan kerja di negara-negara tersebut. Di samping itu, data yang dikumpulkan pada 2021 menunjukkan setidaknya terdapat 51,2 juta orang di LinkedIn terdaftar sebagai pekerja penuh waktu atau paruh waktu di sektor ekonomi kreatif. Jumlah ini mencakup hampir 6,7 persen dari seluruh pengguna LinkedIn di seluruh dunia. Meskipun angka ini mungkin tidak mewakili keseluruhan tenaga kerja secara umum, hal ini tetap menyoroti semakin pentingnya sektor ekonomi kreatif dalam perekonomian global.

Tidak hanya menjadi sumber pendapatan dan lapangan kerja bagi jutaan individu, sektor ini juga mencerminkan transformasi ekonomi yang

berbasis kreativitas dan inovasi. Apabila meninjau beberapa negara yang memiliki keunggulan tersendiri di sektor ekonomi kreatif, maka pembelajaran atau praktik terbaik dapat ditemukan. Dalam hal ini, perbandingan dilakukan terhadap lima negara yang dikelompokkan dalam tiga klaster subsektor ekonomi kreatif: budaya dan desain, digital dan teknologi, serta media. Sebagai referensi, negara-negara seperti Australia (Australian Government, 2023), Korea Selatan (UNCTAD, 2019), Inggris (Creative Industries Federation, 2023), Tiongkok (National Bureau of Statistics of China, 2022), dan Singapura (Ministry of Culture, Community and Youth, 2023) telah menunjukkan kontribusi signifikan dalam pengembangan ekonomi kreatif mereka, yang dapat menjadi contoh bagi Indonesia dalam penguatan sektor ini (Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Perbandingan Klasterisasi Ekonomi Kreatif di Lima Negara

Negara	Klaster Subsektor Ekonomi Kreatif	Contoh Subsektor	Sumber
Australia	1. <i>Heritage and Cultural Arts</i> 2. <i>Design and Innovation</i> 3. <i>Digital and Media</i> 4. <i>Performing Arts</i> 5. <i>Creative Services</i>	Seni tradisional, kriya, warisan budaya Desain produk, arsitektur, fashion Film, TV, video game, media digital Musik, teater, tari, Periklanan, publishing, branding	<i>Australian Government (2023), National Cultural Policy – Revive</i>
Korea Selatan	1. <i>Traditional Cultural Cluster</i> 2. <i>Contemporary Cultural Cluster</i> 3. <i>Technology-Driven Cluster</i>	Kerajinan tangan, musik tradisional, seni warisan K-Pop, film, fashion modern Gim, animasi, software kreatif	<i>UNCTAD (2019), Creative Economy Outlook</i>
Inggris	1. <i>Cultural Heritage Cluster</i> 2. <i>Creative Design and Fashion Cluster</i> 3. <i>Digital, Media and Entertainment Cluster</i> 4. <i>Advertising and Publishing Cluster</i>	Museum, galeri, kerajinan Desain grafis, mode, arsitektur Film, TV, video games, musik digital Iklan, penerbitan, komunikasi visual	<i>Creative Industries Federation (2023), Creative Industries Sector Vision</i>
Tiongkok	1. <i>Traditional Creative Cluster</i> 2. <i>Modern Creative Cluster</i> 3. <i>Contemporary Digital Cluster</i>	Seni tradisional, kerajinan, budaya klasik Desain kontemporer, arsitektur, mode modern Media digital, animasi, gim, film modern	<i>National Bureau of Statistics of China (2022), Statistical Report on Cultural Industry</i>

Singapura	<div>1. <i>Cultural Heritage and Arts</i> 2. <i>Design, Media and Digital Arts</i> 3. <i>Performing Arts and Music</i></div>	Seni pertunjukan, warisan budaya Desain, media digital, animasi, teknologi kreatif Musik, teater, tari	<i>Ministry of Culture, Community and Youth (2023), Our SG Arts Plan 2023–2027</i>
-----------	--	--	--

Data makro ekonomi kreatif Indonesia tahun 2020-2024 menangkap tren dinamis yang dialami oleh sektor ekonomi kreatif (lihat Tabel 1.2). Meskipun pada tahun 2020 sektor ekonomi kreatif mengalami gejolak akibat implikasi pandemi, pemerintah dan pelaku usaha terus berjuang untuk mempercepat pemulihan sektor ini. Langkah transformasi dan *refocusing* pun dilakukan, seperti mengalihkan proses jual-beli konvensional ke dalam jaringan (daring), program Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) bagi pelaku sektor ekonomi kreatif, dan langkah lainnya yang bermuara pada pemulihan perekonomian.

Capaian cukup positif pun bisa terwujud melalui agenda *refocusing* yang dilakukan. Misalnya kontribusi PDB ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2024 menyumbang 6,92 persen terhadap PDB Nasional dengan nilai tambah ekonomi kreatif senilai 1.532,19 triliun rupiah. Kemudian, terdapat 26,47 juta tenaga kerja terserap di sektor ekonomi kreatif atau 18,30 persen dari total tenaga kerja Indonesia pada 2024. Ini menunjukkan tren kenaikan yang konsisten pada aspek tenaga kerja sektor ekonomi kreatif. Hal senada juga terjadi pada nilai ekspor ekonomi kreatif yang selalu tumbuh setiap tahunnya. Tren positif tahun 2020–2024 ini memberikan refleksi dan justifikasi untuk menyusun Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025–2029. Terlebih Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif memegang peran menyelenggarakan suburusan pemerintahan ekonomi kreatif yang merupakan lingkup urusan pemerintahan di bidang pariwisata (Kementerian Ekonomi Kreatif) atau yang menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang ekonomi kreatif (Badan Ekonomi Kreatif) sesuai amanat peraturan perundang-undangan. Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kinerja ekonomi yang berorientasi pada pembangunan.

Undang-Undang Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2025-2045 (RPJPN Tahun 2025-2045) menetapkan ekonomi kreatif sebagai salah satu industri prioritas untuk mendukung transformasi ekonomi menuju Indonesia Emas 2045. Industri prioritas ekonomi kreatif yang dimaksud meliputi subsektor seni, budaya, kerajinan; film, animasi, dan *visual art*; kuliner; serta pengembangan aplikasi dan gim. Lebih lanjut, Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025-2029 (RPJMN Tahun 2025-2029) juga menyatakan bahwa penguatan ekosistem ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual diarahkan menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi yang dilaksanakan melalui intervensi kebijakan (a) penguatan ekosistem pemampu ekonomi

kreatif; (b) penguatan ekosistem film, animasi, video, dan musik; (c) penguatan ekosistem fesyen dan kriya; (d) penguatan ekosistem aplikasi dan gim; serta (e) penguatan ekosistem kuliner.

Proyeksi Deloitte–menunjukkan bahwa ekonomi kreatif global akan tumbuh hingga 40 persen pada tahun 2030. Tren ini didorong oleh pesatnya perkembangan *e-commerce*, penggunaan teknologi seluler, dan perubahan gaya hidup, khususnya di kalangan generasi milenial. Tren ini juga memberikan peluang besar bagi Indonesia untuk mengoptimalkan platform digital sebagai pusat distribusi produk kreatif, memperluas pasar global, dan menciptakan model bisnis baru, seperti layanan *streaming* dan langganan digital. Peluang ini harus direspons secara strategis untuk mentransformasi produksi dan konsumsi budaya, sekaligus menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional (*the new engine of growth*) yang dimulai dari daerah.

Tabel 1.2 Target dan Realisasi Sektor Ekonomi Kreatif Periode 2020–2024

Indikator Kinerja Ekonomi Kreatif	2020		2021		2022		2023		2024	
	T	R	T	R	T	R	T	R	T	R
Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (Triliun Rupiah)	1.157	1.534	1.277	1.191	1.236	1.280	1.279	1.415	1.347	1.532
Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif (Juta Orang)	17,25	19,36	19,19	21,90	22,29	23,98	22,59	24,92	22,74	26,47
Ekspor Ekonomi Kreatif (Miliar USD)	16,9	18,78	17,45	23,99	25,33	26,94	26,46	23,96	27,53	25,10

Sumber: Pusdatin Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif (2025)

\*Nilai Tambah Ekonomi Kreatif = Atas Dasar Harga Berlaku

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional, Peraturan Presiden Nomor 96 Tahun 2019 tentang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ruang lingkup ekonomi kreatif meliputi subsektor kuliner, kriya, fesyen, seni rupa, seni pertunjukan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *game*, aplikasi, film animasi dan video, periklanan, televisi dan radio, musik, penerbitan, dan fotografi. Dalam hal ini, subsektor aplikasi dan *game* juga turut didukung oleh subsektor konten digital, teknologi baru, dan jasa TIK. (Gambar 1).



Subsektor Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud di atas, bersifat terbuka terhadap dinamika perubahan dan karakteristik ekonomi kreatif yang dinamis seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dinamika industri, dan bentuk ekspresi kreatif yang akan ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

## 1.2 POTENSI DAN PERMASALAHAN

Dalam rangka mendukung pencapaian target dari Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, diperlukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi sektor ekonomi kreatif Indonesia. Analisis ini mengidentifikasi berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif di tanah air. Dengan memanfaatkan keragaman budaya dan kreativitas bangsa, serta memanfaatkan subsektor unggulan seperti kuliner, fesyen, dan kriya, sektor ini memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Namun, di balik potensi tersebut, masih terdapat berbagai hambatan yang perlu diatasi, seperti ketimpangan pengembangan antar daerah dan keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten. Oleh karena itu, pemetaan terhadap peluang seperti ekspansi pasar global dan penguatan infrastruktur digital sangat penting untuk mendorong kemajuan sektor ini ke depan. Selanjutnya, tabel berikut ini akan menjabarkan lebih rinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dinamika sektor ekonomi kreatif di Indonesia.



Tabel 1.3. SWOT ANALYSIS

KEKUATAN	KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Keragaman budaya dan kreativitas Indonesia</b> sebagai sumber daya ekonomi kreatif yang berkelanjutan.</li><li>● <b>Subsektor kuliner, fesyen, dan kriya</b> sebagai penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif.</li><li>● <b>Keberhasilan produk ekonomi kreatif Indonesia</b> di pasar global, seperti kuliner, kriya, fesyen, dan industri digital.</li><li>● <b>Penguatan branding Indonesia</b> melalui diplomasi budaya dan integrasi subsektor kreatif.</li><li>● <b>Kekayaan sumber daya alam dan budaya</b> seperti batik, kayu, bambu, dan songket.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Ketimpangan pengembangan ekonomi kreatif</b> yang terkonsentrasi di Pulau Jawa, sementara daerah lain kurang berkembang.</li><li>● <b>Minimnya kapabilitas SDM</b> dalam sektor ekonomi kreatif yang memiliki keterampilan teknis, kreatif, dan manajerial yang sesuai dengan kebutuhan industri.</li><li>● <b>Integrasi data ekonomi kreatif</b> yang belum optimal dan terbatasnya koordinasi antara pusat dan daerah.</li><li>● <b>Keterbatasan riset</b> yang dapat menghambat inovasi dan daya saing produk ekonomi kreatif Indonesia.</li><li>● <b>Sinergi antara pendidikan dan pelaku ekonomi kreatif</b> yang masih kurang terjalin baik, terutama dalam aspek teknis dan kewirausahaan.</li></ul>
PELUANG	TANTANGAN
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Ekspansi global ekonomi kreatif Indonesia</b>, dengan meningkatkan ekspor produk kreatif dan investasi lintas negara.</li><li>● <b>Pengembangan industri digital</b>, seperti gim dan aplikasi yang didukung oleh teknologi VR dan AR.</li><li>● <b>Kolaborasi internasional</b> melalui forum seperti WCCE dan UCCN untuk memperkuat diplomasi dan kerjasama ekonomi kreatif.</li><li>● <b>Pemanfaatan Kekayaan Intelektual (KI)</b> untuk mendukung komersialisasi dan akses pembiayaan sektor kreatif.</li><li>● <b>Peningkatan kapasitas SDM</b> melalui pendidikan, pelatihan, dan kolaborasi riset untuk mendukung inovasi dan kreativitas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Ketergantungan pada kebijakan pusat</b> yang menyebabkan ketidakterpaduan dalam implementasi kebijakan di daerah.</li><li>● <b>Tantangan pemasaran digital</b> yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif, termasuk keterbatasan dalam memanfaatkan media sosial dan platform <i>e-commerce</i>.</li><li>● <b>Persaingan global</b> dalam industri kreatif, di mana negara lain seperti Korea Selatan dan Tiongkok memiliki strategi lebih matang.</li><li>● <b>Keterbatasan infrastruktur logistik</b> yang menghambat distribusi produk kreatif ke pasar domestik dan internasional, terutama di luar Pulau Jawa.</li><li>● <b>Pelindungan dan komersialisasi KI</b> yang belum optimal, mengakibatkan potensi ekonomi dari kekayaan intelektual tidak sepenuhnya dimanfaatkan.</li></ul>

## 1.2.1 Potensi Ekonomi Kreatif

### 1.2.1.1 Keragaman Budaya Dan Kreativitas Bangsa Indonesia Sebagai Sumber Daya Ekonomi Kreatif Yang Berkelanjutan

Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia memiliki kekuatan berupa keragaman budaya yang tinggi. Sumber daya budaya merupakan kekayaan peradaban Indonesia yang berasal dari interaksi sosial masyarakat yang menjadi bagian dari kepribadian dan identitas suatu masyarakat, berupa kuliner, busana daerah/fesyen, kriya, serta seni rupa dan pertunjukan yang dapat dijadikan sumber daya ekonomi kreatif. Keragaman budaya juga dapat didukung dengan pengembangan subsektor ekonomi kreatif prioritas sesuai dengan potensi daerah di Indonesia. Terlebih subsektor seperti kuliner, fesyen, dan kriya adalah penyumbang PDB ekonomi kreatif terbesar dibandingkan dengan lainnya sehingga potensi ini bisa menjadi keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Contoh seperti Korea Selatan yang memiliki basis pengembangan sektor kuliner (K-Food) yang kuat, dengan nilai sektor *food service* pada 2023 mencapai sekitar USD 147 miliar, meningkat 8,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya, dan ekspor produk K-Food pada kuartal pertama 2025 sebesar USD 700 juta. Keunggulan ini terwujud melalui ekosistem industri yang memadukan sejarah, budaya, dan inovasi modern, disertai desentralisasi kuliner di mana setiap daerah menawarkan hidangan khas yang dipromosikan secara global melalui pariwisata dan media. Praktik baik tersebut dapat diterapkan di Indonesia melalui penguatan *branding* kuliner Nusantara sebagai diplomasi budaya, pengembangan infrastruktur pendukung seperti pusat riset gastronomi dan inkubator bisnis, pemberian insentif bagi pelaku usaha berbasis bahan lokal, serta integrasi promosi lintas subsektor kreatif untuk memperkuat identitas budaya sekaligus mendorong pemerataan ekonomi daerah. Praktik baik ekonomi kreatif terkait subsektor fesyen dapat dilihat di Inggris dan Korea Selatan. Di Inggris, *brand* ternama seperti Burberry, Alexander McQueen, Ted Baker, dan Fred Perry turut berkontribusi pada pencapaian fesyen senilai £68 miliar pada PDB Inggris tahun 2021 (3,2%). Selain itu, Korea Selatan mencatat nilai pasar *apparel* USD 33,7 miliar pada 2024 dan diproyeksikan mencapai USD 43,1 miliar pada 2033 (CAGR ±2,8%), didorong Hallyu Wave yang memadukan K-pop, drama, dan fesyen. Kolaborasi *brand* global seperti Louis Vuitton, Dior, dan Givenchy dengan BTS serta Blackpink memperluas pasar, memperkuat citra, dan mendorong belanja fesyen mewah Generasi Z. Melihat capaian ini, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan subsektor fesyen melalui penguatan *brand* lokal berbasis kekayaan budaya dan

material ramah lingkungan, serta integrasi dengan kekuatan industri musik, film, dan seni pertunjukan yang dapat menjadi mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional, serupa dengan strategi Hallyu di Korea Selatan.

Selanjutnya untuk subsektor kriya, Tiongkok merupakan pemain utama dalam pasar kriya global dengan produk yang penuh warna, artistik, dan terjangkau, didukung efisiensi produksi, tenaga kerja kompetitif, serta dukungan dari kebijakan pemerintah, sehingga mampu menembus pasar besar seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman, dan Prancis. Pada 2023, nilai pasar kriya Tiongkok mencapai sekitar USD 58,4 miliar dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 80,7 miliar pada 2030, dengan segmen kayu sebagai kontributor terbesar dan kerajinan gelas berbahan kaca sebagai segmen dengan pertumbuhan tercepat, sementara pangsa pasar globalnya mencapai 8,2%.

Indonesia, dengan kekayaan budaya dan sumber daya alam seperti kayu, rotan, bambu, songket, dan batik, memiliki potensi besar di sektor ini, di mana nilai pasar kriya pada 2023 diperkirakan sebesar USD 25,18 miliar dan akan tumbuh menjadi USD 37,96 miliar pada 2030 dengan CAGR sekitar 6%. Dari sisi ekspor, Indonesia mencatat nilai USD 802,6 juta pada 2023, setara dengan pangsa sekitar 2% pasar global, dan pada 2024, Kalimantan Selatan mampu membukukan ekspor kriya senilai USD 679 juta. Dengan basis UMKM yang kuat, penggunaan bahan baku lokal, serta dukungan pemerintah melalui fasilitasi pameran internasional seperti INACRAFT 2024 yang mencatatkan transaksi lebih dari 100 milyar rupiah, kemudian Ambiente 2024 di Jerman, yang menghasilkan penawaran senilai USD 775 ribu dan permintaan USD 457 ribu, Indonesia berpeluang besar meningkatkan kontribusinya di pasar global dan bersaing dengan negara besar seperti Tiongkok.

Indonesia telah memiliki fondasi yang cukup kuat dalam bidang kebudayaan dan kreativitas memerlukan strategi tersendiri untuk menjaga kelestarian keterampilan tradisional dan memastikan regenerasinya. Upaya ini dapat disertai peningkatan kualitas, pemanfaatan teknologi, serta penguatan identitas merek dan pemasaran yang berkelanjutan guna mendorong tiga subsektor unggulan. Secara bersamaan, langkah ini diharapkan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang kompetitif di tingkat global, dimulai dari level daerah.

#### 1.2.1.2 Produk Ekonomi Kreatif yang Telah Menembus Pasar Global dan Penciptaan Peluang Investasi

Eksposur produk ekonomi kreatif di level internasional meningkatkan peluang target pasar dan potensi kolaborasi dengan mitra di luar negeri. Hal ini

dapat dilakukan melalui partisipasi pelaku ekonomi lokal di kegiatan internasional dan promosi di media sosial. Berbagai hasil produksi ekonomi kreatif Indonesia telah mampu bermain di pasar internasional, seperti batik dan kain tenun yang telah menjadi sorotan masyarakat dunia serta film karya anak bangsa yang turut berkiprah di Festival Film Internasional.

Bahkan beberapa produk ekonomi kreatif Indonesia dari subsektor prioritas telah berhasil menembus pasar global dan menciptakan peluang investasi baru. Dari bidang kreativitas budaya, produk kuliner seperti kopi Gayo dan Toraja, serta rempah-rempah Indonesia, telah diekspor ke berbagai negara dan menarik minat investor asing karena kualitas dan keunikannya. Di subsektor kriya, kerajinan tangan seperti batik, anyaman, dan ukiran Jepara rutin diekspor ke Eropa, Amerika, dan Jepang, serta sering menjadi bagian dari pameran internasional yang membuka peluang kerja sama bisnis dan investasi di sektor kerajinan lokal. Pada subsektor fesyen, brand seperti SukkhaCitta dan Danjyo Hiyoji telah tampil di ajang fashion internasional, memperkenalkan busana berbasis kain tradisional Indonesia ke pasar global dan menarik kolaborasi dengan desainer serta retailer internasional.

Dari bidang kreativitas digital dan teknologi, produk game lokal seperti DreadOut dan aplikasi digital buatan anak bangsa telah dipasarkan secara global melalui platform digital, sehingga menarik investasi dari perusahaan teknologi luar negeri yang ingin mengembangkan ekosistem digital Indonesia. Di bidang kreativitas media, film animasi seperti Jumbo dan Si Juki The Movie sukses tayang di berbagai negara, membuktikan daya saing karya animasi Indonesia di pasar internasional dan membuka peluang investasi di industri perfilman nasional. Selain itu, subsektor musik dengan musisi seperti Rich Brian dan NIKI yang menembus pasar Amerika Serikat juga memperkuat posisi Indonesia di industri kreatif global. Keberhasilan produk-produk dari subsektor prioritas ini tidak hanya meningkatkan ekspor dan devisa negara, tetapi juga memperluas peluang investasi serta kolaborasi lintas negara di sektor ekonomi kreatif Indonesia.

Apabila potensi dan peluang ini dimanfaatkan dengan optimal, maka ekonomi kreatif tidak hanya sekedar bernilai ekonomi, namun juga akan membentuk citra ekonomi kreatif nasional. Perlu menjadi catatan bahwa untuk menembus pasar global, proses inovasi juga diperlukan. Misalnya saja Korea Selatan yang menggabungkan *webtoon* sebagai inspirasi bagi beberapa drama Korea Selatan yang populer. Hal ini menunjukkan bahwa Korea Selatan telah memasukkan ikon budaya popnya ke dalam subsektor lain dan memperkuat inovasi kreatif ke tingkat berikutnya.

#### 1.2.1.3 Dari Pelindungan ke Pemanfaatan Kekayaan Intelektual (KI) di Indonesia

Selama ini, Kekayaan Intelektual (KI) di Indonesia lebih banyak dipandang sebagai instrumen pelindungan hukum untuk mencegah pelanggaran dan menjaga hak cipta, paten, merek, maupun desain industri. Padahal, KI memiliki potensi jauh lebih besar sebagai aset ekonomi yang dapat dikembangkan, dikomersialisasikan, dan dijadikan sumber pembiayaan. Indonesia telah memiliki landasan regulasi yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 65 Tahun 2024 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Potensi ini semakin terbuka dengan hadirnya Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 sebagai pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang memungkinkan KI dijadikan objek jaminan utang bagi lembaga keuangan. Skema ini memberi peluang besar untuk memperluas akses pembiayaan, khususnya bagi subsektor berbasis konten seperti film, animasi, video, dan musik yang memiliki pasar global luas dan potensi nilai ekonomi tinggi.

Untuk mengakselerasi pergeseran dari sekadar pelindungan menuju komersialisasi, Indonesia perlu membangun sistem komersialisasi KI yang efektif dan terintegrasi. Langkah yang dapat dilakukan meliputi peningkatan kesadaran masyarakat dan pelaku industri tentang nilai ekonomi KI, penyederhanaan pendaftaran serta pencatatan, pemberian pendampingan bisnis bagi pemilik KI, serta promosi aset KI Indonesia di pasar internasional melalui kampanye pemasaran, pameran global, dan kemitraan dengan sektor swasta. Dengan strategi ini, KI tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelindung hak, tetapi juga menjadi instrumen ekonomi yang mampu menciptakan nilai tambah dan peluang pasar baru.

#### 1.2.1.4 Sinergi Global Ekonomi Kreatif melalui Forum Internasional

Ekonomi kreatif Indonesia memiliki peluang besar untuk tumbuh sebagai kekuatan global melalui penguatan jejaring internasional, khususnya lewat keterlibatan aktif dalam *World Conference on Creative Economy* (WCCE) dan keanggotaan dalam UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN).

Sebagai penggagas utama WCCE sejak 2018, Indonesia menegaskan posisinya sebagai champion global ekonomi kreatif yang harus mengedepankan inklusivitas, inovasi, dan keberlanjutan. Melalui forum ini, Indonesia tidak hanya mendorong dialog

internasional tentang ekonomi kreatif, tetapi juga membuka peluang kemitraan investasi, promosi produk kreatif, dan integrasi pelaku ekonomi kreatif ke dalam rantai nilai global.

Sementara itu, keterlibatan kota-kota Indonesia dalam jaringan UNESCO *Creative Cities* seperti Bandung (*Design*), Jakarta (*Literature*), Ambon (*Music*), Pekalongan dan Surakarta (*Craft and Folk Art*) memperkuat diplomasi kota berbasis ekonomi kreatif. Keikutsertaan ini mendorong munculnya ekosistem lokal yang terhubung secara internasional, meningkatkan eksposur dan penetrasi pasar global produk kreatif daerah, serta memperluas akses pembelajaran dan inovasi kolaboratif lintas kota dan negara.

Penguatan jejaring ini menciptakan *multiplier effect* terhadap pertumbuhan sektor ekonomi kreatif nasional. Dengan menjembatani pelaku ekonomi kreatif lokal ke pasar dan jaringan global, Indonesia memperkuat daya saing ekspor kreatif, meningkatkan kunjungan wisata berbasis budaya, serta mendorong munculnya *creative startup* dan talenta global dari daerah.

Ke depan, WCCE dan UCCN dapat dimaksimalkan sebagai diplomasi kreatif (*creative diplomacy*) yang memperluas pasar, memperkuat posisi ekonomi kreatif Indonesia di tingkat global, serta menjadi katalisator pencapaian target kontribusi 8% PDB nasional dari sektor ekonomi kreatif pada 2029.

#### 1.2.1.5 Perkembangan Industri Gim dan Transformasi Dunia Virtual

Industri gim Indonesia yang sudah dikenal dengan kreativitasnya, ditambah saat ini munculnya era baru dengan transisi menuju dunia virtual. Teknologi *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) menawarkan pengalaman gim yang lebih imersif dan menarik. Dengan kemajuan teknologi ini, permainan dapat menawarkan dunia virtual yang menyeluruh, memungkinkan pemain untuk merasakan pengalaman yang lebih mendalam dan interaktif.

Sebagai rujukan, keberhasilan Tiongkok dalam menjadi pemain besar di industri gim global tidak terlepas dari terobosan teknologi, ekspansi pasar internasional yang agresif, serta strategi monetisasi yang efektif. Indonesia memiliki peluang besar untuk mengikuti jejak tersebut dengan terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terkini. Investasi dalam pengembangan VR dan AR serta konten gim yang memanfaatkan teknologi ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga membuka peluang bisnis baru dan menciptakan lapangan kerja di sektor kreatif digital. Studio gim lokal dapat memanfaatkan momentum ini untuk meluncurkan produk-produk inovatif yang memiliki

nilai jual tinggi dan mampu menembus pasar global. Selain itu, kolaborasi dengan investor, pelaku teknologi, dan institusi pendidikan akan memperkuat ekosistem gim Indonesia sehingga mampu beradaptasi dengan tren dunia virtual dan memperkuat posisi Indonesia di kancah industri gim internasional.

Disamping itu, pemerintah juga telah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2024 tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional. Regulasi ini dirancang untuk menetapkan pondasi hukum dan institusional dalam mempercepat pengembangan industri gim di Indonesia, dengan sasaran meningkatkan kemandirian pasar domestik, memperluas penetrasi global, serta memperkuat rantai nilai dan kapasitas SDM sektor ini, melalui pendekatan lintas sektoral dan koordinasi intensif.

Dengan potensi yang dimiliki, Indonesia perlu menangkap peluang dari industri gim yang ada. Salah satu contoh negara yang berhasil menjadi pemain besar di industri gim yakni Tiongkok yang pencapaiannya tidak lepas dari terobosan teknologi, ekspansi global yang agresif, dan monetisasi yang dilakukan. Inovasi yang relevan dan berkelanjutan di industri gim juga akan membuka peluang baru dalam aspek pemasaran dan hiburan. Investasi dalam teknologi VR dan AR serta pengembangan konten gim yang memanfaatkan teknologi ini akan menciptakan lapangan kerja baru dan peluang bisnis tambahan. Studio gim lokal dapat memanfaatkan peluang ini untuk meluncurkan produk yang inovatif dan memiliki nilai jual tinggi, serta memperluas jangkauan pasar secara strategis.

#### 1.2.1.6 Pengembangan Ekosistem Kreator Konten

Ekosistem kreator konten di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang pesat. Dengan semakin populernya platform media sosial dan konten digital, banyak individu dan komunitas kreatif mulai menghasilkan pendapatan dari aktivitas online. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X telah membuka peluang baru bagi kreator konten untuk mengembangkan karier dan memonetisasi karya mereka.

Hal ini juga didukung oleh jumlah total pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2025, yang mencapai 143 juta pengguna. Jumlah ini meningkat sekitar 4 juta pengguna atau tumbuh 2,9% dibandingkan Januari 2024. Adapun data yang dirilis oleh Data.ai pada tahun 2023 menunjukkan bahwa rata-rata waktu penggunaan ponsel pintar orang Indonesia mencapai angka 5,7 jam per orang per hari (angka ini menjadi yang paling tinggi di dunia). Menariknya, negara yang memiliki konsumsi media sosial tertinggi di dunia akan sangat mungkin menjadi kreator konten paling besar.

#### 1.2.1.7 Kontribusi Ekonomi Kreatif dalam Agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Sektor ekonomi kreatif telah menunjukkan pertumbuhan yang tangguh dan adaptif, bahkan di tengah disrupsi global seperti pandemi. Kontribusinya terhadap PDB nasional terus meningkat, didorong oleh inovasi, digitalisasi, dan diversifikasi subsektor yang mampu menjangkau pasar domestik maupun internasional. Karakteristiknya yang berbasis kreativitas, pengetahuan, dan budaya menjadikan ekonomi kreatif sebagai bagian penting dari pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, karena mendorong penciptaan nilai tambah tanpa ketergantungan berlebihan pada sumber daya alam yang terbatas. Dengan ekosistem yang inklusif dan partisipatif, sektor ini juga mampu memberdayakan pelaku usaha dari berbagai lapisan masyarakat, memperluas kesempatan kerja, dan memacu pertumbuhan industri lokal yang berdaya saing global.

Peran ekonomi kreatif dalam agenda pembangunan berkelanjutan terwujud melalui kemampuannya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, memperkuat inovasi, dan meningkatkan kesejahteraan sosial secara merata. Melalui pendekatan heksaheliks, ekonomi kreatif dapat menjadi katalisator transformasi sosial-ekonomi yang mengintegrasikan tujuan pembangunan ekonomi, pelestarian budaya, dan keberlanjutan lingkungan. Integrasi ini tidak hanya memastikan keberlangsungan industri kreatif itu sendiri, tetapi juga mendukung tercapainya visi pembangunan nasional yang berpihak pada kesejahteraan rakyat sekaligus menjaga kelestarian sumber daya untuk generasi mendatang.

Contoh nyata dari implementasi prinsip-prinsip ini dapat dilihat pada beberapa subsektor unggulan. Dalam subsektor fesyen, brand Indonesia seperti SukkhaCitta mengusung konsep *farm-to-closet* yang menekankan transparansi dan keterlacakan material dasar pakaian. Dengan model bisnis *social enterprise*, lebih dari 50% profit yang diperoleh diinvestasikan kembali untuk program pengembangan desa, termasuk menjalin kemitraan dengan desa-desa baru, mendanai sekolah kerajinan, dan mendukung pertanian regeneratif. Setiap pakaian dibuat manual oleh para ibu perajin di Desa Medono, Jawa Tengah, dengan waktu produksi sekitar 30 hari melibatkan delapan perempuan, sehingga memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi komunitas setempat. Sementara itu, dalam subsektor kuliner, Burgreens menjadi pionir hidangan *plant-based* di Indonesia dengan lebih dari 16 cabang di Pulau Jawa dan Bali. Model bisnisnya menekankan dampak sosial dan lingkungan, dengan menu berbasis nabati yang sehat dan ramah lingkungan. Burgreens bekerja sama dengan petani organik lokal dan perajin makanan



berkelanjutan, memastikan rantai pasok yang adil (*fair trade*) serta mendukung ekonomi lokal dan pertanian berkelanjutan. Kedua contoh ini menunjukkan bagaimana subsektor kreatif mampu menggabungkan inovasi bisnis, pemberdayaan sosial, dan keberlanjutan lingkungan secara simultan.

## 1.2.2 Permasalahan Ekonomi Kreatif

### 1.2.2.1 Tantangan Pemerataan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah

Selama ini, perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia masih terkonsentrasi di beberapa provinsi unggulan seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Bali yang secara spasial menyumbang lebih dari setengah kontribusi terhadap PDRB nasional dari seluruh Pulau Jawa. Pulau Jawa secara keseluruhan mencatat kontribusi sebesar 57,05% terhadap ekonomi nasional pada tahun 2023.

Wilayah-wilayah tersebut unggul karena mendukung ekosistem ekonomi kreatif dengan infrastruktur memadai, akses pasar luas, konsentrasi pelaku kreatif, tenaga kerja terampil, serta kebijakan yang mendukung pertumbuhan subsektor seperti film, kriya, fesyen, gim, sampai kuliner. Sementara itu, daerah-daerah lain, meskipun kaya akan potensi lokal, masih kesulitan berkembang karena terbatasnya akses pembiayaan, fasilitas produksi, promosi, dan konektivitas ke pasar nasional maupun global.

Di sisi lain, hampir setiap provinsi di Indonesia memiliki keunikan dan potensi dalam subsektor ekraf yang dapat menjadi penggerak ekonomi lokal dan nasional jika dikelola dengan tepat. Pemetaan potensi ini penting tidak hanya untuk mengidentifikasi subsektor unggulan di berbagai wilayah, tetapi juga menegaskan bahwa sumber pertumbuhan ekonomi kreatif nasional seharusnya tidak hanya bertumpu pada beberapa pusat pertumbuhan saat ini. Berikut disajikan pemetaan subsektor unggulan di 15 provinsi prioritas sebagaimana tercantum dalam RPJMN 2025–2029, yang mencerminkan keragaman budaya, keterampilan, dan kreativitas di seluruh penjuru Indonesia.

Lebih lanjut, untuk melihat secara lebih komprehensif pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya dititikberatkan pada sudut pandang sektoral namun juga spasial. Apabila ditautkan antara subsektor prioritas ekonomi kreatif yang tercantum dalam RPJMN 2025-2029 dengan sejumlah provinsi di Indonesia sebagai lokasi prioritas, maka berikut adalah keunggulan dan dari masing-masing daerah tersebut yang terlihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Pemetaan Subsektor Ekonomi Kreatif Unggulan pada Lokus Prioritas

Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik	
Jakarta	Sebagai pusat perfilman nasional, Jakarta menjadi hub produksi film dan animasi di Indonesia. Banyak studio animasi besar yang berbasis di Jakarta, seperti MSV Studio dan BASE Entertainment, serta menjadi pusat kegiatan industri film.
Bali	Destinasi alam yang dimiliki Bali menunjang daerah ini menjadi lokasi syuting internasional dan domestik. Festival film internasional seperti Bali International Film Festival juga memperkuat peran Bali di subsektor ini.
Jawa Barat	Episentrum masih berada di Kota Bandung yang semakin berkembang sebagai pusat animasi, dengan banyak studio kecil yang berfokus pada proyek animasi lokal dan internasional.
D.I. Yogyakarta	Dengan kearifan lokal dan kekayaan seni, mulai menarik pembuat film untuk proyek seni dan dokumenter, serta festival seni visual.
Maluku	Maluku dikenal dengan Ambon Kota Musik, yang diakui UNESCO sebagai <i>City of Music</i> , dengan warisan musik seperti Totobuang, Tifa Maluku, dan lagu-lagu daerah yang mendunia.
Subsektor Fesyen dan Kriya	
Bali	Bali diakui secara internasional untuk kekayaan budaya dan kerajinannya, seperti seni ukir, patung, dan kain tenun. Seni tari dan musik tradisional juga menjadi daya tarik bagi wisatawan
D.I. Yogyakarta	Dikenal sebagai "Kota Budaya", Yogyakarta merupakan pusat seni rupa, batik, kerajinan perak, dan ukiran kayu. Banyak seniman modern Indonesia berasal dari Yogyakarta, memperkuat posisinya sebagai pusat seni kontemporer dan tradisional.
Sumatra Barat	Dikenal dengan songket dan ukiran kayu khas Minangkabau, provinsi ini memiliki kerajinan tangan dan seni budaya yang kuat, yang berkembang seiring dengan destinasi budaya.
Jawa Barat	Bandung dan Cirebon sebagai pusat budaya dan kerajinan. Cirebon terkenal dengan Batik Mega Mendung serta seni kerajinan lokal lainnya, sementara Bandung menjadi pusat fesyen.
Aceh	Aceh dikenal dengan Tari Saman dan Tari Seudati yang dinamis serta seni kaligrafi Islam. Kerajinan khas meliputi Tenun Songket Aceh, sulaman benang emas (Kasab Aceh), ukiran kayu, perak, serta anyaman tikar pandan.
Papua	Papua memiliki seni ukir khas Suku Asmat, yang bernilai spiritual tinggi. Budaya Noken, tas rajut tangan khas Papua yang diakui UNESCO. Fesyen khas mencakup koteka dan pakaian berbahan serat alami.

**Subsektor Aplikasi dan Gim**

<b>Jakarta</b>	Sebagai pusat teknologi dan inovasi, banyak <i>startup</i> gim dan aplikasi lahir di Jakarta. Jakarta juga menjadi pusat penyelenggaraan <i>e-sports</i> serta konferensi teknologi yang mendukung subsektor ini.
<b>Jawa Barat</b>	Bandung, dengan kehadiran banyak institusi pendidikan teknologi, seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), menjadi basis bagi pengembangan aplikasi dan gim lokal yang berfokus pada budaya Indonesia.
<b>D.I. Yogyakarta</b>	Kota ini tumbuh menjadi inkubator bagi banyak startup teknologi yang terlibat dalam pengembangan aplikasi, termasuk gim dengan elemen kearifan lokal.
<b>Jawa Timur</b>	Kota Surabaya juga mulai berkembang dalam subsektor aplikasi dan gim, terutama dengan dukungan komunitas dan pemerintah daerah.

**Subsektor Kuliner**

<b>Sumatra Barat</b>	Masakan Padang terkenal tidak hanya di Indonesia tetapi juga internasional. Sumatra Barat menjadi pusat bagi usaha kuliner tradisional yang memanfaatkan kekayaan rempah-rempah lokal.
<b>Bali</b>	Bali menjadi destinasi kuliner internasional dengan berbagai restoran yang memadukan masakan tradisional Bali dan internasional. Bali juga dikenal dengan masakan khas seperti Sate Lilit dan Ayam Betutu.
<b>Jawa Timur</b>	Surabaya, Malang, dan Banyuwangi terkenal dengan masakan tradisional seperti Petis, Rujak Cingur dan Rawon.
<b>Sulawesi Selatan</b>	Makassar menjadi pusat kuliner di Indonesia bagian timur, dengan hidangan khas seperti Coto Makassar dan Konro, yang memanfaatkan daging sapi dan rempah lokal.
<b>Aceh</b>	Aceh memiliki kuliner khas yang kaya akan rempah seperti Mie Aceh dan Ayam Tangkap. Kopi Gayo dari Aceh juga terkenal sebagai salah satu kopi terbaik di dunia.
<b>Papua</b>	Papua dikenal dengan makanan khas seperti Papeda, yang disajikan dengan ikan kuah kuning, Sate Ulat Sagu, serta Kopi Papua Wamena yang menggambarkan kearifan lokal masyarakat Papua dalam memanfaatkan sumber daya alam.

**Sumber:** Pemetaan yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), Diolah kembali oleh Direktorat Kajian dan Manajemen Strategis (2025)

Pemetaan di atas menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi kreatif masih berpusat di Pulau Jawa yang didorong oleh kombinasi faktor infrastruktur, pendidikan, akses pasar, dukungan kebijakan, dan ekosistem industri pendukung yang kuat. Meskipun ada potensi di daerah lain seperti Bali, Sumatra, dan Sulawesi, Pulau Jawa tetap menjadi episentrum utama bagi perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia ke depan

diharapkan lebih merata dengan memperhatikan kekhasan dan keunggulan masing-masing daerah.

#### 1.2.2.2 Belum Optimalnya Integrasi Data Ekonomi Kreatif

Belum optimalnya integrasi data ekonomi kreatif di Indonesia menjadi tantangan tersendiri bagi penyusunan kebijakan terkait ekonomi kreatif yang konsisten dan akurat. Hal ini dikarenakan data merupakan komponen penting untuk mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif melalui kebijakan berbasis data. Data yang terintegrasi akan memudahkan pelaku ekonomi kreatif untuk mengakses informasi kebutuhan pasar serta mengidentifikasi peluang bisnis agar meningkatkan potensi ekspansi dan daya saing di kancah global. Sedangkan bagi pemangku kepentingan, data yang terintegrasi dapat memudahkan dalam penyusunan kebijakan yang efektif dan efisien.

Hingga saat ini, belum ada mekanisme nasional yang secara konsisten menyediakan data ekonomi kreatif nasional secara terpadu. Data yang ada sering kali tersebar di berbagai lembaga, seperti Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, Badan Pusat Statistik (BPS), dan perusahaan swasta, sehingga menyulitkan konsolidasi data yang akurat dan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk perumusan kebijakan.

Belum optimalnya integrasi data juga berdampak pada kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk. Hal ini menyebabkan pemasaran produk kreatif menjadi kurang tepat sasaran, sehingga segmentasi pasar yang seharusnya dapat dimaksimalkan menjadi tidak optimal.

#### 1.2.2.3 Minimnya Kapabilitas SDM dan Kegiatan Riset di Sektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menuntut keterampilan spesifik dan multidisipliner yang terus berkembang, terutama dalam menghadapi era digital, disrupsi teknologi, dan persaingan global. Namun, kapabilitas sumber daya manusia (SDM) di sektor ini masih menghadapi tantangan besar. Kualitas SDM ekonomi kreatif Indonesia secara umum belum kompetitif, dengan keterampilan yang belum selaras dengan kebutuhan industri saat ini, baik dari segi keahlian teknis, kreatif, maupun manajerial.

Data menunjukkan bahwa rendahnya kapabilitas ini salah satunya tercermin dari minimnya jumlah SDM yang memiliki keterampilan terstandar dan diakui industri. Pada 2024, jumlah fasilitasi sertifikasi kompetensi SDM ekonomi kreatif hanya sekitar 1500 orang secara nasional, jauh dari memadai untuk menopang kebutuhan tenaga kerja sektor ini yang mencapai lebih dari 26 juta orang. Lebih lanjut, di daerah yang terkenal sebagai kota kreatif seperti

Kabupaten Bandung, di mana jumlah SDM yang kompetensinya dikembangkan baru sekitar 1.300 orang pada 2023, angka yang relatif kecil dibanding potensi sektor ekonomi kreatif di daerah tersebut. Rendahnya tingkat sertifikasi dan keterampilan terstandar ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku ekonomi kreatif masih belum memiliki kapabilitas optimal untuk memenuhi standar pasar nasional maupun global.

Keterbatasan kapabilitas juga terlihat dari ketidaksesuaian keterampilan SDM dengan kebutuhan industri kreatif. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas SDM dan indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi belum memberikan pengaruh signifikan terhadap produktivitas industri kreatif, menandakan bahwa peningkatan keterampilan belum cukup untuk mengimbangi perkembangan teknologi dan pasar. Di banyak subsektor, pelaku usaha masih kekurangan kompetensi dalam pemasaran digital, *branding* global, pengelolaan kekayaan intelektual, manajemen keuangan, serta pemanfaatan teknologi mutakhir. Misalnya, di subsektor film, animasi, video, dan gim, penguasaan teknologi seperti pemrograman interaktif, perangkat lunak animasi 3D, efek visual (VFX), dan pipeline produksi digital masih terbatas, sehingga menghambat daya saing produk kreatif Indonesia di pasar global.

Selain keterbatasan SDM, kegiatan riset di sektor ekonomi kreatif juga masih minim, padahal riset merupakan fondasi penting bagi inovasi, pembaruan produk, dan pengembangan model bisnis baru. Ekosistem riset ekonomi kreatif Indonesia masih bersifat tersebar dan belum terbangun secara sistemik. Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif tidak memiliki akses memadai terhadap pendanaan, fasilitas, maupun kolaborasi riset. Kolaborasi antara perguruan tinggi, lembaga riset, dan pelaku industri kreatif masih jarang terjadi, sementara ketiadaan platform riset lintas sektor berbasis kebutuhan pasar membuat integrasi pengetahuan baru ke dalam proses produksi kreatif berjalan lambat.

Di tingkat kelembagaan, belum terdapat skema riset tematik nasional yang secara khusus mendukung sektor ekonomi kreatif. Kajian tentang tren konsumen, teknologi produksi baru, strategi monetisasi konten digital, hingga pemanfaatan AI dan big data dalam industri kreatif masih sangat terbatas. Minimnya basis riset ini menyebabkan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif kerap tidak berbasis bukti (*evidence-based policy*) dan membuat pelaku industri kesulitan mengambil keputusan strategis berbasis data pasar dan perkembangan teknologi.

#### 1.2.2.4 Sinergi antara Dunia Pendidikan dan pelaku ekonomi kreatif Belum Optimal

Institusi pendidikan, khususnya perguruan tinggi dan lembaga pelatihan vokasi, memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif. Namun, keterhubungan antara sistem pendidikan dan dunia usaha di sektor ekonomi kreatif masih belum terjalin secara optimal. Ketidaksesuaian antara kompetensi lulusan dan tuntutan industri menyebabkan terjadinya kesenjangan keterampilan, khususnya pada aspek teknis dan kewirausahaan yang dibutuhkan dalam ekosistem kreatif.

Sebagai ilustrasi, di subsektor pengembangan aplikasi dan gim, penguasaan teknologi pemrograman mutakhir serta pemanfaatan platform berbasis *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) merupakan kompetensi yang dibutuhkan. Namun, banyak institusi pendidikan belum mengintegrasikan keterampilan ini ke dalam kurikulum pembelajaran, sehingga lulusan belum siap terlibat langsung dalam proses produksi industri. Hal ini berakibat meningkatnya beban pelatihan di tingkat perusahaan dan menurunkan efisiensi dalam proses rekrutmen dan pengembangan SDM.

Studi di Kawasan Ekonomi Khusus Singhasari mengungkapkan adanya kesenjangan keterampilan, terutama di bidang coding dan animasi, di mana lulusan SMK sering kali belum siap langsung bekerja tanpa pelatihan tambahan. Penelitian di SMK IT Minnatul Huda, Purwakarta, menunjukkan bahwa hanya sekitar 48% lulusan bekerja sesuai jurusan, akibat lemahnya integrasi kurikulum dengan kebutuhan dunia usaha. Selain itu, proyeksi perubahan keahlian pekerja sebesar 39% pada 2025–2030 menegaskan perlunya peningkatan kompetensi secara berkelanjutan. Meskipun beberapa SMK yang menerapkan kurikulum berbasis kompetensi dan melibatkan dunia usaha mampu mencapai tingkat penyerapan lulusan di atas 70%, secara umum integrasi standar kompetensi nasional dalam pembelajaran masih rendah, sehingga kompetensi lulusan kurang diakui oleh industri dan menghambat daya saing SDM di sektor ekonomi kreatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa sinergi antara sistem pendidikan dan dunia usaha di sektor ekonomi kreatif masih perlu diperkuat, khususnya dalam aspek teknis dan kewirausahaan.

Selain itu, kolaborasi antara institusi pendidikan dan pelaku industri kreatif dalam kegiatan pengembangan riset masih sangat terbatas. Padahal, riset kolaboratif berpotensi menghasilkan inovasi yang aplikatif dan mendukung peningkatan daya saing produk kreatif. Di beberapa negara dengan ekosistem ekonomi kreatif yang maju, pengembangan produk

kreatif seringkali bersumber dari hasil riset bersama antara universitas, pusat inovasi, dan pelaku industri yang didukung oleh insentif pemerintah.

Kolaborasi antara institusi pendidikan dan pelaku industri kreatif dalam pengembangan riset sangat penting untuk mendorong inovasi yang aplikatif dan meningkatkan daya saing produk kreatif. Di beberapa negara dengan ekosistem ekonomi kreatif maju, seperti Korea Selatan dan Singapura, sinergi ini diwujudkan melalui kemitraan erat antara universitas, pusat inovasi, dan industri yang didukung oleh insentif pemerintah. Misalnya, Korea Selatan menyediakan dana riset dan insentif pajak bagi perusahaan yang berkolaborasi dengan perguruan tinggi dalam pengembangan teknologi kreatif, serta membangun pusat inovasi yang mengintegrasikan riset akademik dengan kebutuhan pasar. Singapura melalui program *Creative Cluster* memfasilitasi kolaborasi riset dan pengembangan produk antara akademisi dan pelaku industri, serta menyediakan akses pendanaan dan pelatihan untuk startup kreatif. Di Indonesia, pemerintah telah mulai menyiapkan berbagai insentif fiskal dan nonfiskal berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif, termasuk kemudahan akses pembiayaan, pendampingan, dan fasilitas perlindungan kekayaan intelektual. Namun, implementasi kolaborasi riset yang sistemik dan berkelanjutan masih perlu diperkuat agar inovasi dapat lebih cepat diadopsi oleh industri kreatif nasional dan mampu bersaing di pasar global.

Di Indonesia, sinergi ini belum berkembang secara sistemik. Kolaborasi antara sektor pendidikan dan industri kreatif masih bersifat sektoral dan belum difasilitasi oleh platform yang memungkinkan integrasi berkelanjutan. Di samping itu, kebijakan insentif yang mendorong kolaborasi riset terapan di sektor ekonomi kreatif masih belum tersedia secara memadai. Akibatnya, banyak hasil riset dari institusi pendidikan tinggi yang tidak terimplementasikan ke dalam produk atau layanan kreatif yang bernilai pasar.

#### 1.2.2.5 Tantangan Sinergi antara Pusat dan Daerah dalam Kelembagaan Ekonomi Kreatif

Sinergi kelembagaan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah merupakan faktor krusial dalam menciptakan kebijakan ekonomi kreatif yang terarah, adaptif, dan berdampak luas. Pemerintah pusat, melalui Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, memiliki tugas dan fungsi untuk merumuskan kebijakan makro, menyusun norma, standar, prosedur, dan kriteria (NSPK), serta menyediakan dukungan fasilitasi lintas sektor. Sementara itu, pemerintah

daerah berperan dalam implementasi kebijakan sesuai dengan kondisi lokal dan prioritas wilayah.

Namun, pada tataran implementasi, hubungan kelembagaan antara pusat dan daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi sejumlah tantangan struktural. Banyak kebijakan yang dirumuskan di tingkat pusat belum terimplementasi secara konsisten di daerah, bahkan dalam beberapa kasus tidak sejalan dengan inisiatif lokal yang telah berjalan. Ketidakefektifan komunikasi, lemahnya mekanisme koordinasi, dan ketiadaan sistem pelaporan dan umpan balik yang terintegrasi menghambat sinkronisasi program lintas level pemerintahan.

Kapasitas kelembagaan di tingkat daerah juga belum merata. Masih terdapat banyak daerah yang belum memiliki unit atau perangkat daerah yang secara khusus menangani pengembangan ekonomi kreatif. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang memahami dinamika subsektor kreatif serta minimnya pelatihan teknis dan manajerial menyebabkan program-program nasional sulit diadopsi secara efektif di level lokal.

Tingkat ketergantungan daerah terhadap dukungan pusat, baik dalam hal anggaran, infrastruktur, maupun sumber daya kebijakan, juga memperkuat karakteristik *top-down* dalam pengelolaan ekonomi kreatif. Kemandirian daerah dalam merancang inisiatif, mengalokasikan sumber daya, dan membangun kolaborasi lokal belum tumbuh secara optimal. Banyak daerah cenderung menunggu instruksi atau program pusat tanpa membangun ekosistem kreatif secara aktif dan partisipatif di tingkat lokal.

Ketidakterpaduan ini berdampak pada disparitas pengembangan ekonomi kreatif antardaerah. Wilayah-wilayah yang memiliki akses kuat terhadap pusat pemerintahan dan infrastruktur lebih berkembang dibandingkan dengan wilayah lain, khususnya di luar Pulau Jawa. Ketimpangan ini menjadi hambatan dalam upaya mendorong ekonomi kreatif sebagai instrumen pembangunan yang inklusif, merata, dan berbasis potensi lokal.

#### 1.2.2.6 Keterbatasan Pelindungan dan Komersialisasi Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif

Kekayaan Intelektual (KI) merupakan fondasi penting dalam mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Bentuk-bentuk KI seperti hak cipta, merek dagang, desain industri, paten, dan indikasi geografis berperan sebagai instrumen legal untuk memberikan pelindungan hukum atas hasil karya dan inovasi pelaku ekonomi kreatif. Lebih dari sekadar pelindungan, KI juga berfungsi sebagai aset ekonomi yang dapat dikembangkan, dimonetisasi, dan



dimanfaatkan dalam berbagai bentuk skema bisnis yang inovatif.

Selain aspek perlindungan, tantangan besar lainnya adalah belum berkembangnya mekanisme komersialisasi KI secara sistemik. Banyak KI pada produk ekonomi kreatif belum dimanfaatkan sebagai aset produktif dalam model bisnis pelaku ekonomi kreatif. Potensi komersialisasi melalui lisensi, waralaba, jenama bersama, alih teknologi, pengalihan hak dan bentuk kemitraan lain seperti *merchandising*, *joint venture*, hingga pemanfaatan KI sebagai jaminan pembiayaan belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku ekonomi kreatif belum melihat KI sebagai sumber nilai ekonomi jangka panjang, melainkan hanya sebagai dokumen legal formalitas. Selain dari sisi pelaku ekonomi kreatif, lembaga keuangan dan investor belum sepenuhnya memiliki pemahaman atau mekanisme untuk menilai kelayakan dan potensi ekonomi dari aset KI, sehingga pemanfaatannya sebagai jaminan pembiayaan masih sangat terbatas. Kondisi tersebut berimplikasi pada lemahnya daya saing produk ekonomi kreatif Indonesia di pasar global. Dalam ekosistem ekonomi kreatif yang maju, penguatan dan komersialisasi KI merupakan prasyarat dalam membangun model bisnis yang berkelanjutan dan menarik bagi investor. Tanpa mekanisme monetisasi yang terstruktur, banyak karya kreatif lokal gagal berkembang menjadi produk unggulan yang berskala global.

#### 1.2.2.7 Keterbatasan Promosi dan Akses Pasar bagi pelaku ekonomi kreatif

Salah satu faktor utama yang menyebabkan kurang optimalnya promosi produk ekonomi kreatif adalah terbatasnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran khususnya pemasaran digital. Banyak pelaku ekonomi kreatif, khususnya di daerah, belum secara maksimal memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Padahal, media sosial dan *e-commerce* menawarkan peluang besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, minimnya pemahaman mengenai strategi konten, analitik digital, pengelolaan kampanye, dan pemanfaatan iklan berbayar mengakibatkan kegiatan promosi berjalan tidak efektif dan tidak terukur. Di samping keterampilan, promosi yang efektif juga membutuhkan dukungan sumber daya yang memadai, termasuk biaya produksi materi promosi, desain grafis, pengelolaan akun media sosial, dan alokasi anggaran untuk iklan digital.

Rantai pasok produk ekonomi kreatif di Indonesia juga masih menghadapi tantangan struktural yang berdampak pada efisiensi dan daya saing pelaku ekonomi kreatif. Keterpaduan antara pelaku ekonomi

kreatif, *supplier*, dan jaringan distribusi belum terbangun dengan baik, sehingga menimbulkan biaya produksi yang tinggi dan menurunkan efisiensi operasional. pelaku ekonomi kreatif di berbagai daerah sering kesulitan mendapatkan bahan baku berkualitas akibat terbatasnya *supplier* yang andal dan keterjangkauan logistik.

Keterbatasan infrastruktur logistik, terutama di luar Pulau Jawa, juga menjadi kendala dalam distribusi produk ke pasar domestik dan ekspor. Banyak pelaku ekonomi kreatif di wilayah terpencil terutama daerah 3TP belum dapat mengakses jaringan distribusi yang terintegrasi, sehingga jangkauan pasar mereka menjadi sangat terbatas. Selain itu, akses ke pasar juga masih terhambat oleh ketiadaan platform penjualan digital yang inklusif dan mudah digunakan. Walaupun berbagai platform *e-commerce* tersedia, tidak semua pelaku ekonomi kreatif mampu memanfaatkannya secara efektif akibat kendala teknis, keterbatasan literasi digital, atau beban biaya komisi dan layanan yang tinggi.

## BAB II

### VISI, MISI, TUJUAN, DAN SASARAN STRATEGIS KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

#### 2.1 VISI KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

Pada hakikatnya, kondisi umum, potensi, dan permasalahan yang diidentifikasi pada bab sebelumnya merupakan lingkungan strategis yang dihadapi oleh Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif pada saat ini maupun hingga 5 (lima) tahun ke depan. Hasil identifikasi dan analisis lingkungan strategis tersebut menjadi bekal bagi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dalam memproyeksikan kondisi strategis yang memungkinkan (*plausible*) maupun diharapkan (*aspired*) terwujud dalam kurun waktu 2025-2029.

Visi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai kondisi yang diharapkan terwujud pada 2029 ini tidak dapat dilepaskan dari visi pembangunan nasional 2025-2029. Undang-undang Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2025-2045 telah menyatakan Visi Indonesia Emas 2045, yaitu *“Indonesia sebagai NKRI yang bersatu, berdaulat, maju, dan berkelanjutan”*.

Adapun konsep visi RPJMN 2025-2029 telah disampaikan oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Kemen PPN/Bappenas) berdasarkan visi Presiden dan Wakil Presiden 2024-2029, yaitu *“Bersama Indonesia Maju menuju Indonesia Emas 2045”*. Visi tersebut mengandung arti bahwa pembangunan membutuhkan kerja sama seluruh putra-putri terbaik bangsa yang memiliki kesamaan tekad, dengan dasar fondasi kuat yang telah dibangun pada masa kepemimpinan presiden sebelumnya, sehingga berhasil mewujudkan Indonesia setara negara maju di tahun 2045 dan mencapai cita-cita Indonesia Emas 2045.

Sesuai ketentuan Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, Renstra-KL memuat visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, program, dan kegiatan pembangunan sesuai dengan tugas dan fungsi Kementerian/Lembaga yang disusun dengan berpedoman pada RPJMN.

Lebih lanjut, dalam Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga, rumusan visi K/L harus mendukung pencapaian visi dan misi Presiden dan Wakil Presiden terlantik dengan ketentuan penulisan berupa pencantuman eksplisit keberadaan visi K/L dalam rangka mewujudkan visi Presiden dan Wakil Presiden.

Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai bagian dari mesin pembangunan nasional, dengan demikian, merumuskan visi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029 yang selaras dengan visi Presiden dan Wakil Presiden 2024-2029 dan berkontribusi pada visi pembangunan nasional 2025-2029, sebagai berikut: *“Terwujudnya Ekosistem Ekonomi Kreatif Indonesia sebagai Mesin baru Pertumbuhan Ekonomi dalam rangka Mewujudkan Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”*

Rumusan visi tersebut mengandung makna filosofis dan strategis. Tanggung jawab pemerintah dalam menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif merupakan pertimbangan utama yang melandasi Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Oleh karenanya, ekosistem ekonomi kreatif merupakan objek hasil

yang harus diwujudkan oleh Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai kementerian yang menyelenggarakan sub urusan pemerintahan ekonomi kreatif. Adapun objek hasil tersebut harus memiliki kriteria yang spesifik sebagai pemandu kualitas yang harus diwujudkan oleh Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Kriteria spesifik tersebut meliputi:

<b>1. Berdaya Saing</b> Ekonomi kreatif Indonesia harus dapat tumbuh kokoh secara domestik namun juga memiliki daya saing pada tingkat global.	<b>2. Berwawasan Lingkungan dan Kebudayaan</b> Pengembangan ekonomi kreatif harus berdasarkan prinsip <i>sustainability</i> baik dalam perspektif lingkungan hidup maupun lingkungan sosial budaya, serta merupakan bentuk pemajuan kebudayaan dan nilai-nilai luhur yang bertumbuh-kembang di seluruh penjuru tanah air.	<b>3. Kondusif</b> Ekosistem ekonomi kreatif dibangun secara komprehensif sehingga selaras dengan arah pembangunan dan sistem perekonomian nasional secara keseluruhan.
---	--	--

Seluruh kriteria tersebut diarahkan pada peran ekosistem ekonomi kreatif sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional (*new engine of growth*) yang dimulai dari daerah.

2.2 MISI KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

Sebagai bagian dari pendekatan politik dalam perencanaan pembangunan nasional, Presiden dan Wakil Presiden 2024-2029 telah menetapkan 8 (delapan) misi yang disebut sebagai Asta Cita, yaitu:

- a. memperkuat ideologi Pancasila, demokrasi, dan hak asasi manusia (HAM);
- b. memantapkan sistem pertahanan dan keamanan negara dan mendorong kemandirian bangsa melalui swasembada pangan, energi, air, ekonomi kreatif, ekonomi hijau, dan ekonomi biru
- c. meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif, dan melanjutkan pengembangan infrastruktur;
- d. memperkuat pembangunan sumber daya manusia (SDM), sains, teknologi, pendidikan, kesehatan, prestasi olahraga, kesetaraan gender, serta penguatan peran perempuan, pemuda, dan penyandang disabilitas;
- e. melanjutkan hilirisasi dan industrialisasi untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri;
- f. membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan;
- g. memperkuat reformasi politik, hukum, dan birokrasi, serta memperkuat pencegahan dan pemberantasan korupsi dan narkoba; dan
- h. memperkuat penyelarasan kehidupan yang harmonis dengan lingkungan, alam, dan budaya, serta peningkatan toleransi antarumat beragama untuk mencapai masyarakat yang adil dan Makmur.

Secara filosofis, pembangunan di bidang ekonomi kreatif turut berkontribusi pada kedelapan Asta Cita. Namun demikian, dalam kerangka perencanaan pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2025-2029, secara spesifik ekonomi kreatif difokuskan pada Asta Cita ke-3 (Meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan Industri Kreatif, dan melanjutkan pengembangan infrastruktur). Selain itu, kontribusi Ekonomi Kreatif pada

nilai tambah dalam negeri ikut mendukung Asta Cita ke-5 yaitu Melanjutkan Hilirisasi dan industrialisasi untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri. Hal ini tidak lepas dari penyesuaian pendekatan politik Asta Cita dengan pendekatan lainnya (teknokratik, sosial, *top-down*, dan *bottom-up*) sehingga rumusan Asta Cita dalam RPJMN 2025-2029 menjadi sebagai berikut:

1. memperkuat ideologi Pancasila, demokrasi, dan hak asasi manusia (HAM);
2. memantapkan sistem pertahanan dan keamanan negara dan mendorong kemandirian bangsa melalui swasembada pangan, energi, air, ekonomi syariah, ekonomi digital, ekonomi hijau, dan ekonomi biru;
3. melanjutkan pengembangan infrastruktur dan meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif serta mengembangkan agro-maritim industri di sentra produksi melalui peran aktif koperasi;
4. memperkuat pembangunan sumber daya manusia (SDM), sains, teknologi, pendidikan, kesehatan, prestasi olahraga, kesetaraan gender, serta penguatan peran perempuan, pemuda (generasi milenial dan generasi Z), dan penyandang disabilitas;
5. melanjutkan hilirisasi dan mengembangkan industri berbasis sumber daya alam untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri;
6. membangun dari desa dan dari bawah untuk pertumbuhan ekonomi, pemerataan, ekonomi, dan pemberantasan kemiskinan;
7. memperkuat reformasi politik, hukum, dan birokrasi, serta memperkuat pencegahan dan pemberantasan korupsi, narkoba, judi, dan penyelundupan;
8. memperkuat penyelarasan kehidupan yang harmonis dengan lingkungan, alam dan budaya, serta peningkatan toleransi antarumat beragama untuk mencapai masyarakat yang adil dan Makmur.

Berdasarkan misi pembangunan nasional tersebut, rumusan misi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif untuk periode 2025-2029 dalam pencapaian visi Presiden dan Wakil Presiden adalah sebagai berikut:

1. Memperkuat Ekosistem Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual dengan Mengembangkan Riset, Pendidikan, Fasilitas Kekayaan Intelektual, Penyediaan Infrastruktur, Pendanaan dan Pembiayaan, Pengembangan Sistem Pemasaran dan Pelindungan Hasil Kreativitas; dan
2. Mengakselerasi transformasi tata Kelola dan kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang profesional, akuntabel, transparan, partisipatif, dan berbasis digital.

### 2.3 TUJUAN KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

Sebagai penerjemahan atas visi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang juga sejalan dengan sasaran pembangunan nasional, ditetapkan tujuan strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, yaitu

1. Meningkatkan Nilai Tambah, Menciptakan Lapangan Kerja, Mendorong Hilirisasi dan Komersialisasi, serta Meningkatkan Daya Saing dan Diplomasi Kreatif; dan

2. Terwujudnya Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang andal, terpercaya, dan modern.

Rumusan tujuan strategis tersebut selaras dengan tujuan pembangunan nasional yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2025-2045, khususnya pada misi (agenda) pembangunan ke-2 yaitu transformasi ekonomi. Indikator keberhasilan dari masing-masing tujuan strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029 merupakan cerminan dari indikator pada misi (agenda) pembangunan tersebut. Indikator ini juga merupakan Indikator Kinerja Utama (IKU) Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029 dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Tujuan Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/  
Badan Ekonomi Kreatif

Tujuan		Indikator		Keterangan Keselarasan
1	Meningkatnya Nilai Tambah, Menciptakan Lapangan Kerja, Mendorong Hilirisasi dan Komersialisasi, serta Meningkatkan Daya Saing dan Diplomasi Kreatif	1.1	Proporsi PDB Ekonomi Kreatif	Indikator Asta Cita RPJMN 2025-2029
2	Terwujudnya Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang andal, terpercaya, dan modern.	2.1	Indeks RB Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Indikator Asta Cita RPJMN 2025-2029

2.4 SASARAN STRATEGIS KEMENTERIAN/LEMBAGA

Sasaran strategis merupakan fungsi keberhasilan Rencana Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif pada arah *ultimate outcome*, yaitu kondisi yang dicapai sebagai kontribusi nyata dari program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Sasaran strategis tersebut disusun sebagai *proxy* sasaran pembangunan nasional dan/atau faktor pendukung keberhasilan utama pencapaian sasaran pembangunan pada RPJMN 2025-2029 sesuai dengan tugas dan fungsi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.

Dari kedua pendekatan tersebut, sasaran strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif disusun dengan menggunakan *logic model* baik ke atas (sebagai dukungan atas ketercapaian tujuan strategis) maupun ke bawah (sebagai kondisi akhir dari sasaran program dan sasaran kegiatan).

Rumusan sasaran strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029 beserta ukuran keberhasilannya sebagai berikut:

Sasaran Strategis 1: Menguatnya kapasitas faktor enabler (*enabling factors*) ekosistem ekonomi kreatif

Ukuran Keberhasilan/Indikator Kinerja Sasaran Strategis:

- 1.1 Pertumbuhan Investasi Ekonomi Kreatif
- 1.2 Nilai Investasi Ekonomi Kreatif
- 1.3 Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif

Sasaran Strategis 2: Meningkatnya kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional

Ukuran Keberhasilan/Indikator Kinerja Sasaran Strategis:

- 2.1 Laju Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif
- 2.2 Pertumbuhan Ekspor Ekonomi Kreatif
- 2.3 Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif

Sasaran Strategis 3: Meningkatnya kualitas tata kelola pemerintahan pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Ukuran Keberhasilan/Indikator Kinerja Sasaran Strategis:

- 3.1 Indeks Reformasi Birokrasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Dalam hal pengaturan manajemen risiko, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif akan menerbitkan Peraturan Internal tentang Manajemen Risiko di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dan Peraturan Internal tentang Penetapan Peta Risiko di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Melalui identifikasi risiko ini, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dapat melakukan antisipasi, mitigasi, dan pengelolaan risiko secara efektif sehingga sasaran strategis dapat dicapai secara optimal. Secara rinci, manajemen risiko dalam pencapaian sasaran strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.2 Manajemen Risiko dalam Pencapaian Sasaran Strategis

Sasaran Strategis	Indikasi Risiko	Perlakuan Risiko	Penanggung Jawab Risiko
SS1 Menguatnya kapasitas faktor enabler ( <i>enabling factors</i> ) ekosistem ekonomi kreatif	Potensi investasi ekonomi kreatif mengalami stagnasi	Mengintegrasikan dan melakukan Penguatan data ekonomi kreatif	Pusat Data dan Informasi
		Melakukan penguatan kebijakan strategis ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif
		Penguatan skema pendanaan, pembiayaan, dan insentif untuk pelaku ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif
		Penguatan perlindungan dan komersialisasi kekayaan intelektual ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif
		Penguatan infrastruktur ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif
		penguatan kelembagaan ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif
		Meningkatkan profesionalitas SDM dan kualitas kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Pusat Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif



Sasaran Strategis	Indikasi Risiko	Perlakuan Risiko	Penanggung Jawab Risiko
		Melakukan upaya peningkatan nilai pendanaan dan pembiayaan subsektor ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputi Bidang Kreativitas Media
	Potensi Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif tidak mencapai target	melakukan aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputi Bidang Kreativitas Media
SS2 Meningkatnya kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional	Pertumbuhan PDB Nasional mengalami stagnasi	Melakukan upaya peningkatan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Nasional	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputi Bidang Kreativitas Media
	Potensi Pertumbuhan Ekspor mengalami stagnasi	Melakukan upaya peningkatan ekspor ekonomi kreatif	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputi Bidang Kreativitas Media

Sasaran Strategis	Indikasi Risiko	Perlakuan Risiko	Penanggung Jawab Risiko
	Penurunan Jumlah tenaga kerja Ekonomi Kreatif	Meningkatkan kontribusi tenaga kerja sektor ekonomi kreatif	Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama, Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputy Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputy Bidang Kreativitas Media, Pusat Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif
SS3 Meningkatnya kualitas tata kelola pemerintahan pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Nilai Indeks Reformasi Birokrasi tidak mencapai target	Menguatkan komitmen pimpinan dan peningkatan koordinasi serta kegiatan antar unit kerja dengan konsisten dalam pelaksanaan reformasi birokrasi.	Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama, Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputy Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputy Bidang Kreativitas Media, Pusat Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif
		Penguatan alokasi anggaran berbasis hasil dan peningkatan kerja sama multi pihak dalam mendukung pencapaian kinerja program dan kegiatan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.	Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama, Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif, Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain, Deputy Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi, Deputy Bidang Kreativitas Media, Pusat Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif

BAB III  
ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, KERANGKA REGULASI, DAN KERANGKA  
KELEMBAGAAN KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN EKONOMI KREATIF

3.1 Arah Kebijakan dan Strategi Nasional

Untuk mewujudkan visi dan misi pengembangan ekonomi kreatif diperlukan kerangka kebijakan yang jelas dan terukur dalam waktu tertentu. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif menjadi landasan hukum utama yang mengatur arah penguatan ekosistem ekonomi kreatif secara nasional. Undang-undang ini menetapkan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif yang diimplementasikan melalui delapan aspek yang mencakup:

- a. Pengembangan Riset  
Pengembangan riset ekonomi kreatif yang dapat dilakukan oleh lembaga riset, perguruan tinggi, dan/atau masyarakat, yang hasilnya digunakan sebagai dasar penyusunan kebijakan di bidang ekonomi kreatif.
- b. Pengembangan Pendidikan  
Sistem pengembangan pendidikan ekonomi kreatif disusun untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas pelaku ekonomi kreatif yang mampu bersaing dalam skala global.
- c. Fasilitasi Pendanaan dan Pembiayaan  
Fasilitasi pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif yang bersumber dari APBN, APBD, dan sumber sah lainnya, termasuk melalui skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual.
- d. Penyediaan Infrastruktur  
Penyediaan infrastruktur ekonomi kreatif yang memadai untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.
- e. Pengembangan Sistem Pemasaran  
Fasilitasi pengembangan sistem pemasaran produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual.
- f. Pemberian Insentif  
Pemberian insentif kepada pelaku ekonomi kreatif dapat berupa fiskal dan/atau nonfiskal.
- g. Fasilitasi Kekayaan Intelektual  
Fasilitasi pencatatan atas hak cipta dan hak terkait serta pendaftaran hak kekayaan industri kepada pelaku ekonomi kreatif.
- h. Perlindungan Hasil Kreativitas  
Perlindungan hasil kreativitas pelaku ekonomi kreatif yang berupa kekayaan intelektual.

Implementasi delapan aspek dari ekosistem pengembangan ekonomi kreatif tersebut dapat merujuk pada praktik terbaik (*best practices*) yang telah diterapkan oleh berbagai negara dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif mereka. Sebagai perbandingan, berikut adalah pendekatan yang dilakukan oleh Inggris, Korea Selatan, dan Singapura dalam mengimplementasikan kedelapan strategi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif (Tabel 3.1):

Tabel 3.1 Perbandingan Praktik Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Inggris, Korea Selatan, dan Singapura

Kategori	Inggris	Korea Selatan	Singapura
1. Pengembangan Riset	Mendirikan Jaringan Pusat Riset Ekonomi Kreatif Nasional di Perguruan Tinggi, misalnya saja <i>Creative Industries Clusters Programme</i> (UKRI) serta <i>Creative Industries Policy and Evidence Centre</i> (PEC).	Kerja sama dengan organisasi internasional untuk riset dan kajian	Mendukung pembentukan <i>Creative Labs</i> dan pusat kolaborasi riset yang menghubungkan akademisi dengan pelaku industri kreatif
2. Pengembangan Pendidikan	Integrasi Kurikulum Pendidikan Ekraf dimulai dari Pendidikan Dasar hingga Pendidikan Tinggi, serta meningkatkan Pelatihan dan Sertifikasi bagi Guru/Dosen bidang Ekraf	Pengenalan ekonomi kreatif dimulai dari sekolah dasar dan menengah serta sertifikasi pelaku ekonomi kreatif ditunjang dengan pemberdayaan pemuda	Penguatan ekonomi kreatif yang dimulai dari sekolah dasar dan berlanjut di jenjang sekolah berikutnya
3. Fasilitas Pendanaan dan Pembiayaan	Membentuk Skema Pendanaan Awal untuk Startup Ekraf ( <i>Seed Funding</i> ) serta Pelatihan Akses Permodalan untuk pelaku ekonomi kreatif	Menciptakan ekosistem yang mendorong kolaborasi dan hubungan saling menguntungkan ( <i>Win-Wins</i> ) antara UKM dan korporasi besar dalam bentuk <i>outcome sharing system</i> dan pembentukan konsorsium	Mekanisme pendanaan didesain untuk memberikan dukungan yang fleksibel dan efektif kepada berbagai pihak yang terlibat dalam industri kreatif, mulai dari perusahaan kecil dan menengah (UKM), startup, hingga perusahaan besar. Pendanaan disediakan oleh berbagai lembaga pemerintah, mulai dari hibah, pinjaman, hingga investasi ekuitas.

Kategori	Inggris	Korea Selatan	Singapura
<b>4. Pengembangan Infrastruktur</b>	Pemetaan Infrastruktur Ekraf Nasional dan Regional didukung dengan Pembangunan <i>Creative Hub</i> Nasional	Membentuk klaster yang menghubungkan <i>regional specialized industries</i> dengan konvergensi <i>software</i> , termasuk pengembangan teknologi konvergensi <i>software</i> dan pembentukan <i>software policy lab</i>	Pengembangan kawasan khusus ekonomi kreatif
<b>5. Pengembangan Sistem Pemasaran</b>	Digitalisasi Pemasaran Ekraf Nasional serta Peningkatan Pelatihan tahunan untuk branding, <i>storytelling</i> produk kreatif dan <i>digital marketing</i> untuk usaha ekraf	Program <i>Smart Nation</i> yang mengintegrasikan teknologi digital dengan kreativitas lokal.	Platform Pemasaran Digital: Singapura mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk memasarkan produk kreatif. Program seperti <i>Singapore's Digital Marketing Programme</i> memungkinkan pelaku ekonomi kreatif untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mempromosikan karya mereka di pasar global.
<b>6. Pemberian Insentif</b>	Menyusun kebijakan insentif berbasis subsektor, Potongan pajak, Bantuan biaya produksi awal, dukungan kegiatan kolaboratif antar pelaku dan pemangku kepentingan	<i>Hallyu Policy</i> atau "Gelombang Korea" didukung oleh insentif pemerintah dan promosi budaya melalui <i>Korea Creative Content Agency</i> (KOCCA).	<i>Tax Incentives for Startups</i> : Singapura menawarkan insentif pajak yang signifikan untuk startup, termasuk di sektor ekonomi kreatif, melalui <i>Startup Tax Exemption Scheme</i> yang memungkinkan pengurangan pajak untuk perusahaan baru dalam beberapa tahun pertama mereka beroperasi.

Kategori	Inggris	Korea Selatan	Singapura
<b>7. Fasilitasi Kekayaan Intelektual (KI)</b>	Meningkatkan akses dan literasi pelaku ekonomi kreatif terhadap KI melalui pelatihan pendaftaran KI, serta didukung oleh pendampingan pendaftaran bagi komunitas dan pelaku usaha ekraf	Pembentukan sistem dan lembaga pemerintah yang memiliki kewenangan untuk menghitung valuasi KI khusus ekonomi kreatif	Mengembangkan IPOS <i>Digital Hub</i> , yang memudahkan para pelaku ekonomi kreatif untuk mengakses layanan terkait KI
<b>8. Pelindungan Hasil Kreativitas</b>	Meningkatkan kesadaran pelaku kreatif terhadap pentingnya pelindungan hasil karya melalui edukasi dan sosialisasi, misalnya saja IPO IP <i>Awareness Campaign</i> .	Mengintegrasikan teknologi <i>blockchain</i> untuk melindungi hak cipta konten media	Sistem pelindungan KI yang terintegrasi dengan pengadilan arbitrase khusus untuk sengketa KI.

Sumber: diolah oleh Direktorat Kajian dan Manajemen Strategis, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif (2025)

Hasil perbandingan menunjukkan bahwa keberhasilan sektor ekonomi kreatif di berbagai negara pada Tabel 3.1 didukung oleh kebijakan strategis yang terfokus pada subsektor spesifik, sehingga mampu meningkatkan daya saing internasional. Selain itu, sistem pelindungan kekayaan intelektual yang kuat menjadi fondasi utama untuk mendorong inovasi dan meningkatkan ekspor, menjadikan ekonomi kreatif sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional.

Keberhasilan sektor ekonomi kreatif di berbagai negara memberikan pelajaran berharga bagi Indonesia dalam mengelola potensinya. Dalam konteks ini, penting untuk merefleksikan kembali dinamika dan tantangan yang dihadapi sektor ekonomi kreatif di Indonesia, terutama dalam periode 2020–2024 lalu. Untuk merespons tantangan ini, arah kebijakan pengembangan ekonomi kreatif ke depan harus lebih terfokus pada penguatan ekosistem yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif secara berkelanjutan dan inklusif.

Lebih lanjut, RPJPN Tahun 2025-2045 telah menetapkan 8 (delapan) misi pembangunan yang akan dilakukan Indonesia dalam kurun waktu 2025-2045, yaitu transformasi sosial; transformasi ekonomi; transformasi tata kelola; supremasi hukum, stabilitas, dan kepemimpinan Indonesia;

ketahanan sosial budaya dan ekologi; pembangunan kewilayahan yang merata dan berkeadilan; sarana dan prasarana yang berkualitas dan ramah lingkungan; dan kesinambungan pembangunan. Pembangunan ekonomi kreatif merupakan bagian dari transformasi ekonomi Indonesia, yang bertujuan untuk menciptakan sumber pertumbuhan ekonomi baru. Dalam agenda ini, ekonomi kreatif diharapkan menjadi barometer ekonomi kreatif global dengan mengangkat nilai-nilai unggul budaya, seni, dan kearifan masyarakat, serta kreativitas talenta Indonesia ke tingkat global. Sasaran pengembangan ekonomi kreatif akan diwujudkan melalui:

- a. Penguatan ekosistem ekonomi kreatif berbasis kekayaan budaya dan intelektual yang didukung talenta, infrastruktur, dan pembiayaan;
- b. Peningkatan produk bernilai tambah tinggi berbasis seni dan budaya Indonesia sebagai trendsetter regional dan global secara bertahap;
- c. Peningkatan daya saing industri konten berbasis hak kekayaan budaya dan intelektual;
- d. Pengembangan hub ekonomi kreatif serta klaster ekonomi kreatif dan digital terutama di luar Jawa yang didukung rantai pasok yang inklusif dan berkelanjutan;
- e. Penumbuhan startup kreatif dan digital;
- f. Peningkatan partisipasi pada rantai pasok global; dan
- g. Penguatan kelembagaan ekonomi kreatif antara lain melalui pembentukan lembaga pengembangan dan pengelolaan kekayaan intelektual, serta kelembagaan ekonomi kreatif di tingkat provinsi.

Dalam RPJMN tahun 2025-2029, pengembangan industri kreatif merupakan bagian dari misi RPJMN atau misi Presiden yang disebut sebagai Asta Cita khususnya Asta Cita ke-3. Peningkatan ekonomi kreatif juga merupakan bagian dari program prioritas Presiden, terutama Program Prioritas ke-17 yaitu “Pelestarian seni budaya, peningkatan ekonomi kreatif, dan peningkatan prestasi olahraga”. Penguatan ekosistem ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual ditujukan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, yang dilaksanakan melalui strategi-strategi berikut:

- a. penguatan ekosistem kekayaan intelektual melalui aktivasi pendaftaran, edukasi, perlindungan, dan komersialisasi yang didukung dengan forum kolaboratif pemangku kepentingan ekonomi kreatif, termasuk *World Conference on Creative Economy*;
- b. penguatan data ekonomi kreatif serta integrasinya;
- c. perluasan dan peningkatan pangsa pasar di tingkat domestik dan global dengan aktivitas pemasaran melalui media digital dan fisik, termasuk membangun lebih banyak ruang pameran, layar bioskop, dan ruang pertunjukan seni;
- d. penguatan aksi afirmasi produk kreatif lokal yang didukung forum sinergi dan insentif;
- e. peningkatan kapasitas dan kapabilitas pelaku kreatif melalui pelatihan, sertifikasi, inkubasi produk, serta riset kolaboratif dengan institusi pendidikan tinggi;
- f. pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif, termasuk pembangunan hub/sentra kreatif yang didukung kelembagaan pengelola dan klaster kreatif sebagai ruang kreasi terutama di kota yang tergabung dalam provinsi prioritas pengembangan ekonomi kreatif dan *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Creative City Network*;
- g. penguatan struktur dan skema pendanaan, pembiayaan, dan insentif, termasuk melalui dana pengembangan konten kreatif/Indonesia *Creative Content Fund* dan *matching fund co-production*; serta

- h. penguatan regulasi, kebijakan, dan kelembagaan ekonomi kreatif di tingkat nasional dan daerah. Pelaksanaan strategi tersebut difokuskan pada provinsi prioritas yang meliputi Sumatera Utara, Sumatera Barat, Kepulauan Riau, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan, Aceh, Maluku, dan Papua.

Penguatan ekosistem ekonomi kreatif dilaksanakan melalui intervensi kebijakan (a) penguatan ekosistem pemampu ekonomi kreatif; (b) penguatan ekosistem film, animasi, video, dan musik; (c) penguatan ekosistem fesyen dan kriya; (d) penguatan ekosistem aplikasi dan gim; serta (e) penguatan ekosistem kuliner.

### 3.2 Arah Kebijakan dan Strategi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Bagian ini memuat arah kebijakan dan strategi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025-2029 yang merupakan penjabaran dari visi dan misi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Arah kebijakan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif disusun dengan mempertimbangkan kebijakan pembangunan nasional yang tercantum dalam RPJMN 2025-2029. Formulasi arah kebijakan dan strategi juga mempertimbangkan kondisi lingkungan internal maupun eksternal Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sehingga kebijakan dan strategi yang disusun dapat menjawab kebutuhan ekonomi kreatif nasional ke depan.

Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2025 tentang Penyusunan Rencana Strategis dan Rencana Kerja Kementerian/Lembaga tahun 2025-2029, menyatakan bahwa arah kebijakan adalah penjabaran urusan pemerintahan dan/atau Prioritas Pembangunan sesuai dengan Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden yang rumusannya mencerminkan bidang urusan tertentu dalam pemerintahan yang menjadi tanggung jawab Kementerian/Lembaga, berisi satu atau beberapa Program untuk mencapai sasaran strategis penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan dengan indikator kinerja yang terukur. Untuk itu dibentuklah arah kebijakan dan strategi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025-2029 dalam rangka mendukung pencapaian tujuan/sasaran strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025-2029.

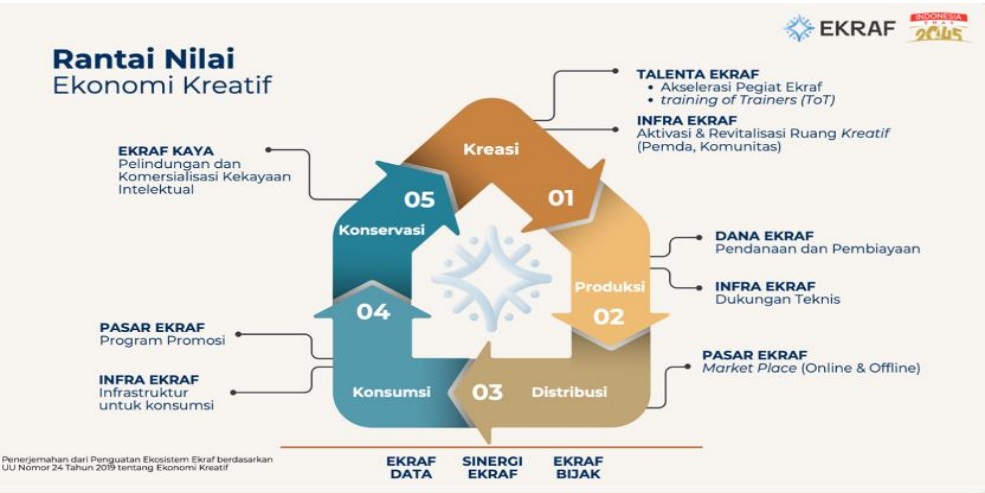
Adapun strategi pencapaian 2 (dua) misi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dilaksanakan melalui:

- a. Pemberdayaan kreativitas sumber daya manusia dilaksanakan melalui:
  - 1) pengembangan riset - melakukan penelitian yang mendukung inovasi sektor Ekonomi Kreatif dengan teknologi baru (*artificial intelligence, big data, blockchain, internet of things*) melalui sinergi heksaheliks;
  - 2) pengembangan pendidikan dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan pelatihan pelaku ekonomi kreatif melalui integrasi kurikulum dari jenjang dasar hingga tinggi;
  - 3) fasilitasi kekayaan intelektual dengan mendukung pencatatan, pendaftaran, dan pemanfaatan kekayaan intelektual melalui model bisnis berbasis kekayaan intelektual; dan
  - 4) perlindungan hukum dan penguatan sistem pembinaan, pengawasan, serta penegakan hukum hasil kreativitas.



- b. Penguatan usaha ekonomi kreatif yang berdaya saing dilaksanakan melalui:
  - 1) penyediaan infrastruktur dengan menyediakan infrastruktur fisik dan digital untuk mendukung proses kreasi, produksi, dan distribusi produk kreatif;
  - 2) pendanaan dan pembiayaan dengan memfasilitasi akses pendanaan yang inklusif melalui skema *seed funding*, *angel investor*, dan modal ventura;
  - 3) pengembangan sistem pemasaran dengan mengembangkan strategi pemasaran terintegrasi melalui citra Ekonomi Kreatif nasional dan *market intelligence*;
  - 4) pemberian insentif dengan menyusun dan menerapkan skema *tax relief/deduction*, *cash rebate*, dan *special consumption tax*.
- c. Ekonomi Kreatif sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional yang dimulai dari daerah yang dilaksanakan melalui:
  - 1) penyesuaian regulasi pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai urusan pemerintahan wajib non pelayanan dasar;
  - 2) pembentukan dinas Ekonomi Kreatif daerah baik secara mandiri maupun gabungan dengan dinas lainnya; dan
  - 3) pengembangan Klaster Subsektor Ekonomi Kreatif.
- d. Penguatan tata kelola pemerintahan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang baik dan bersih yang dilaksanakan melalui:
  - 1) Penguatan citra positif Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif
  - 2) Transformasi digital Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif
  - 3) Peningkatan kapasitas talenta dan meritokrasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif; dan
  - 4) Penguatan tata kelola yang baik dan modern.

Sebagai tindak lanjut dari strategi pencapaian misi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, penguatan ekosistem dilakukan melalui pendekatan terintegrasi yang memadukan kerangka Rantai Nilai Ekonomi Kreatif dan 8 klaster program Asta Ekraf. Rantai nilai ini mencakup lima tahap berkesinambungan: kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi. Untuk memastikan efektivitas di setiap tahap, Asta Ekraf menjadi instrumen strategis yang meliputi Ekraf Data, Ekraf Bijak, Talenta Ekraf, Infra Ekraf, Ekraf Kaya, Dana Ekraf, Pasar Ekraf, dan Sinergi Ekraf (Gambar 2).



Gambar 2. Rantai Nilai Ekonomi Kreatif

(Penerjemahan dari Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif)  
Adapun penjelasan Asta Ekraf adalah sebagai berikut (Gambar 2):

- a. **EKRAF DATA** - Penguatan Data Ekonomi Kreatif.  
Mengembangkan sistem data dan informasi ekonomi kreatif yang terintegrasi untuk mendukung pengambilan kebijakan berbasis data dan riset yang akurat.
- b. **EKRAF BIJAK** - Penguatan Regulasi, Kebijakan, dan Kelembagaan  
Memperkuat kerangka regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif serta penguatan kelembagaan di tingkat nasional dan daerah.
- c. **TALENTA EKRAF** - Penguatan Kapabilitas pelaku ekonomi kreatif  
Mengembangkan kompetensi dan kapasitas sumber daya manusia ekonomi kreatif melalui pendidikan, pelatihan, dan program pengembangan talenta.
- d. **INFRA EKRAF** - Kolaborasi Aktivasi dan Revitalisasi Ruang Kreatif  
Mengembangkan infrastruktur fisik dan digital serta ruang-ruang kreatif yang mendukung ekosistem ekonomi kreatif di berbagai daerah.
- e. **EKRAF KAYA** - Penguatan Ekosistem Kekayaan Intelektual  
Memfasilitasi pendaftaran, perlindungan, dan komersialisasi kekayaan intelektual untuk meningkatkan nilai ekonomi karya kreatif.
- f. **DANA EKRAF** - Pengembangan Akses Pendanaan, Pembiayaan, dan investasi yang berkelanjutan.
- g. **PASAR EKRAF** - Peningkatan Pangsa Pasar Domestik dan Global  
Mengembangkan strategi pemasaran dan promosi untuk memperluas jangkauan pasar produk ekonomi kreatif di dalam negeri dan ekspor.
- h. **SINERGI EKRAF** - Sinergi Heksaheliks  
Penguatan Produk Lokal Membangun kolaborasi strategis antara pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, media, dan masyarakat untuk memperkuat produk ekonomi kreatif lokal, termasuk bekerja sama dengan lembaga internasional seperti UNDP, WIPO, UNTAD, UNDESA, UNESCO, Austrade, IFI, World Bank, dan lain lain.

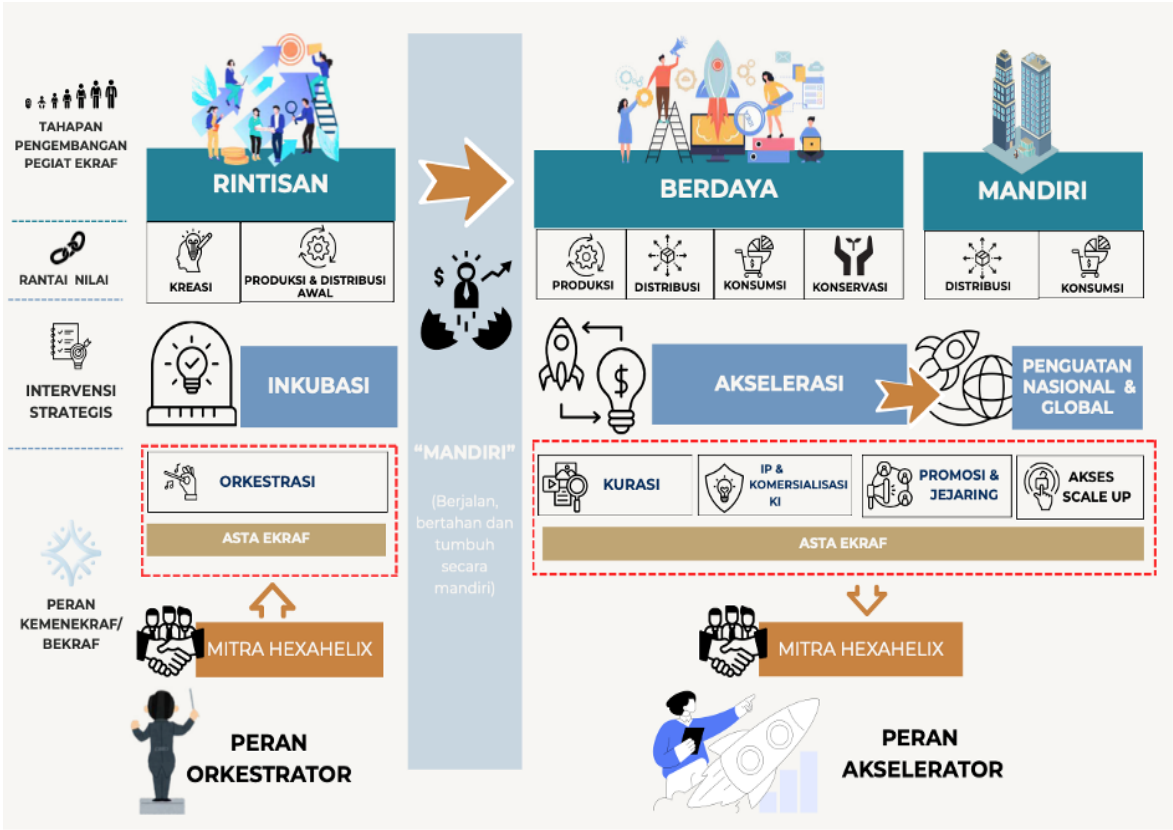


Gambar 3. Asta Ekraf

Dalam pelaksanaan arah kebijakan ekonomi kreatif, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif mengambil posisi strategis sebagai

orkestrator dan akselerator. Sebagai orkestrator, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif menyelaraskan kebijakan, program, dan inisiatif lintas pemangku kepentingan melalui sinergi heksaheliks yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, dan lembaga keuangan. Pendekatan ini memastikan koordinasi optimal dari hulu hingga hilir, menciptakan ekosistem yang sinergis dan berkelanjutan.

Sebagai akselerator, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif mempercepat pertumbuhan pelaku ekonomi kreatif yang siap berkembang melalui berbagai kegiatan dalam kerangka Asta Ekraf, seperti kurasi pelaku; perlindungan dan komersialisasi kekayaan intelektual; promosi dan jejaring; serta pembukaan akses *scale-up* melalui kemitraan strategis dengan jejaring heksaheliks (Gambar 4).



Arah kebijakan ekonomi kreatif juga memastikan keterlibatan kelompok rentan, seperti perempuan, pemuda, penyandang disabilitas, lansia, masyarakat adat, pekerja migran, dan masyarakat di wilayah tertinggal, terdepan, terluar, dan perbatasan (3TP). Pendekatan inklusif ini selaras dengan Undang-Undang No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia serta pedoman internasional dari OECD (2025), UNDESA (2025), dan UNCTAD (2025).

Kedelapan klaster Asta Ekraf tersebut diimplementasikan melalui berbagai arah kebijakan, strategi, dan kegiatan yang telah dirancang secara sistematis dalam periode 2025-2029. Rincian implementasi program-program tersebut mencakup pembagian klaster program yang spesifik dan timeline pelaksanaan yang terstruktur untuk memastikan tercapainya target pengembangan ekonomi kreatif nasional (Tabel 3.2)

Tabel 3.2 Arah Kebijakan, Strategi, Kegiatan, Kluster Program, dan Lini Masa Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Periode 2025-2029

No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Kluster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
1	Pemberdayaan Kreativitas SDM	Pengembangan Riset: Inovasi berbasis teknologi (AI, big data, blockchain, IoT) melalui sinergi heksaheliks.	Big Data Ekonomi Kreatif	Ekraf Data	✓	✓	✓	✓	✓
			Outlook Ekonomi Kreatif (Kajian KBLI)	Ekraf Data	✓	✓	✓	✓	✓
			Penguatan regulasi (Revisi UU Hak Cipta, Revisi UU Pemerintah Daerah, Penyusunan Peraturan Presiden tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif, Revisi Peraturan Presiden tentang Gim, Penyusunan Peraturan Menteri tentang Penilai KI)	Ekraf Bijak dan Ekraf Kaya	✓	✓	✓		
			Penguatan Kebijakan (Kajian Rekomendasi UU Hak Cipta, Kajian Revisi Perpres Gim, Kajian Pembiayaan berbasis KI)	Ekraf Bijak, Ekraf Kaya, dan Dana Ekraf	✓	✓			
			Penguatan Kelembagaan Dinas Ekonomi Kreatif Daerah	Ekraf Bijak dan Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Mendorong Pusat Riset Ekonomi Kreatif di Perguruan Tinggi dan lembaga riset pemerintah	Infra Ekraf		✓	✓	✓	✓
			Mengembangkan skema insentif untuk riset ekonomi kreatif	Dana Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓

No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Klaster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
		Pengembangan Pendidikan: Integrasi kurikulum Ekraf dari jenjang dasar hingga tinggi.	Meningkatkan kompetensi pekerja kreatif	Talenta Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Pembentukan Konsorsium Pendidikan Tinggi Ekonomi Kreatif	Talenta Ekraf dan Sinergi Ekraf	✓	✓			
			Pengembangan talenta ekraf	Talenta Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Pengembangan talenta digital	Talenta Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Inkubasi pengembangan subsektor ekraf	Talenta Ekraf dan Pasar ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Inkubasi produk kreatif berbasis riset dan berdaya saing	Talenta Ekraf dan Pasar Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
		Fasilitasi Kekayaan Intelektual: Dukungan pencatatan, pendaftaran, dan pemanfaatan	Edukasi KI kepada Pelaku Ekonomi Kreatif	Talenta Ekraf dan Ekraf Kaya	✓	✓	✓	✓	✓
			Fasilitasi Pendaftaran dan Pencatatan KI	Ekraf Kaya dan Ekraf Data	✓	✓	✓	✓	✓
			Fasiltasi Komersialisasi KI	Ekraf Kaya dan Pasar Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓

No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Klaster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
		kekayaan intelektual berbasis model bisnis.	Kerjasama dengan lembaga internasional untuk mendukung perlindungan KI	Ekraf Kaya dan Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
		Perlindungan Kreativitas: Perlindungan hukum, penguatan sistem pembinaan, pengawasan, dan penegakan hukum.	Advokasi penegakan hukum pelanggaran KI	Ekraf Kaya	✓	✓	✓	✓	✓
			Memperkuat jejaring dan kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif	Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
2	Penguatan Usaha Ekonomi Kreatif Berdaya Saing	Penyediaan Infrastruktur: Fisik dan TIK untuk mendukung kreasi hingga distribusi produk kreatif.	Pembentukan Klaster Kreatif	Infra Ekraf dan Sinergi Ekraf		✓	✓	✓	✓
			Aktivasi Ruang Kreatif	Infra Ekraf dan Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
		Pendanaan dan Pembiayaan: Akses inklusif melalui <i>seed funding</i> , <i>angel investor</i> , dan modal ventura.	Pengembangan Skema pendanaan dan pembiayaan Ekonomi Kreatif	Dana Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Literasi Bisnis bagi pelaku usaha Ekonomi Kreatif	Talenta Ekraf dan Dana Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓



No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Klaster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
		Pengembangan Pemasaran: Strategi pemasaran terintegrasi melalui brand payung dan <i>market intelligence</i> .	Pameran Produk Ekonomi Kreatif	Pasar Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Fasilitasi Keikutsertaan Pelaku Ekraf Dalam Kompetisi Internasional dan Nasional	Talenta Ekraf dan Pasar Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Promosi Pada Event/Pameran/Festival Dalam dan Luar Negeri	Pasar Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
			Menyusun Rencana Aksi Citra ekonomi kreatif nasional (Brand Payung Ekraf)	Ekraf Bijak dan Pasar ekraf	✓	✓			
		Pemberian Insentif: Skema <i>tax relief/ deduction, cash rebate, dan special consumption tax</i> .	Bantuan insentif pemerintah untuk pelaku ekonomi kreatif	Ekraf Bijak dan Dana Ekraf		✓	✓	✓	✓
			Program Insentif Riset Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif	Ekraf Bijak dan Dana Ekraf		✓	✓	✓	✓
3	Ekraf Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi dari Daerah	Penyesuaian Regulasi: Ekraf sebagai urusan wajib non-pelayanan dasar.	Advokasi untuk peningkatan sub-urusan ekonomi kreatif menjadi urusan pemerintahan	Ekraf Bijak dan Sinergi Ekraf	✓	✓	✓		

No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Klaster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
		Pembentukan Dinas Ekraf: Mandiri atau gabungan dengan dinas lain di daerah.	Advokasi untuk pembentukan Dinas Ekonomi Kreatif di Pemerintah Daerah	Ekraf Bijak dan Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
		Pengembangan Klaster Subsektor: Penguatan subsektor kreatif secara regional.	Memperkuat jejaring dan kolaborasi heksaheliks	Sinergi Ekraf	✓	✓	✓	✓	✓
4	Penguatan tata kelola pemerintahan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang baik dan bersih	Penguatan citra positif Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Peningkatan manajemen pelayanan publik	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓
		Transformasi digital Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Penyusunan dan pelaksanaan arsitektur dan peta rencana SPBE	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓
			Penguatan manajemen pengetahuan berbasis <i>big data</i> sebagai strategi <i>institutional information-based system</i>	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓
		Peningkatan kapasitas talenta dan meritokrasi	Pembangunan dan pelaksanaan manajemen talenta	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓



No	Arah Kebijakan	Strategi	Kegiatan	Klaster Program	Lini Masa Pelaksanaan				
					2025	2026	2027	2028	2029
		Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Pembangunan dan pengembangan pembelajaran terintegrasi melalui <i>merit system</i>	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓
		Penguatan tata kelola yang baik dan modern	Pembangunan budaya kinerja, budaya risiko, dan budaya inovasi di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Program Dukungan Manajemen	✓	✓	✓	✓	✓
			Pembangunan model tata kelola platform kolaboratif dalam pelaksanaan tugas	Program Dukungan Manajemen	✓	✓			

Kegiatan di atas bersifat terbuka terhadap perubahan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dinamika industri, dan bentuk ekspresi kreatif yang akan ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

3.3 Kerangka Regulasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Kerangka Regulasi berisikan perencanaan pembentukan regulasi dalam rangka memfasilitasi, mendorong dan mengatur perilaku Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dalam penyelenggaraan negara. Kerangka Regulasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif untuk Tahun 2025-2029 harus bisa mengakomodir proses transformasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif ke arah yang lebih baik dalam penyelenggaraan organisasi yang efektif dan efisien. Kerangka regulasi diperlukan sebagai landasan operasional arah kebijakan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dalam rangka mencapai sasaran strategis yang telah ditetapkan.

Salah satu bentuk transformasi adalah dengan melakukan pengembangan ekosistem dan rantai nilai pada masing-masing subsektor. Selain itu peran Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai *enabler* juga perlu dikuatkan dengan regulasi yang mumpuni.

Tabel 3.3 mendeskripsikan kerangka regulasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025-2029, sedangkan rincian lebih detail kerangka regulasi yang akan disusun oleh Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dapat dilihat pada lampiran IV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Tabel 3.3 Kerangka Regulasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Periode 2025-2029

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
1	Rancangan Peraturan Presiden tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Tahun 2026-2045	akan berakhirnya Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2018-2025 yang ditetapkan dengan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 dan telah ditetapkannya Undang Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif sehingga pengaturan tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif tersebut perlu dilakukan penyelarasan terhadap materi muatannya dengan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Regulasi mewajibkan adanya dokumen Rindekraf yang berlaku selama 20 tahun. Penyusunan Rindekraf Tahun 2026-2045 ini sangat penting untuk mendukung pencapaian Visi Indonesia Emas 2045, terutama dalam menciptakan lapangan kerja berkualitas bagi generasi muda, serta memastikan pengembangan ekonomi kreatif yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing global.	2026

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
2	Rancangan Peraturan Presiden tentang Perubahan Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2024 tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional	perlunya evaluasi terhadap pengaturan yang berlaku saat ini untuk menyikapi dinamika industri yang semakin kompleks dan berkembang cepat. Secara substantif, perubahan ini diperlukan untuk menjawab tantangan ketimpangan ekosistem, ketertinggalan regulasi terhadap teknologi baru serta perubahan nomenklatur Kementerian/ Lembaga. Perubahan juga ditujukan untuk memperkuat kerangka kelembagaan, pendanaan, SDM, dan keberlanjutan program nasional yang mendukung industri gim sebagai sektor strategis ekonomi digital.	2026
3	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Rekonstruksi Pajak Royalti bagi Penulis	perlunya kebijakan perpajakan yang lebih adil dan proporsional terhadap karakteristik penghasilan profesi kepenulisan. Meskipun royalti telah dikategorikan sebagai objek pajak dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan, penerapan tarif dan mekanisme penghitungan saat ini sering kali belum mencerminkan kemampuan membayar penulis, yang umumnya menghadapi penghasilan tidak tetap, biaya produksi karya yang tinggi, serta risiko pasar yang signifikan. Kebijakan perpajakan yang tidak sensitif terhadap kondisi tersebut dapat menghambat produktivitas dan kontribusi budaya penulis, yang seharusnya mendapat perlindungan sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Hak Cipta.	2028

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
4	Rancangan Peraturan Presiden terkait Pusat Fesyen Muslim Dunia	<p>Berdasarkan laporan terbaru The Global Islamic Economy Indicator Score (The State of the Global Islamic Economy 2024/25 Report), Indonesia berhasil menempati peringkat pertama sebagai negara dengan industri modest fashion terbaik, diikuti oleh Malaysia (2), Italy (3), Turkiye (4) dan Singapura (5) <a href="https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425">https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425</a> Prestasi tersebut menegaskan posisi Indonesia sebagai pusat utama fesyen syariah global dan memperkuat daya saing industri kreatif nasional di pasar internasional. Indonesia dengan mayoritas penduduk Muslim tidak hanya memiliki peranan penting sebagai konsumen busana muslim di kancah pasar ekonomi Islam dunia, namun juga memiliki prospek yang besar dalam mendominasi distribusi produk fashion muslim secara global.</p> <p>Sejak 2019 Indonesia telah mencanangkan diri sebagai kiblat busana muslim dunia. Meskipun sempat tertunda karena pandemi, arah kebijakan ini terus diperkuat dalam RPJMN 2025–2029. Namun hingga saat ini belum terdapat kebijakan lintas sektor yang secara komprehensif mengatur arah pembangunan fesyen muslim secara nasional, dan belum mengacu pada kerangka regulasi yang bersifat mengikat dan berjangka panjang. Oleh karenanya, diperlukan suatu kebijakan dalam bentuk Peraturan Presiden yang menetapkan arah strategis nasional dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat pengembangan fesyen muslim dunia. Kebijakan ini sekaligus akan memperkuat posisi Indonesia dalam diplomasi budaya global, serta mendukung pencapaian visi Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia.</p>	2028
5	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan	perlunya Penyediaan instrumen pemetaan potensi dan permasalahan dalam ekosistem ekonomi kreatif nasional untuk memahami dinamika sektor ekonomi kreatif secara	2026

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Ekonomi Kreatif tentang Indeks Nasional Ekonomi Kreatif (INEKRAF)	komprehensif. selain sebagai alat pemetaan, instrumen ini juga berfungsi sebagai alat pembanding, evaluasi, dan pemberi masukan bagi pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi. Para pengambil keputusan dapat menilai efektivitas kebijakan yang telah diterapkan serta melakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh. sehingga akan tercipta ekosistem ekonomi kreatif yang lebih inklusif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan tren serta tantangan ekonomi yang terus berkembang.	
6	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penilai Kekayaan Intelektual	pengaturan ini diperlukan dalam rangka mengoptimalkan implementasi Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 mengenai pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, perlu untuk menyusun regulasi tambahan yang berkaitan dengan penilai kekayaan intelektual.	2025
7	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Satu Data Bidang Ekonomi Kreatif	Melaksanakan ketentuan Pasal 14 ayat (3) dan Pasal 15 ayat (2) Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia, serta merupakan penyesuaian Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 8 Tahun 2022 tentang Satu Data Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.	2025
8	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengembangan Fesyen Muslim	Rancangan Peraturan Menteri bertujuan menjadi payung hukum dan arahan kerja bersama dalam mendorong ekosistem fesyen muslim, mencakup aspek: kreasi fesyen, kurikulum pendidikan, prinsip syariat Islam, sertifikasi halal, <i>market intelligence</i> , <i>nation branding</i> , museum sejarah, dan pembentukan Dewan Fesyen Muslim Indonesia. Muslim fesyen terbukti mampu menyerap tenaga kerja, memperkuat UMKM, dan berkontribusi terhadap ekspor. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang mendorong pembiayaan syariah, sertifikasi halal, inovasi bahan, dan digitalisasi pasar.	2026
9	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi	Dokumen Renstra (Rencana Strategis) adalah dokumen perencanaan jangka menengah (lima tahunan) yang disusun oleh Kementerian	2025

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025-2029	Ekonomi kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang Isinya memuat Visi, misi, tujuan, sasaran, strategi, kebijakan, program, dan kegiatan untuk 5 tahun. Disusun sebagai turunan dari dokumen perencanaan yakni berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025 tentang RPJMN. Renstra ini menjadi acuan penyusunan rencana kerja (Renja) tahunan dan penganggaran.	
10	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Perizinan Berusaha Sektor Ekonomi Kreatif	Rancangan Peraturan Menteri ini disusun untuk melaksanakan ketentuan Pasal 332, Pasal 333, dan Pasal 517 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.	2025
11	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif di Daerah	Peraturan Menteri ini sebagai acuan dalam penyelenggaraan Ekonomi Kreatif di Daerah yang bertujuan untuk: a. mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas pengusaha dan Pelaku Ekonomi Kreatif; b. mendorong peningkatan daya saing, pertumbuhan, keragaman usaha dan kualitas industri kreatif; c. mendorong peningkatan perlindungan, Penyelenggaraan, dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya budaya bagi industri kreatif secara berkelanjutan; d. mendorong terbentuknya kelembagaan Ekonomi Kreatif Daerah untuk melayani kepentingan Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif; e. mendorong terwujudnya Kabupaten /Kota/Desa Kreatif sebagai kota atau desa yang mampu melayani kepentingan Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif, dan memanfaatkan secara efektif aset kreatif, serta menggunakannya sebagai dasar pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkelanjutan; dan f. mendorong pelestarian budaya, peningkatan lapangan kerja dan penurunan kemiskinan daerah.	2026

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
12	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pemberian Tunjangan Kinerja di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Rancangan Peraturan Menteri ini disusun untuk melaksanakan ketentuan Pasal 12 Peraturan Presiden Nomor 40 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Tunjangan Kinerja Pegawai di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.	2026
13	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Tata Penyusunan Kerja Sama di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk meningkatkan pengelolaan kerja sama secara tertib, efektif, dan efisien serta mendukung kinerja Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu disusun pengaturan mengenai tata cara penyusunan naskah kerja sama di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.	2026
14	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Bantuan Pemerintah di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk meningkatkan kualitas keberlanjutan ekosistem ekonomi kreatif diperlukan peningkatan kemampuan kualitas, kuantitas, dan kapasitas perorangan, kelompok masyarakat, komunitas dan organisasi kemasyarakatan bidang ekonomi kreatif yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui mekanisme bantuan pemerintah. Selanjutnya untuk pengaturan dan mekanisme pelaksanaan bantuan pemerintah bidang ekonomi kreatif diperlukan pedoman umum penyaluran bantuan pemerintah di lingkungan Kementerian dan Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.	2027
15	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala	bahwa pelaksanaan tugas pembantuan bidang ekonomi kreatif ditujukan untuk mewujudkan penyaluran dan pemerataan pembangunan ekonomi kreatif serta mendukung pencapaian	2027



No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Badan Ekonomi Kreatif tentang Tugas Pembantuan di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	agenda prioritas pembangunan nasional, memerlukan pengaturan norma, standar, prosedur, dan kriteria pelaksanaan tugas pembantuan.	
16	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penyampaian Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk mewujudkan pemerintahan yang baik dan berintegritas, bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme, pemerintah telah mewajibkan penyelenggara negara untuk menyampaikan laporan harta kekayaan yang dimilikinya. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 15 Tahun 2021 tentang Penyampaian Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	2026
17	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengendalian Gratifikasi di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk penyelenggaraan pemerintahan yang baik, bersih dan bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, pejabat/pegawai Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif wajib menolak hadiah atau suatu pemberian dari siapapun juga yang berhubungan dengan jabatan dan atau pekerjaannya. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2024 tentang Pengendalian Gratifikasi di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	2026
18	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi	bahwa untuk meningkatkan pengetahuan, pengembangan kompetensi diri, dan pengembangan karir pegawai di lingkungan	2027



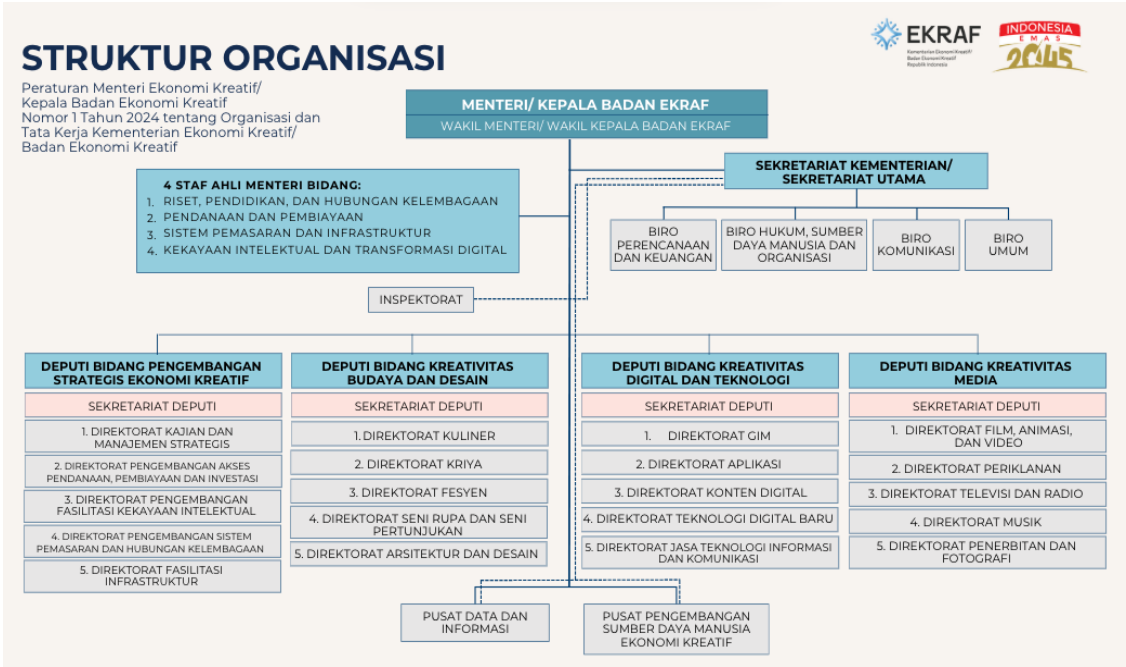
No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengembangan Kompetensi Pegawai Negeri Sipil melalui Jalur Pendidikan di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu diatur mengenai pengembangan kompetensi pegawai negeri sipil melalui jalur Pendidikan. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2023 tentang Pengembangan Kompetensi Pegawai Negeri Sipil melalui Jalur Pendidikan di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	
19	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk mengakomodasi kebutuhan organisasi dan kelancaran penyelenggaraan pemerintahan di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, serta berdasarkan Pasal 34 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan dapat menunjuk Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian, perlu mengatur tata cara penunjukan, pengangkatan, kewenangan, dan hak Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 13 Tahun 2022 tentang Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	2027
20	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pola Karier Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kementerian	bahwa untuk memberikan keselarasan antara potensi pegawai negeri sipil dengan penyelenggaraan tugas pemerintahan dan pembangunan, perlu disusun pengaturan pola karier instansi sesuai dengan kebutuhan berdasarkan pola karier nasional. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan	2028

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2022 tentang Pola Karir Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	
21	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Tata Cara Penyelesaian Kerugian Negara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 54 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2016 tentang Tata Cara Tuntutan Ganti Kerugian Negara/Daerah Terhadap Pegawai Negeri Bukan Bendahara atau Pejabat Lain, perlu diatur Tata Cara Penyelesaian Kerugian Negara Terhadap Pegawai Negeri Bukan Bendahara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif.	2028
22	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk mencapai pengelolaan keuangan negara yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel, Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif wajib melakukan Pengendalian atas penyelenggaraan kegiatan pemerintahan. Selanjutnya untuk pelaksanaan pengendalian atas penyelenggaraan kegiatan pemerintahan, serta guna memberikan keyakinan yang memadai bagi tercapainya efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan penyelenggaraan pemerintahan negara, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan, diperlukan sistem pengendalian intern pemerintah.	2026
23	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Disiplin Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja di Lingkungan Kementerian	Bahwa untuk meningkatkan pengelolaan kepegawaian dalam melaksanakan penegakan disiplin pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja dibutuhkan kepastian dalam pemeriksaan, penjatuhan dan penyampaian hukuman disiplin yang dilakukan oleh pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja. Bahwa untuk melaksanakan penegakan disiplin pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu pengaturan	2027

No	Arah Kerangka Regulasi / Kebutuhan Kerangka Regulasi	Urgensi Pembentukan berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Tahun Realisasi
	Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	mengenai pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2024 tentang Disiplin Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	

3.4 Kerangka Kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Sejalan dengan prinsip *structure follows strategy*, struktur kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif didesain untuk memastikan ketercapaian visi, tujuan, dan sasaran strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif periode 2025-2029 secara optimal. Pada saat Rencana Strategis 2025-2029 ini disusun, telah terbit Peraturan Presiden Nomor 199 Tahun 2024 tentang Kementerian Ekonomi Kreatif dan Peraturan Presiden Nomor 200 Tahun 2024 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Dalam dua peraturan tersebut, telah ditetapkan struktur organisasi pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, sebagai berikut.



Gambar 5. Struktur Organisasi Kementerian Ekonomi Kreatif/  
Badan Ekonomi Kreatif

Secara kelembagaan, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif merupakan dua entitas yang dwitunggal, di mana Kementerian merupakan kementerian kelompok ke-3 atau kementerian sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (3) Undang-undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara. Dalam tipologi ini, Kementerian Ekonomi Kreatif hanya menjalankan fungsi (a) perumusan dan penetapan kebijakan di bidangnya; (b) koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidangnya; (c) pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawabnya; dan (d) pengawasan atas pelaksanaan tugas di bidangnya. Adapun Badan Ekonomi Kreatif merupakan lembaga pemerintah non kementerian (LPNK), sehingga memiliki kewenangan operasional karena berbeda dengan kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan, LPNK pada hakikatnya melaksanakan tugas pemerintahan. Oleh karenanya, fungsi Badan Ekonomi Kreatif sebagai LPNK dapat menjangkau aras yang lebih operasional dibandingkan dengan Kementerian Ekonomi Kreatif, terutama dalam hal pelaksanaan kebijakan teknis di bidang ekonomi kreatif.

Sejalan dengan arah kebijakan nasional dan visi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029, struktur organisasi pada level pimpinan tinggi pratama kemudian disusun dengan mengedepankan peran Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam struktur ini, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai motor pembangunan ekosistem ekonomi kreatif terbagi ke dalam dua rumpun besar. Rumpun pertama adalah *enablers*, yaitu pembangunan aspek-aspek kritikal yang bersifat *cross-cutting* antar subsektor ekonomi kreatif. Peran ini akan dijalankan oleh Deputy bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif (Deputy I). Sementara itu, rumpun kedua adalah *catalysts*, yaitu unsur yang dapat mempercepat kreasi, produksi, dan pemasaran produk ekonomi kreatif. Rumpun kedua ini diperankan oleh Deputy bidang Kreativitas Budaya dan Desain (Deputy II), Deputy bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (Deputy III), dan Deputy bidang Kreativitas Media (Deputy IV).

Struktur organisasi merupakan salah satu aspek penting dalam kelembagaan, di mana prinsip dukungan terhadap kinerja dan strategi juga berlaku pada elemen-elemen kelembagaan lainnya seperti proses bisnis, sumber daya manusia, dan mekanisme kerja. Aspek-aspek ini juga merupakan aspek-aspek utama dalam misi (agenda) pembangunan Transformasi Tata Kelola yang ditetapkan dalam RPJPN 2025-2045. Oleh sebab itu, proses bisnis, manajemen SDM, dan penyiapan mekanisme kerja di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif juga harus dapat diselaraskan dengan arah kinerja dan strategi dari Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif serta secara paralel sejalan juga dengan arah kebijakan Transformasi Tata Kelola yang berlaku pada tingkat nasional.

Namun demikian, penguatan dalam kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif direncanakan memiliki fokus utama pada 3 (tiga) aspek penting, yaitu pelaksanaan manajemen talenta untuk memastikan terlaksananya meritokrasi di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif termasuk dalam hal suksesi kepemimpinan; pelaksanaan pengembangan kompetensi melalui pembelajaran terintegrasi (*corporate university*) yang memastikan setiap insan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif adalah pembelajar dan sekaligus dapat menjadi pengajar dalam sistem pembelajaran yang mendukung kinerja organisasi dan individu; serta pembangunan dan pengembangan manajemen pengetahuan berbasis

teknologi informasi dan big data dalam rangka dukungan pembuatan kebijakan (*policy support system*). Adapun detail penguatan dalam aspek kelembagaan internal Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif akan dituangkan lebih lanjut pada Roadmap Reformasi Birokrasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif 2025-2029.

BAB IV  
TARGET KINERJA DAN KERANGKA PENDANAAN  
KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

4.1 Target Kinerja

Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif diharapkan dapat berkontribusi dalam mempercepat perwujudan Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045 sebagai mesin baru pertumbuhan ekonomi. Dalam rangka mencapai visi, misi, dan tujuan dalam periode Renstra 2025-2029 telah dirumuskan 3 (tiga) Sasaran Strategis. Keterkaitan ketiga sasaran strategis tersebut dengan tujuan akan dijelaskan selanjutnya.

Guna mencapai tujuan ke-1 “Meningkatnya Nilai Tambah, Menciptakan Lapangan Kerja, Mendorong Hilirisasi dan Komersialisasi, serta Meningkatkan Daya Saing dan Diplomasi Kreatif” telah dirumuskan Sasaran Strategis: (1) Menguatnya kapasitas faktor enabler (*enabling factors*) ekosistem ekonomi kreatif, dan (2) meningkatnya kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional, sedangkan untuk mencapai tujuan ke-2 “Terwujudnya Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang andal, terpercaya dan modern” telah dirumuskan Sasaran Strategis “Meningkatnya kualitas tata kelola pemerintahan pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif”.

Keberhasilan pencapaian setiap Sasaran Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tersebut diukur melalui target kinerja atau indikator kinerja utama yang telah ditetapkan pada setiap sasaran. Penjelasan target kinerja dan indikator kinerja pada setiap sasaran strategis tersedia pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Target Kinerja Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif  
Tahun 2025-2029

Sasaran Strategis	Indikator	Satuan	Target 2025	Target 2029
<b>Sasaran Strategis 1:</b> Menguatnya kapasitas faktor enabler ( <i>enabling factors</i> ) ekosistem ekonomi kreatif				
IKSS 1.1	Pertumbuhan Investasi Ekonomi Kreatif	Persen	5,3 - 7,3	7,0 - 8,0
IKSS 1.2	Nilai Investasi Ekonomi Kreatif	Rp Triliun	123,85 - 136,28	152,30 - 183,71
IKSS 1.3	Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif	Miliar USD	26,44	32,94

<b>Sasaran Strategis 2:</b> Meningkatnya kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional				
IKSS 2.1	Laju Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif	Persen	5,3 - 5,5	6,1
IKSS 2.2	Pertumbuhan Ekspor Ekonomi Kreatif	Persen	4,9 - 5,2	6,0
IKSS 2.3	Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Juta Orang	25,55	27,66
<b>Sasaran Strategis 3:</b> Meningkatnya kualitas tata kelola pemerintahan pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif				
IKSS 3.1	Indeks Reformasi Birokrasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Indeks	A-	A

Selain itu, sesuai dengan arah RPJMN terdapat 18 penugasan untuk sektor ekonomi kreatif. Adapun indikator beserta dengan target yang akan dicapai yaitu terlampir di bawah ini (Tabel 4.2)

Tabel 4.2 Target Kinerja Penugasan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif berdasarkan RPJMN

No.	Indikator	Satuan	Target 2025	Target 2029
1	Laju pertumbuhan PDB ekonomi kreatif	%	5,3 - 5,5	<b>6,1</b>
2	Pertumbuhan ekspor ekonomi kreatif	%	4,9 - 5,2	<b>6,0</b>
3	Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif	juta orang	25,55	<b>27,66</b>
4	Pertumbuhan investasi ekonomi kreatif	%	5,3-7,3	<b>7,0-8,0</b>
5	Nilai investasi ekonomi kreatif	triliun rupiah	123,85 - 136,28	<b>152,3 - 183,71</b>

No.	Indikator	Satuan	Target 2025	Target 2029
6	Pertumbuhan PDB subsektor film, animasi, video, dan musik	%	6,8 - 7,5	<b>9,5 - 12,8</b>
7	Pertumbuhan ekspor subsektor film, animasi, video, dan musik	%	6,7 - 11,9	<b>9,5 - 13,0</b>
8	Jumlah tenaga kerja subsektor film, animasi, video, dan musik	ribu orang	203	<b>225</b>
9	Pertumbuhan PDB subsektor fesyen dan kriya	%	5,3-8,0	<b>7,2 - 8,3</b>
10	Pertumbuhan ekspor subsektor fesyen dan kriya	%	3,5	<b>6,4</b>
11	Jumlah tenaga kerja subsektor fesyen dan kriya	ribu orang	9.836	<b>10.900</b>
12	Pertumbuhan PDB subsektor aplikasi dan gim	%	6,7 - 7,0	<b>8,3 - 10,7</b>
13	Pertumbuhan ekspor subsektor aplikasi dan gim	%	6,0 - 10,0	<b>8,0 - 14,9</b>
14	Jumlah tenaga kerja subsektor aplikasi dan gim	ribu orang	187	<b>245</b>
15	Pertumbuhan PDB subsektor kuliner	%	5,3 - 8,8	<b>7,2 - 9,1</b>
16	Pertumbuhan ekspor subsektor kuliner	%	5,2 - 5,4	<b>8,0</b>
17	Jumlah tenaga kerja subsektor kuliner	ribu orang	14.048	<b>14.910</b>
18	Nilai ekspor ekonomi kreatif	miliar USD	26,44	<b>32,94</b>

#### 4.2 Kerangka Pendanaan

Kerangka pendanaan merupakan kebutuhan pendanaan secara keseluruhan untuk mencapai target sasaran strategis, sasaran program dan sasaran kegiatan melalui penguatan ekosistem ekonomi kreatif. Artinya, sumber-sumber pendanaan yang sah akan dioptimalisasi untuk mendukung tercapainya sasaran-sasaran kinerja yang telah ditetapkan, termasuk pendanaan yang berasal dari APBN, hibah, pembiayaan dari mitra pembangunan internasional, pendanaan yang dialokasikan oleh



pemerintah daerah baik dari transfer pemerintah pusat ke pemerintah daerah maupun dari pendapatan asli daerah, hingga pendanaan yang diperoleh dari mekanisme Kerja Sama Pemerintah dan Badan Usaha (KPBU).

Dalam rangka pelaksanaan peran utama Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif mendorong sektor ekonomi kreatif sebagai *New Engine of Growth*, dibutuhkan perencanaan melalui Kerangka Pengeluaran Jangka Menengah (KPJM) yang tepat (*valid*) dan memadai (*adequate*). Secara rinci, kerangka pendanaan dan perhitungan prakiraan maju, disajikan dalam bentuk tabel perhitungan prakiraan maju pada Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Anggaran yang tercantum di dalam Kerangka Pendanaan pada lampiran II Peraturan Menteri ini adalah kebutuhan anggaran Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dalam mencapai target sasaran strategis, sasaran program dan sasaran kegiatan melalui penguatan ekosistem ekonomi kreatif. Namun dalam pelaksanaannya terdapat kebijakan-kebijakan yang bisa mempengaruhi perubahan anggaran yang tercantum dalam kerangka pendanaan tersebut.

Kerangka pendanaan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang mendukung Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas/Rincian Output (RO) Prioritas yang tercantum pada Lampiran III Peraturan Menteri ini seluruhnya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, namun tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaannya bisa menggunakan sumber pendanaan lainnya yang sah (*non APBN*).

## BAB V PENUTUP

Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025–2029 merupakan dokumen perencanaan strategis yang berfungsi sebagai turunan dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan mendukung terwujudnya visi Presiden. Dokumen ini menjadi panduan utama dalam pelaksanaan program, kegiatan, serta berbagai komponen kerja untuk memastikan capaian output, outcome, dan impact yang signifikan terhadap pembangunan nasional.

Sebagai rencana pembangunan sektor ekonomi kreatif selama lima tahun ke depan, Renstra ini tidak hanya menjadi acuan pelaksanaan program, tetapi juga alat untuk memantau keberhasilan dalam pencapaian kinerja instansi, termasuk pencapaian *milestone* dari tahun ke tahun. Dalam konteks ini, Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif menghadapi tantangan transisi kelembagaan, di mana entitas ini terpisah dari Kementerian Pariwisata. Hal ini memerlukan arah kebijakan yang baru dan strategis sebagai pengampu utama sektor ekonomi kreatif.

Pengendalian dan evaluasi atas Renstra Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025-2029 akan dilakukan setiap tahun untuk menilai capaian kinerja yang ditetapkan. Pengendalian atas penyelenggaraan kegiatan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dilaksanakan melalui Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) dengan berpedoman pada Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah dan Peraturan Internal tentang Penyelenggaraan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Mekanisme penyelenggaraan SPIP di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif dikoordinasikan oleh Inspektorat Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif sebagai penjamin kualitas dan Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP) sebagai evaluator dalam penilaian tingkat maturitas SPIP Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Penilaian Maturitas SPIP tersebut diatur akan diatur melalui Peraturan Internal tentang Penilaian Maturitas Penyelenggaraan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terintegrasi pada Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.

Sementara itu, evaluasi terhadap pelaksanaan program dan kegiatan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif tahun 2025-2029 dilakukan untuk mengetahui capaian target serta menilai efisiensi, efektivitas, manfaat, dampak, dan keberlanjutan dari program dan kegiatan yang telah disusun. Mekanisme evaluasi tersebut dilakukan dengan pembuatan Laporan Kinerja Tahunan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Selain itu, juga dilakukan monitoring dan evaluasi Rencana Kerja yang dikooordinir oleh Biro Perencanaan dan Keuangan serta Direktorat Kajian dan Manajemen Strategis Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif bekerja sama dengan Kementerian PPN/Bappenas setiap triwulan. Dengan demikian, kolaborasi dan sinergi antar unit kerja di Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif serta para *stakeholders* menjadi kunci penting dalam pencapaian kinerja Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.

Keberhasilan implementasi Renstra ini sangat bergantung pada komitmen penuh dari pimpinan dan seluruh ASN Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. Perencanaan yang baik saja tidak cukup; konsistensi dalam pelaksanaan sesuai dengan rencana yang telah dirancang menjadi kunci utama. Proses implementasi harus didukung dengan sistem monitoring, pengukuran

kinerja secara berkala, dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan setiap langkah tetap sesuai jalur. Dengan pendekatan ini, ekonomi kreatif dapat benar-benar menjadi mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional, selaras dengan visi Indonesia Emas 2045.

MENTERI EKONOMI KREATIF/  
BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

TEUKU RIEFKY HARSYA



[illegible]

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSP 1.5.1 Persentase Integrasi Rantai Pasok Ekonomi Kreatif	Pusat	5 %	5 %	7 %	9 %	11 %						
	SP 1.6 Penguatan kelembagaan ekonomi kreatif													
		IKSP 1.6.1 Persentase peningkata n kelembagaa n ekonomi kreatif	Pusat	80 %	85 %	90 %	95 %	100 %						
	SP 1.7 Peningkatan Efektivitas Pemasaran Ekonomi Kreatif													
		IKSP 1.7.1 Persentase Efektivitas Pemasaran Ekonomi Kreatif	Pusat	40 %	45 %	50 %	55 %	60 %						
	SP 1.8 Peningkatan nilai Pendanaan dan Pembiayaan ekonomi kreatif berbasis budaya dan desain													Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain (D2)
		IKSP 1.8.1 Persentase peningkata n nilai pendanaan dan	Pusat	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		pembiayaan ekonomi kreatif berbasis budaya dan desain												
	SP 1.9 Peningkatan nilai Pendanaan dan Pembiayaan ekonomi kreatif berbasis digital dan teknologi													Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (D3)
		IKSP 1.9.1 Persentase peningkatan nilai pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif berbasis kreativitas digital dan teknologi	Pusat	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %						
	SP 1.10 Peningkatan nilai Pendanaan dan Pembiayaan ekonomi kreatif berbasis kreativitas media													Deputi Bidang Kreativitas Media (D4)
		IKSP 1.10.1 Persentase peningkatan nilai pendanaan dan pembiayaan ekonomi	Pusat	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,2 %						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		kreatif berbasis kreativitas media												
	SP 1.11 Peningkatan Aktivasi Pemasaran dan komersialisasi Ekonomi Kreatif Kreativitas Budaya dan Desain													<b>Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain (D2)</b>
		IKSP 1.11.1 Persentase peningkata n aktivasi pemasaran dan komersialis asi ekonomi kreatif bidang kreatifitas budaya dan desain	Pusat	10 %	15 %	20 %	25 %	30 %						
	SP 1.12 Peningkatan Aktivasi Pemasaran dan komersialisasi Ekonomi Kreatif Kreativitas Digital dan Teknologi													<b>Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (D3)</b>
		IKSP 1.12.1 Persentase peningkata n aktivasi pemasaran dan komersialis asi ekonomi	Pusat	10 %	15 %	20 %	25 %	30 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		kreatif bidang Kreativitas Digital dan Teknologi												
	SP 1.13 Peningkatan Aktivasi Pemasaran dan komersialisasi Ekonomi Kreatif Kreativitas Media													<b>Deputi Bidang Kreativitas Media (D4)</b>
		IKSP 1.13.1 Persentase peningkata n aktivasi pemasaran dan komersialis asi ekonomi kreatif bidang Kreativitas Media	Pusat	10 %	15 %	20 %	25 %	30 %						
	SP 2.1 Meningkatnya kontribusi ekonomi kreatif bidang kreativitas budaya dan desain terhadap PDB nasional													<b>Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain (D2)</b>
		<b>IKSP 2.1.1 Pertumbuh an PDB Subsektor Kuliner (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	5,3 - 8,8 %	5,8 - 8,9 %	6,5 - 9,0 %	6,8 - 9,0 %	7,2 - 9,1 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		<b>IKSP 2.1.2 Pertumbuh an PDB Subsektor Fesyen dan Kriya (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	5,3 - 8,0 %	5,9 - 8,0 %	6,1 - 8,1 %	6,7 - 8,2 %	7,2 - 8,3 %						
		IKSP 2.1.3 Pertumbuh an PDB subsektor arsitektur, desain, seni rupa dan seni pertunjuka n	Pusat	5 - 5,2 %	5,2 - 5,4 %	5,4 - 5,6 %	5,6 - 5,8 %	5,8 - 6 %						
	SP 2.2 Meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif bidang kreativitas digital dan teknologi terhadap PDB nasional													<b>Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (D3)</b>
		<b>IKSP 2.2.1 Pertumbuh an PDB Subsektor Aplikasi dan Gim(RPJM N Indikator KP)</b>	Pusat	6,7 - 7,0 %	6,9 - 7,4 %	7,4 - 8,6 %	7,6 - 9,4 %	8,3 - 10,7 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSP 2.2.2 Pertumbuh an PDB subsektor konten digital, teknologi digital baru, dan jasa teknologi informasi dan komunikasi	Pusat	1-1,2 %	1,2-1,4 %	1,4-1,6 %	1,6-1,8 %	1,8-2 %						
	SP 2.3 Meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif bidang kreativitas media terhadap PDB nasional													Deputi Bidang Kreativitas Media (D4)
		<b>IKSP 2.3.1 Pertumbuh an PDB subsektor film, animasi, video, dan musik</b>	Pusat	6,8 - 7,5 %	7,45 - 9,9 %	8,1 - 10,8 %	8,8 - 11,9 %	9,5 - 12,8 %						
		IKSP 2.3.2 Persentase pertumbuh an PDB subsektor periklanan, televisi dan radio, penerbitan, dan fotografi	Pusat	5 - 5,2 %	5,2 - 5,4 %	5,4 - 5,6 %	5,6 - 5,8 %	5,8 - 6 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		bidang keaktivitas media												
	SP 2.4 Peningkatan ekspor subsektor ekonomi kreatif bidang keaktivitas budaya dan desain													<b>Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain (D2)</b>
		<b>IKSP 2.4.1 Pertumbuh an ekspor Subsektor Kuliner</b>	Pusat	5,2 - 5,4 %	5,7 %	6,8 %	6,9 %	8,0 %						
		<b>IKSP 2.4.2 Pertumbuh an ekspor Subsektor Fesyen dan Kriya</b>	Pusat	3,5 %	4,0 %	4,7 %	5,5 %	6,4 %						
		IKSP 2.4.3 Persentase pertumbuh an ekspor subsektor arsitektur, desain, seni rupa, dan seni pertunjuka n	Pusat	0,10 - 0,12 %	0,12 - 0,14 %	0,14 - 0,16 %	0,16 - 0,18 %	0,18 - 0,20 %						
	SP 2.5 Peningkatan ekspor subsektor ekonomi kreatif bidang keaktivitas digital dan teknologi													<b>Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (D3)</b>

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		<b>IKSP 2.5.1 Pertumbuhan ekspor subsektor Aplikasi dan Gim</b>	Pusat	6,0 - 10,0 %	6,5 - 11,7 %	7,0 - 12,7 %	7,8 - 13,8 %	8,0 - 14,9 %						
		IKSP 2.5.2 Persentase pertumbuhan ekspor subsektor konten digital, teknologi digital baru, dan jasa teknologi informasi dan komunikasi	Pusat	0,10 - 0,12 %	0,12 - 0,14 %	0,14 - 0,16 %	0,16 - 0,18 %	0,18 - 0,20 %						
	SP 2.6 Peningkatan ekspor subsektor ekonomi kreatif bidang kreativitas media													<b>Deputi Bidang Kreativitas Media (D4)</b>
		<b>IKSP 2.6.1 Pertumbuhan ekspor subsektor film, animasi, video dan musik</b>	Pusat	6,7 - 11,9 %	7,3 - 12,3 %	8,1 - 12,5 %	8,5 - 12,8 %	9,5 - 13,0 %						
		IKSP 2.6.2 Pertumbuhan ekspor subsektor periklanan,	Pusat	1,3 - 1,5 %	1,5 - 1,7 %	1,7 - 1,9 %	1,9 - 2,0 %	2,0 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		televisi dan radio, penerbitan ,dan fotografi												
	SP 2.7 Meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap tenaga kerja bidang kreativitas budaya dan desain													Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain (D2)
		<b>IKSP 2.7.1</b> <b>Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor kuliner (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	14.048 Ribu Orang	14.259 Ribu Orang	14.473 Ribu Orang	14.690 Ribu Orang	14.910 Ribu Orang						
		<b>IKSP 2.7.2</b> <b>Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor fesyen dan kriya (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	9.836 Ribu Orang	10.092 Ribu Orang	10.354 Ribu Orang	10.624 Ribu Orang	10.900 Ribu Orang						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSP 2.7.3 Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor arsitektur, desain, seni rupa, dan seni pertunjukan	Pusat	572 Ribu Orang	584 Ribu Orang	599 Ribu Orang	610 Ribu Orang	624 Ribu Orang						
	SP 2.8 Meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap tenaga kerja bidang kreativitas digital dan teknologi													Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi (D3)
		<b>IKSP 2.8.1 Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor aplikasi dan gim (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	187 Ribu Orang	200 Ribu Orang	214 Ribu Orang	229 Ribu Orang	245 Ribu Orang						
		IKSP 2.8.2 Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor konten	Pusat	370 Ribu Orang	377 Ribu Orang	386 Ribu Orang	393 Ribu Orang	401 Ribu Orang						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		digital, teknologi digital baru, dan jasa teknologi informasi dan komunikasi												
	SP 2.9 Meningkatnya kontribusi ekonomi kreatif terhadap tenaga kerja bidang kreativitas media													<b>Deputi Bidang Kreativitas Media (D4)</b>
		<b>IKSP 2.9.1 Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor film, animasi, video, dan musik (RPJMN Indikator KP)</b>	Pusat	203 Ribu Orang	208 Ribu Orang	213 Ribu Orang	219 Ribu Orang	225 Ribu Orang						
		IKSP 2.9.2 Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor periklanan, televisi dan radio, penerbitan,	Pusat	330 Ribu Orang	337 Ribu Orang	346 Ribu Orang	353 Ribu Orang	361 Ribu Orang						

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 1.2.1.1 Jumlah skema pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif	Pusat	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK						
	SK 1.2.2 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif lintas subsektor													
		IKSK 1.2.1.2 Persentase usaha ekonomi kreatif yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan	Pusat	2 %	2 %	2,5 %	3 %	3,5 %						
	SK 1.3.1 Tersedianya skema insentif ekonomi kreatif													
		IKSK 1.3.1.1 Jumlah skema insentif ekonomi kreatif	Pusat	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK	1 NSPK						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 1.3.2 Terlaksananya pemanfaatan skema insentif ekonomi kreatif													
		IKSK 1.3.2.1. Jumlah promosi skema insentif ekonomi kreatif	Pusat	0 Promosi	8 Promosi	9 Promosi	10 Promosi	10 Promosi						
<b>Pengembangan Fasilitas Kekayaan Intelektual</b>									1.800	122.993	131.380	140.110	148.800	<b>Dit. Pengembangan Fasilitas Kekayaan Intelektual</b>
	SK 1.4.1 Meningkatnya fasilitas pelindungan dan komersialisasi kekayaan intelektual ekonomi kreatif													
		IKSK 1.4.1.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif yang mendapatk an fasilitas edukasi dan konsultasi kekayaan intelektual	Pusat	100 Orang	3.700 Orang	3.950 Orang	4.200 Orang	4.450 Orang						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 1.4.1.2 Jumlah produk ekonomi kreatif yang mendapatk an fasilitas pelindunga n kekayaan intelektual	Pusat	450 Produk	4.000 Produk	4.250 Produk	4.500 Produk	4.750 Produk						
		IKSK 1.4.1.3 Jumlah promosi untuk produk ekonomi kreatif KI terlindungi yang mendapat fasilitasi komersialis asi	Pusat	36 Promosi	50 Promosi	54 Promosi	58 Promosi	62 Promosi						
		IKSK 1.4.1.4 Jumlah Pelaku ekonomi kreatif yang mendapatk an fasilitas penguatan kekayaan intelektual	Pusat	500 Orang	1500 Orang	1600 Orang	1700 Orang	1800 Orang						

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	pemasaran ekonomi kreatif													
		IKSK 1.7.1.1 Jumlah strategi komunikasi pemasaran ekonomi kreatif	Pusat	0 Promosi	20 Promosi	22 Promosi	24 Promosi	26 Promosi						
	SK 1.7.2 Terselenggaranya aktivasi pemasaran ekonomi kreatif lintas subsektor													
		IKSK 1.7.2.1 Jumlah aktivasi pemasaran ekonomi kreatif lintas subsektor	Pusat	0 Promosi	270 Promosi	292 Promosi	314 Promosi	326 Promosi						
<b>Pengembangan Fasilitas Infrastruktur</b>									3.150	121.141	131.850	142.150	152.550	<b>Dit. Fasilitas Infrastruktur</b>
	SK 1.5.1 Terselenggaranya pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif													
		IKSK 1.5.1.1 Jumlah Penguatan Infrastruktural	Pusat	5 Kegiatan	18 Kegiatan	19 Kegiatan	21 Kegiatan	23 Kegiatan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		r Ruang Kreatif												
		IKSK 1.5.1.2. Jumlah Aktivasi Ruang Kreatif	Pusat	400 Orang	2500 Orang	2750 Orang	3000 Orang	3250 Orang						
		IKSK 1.5.1.3. Jumlah Desa Kreatif	Pusat	0 Kelompok Masyarakat	50 Kelompok Masyarakat	55 Kelompok Masyarakat	60 Kelompok Masyarakat	65 Kelompok Masyarakat						
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Kuliner</b>									4.000	120.624	132.686	148.108	169.414	<b>Dit. Kuliner</b>
	SK 1.8.1 Meningkatkan fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor kuliner													
		IKSK 1.8.1.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor kuliner yang mendapatkan pendanaan	Pusat	1 %	5 %	7 %	9 %	11 %						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		dan pembiayaan												
	SK 1.11.1 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor kuliner													
		IKSK 1.11.1.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor kuliner	Pusat	13 Promosi	15 Promosi	17 Promosi	19 Promosi	21 Promosi						
	SK 2.1.1 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor kuliner yang difasilitasi													
		IKSK 2.1.1.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif	Pusat	0 %	20 %	25 %	30 %	35 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		subsektor kuliner yang difasilitasi.												
	SK 2.4.1 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor kuliner													
		IKSK 2.4.1.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor kuliner yang mendapatkan fasilitasi atau pendampingan ekspor	Pusat	18 industri	85 Industri	94 Industri	105 Industri	119 industri						
	SK 2.7.1 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor kuliner													
		IKSK 2.7.1.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor kuliner	Pusat	0 %	10 %	15 %	20 %	25 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		yang difasilitasi												
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Kriya</b>									2.050	107.915	153.459	184.150	220.981	<b>Dit. Kriya</b>
	SK 1.8.2 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor kriya													
		IKSK 1.8.2.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor kriya yang mendapatkan pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
	SK 1.11.2 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor kriya													
		IKSK 1.11.2.1 Jumlah aktivasi pemasaran	Pusat	1 Promosi	13 Promosi	18 Promosi	21 Promosi	25 promosi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor kriya												
	SK 2.1.2 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor kriya yang difasilitasi													
		IKSK 2.1.2.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor kriya yang difasilitasi.	Pusat	0 %	20 %	25 %	30 %	35 %						
	SK 2.4.2 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor kriya													
		IKSK 2.4.2.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor	Pusat	12 Industri	100 Industri	106 Industri	127 Industri	152 Industri						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		kriya yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor												
	SK 2.7.2 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor kriya													
		IKSK 2.7.2.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor kriya yang difasilitasi	Pusat	0 %	10 %	15 %	20 %	25 %						
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Fesyen</b>									2.050	114.524	125.400	136.850	149.050	<b>Dit. Fesyen</b>
	SK 1.8.3 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor fesyen													
		IKSK 1.8.3.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor fesyen yang mendapatk	Pusat	1 %	5 %	5 %	5 %	5 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		an pendanaan dan pembiayaan												
	SK 1.11.3 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor fesyen													
		IKSK 1.11.3.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor fesyen	Pusat	1 Promosi	20 Promosi	22 Promosi	24 Promosi	26 Promosi						
	SK 2.1.3 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor fesyen yang difasilitasi													
		IKSK 2.1.3.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif	Pusat	0 %	40 %	43 %	47 %	50 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		subsektor fesyen yang difasilitasi.												
	SK 2.4.3 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor fesyen													
		IKSK 2.4.3.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor fesyen yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor	Pusat	10 Industri	100 Industri	110 Industri	120 Industri	130 Industri						
	SK 2.7.3 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor fesyen													
		IKSK 2.7.3.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor fesyen yang difasilitasi	Pusat	0 %	20 %	23 %	27 %	30 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Seni Rupa dan Seni Pertunjukan									350	71.524	75.100	77.353	79.673	Dit. Seni Rupa dan Seni Pertunjukan
	SK 1.8.4 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukkan													
		IKSK 1.8.4.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukk an yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	1 %	1,5 %	1,5 %	2 %						
	SK 1.11.4 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukkan													
		IKSK 1.11.4.1 Jumlah aktivasi	Pusat	1 Promosi	10 promosi	10 Promosi	10 promosi	10 promosi						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		pemasaran dan komersialisasi produk ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukkan												
	SK 2.1.4 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukan yang difasilitasi													
		IKSK 2.1.4.1 Persentase peningkatan nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukan yang difasilitasi.	Pusat	0 %	20 %	20 %	20 %	20 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.4.4 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor seni rupa dan seni pertunjukan													
		IKSK 2.4.4.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukan yang mendapatkan fasilitas atau pendampingan ekspor	Pusat	4 Industri	98 Industri	98 Industri	98 Industri	98 Industri						
	SK 2.7.4 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor seni rupa dan seni pertunjukan													
		IKSK 2.7.4.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor seni rupa	Pusat	0 %	20 %	20 %	20 %	20 %						

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 1.11.5.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain	Pusat	0 Promosi	18 Promosi	20 Promosi	22 Promosi	24 Promosi						
	SK 2.1.5 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain yang difasilitasi													
		IKSK 2.1.5.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain yang difasilitasi.	Pusat	0 %	5 %	6 %	7 %	8 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.4.5 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor arsitektur dan desain													
		IKSK 2.4.5.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor	Pusat	0 Badan Usaha	2 Badan Usaha	5 Badan Usaha	8 Badan Usaha	11 Badan Usaha						
	SK 2.7.5 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain													
		IKSK 2.7.5.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor arsitektur dan desain	Pusat	0 %	5 %	10 %	15 %	20 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		yang difasilitasi												
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Gim</b>									2.500	121.987	124.427	126.916	129.454	<b>Dit. Gim</b>
	SK 1.9.2 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor gim													
		IKSK 1.9.2.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor gim yang mendapatkan pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	8 %	8 %	8 %	8 %						
	SK 1.12.2 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor gim													
		IKSK 1.12.2.1 Jumlah aktivasi pemasaran	Pusat	2 Promosi	20 Promosi	22 Promosi	24 Promosi	26 Promosi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor gim												
	SK 2.2.2 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor gim yang difasilitasi													
		IKSK 2.2.2.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor gim yang difasilitasi.	Pusat	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
	SK 2.5.2 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor gim													
		IKSK 2.5.2.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor	Pusat	5 start up	30 start up	40 start up	50 start up	50 start up						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		gim yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor												
	SK 2.8.2 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor gim													
		IKSK 2.8.2.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor gim yang difasilitasi	Pusat	0 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Aplikasi</b>									2.000	90.668	92.482	94.279	96.165	<b>Dit. Aplikasi</b>
	SK 1.9.1 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor Aplikasi													
		IKSK 1.9.1.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor aplikasi	Pusat	1 %	1,5 %	2 %	2,5 %	3 %						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan												
	SK 1.12.1 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor aplikasi													
		IKSK 1.12.1.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor aplikasi	Pusat	0 Promosi	14 promosi	14 Promosi	14 Promosi	14 Promosi						
	SK 2.2.1 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor aplikasi yang difasilitasi													
		IKSK 2.2.1.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk	Pusat	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		ekonomi kreatif subsektor aplikasi yang difasilitasi.												
	SK 2.5.1 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor aplikasi													
		IKSK 2.5.1.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor aplikasi yang mendapatkan fasilitasi atau pendampingan ekspor	Pusat	0 Start Up	8 Start up	8 Start up	8 Start up	8 Start up						
	SK 2.8.1 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor aplikasi													
		IKSK 2.8.1.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif	Pusat	0 %	8 %	9 %	10 %	11 %						

[illegible]

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	subsektor konten digital													
		IKSK 2.5.3.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor konten digital yang mendapatkan fasilitas atau pendampingan ekspor	Pusat	3 Orang	3 Orang	4 Orang	4 Orang	4 Orang						
	SK 2.8.3 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor konten digital													
		IKSK 2.8.3.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor konten digital yang difasilitasi	Pusat	10 %	10 %	20 %	20 %	20 %						
Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Teknologi Digital Baru									1.500	71.668	73.163	74.625	76.102	Dit. Teknologi Digital Baru

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 1.9.4 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor teknologi digital baru													
		IKSK 1.9.4.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor teknologi digital baru yang mendapatkan pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	20 %	20 %	20 %	20 %						
	SK 1.12.4 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor teknologi digital baru													
		IKSK 1.12.4.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialisasi produk ekonomi	Pusat	0 Promosi	13 Promosi	13 Promosi	13 Promosi	13 Promosi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		kreatif subsektor teknologi digital baru												
	SK 2.2.4 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor teknologi digital baru yang difasilitasi													
		IKSK 2.2.4.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor teknologi digital baru yang difasilitasi.	Pusat	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
	SK 2.5.4 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor teknologi digital baru													
		IKSK 2.5.4.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif	Pusat	0 Badan Usaha	150 badan usaha	150 badan usaha	150 badan usaha	150 badan usaha						

[illegible]



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 1.10.1.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor film, animasi, video yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan	Pusat	10 %	10 %	10 %	15 %	20 %						
	SK 1.13.1 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor film, animasi, video													
		IKSK 1.13.1.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor film, animasi, video	Pusat	5 Promosi	20 Promosi	21 Promosi	22 Promosi	23 Promosi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.3.1 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor film, animasi dan video yang difasilitasi													
		IKSK 2.3.1.1 Persentase peningkata n nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor film, animasi dan video yang difasilitasi.	Pusat	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
	SK 2.6.1 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor film, animasi, dan video													
		IKSK 2.6.1.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor film, animasi	Pusat	5 badan usaha	10 badan usaha	15 badan usaha	20 badan usaha	25 badan usaha						

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 1.10.3.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor periklanan yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan	Pusat	5 %	5 %	6 %	7 %	8 %						
	SK 1.13.3 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor periklanan													
		IKSK 1.13.3.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor periklanan	Pusat	0 Kegiatan	2 Kegiatan	4 Kegiatan	6 Kegiatan	8 Kegiatan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.3.3 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor periklanan yang difasilitasi													
		IKSK 2.3.3.1 Persentase peningkatan nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor periklanan yang difasilitasi.	Pusat	5,1 %	5,2 %	5,4 %	5,6 %	6 %						
	SK 2.6.3 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor periklanan													
		IKSK 2.6.3.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor periklanan yang mendapatkan fasilitasi atau	Pusat	2 Industri	18 Industri	21 Industri	24 Industri	26 Industri						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		pendampin gan ekspor												
	SK 2.9.3 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor periklanan													
		IKSK 2.9.3.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor periklanan yang difasilitasi	Pusat	5 %	5 %	8 %	10 %	12 %						
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Televisi dan Radio</b>									900	54.000	75.100	86.100	92.650	<b>Dit. Televisi dan Radio</b>
	SK 1.10.4 Meningkatnya fasilitas akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor televisi dan radio													
		IKSK 1.10.4.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor	Pusat	1 %	5 %	7 %	7 %	9 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		televisi dan radio yang mendapatkan pendanaan dan pembiayaan												
	SK 1.13.5 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor televisi dan radio													
		IKSK 1.13.5.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialisasi produk ekonomi kreatif subsektor televisi dan radio	Pusat	0 Promosi	16 Promosi	18 Promosi	22 Promosi	26 Promosi						
	SK 2.3.4 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor televisi dan radio yang difasilitasi													
		IKSK 2.3.4.1 Persentase peningkatan	Pusat	0 %	5 %	7 %	7 %	9 %						

[illegible]



[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor musik													
		IKSK 1.13.2.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialisasi produk ekonomi kreatif subsektor musik	Pusat	12 Promosi	14 Promosi	16 Promosi	18 Promosi	20 Promosi						
	SK 2.3.2 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor musik yang difasilitasi													
		IKSK 2.3.2.1 Persentase peningkatan nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor musik yang difasilitasi.	Pusat	0 %	5 %	5 %	5 %	5 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.6.2 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor musik													
		IKSK 2.6.2.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor musik yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor	Pusat	15 Orang	17 Orang	19 Orang	21 Orang	23 Orang						
	SK 2.9.2 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor musik													
		IKSK 2.9.2.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor musik yang difasilitasi	Pusat	0 %	20 %	20 %	20 %	20 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Penerbitan dan Fotografi									1.350	58.992	85.791	94.731	103.808	Dit. Penerbitan dan Fotografi
	SK 1.10.5 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi													
		IKSK 1.10.5.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi yang mendapatk an pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	1,5 %	1,5 %	2 %	2 %						
	SK 1.13.4 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi													
		IKSK 1.13.4.1 Jumlah aktivasi	Pusat	0 Kegiatan	10 Kegiatan	10 Kegiatan	10 Kegiatan	10 Kegiatan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		pemasaran dan komersialisasi produk ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi												
	SK 2.3.5 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi yang difasilitasi													
		IKSK 2.3.5.1 Persentase peningkatan nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi yang difasilitasi.	Pusat	0 %	3,10 %	3,14 %	3,19 %	3,24 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.6.5 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor penerbitan dan fotografi													
		IKSK 2.6.5.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor	Pusat	0 Orang	20 Orang	20 Orang	20 Orang	20 Orang						
	SK 2.9.5 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor penerbitan dan fotografi													
		IKSK 2.9.5.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor penerbitan	Pusat	0 %	10 %	15 %	20 %	25 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		dan fotografi yang difasilitasi												
<b>Pengembangan Ekosistem dan Rantai Nilai subsektor Jasa Teknologi Informasi dan Komunikasi</b>									500	52.887	53.945	55.024	56.124	<b>Dit. Jasa Teknologi Informasi dan Komunikasi</b>
	SK 1.9.5 Meningkatnya fasilitasi akses pendanaan dan pembiayaan ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi													
		IKSK 1.9.5.1 Persentase usaha ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi yang mendapatkan pendanaan dan pembiayaan	Pusat	1 %	20 %	20 %	20 %	20 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 1.12.5 Terselenggaranya aktivasi pemasaran dan komersialisasi ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi baru													
		IKSK 1.12.5.1 Jumlah aktivasi pemasaran dan komersialis asi produk ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi	Pusat	0 Promosi	10 Promosi	12 Promosi	12 Promosi	12 Promosi						
	SK 2.2.5 Meningkatnya nilai tambah produk ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi yang difasilitasi													
		IKSK 2.2.5.1 Persentase peningkata n nilai tambah	Pusat	0 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %	1,5 %						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		produk ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi yang difasilitasi.												
	SK 2.5.5 Terselenggaranya fasilitasi atau pendampingan ekspor subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi													
		IKSK 2.5.5.1 Jumlah pelaku ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi yang mendapatk an fasilitasi atau pendampin gan ekspor	Pusat	3 Orang	30 Orang	30 Orang	30 Orang	30 Orang						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SK 2.8.5 Meningkatnya jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi													
		IKSK 2.8.5.1 Persentase serapan tenaga kerja ekonomi kreatif subsektor jasa teknologi informasi dan komunikasi yang difasilitasi	Pusat	0 %	5 %	5 %	5 %	5 %						
Program Dukungan Manajemen									243.604	910.836	952.983	1.018.980	1.088.283	Sekretaris Kementerian/ Sekretaris Utama
	SP 3.1 Meningkatkan akuntabilitas kinerja pemerintahan													
		IKSP 3.1.1 Nilai SAKIP Kementerian Ekonomi Kreatif/Bad	Pusat	BB	BB	BB	A	A						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		an Ekonomi Kreatif												
		IKSP 3.1.2 Opini BPK atas laporan keuangan	Pusat	WTP	WTP	WTP	WTP	WTP						
		IKSP 3.1.4 Indeks kepuasan Masyarakat	Pusat	90	93	95	98	100						
		IKSP 3.1.5 Indeks reformasi hukum	Pusat	A	A	A	AA	AA						
		IKSP 3.1.6 Indeks Sistem Merit	Pusat	75 %	75 %	85 %	85 %	85 %						
		IKSP 3.1.8 Indeks sistem pemerintah an berbasis elektronik (SPBE)/ pemerintah digital	Pusat	N/A	1.91	N/A	2.0	N/A						
	SP 3.2 Penguatan data ekonomi kreatif													
		IKSP 3.2.1 Persentase Data Ekonomi Kreatif	Pusat	80 %	82 %	85 %	87 %	90 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	SP 3.3 Peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM ekonomi kreatif													
		IKSP 3.3.1 Persentase peningkatan SDM ekonomi kreatif yang memenuhi standar kompetensi	Pusat	50 %	55 %	60 %	65 %	70 %						
		IKSP 3.3.2 Persentase peningkatan standar kompetensi	Pusat	75 %	78 %	80 %	83 %	85 %						
	SP 3.4 Terwujudnya Layanan Dukungan Manajemen yang berkualitas pada Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif													
		IKSP 3.4.1 Indeks Kepuasan Unit Kerja terhadap Dukungan Layanan Manajemen pada Deputy Bidang Pengemban	Pusat	80 %	82 %	85 %	88 %	90 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		gan Strategis Ekonomi Kreatif												
		IKSP 3.4.2 Indikator Kinerja Pelaksanaa n Anggaran Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	95	95	95	95	95						
		IKSP 3.4.3 Nilai Sakip Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	BB	BB	BB	A	A						
		IKSP 3.4.4 Persentase tindak lanjut rekomendas i BPK pada Deputi Bidang Pengemban gan Strategis	Pusat	75 %	77 %	79 %	80 %	81 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Ekonomi Kreatif												
	SP 3.5 Terwujudnya Layanan Dukungan Manajemen yang berkualitas pada Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain													
		IKSP 3.5.1 Indeks Kepuasan Unit Kerja terhadap Dukungan Layanan Manajemen pada Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	80 %	82 %	85 %	88 %	90 %						
		IKSP 3.5.2 Indikator Kinerja Pelaksanaan Anggaran Deputy Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	95	95	95	95	95						
		IKSP 3.5.3 Nilai Sakip Deputy	Pusat	BB	BB	BB	A	A						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Bidang Kreativitas Budaya dan Desain												
		IKSP 3.5.4 Persentase tindak lanjut rekomendas i BPK pada Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	75 %	77 %	79 %	80 %	81 %						
	SP 3.6 Terwujudnya Layanan Dukungan Manajemen yang berkualitas pada Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi													
		IKSP 3.6.1 Indeks Kepuasan Unit Kerja terhadap Dukungan Layanan Manajemen pada Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	80 %	82 %	85 %	88 %	90 %						

[illegible]



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSP 3.7.1 Indeks Kepuasan Unit Kerja terhadap Dukungan Layanan Manajemen pada Deputy Bidang Kreativitas Media	Pusat	80 %	82 %	85 %	88 %	90 %						
		IKSP 3.7.2 Indikator Kinerja Pelaksanaa n Anggaran Deputy Bidang Kreativitas Media	Pusat	95	95	95	95	95						
		IKSP 3.7.3 Nilai Sakip Deputy Bidang Kreativitas Media	Pusat	BB	BB	BB	A	A						
		IKSP 3.7.4 Persentase tindak lanjut rekomendas i BPK pada Deputy Bidang Kreativitas Media	Pusat	75 %	77 %	79 %	80 %	81 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Pengelolaan Layanan Perencanaan dan Keuangan									133.700	177.596	184.000	198.500	208.000	Biro Perencanaan dan Keuangan
	SK 3.1.1 Terselenggaranya perencanaan dan penganggaran yang berkualitas													
		IKSK 3.1.1.1 Persentase capaian prioritas nasional	Pusat	70 %	70 %	70 %	70 %	70 %						
		IKSK 3.1.1.2 Jumlah capaian indikator utama	Pusat	90 %	90 %	100 %	100 %	100 %						
		IKSK 3.1.1.3 Nilai sistem akuntabilitas kinerja instansi pemerintah /SAKIP	Pusat	BB	BB	BB	A	A						
		IKSK 3.1.1.4 Indikator kinerja pelaksanaan anggaran	Pusat	93	94	95	96	96						
		IKSK 3.1.1.5 Indeks	Pusat	90	90	100	100	100						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		perencanaa n pembangun an												
		IKSK 3.1.1.6 Tingkat Maturitas Sistem Pengendalia n Intern Pemerintah (SPIP)	Pusat	3	3	3	4	4						
<b>Pengelolaan Layanan Hukum, Sumber Daya Manusia dan Organisasi</b>									7.400	43.150	45.147	47.343	49.759	<b>Biro HSDMO</b>
	SK 3.1.5 Terlaksananya layanan advokasi dan produk hukum yang berkualitas													
		IKSK 3.1.5.1 Jumlah evaluasi terhadap kebijakan yang sudah diterapkan	Pusat	3 Evaluasi Kebijaka n	3 Evaluasi Kebijakan	3 Evaluasi Kebijaka n	3 Evaluasi Kebijakan	3 Evaluasi Kebijakan						
		IKSK 3.1.5.2 Persentase produk hukum yang	Pusat	70 %	75 %	80 %	85 %	85 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		terselesaikan												
	SK 3.1.6 Meningkatnya profesionalitas SDM dan kualitas kelembagaan Kementerian Ekonomi Kreatif /Badan Ekonomi Kreatif													
		IKSK 3.1.6.1 Persentase penyederhanaan struktur organisasi	Pusat	0 %	0 %	0 %	40 %	0 %						
		IKSK 3.1.6.2 Persentase pematkhiran sistem kerja	Pusat	70 %	70 %	80 %	80 %	85 %						
		IKSK 3.1.6.3 Jumlah pegawai yang mengikuti program pengembangan kompetensi	Pusat	50 Orang	200 Orang	220 Orang	230 Orang	250 Orang						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 3.1.6.4 Persentase penerapan manajemen SDM berbasis meritokrasi	Pusat	75 %	78 %	80 %	82 %	85 %						
		IKSK 3.1.6.5 Indeks Profesionali tas ASN	Pusat	80	80	82	85	88						
Pengelolaan Layanan Komunikasi									3.700	55.883	61.472	67.619	74.381	Biro Komunikasi
	SK 3.1.4 Meningkatnya kualitas layanan komunikasi dan informasi publik													
		IKSK 3.1.4.1 Indeks pelayanan publik	Pusat	3	3,1	3,2	3,3	3,4						
		IKSK 3.1.4.2 Indeks keterbukaa n informasi publik	Pusat	70	71	72	73	74						
		IKSK 3.1.4.3 Jumlah publikasi konten	Pusat	600 Publikas i	650 Publikasi	700 Publikas i	750 Publikasi	800 Publikasi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		media sosial												
		IKSK 3.1.4.4 Jumlah publikasi narasi	Pusat	300 Publikasi	350 Publikasi	400 Publikasi	450 Publikasi	500 Publikasi						
		IKSK 3.1.4.5 Persentase tindak lanjut pengaduan masyarakat (LAPOR) yang sudah diselesaikan	Pusat	90 %	91 %	92 %	93 %	94 %						
<b>Penguatan Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas</b>									3.300	32.905	33.085	33.282	33.500	<b>Inspektorat</b>
	SK 3.1.3 Terlaksananya pengawasan internal yang memberikan nilai tambah melalui peningkatan kapabilitas APiP sebagai pemberi layanan asuransi dan konsultasi													
		IKSK 3.1.3.1 Jumlah rekomendasi pengawasan	Pusat	15 Rekomendasi	18 Rekomendasi	20 Rekomendasi	25 Rekomendasi	25 Rekomendasi						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 3.1.3.2 Persentase tindak lanjut rekomendas i BPK	Pusat	75 %	77 %	79 %	80 %	81 %						
		IKSK 3.1.3.3 Persentase tindak lanjut rekomendas i internal	Pusat	80 %	82 %	84 %	85 %	86 %						
		IKSK 3.1.3.4 Jumlah layanan konsultasi yang diberikan untuk mitigasi risiko dan perbaikan tata kelola organisasi	Pusat	5 Layanan Konsult asi	10 Layanan Konsultas i	15 Layanan Konsult asi	18 Layanan Konsultas i	20 Layanan Konsultas i						
		IKSK 3.1.3.5 Indeks kapabilitas APIP yang dicapai berdasarka n internal audit	Pusat	2,00	2,50	2,75	3,00	3,20						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		capability model												
		IKSK 3.1.3.6 Jumlah unit kerja yang difasilitasi untuk diajukan wilayah bebas korupsi dan/atau wilayah birokrasi bersih dan melayani	Pusat	1 Unit Kerja	1 Unit Kerja	2 Unit Kerja	2 Unit Kerja	3 Unit Kerja						
Pengelolaan Layanan Data dan Informasi									6.761	60.243	61.994	63.828	65.590	Pusat Data dan Informasi
	SK 3.2.1 Terkelolanya data ekonomi kreatif													
		IKSK 3.2.1.1 Persentase Ketersediaan data ekonomi kreatif	Pusat	85 %	90 %	95 %	100 %	100 %						
		IKSK 3.2.1.2 Jumlah pengguna	Pusat	500 Pengguna	650 Pengguna	845 Pengguna	1000 Pengguna	1000 Pengguna						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		yang mengakses data ekonomi kreatif												
	SK 3.1.8 Meningkatkan tata kelola sistem pemerintahan berbasis elektronik (SPBE) / Pemerintah Digital													
		IKSK 3.1.8.1 Nilai Evaluasi Penyelenggaraan Statistik Sektoral	Pusat	2.5	2.75	3	3.25	3.5						
		IKSK 3.1.8.2 Tingkat implementasi kebijakan arsitektur SPBE	Pusat	2	3	3	3	3						
		IKSK 3.1.8.3 Nilai penilaian mandiri SPBE atau Indeks Pemerintah Digital Kementerian Ekonomi Kreatif/Bad	Pusat	N/A	1,96	2	2,05	2,09						

[illegible]

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
	Lainnya pada Kesekretariatan Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif													
		IKSK 3.4.1.1 Jumlah dokumen perencanaa n dan penganggar an Deputy Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.4.1.2 Persentase penyelesaia n dokumen pertanggun gjawaban keuangan pada Deputy Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 3.4.1.3 Jumlah laporan pemantaua n dan evaluasi Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.4.1.4 Tingkat kepuasan layanan umum Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5						
		IKSK 3.4.1.5 Jumlah dokumen administras i SDM pada Deputi Bidang Pengemban gan	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Strategis Ekonomi Kreatif												
		IKSK 3.4.1.6 Persentase layanan hukum terselesaika n pada Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.4.1.7 Persentase kelengkapa n dokumen Reformasi Birokrasi pada Deputi Bidang Pengemban gan Strategis Ekonomi Kreatif	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.4.1.8 Jumlah dokumen SPIP Deputi	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif												
<b>Pengelolaan Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya</b> <b>Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain</b>									2.494	25.000	26.800	28.600	30.400	<b>Sesdep D2</b>
	SK 3.5.1 Meningkatnya Layanan Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya pada Kesekretariatan Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain													
		IKSK 3.5.1.1 Jumlah dokumen perencanaan dan penganggaran Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.5.1.2 Persentase penyelesaian dokumen pertanggung	Pusat	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		gjawaban keuangan pada Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain												
		IKSK 3.5.1.3 Jumlah laporan pemantaua n dan evaluasi Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.5.1.4 Tingkat kepuasan layanan umum Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5						
		IKSK 3.5.1.5 Jumlah dokumen administras i SDM pada Deputi	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Bidang Kreativitas Budaya dan Desain												
		IKSK 3.5.1.6 Persentase layanan hukum terselesaika n pada Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.5.1.7 Persentase kelengkapa n dokumen Reformasi Birokrasi pada Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.5.1.8 Jumlah dokumen SPIP Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
Pengelolaan Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi									2.494	32.146	32.789	33.445	34.114	Sesdep D3
	SK 3.6.1 Meningkatnya Layanan Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya pada Kesekretariatan Deputi Bidang Digital dan Teknologi													
		IKSK 3.6.1.1 Jumlah dokumen perencanaa n dan penganggar an Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.6.1.2 Persentase penyelesaia n dokumen pertanggun gjawaban keuangan pada Deputi Bidang Kreativitas	Pusat	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Digital dan Teknologi												
		IKSK 3.6.1.3 Jumlah laporan pemantaua n dan evaluasi Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.6.1.4 Tingkat kepuasan layanan umum Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5						
		IKSK 3.6.1.5 Jumlah dokumen administras i SDM pada Deputi Bidang Kreativitas	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		Digital dan Teknologi												
		IKSK 3.6.1.6 Persentase layanan hukum terselesaika n pada Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.6.1.7 Persentase kelengkapa n dokumen Reformasi Birokrasi pada Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						
		IKSK 3.6.1.8 Jumlah dokumen SPIP Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						



Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 3.7.1.3 Jumlah laporan pemantaua n dan evaluasi Deputi Bidang Kreativitas Media	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.7.1.4 Tingkat kepuasan layanan umum Deputi Bidang Kreativitas Media	Pusat	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5						
		IKSK 3.7.1.5 Jumlah dokumen administras i SDM pada Deputi Bidang Kreativitas Media	Pusat	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan	1 Laporan						
		IKSK 3.7.1.6 Persentase layanan hukum yang	Pusat	90 %	92 %	94 %	96 %	98 %						

[illegible]

Program/ Kegiatan	Sasaran Strategis/ Sasaran Program (Outcome)/Sasaran Kegiatan (Output)/Indikator		Lokasi	Target					Alokasi (dalam juta rupiah)					Unit Organisasi Pelaksana
				2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	
		IKSK 3.1.2.1 Indeks tata Kelola pengadaan	Pusat	71	73	75	78	80						
		IKSK 3.1.2.2 Tingkat digitalisasi arsip	Pusat	83	85	87	89	91						
		IKSK 3.1.2.3 Indeks pengelolaan asset	Pusat	2,35	2,50	3,10	3,50	3,80						

MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

TEUKU RIEFKY HARSYA



LAMPIRAN III  
PERATURAN MENTERI EKONOMI KREATIF/KEPALA  
BADAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 8 TAHUN 2025  
TENTANG  
RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN EKONOMI  
KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2025-2029

MATRIKS PENDANAAN ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA NEGARA DAN SUMBER PENDANAAN LAINNYA YANG SAH  
TERHADAP KEGIATAN PRIORITAS/PROYEK PRIORITAS KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

Tabel 1. Matriks Pendanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Sumber Pendanaan Lainnya yang Sah terhadap Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Penguatan Ekosistem Pemampu Ekonomi Kreatif	Nilai Investasi Ekonomi Kreatif (Rp Triliun)*	123,85 - 136,28	131,0 - 146,46	133,74 - 157,65	142,71 - 169,98	152,3 - 183,71	6.601	720.99 3	780.43 1	849.70 8	915.15 1	-	-	-	-	-	6.601	720.99 3	780.43 1	849.70 8	915.15 1
Penguatan Data Ekonomi Kreatif							1.350	54.498	55.808	57.013	59.725	-	-	-	-	-	1.350	54.498	55.808	57.013	59.725
Data dan Informasi Ekonomi Kreatif	Jumlah Dokumen data dan Informasi Publik (Dokumen)	0	1	1	1	1	0	20.015	20.000	20.000	20.000	-	-	-	-	-	0	20.015	20.000	20.000	20.000
Finalisasi Rencana Strategis 2025-2029	Jumlah Rencana Strategis 2025-2029 dan Penyusunan Manual Indikator	1	0	0	0	1	1.350	0	0	0	15.009	-	-	-	-	-	1.350	0	0	0	15.009

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	Kinerja Utama (IKU) KemenEkraf (Rekomendasi Kebijakan)																				
Outlook Ekonomi Kreatif	Jumlah Outlook Ekonomi Kreatif (Rekomendasi Kebijakan)	0	2	2	2	2	0	14.646	15.646	16.646	17.646	-	-	-	-	-	0	14.646	15.646	16.646	17.646
Rekomendasi Kebijakan Optimalisasi Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Kewilayahan	Jumlah Rekomendasi Kebijakan Optimalisasi Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Kewilayahan yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	13.337	13.337	13.337	13.337	-	-	-	-	-	0	13.337	13.337	13.337	13.337
Fasilitasi Seni Rupa dan Seni Pertunjukan	Jumlah industri yang mendapatkan akses Fasilitasi Pemasaran dan Pembiayaan Sanggar, Studio, dan Galeri Seni (Badan Usaha)	0	12	12	12	12	0	6.500	6.825	7.029	7.240	-	-	-	-	-	0	6.500	6.825	7.029	7.240
Penguatan Kolaborasi Pemangku Kepentingan Ekonomi Kreatif							0	67.582	65.509	69.907	74.316	-	-	-	-	-	0	67.582	65.509	69.907	74.316
Rancangan Peraturan Presiden tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif Nasional	Rancangan Peraturan Presiden tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif Nasional yang tersusun (R.Perpres/Perpres )	0	1	0	0	0	0	5.783	0	0	0	-	-	-	-	-	0	5.783	0	0	0

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Fasilitasi Penyusunan dan Pendampingan Rencana Aksi Ekraf Daerah	Jumlah Fasilitasi Penyusunan dan Pendampingan Rencana Aksi Ekraf Daerah (Lembaga)	0	15	15	15	15	0	26.265	27.265	28.265	29.265	-	-	-	-	-	0	26.265	27.265	28.265	29.265
Pekan Pembiayaan dan Investasi Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual	Jumlah Forum Pembiayaan dan Investasi Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual (Forum)	0	5	5	5	5	0	12.900	13.000	13.000	13.000	-	-	-	-	-	0	12.900	13.000	13.000	13.000
World Conference on Creative Economy	Jumlah Kegiatan World Conference on Creative Economy (Kegiatan)	0	1	1	1	1	0	10.000	12.000	15.000	18.000	-	-	-	-	-	0	10.000	12.000	15.000	18.000
Dukungan dan Fasilitasi Lembaga Seni Rupa dan Seni Pertunjukan Nasional	Jumlah Dukungan dan Fasilitasi Lembaga Seni Rupa dan Seni Pertunjukan Nasional (Lembaga)	0	6	6	6	6	0	4.294	4.509	4.645	4.784	-	-	-	-	-	0	4.294	4.509	4.645	4.784
Pendukungan FGD/Workshop/Bimbingan Teknis Lembaga	Jumlah Pendukungan FGD/Workshop/Bimbingan Teknis Lembaga (Lembaga)	0	6	6	6	0	0	5.819	6.109	6.293	6.482	-	-	-	-	-	0	5.819	6.109	6.293	6.482
Penyusunan Skema Insentif Subsektor Seni Rupa dan Seni Pertunjukan	Jumlah Penyusunan Skema Insentif Subsektor Seni Rupa dan Seni Pertunjukan (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	2.500	2.625	2.703	2.784	-	-	-	-	-	0	2.500	2.625	2.703	2.784

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Fasilitasi Kekayaan Intelektual Ekonomi Kreatif							1.800	122.993	131.380	140.110	148.800	-	-	-	-	-	1.800	122.993	131.380	140.110	148.800
Produk Ekonomi Kreatif yang Mendapat Fasilitas Pelindungan Kekayaan Intelektual	Jumlah Produk Ekonomi Kreatif yang Mendapat Fasilitas Pelindungan Kekayaan Intelektual (Produk)	450	4.000	4.250	4.500	4.750	1.800	30.000	31.900	33.750	35.600	-	-	-	-	-	1.800	30.000	31.900	33.750	35.600
Promosi untuk Produk Ekonomi Kreatif KI Terlindungi yang Mendapat Komersialisasi	Jumlah Promosi untuk Produk Ekonomi Kreatif KI Terlindungi yang Mendapat Komersialisasi (Promosi)	0	50	54	58	62	0	40.000	43.200	46.400	49.600	-	-	-	-	-	0	40.000	43.200	46.400	49.600
Pelaku Ekonomi Kreatif yang mendapat Fasilitas Konsultasi HKI	Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif yang Mendapat Fasilitas Edukasi dan Konsultasi Kekayaan Intelektual (Orang)	0	3.700	3.950	4.200	4.450	0	32.000	34.000	36.300	38.500	-	-	-	-	-	0	32.000	34.000	36.300	38.500
Pelaku Ekonomi Kreatif yang mendapat Fasilitas Penguatan Kekayaan Intelektual	Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif yang mendapat Fasilitas Penguatan Kekayaan Intelektual (Orang)	0	1.500	1.600	1.700	1.800	0	20.793	22.080	23.460	24.900	-	-	-	-	-	0	20.793	22.080	23.460	24.900

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Pedoman Valuasi Kekayaan Intelektual Produk Kreatif	Tersedianya Pedoman Valuasi Kekayaan Intelektual Produk Kreatif (Dokumen)	0	2	2	2	2	0	200	200	200	200	-	-	-	-	-	0	200	200	200	200
Penguatan Komersialisasi Kekayaan Intelektual							1.800	125.680	145.686	165.731	181.793	-	-	-	-	-	1.800	125.680	145.686	165.731	181.793
Fasilitasi Literasi Bisnis untuk Badan Usaha Ekonomi Kreatif	Jumlah Badan usaha Ekonomi Kreatif yang difasilitasi Literasi Bisnis (Badan Usaha)	100	0	0	0	0	1.800	0	0	0	0	-	-	-	-	-	1.800	0	0	0	0
Fasilitasi Akses Pembiayaan Pasar Modal	Jumlah Badan Usaha Ekonomi Kreatif yang Difasilitasi Akses Pembiayaan Pasar Modal (Badan Usaha)	0	250	300	350	400	0	6.500	7.000	7.500	8.000	-	-	-	-	-	0	6.500	7.000	7.500	8.000
Fasilitasi Akses Pembiayaan StartUp	Jumlah Badan Usaha Ekonomi Kreatif yang Difasilitasi Akses Pembiayaan Start Up (Badan usaha)	0	250	300	350	400	0	7.000	8.000	9.000	10.000	-	-	-	-	-	0	7.000	8.000	9.000	10.000
Fasilitasi Akses Pembiayaan Syariah	Jumlah Badan Usaha Ekonomi Kreatif yang Difasilitasi Akses Pembiayaan	0	400	450	500	550	0	8.500	9.000	9.500	10.000	-	-	-	-	-	0	8.500	9.000	9.500	10.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	Syariah (Badan Usaha)																				
Fasilitasi Investasi Industri Ekonomi Kreatif	Jumlah Badan Usaha Ekonomi Kreatif yang Difasilitasi Investasi Industri Ekonomi Kreatif (Badan usaha)	0	900	1.000	1.100	1.200	0	14.552	15.000	15.500	16.000	-	-	-	-	-	0	14.552	15.000	15.500	16.000
Bantuan Insentif Pemerintah (BIP)	Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif yang Mendapatkan Bantuan Insentif Pemerintah (Orang)	0	200	250	300	350	0	42.500	52.500	62.500	72.500	-	-	-	-	-	0	42.500	52.500	62.500	72.500
Program Insentif Riset Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif (PROSPEK)	Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif yang Mendapatkan Insentif Riset Ekonomi Kreatif (Orang)	0	100	150	200	250	0	13.000	16.000	19.000	21.000	-	-	-	-	-	0	13.000	16.000	19.000	21.000
Event Promosi Investasi Ekonomi Kreatif	Jumlah Event Promosi Investasi Ekonomi Kreatif (Promosi)	0	8	9	10	10	0	9.257	12.000	15.000	15.000	-	-	-	-	-	0	9.257	12.000	15.000	15.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Investment Project Ready to Offer (IPRO) Ekonomi Kreatif	Jumlah Investment Project Ready to Offer (IPRO) Ekonomi Kreatif yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	3	4	5	6	0	7.050	8.000	9.000	10.000	-	-	-	-	-	0	7.050	8.000	9.000	10.000
Promosi Pada Event/Pameran/Festival Dalam dan Luar Negeri	Jumlah Promosi Pada Event/Pameran/Festival Dalam dan Luar Negeri Promosi untuk Subsektor Seni Rupa dan Seni Pertunjukan pada Pameran, event, festival baik Skala Lokal, Nasional maupun Global (Promosi)	0	10	10	10	10	0	9.820	10.311	10.620	10.939	-	-	-	-	-	0	9.820	10.311	10.620	10.939
Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Ide.IN)	Jumlah Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Ide.IN) (Promosi)	0	1	1	1	1	0	7.500	7.875	8.111	8.354	-	-	-	-	-	0	7.500	7.875	8.111	8.354
Pelindungan hasil Kreativitas							0	3.500	3.675	3.785	3.898	-	-	-	-	-	0	3.500	3.675	3.785	3.898
Pelatihan Seni Rupa dalam Rangka Sertifikasi Profesi	Jumlah Pelatihan Seni Rupa dalam Rangka Sertifikasi Profesi (Orang)	0	150	150	150	150	0	1.750	1.837	1.892	1.949	-	-	-	-	-	0	1.750	1.837	1.892	1.949
Pelatihan Seni Pertunjukan dalam rangka Sertifikasi Profesi	Jumlah Pelatihan Seni Pertunjukan dalam Rangka Sertifikasi Profesi (Orang)	0	150	150	150	150	0	1.750	1.837	1.892	1.949	-	-	-	-	-	0	1.750	1.837	1.892	1.949

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Penguatan Jejaring dan Integrasi Rantai Ekonomi Kreatif							1.650	346.758	378.371	413.160	446.617	-	-	-	-	-	1.650	346.758	378.371	413.160	446.617
Pelatihan Bidang Ekonomi Kreatif (PN)	Jumlah orang yang mendapatkan Pelatihan Bidang Ekonomi Kreatif (Orang)	0	3.300	3.800	4.300	5.800	0	26.400	31.680	38.016	45.619	-	-	-	-	-	0	26.400	31.680	38.016	45.619
Sertifikasi Profesi dan SDM (PN)	Jumlah orang yang mendapatkan Sertifikasi Profesi dan SDM (Orang)	0	2.500	3.000	3.500	4.000	0	7.740	9.288	11.145	13.374	-	-	-	-	-	0	7.740	9.288	11.145	13.374
Penyusunan/Implementasi Kerjasama Dalam Negeri	Jumlah Penyusunan/Implementasi Kerjasama Dalam Negeri yang tersusun (Kesepakatan)	10	10	12	14	16	900	10.000	12.000	14.000	16.000	-	-	-	-	-	900	10.000	12.000	14.000	16.000
Implementasi Diplomasi Ekonomi Kreatif	Jumlah Implementasi Diplomasi Ekonomi Kreatif (Kesepakatan)	0	12	12	12	12	0	26.000	28.000	30.000	32.000	-	-	-	-	-	0	26.000	28.000	30.000	32.000
Branding (Creative By Indonesia, Bangsa Buatan Indonesia)	Jumlah Promosi Branding (Creative By Indonesia, Bangsa Buatan Indonesia) (Promosi)	0	20	22	24	26	0	13.715	15.000	18.000	20.000	-	-	-	-	-	0	13.715	15.000	18.000	20.000



Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Aktivasi Pemasaran Ekonomi Kreatif melalui Media Daring	Jumlah Aktivasi Pemasaran Ekonomi Kreatif melalui Media Daring (Promosi)	0	250	270	290	300	0	30.846	34.000	38.000	40.000	-	-	-	-	-	0	30.846	34.000	38.000	40.000
Aktivasi Pemasaran Ekonomi Kreatif melalui Media Luring	Jumlah Aktivasi Pemasaran Ekonomi Kreatif melalui Media Luring (Promosi)	0	20	22	24	26	0	47.140	52.000	57.000	62.000	-	-	-	-	-	0	47.140	52.000	57.000	62.000
Pengembangan Kabupaten Kota Kreatif	Jumlah Kegiatan Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (Kegiatan)	0	18	19	21	23	0	14.000	15.500	17.000	18.500	-	-	-	-	-	0	14.000	15.500	17.000	18.500
Fasilitasi Pengembangan Desa Kreatif	Jumlah Pelaku Ekraf yang Difasilitasi Pengembangan Desa Kreatif (Orang)	0	2.500	2.750	3.000	3.250	0	13.000	14.300	15.600	16.900	-	-	-	-	-	0	13.000	14.300	15.600	16.900
Fasilitasi Penguatan Ekosistem Sentra Kreatif	Jumlah Pelaku Ekraf yang Difasilitasi Pengembangan Ekosistem Sentra Kreatif (Orang)	0	2.500	2.750	3.000	3.250	0	13.000	14.300	15.600	16.900	-	-	-	-	-	0	13.000	14.300	15.600	16.900
Prasarana Ruang Kreatif	Jumlah Fasilitasi Prasarana Ruang Kreatif (Unit)	0	14	15	16	17	0	43.191	47.000	50.500	54.000	-	-	-	-	-	0	43.191	47.000	50.500	54.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Sarana dan TIK Ruang Kreatif	Jumlah Fasilitas Sarana dan TIK Ruang Kreatif (Unit)	0	20	22	24	26	0	23.000	25.000	27.000	29.000	-	-	-	-	-	0	23.000	25.000	27.000	29.000
Inkubasi Seni Rupa	Jumlah Inkubasi Seni Rupa (Industri)	2	49	49	49	49	350	10.500	11.025	11.355	11.696	-	-	-	-	-	350	10.500	11.025	11.355	11.696
Inkubasi Seni Pertunjukan	Jumlah Inkubasi Seni Pertunjukan (Industri)	0	49	49	49	49	0	10.500	11.025	11.355	11.696	-	-	-	-	-	0	10.500	11.025	11.355	11.696
Pengembangan Rantai Nilai dan Ekosistem Sub Sektor Seni Rupa	Jumlah Pengembangan Rantai Nilai dan Ekosistem Sub Sektor Seni Rupa (Orang)	0	550	550	550	550	0	5.294	5.559	5.726	5.898	-	-	-	-	-	0	5.294	5.559	5.726	5.898
Pengembangan Rantai Nilai dan Ekosistem Sub Sektor Seni Pertunjukan	Jumlah Pengembangan Rantai Nilai dan Ekosistem Sub Sektor Seni Pertunjukan (Orang)	0	550	550	550	550	0	5.294	5.559	5.726	5.898	-	-	-	-	-	0	5.294	5.559	5.726	5.898
Akselerasi Desain Produk dan Desain Komunikasi Visual	Jumlah Industri Desain Produk dan Desain Komunikasi Visual Yang Difasilitasi (Industri)	4	20	20	20	20	400	4.000	4.000	4.000	4.000	-	-	-	-	-	400	4.000	4.000	4.000	4.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Akselerasi Arsitektur dan Desain Interior	Jumlah Industri Arsitektur dan Desain Interior Yang Difasilitasi (Industri)	0	20	20	20	20	0	4.000	4.000	4.000	4.000	-	-	-	-	-	0	4.000	4.000	4.000	4.000
Kolaborasi Inovatif untuk Indonesia (KOIND)	Jumlah Industri Yang Difasilitasi (Industri)	0	8	8	8	8	0	1.434	1.434	1.434	1.434	-	-	-	-	-	0	1.434	1.434	1.434	1.434
Pembuatan Logo HUT RI	Jumlah Lembaga Yang Difasilitasi (Lembaga)	0	1	1	1	1	0	400	400	400	400	-	-	-	-	-	0	400	400	400	400
Promosi dan Komersialisasi Arsitektur dan Desain Interior	Jumlah Promosi dan Komersialisasi Arsitektur dan Desain Interior Yang Difasilitasi (Promosi)	0	8	8	8	8	0	7.000	7.000	7.000	7.000	-	-	-	-	-	0	7.000	7.000	7.000	7.000
Promosi dan Komersialisasi Desain Produk dan Desain Komunikasi Visual	Jumlah Promosi dan Komersialisasi Desain Produk dan Desain Komunikasi Visual Yang Difasilitasi (Promosi)	0	8	8	8	8	0	7.000	7.000	7.000	7.000	-	-	-	-	-	0	7.000	7.000	7.000	7.000
Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Idein)	Jumlah Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Idein) Yang Difasilitasi (Promosi)	0	2	2	2	2	0	3.000	3.000	3.000	3.000	-	-	-	-	-	0	3.000	3.000	3.000	3.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Indonesia Desain Festival	Jumlah Badan Usaha Yang Difasilitasi (badan usaha)	0	60	60	60	60	0	12.300	12.300	12.300	12.300	-	-	-	-	-	0	12.300	12.300	12.300	12.300
Temu Bisnis Studio Arsitektur dan Desain	Jumlah Badan Usaha Yang Difasilitasi (Badan Usaha)	0	40	40	40	40	0	8.000	8.000	8.000	8.000	-	-	-	-	-	0	8.000	8.000	8.000	8.000
Penguatan Ekosistem Film, Animasi, Video dan Musik	Pertumbuhan PDB Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik (%)*	6,8-7,5	7,45 - 9,9	8,1-10,8	8,8-11,9	9,5-12,8	6.512	317.871	381.945	417.477	447.906	-	-	-	-	-	6.512	317.871	381.945	417.477	447.906
	Pertumbuhan ekspor Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik (%)*	6,7-11,9	7,3-12,3	8,1-12,5	8,5-12,8	9,5-13,0															

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	Jumlah Tenaga Kerja Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik (ribu orang)*	203	208	213	219	225															
Pengembangan Riset dan Inovasi Subsektor Film, Animasi, Video dan Musik							0	3.626	4.626	5.626	6.626	-	-	-	-	-	0	3.626	4.626	5.626	6.626
Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik	Jumlah Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Film, Animasi, Video, dan Musik yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	2	2	2	2	0	3.626	4.626	5.626	6.626	-	-	-	-	-	0	3.626	4.626	5.626	6.626
Pengembangan Pendidikan Subsektor Film, Animasi, Video dan Musik							2.512	58.725	94.597	105.087	114.884	-	-	-	-	-	2.512	58.725	94.597	105.087	114.884

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Jumlah Pelaku Ekraf Subsektor Film, Animasi dan Video yang Mendapatkan Pelatihan	Jumlah Pelaku Ekraf Subsektor Film, Animasi dan Video yang Mendapatkan Pelatihan (Orang)	0	1.600	2.000	2.400	2.800	0	6.000	7.500	9.000	10.500	-	-	-	-	-	0	6.000	7.500	9.000	10.500
Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif Subsektor Periklanan	Jumlah Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif Subsektor Periklanan (Orang)	50	0	0	0	0	270	0	0	0	0	-	-	-	-	-	270	0	0	0	0
Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Periklanan	Jumlah Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Periklanan (Industri)	2	18	21	24	26	742	18.000	21.000	24.000	26.000	-	-	-	-	-	742	18.000	21.000	24.000	26.000
Pelatihan SDM Ekonomi Kreatif Subsektor TV dan Radio	Jumlah Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif Subsektor TV dan Radio (Orang)	140	2.500	2.750	3.000	3.250	900	19.500	17.050	18.600	20.150	-	-	-	-	-	900	19.500	17.050	18.600	20.150
Pelatihan Ekspor Ekonomi Kreatif Bidang Televisi dan Radio	Pelatihan Ekspor Ekonomi Kreatif Bidang Televisi dan Radio (Orang)	0	0	550	600	650	0	0	5.500	6.000	6.500	-	-	-	-	-	0	0	5.500	6.000	6.500

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Kompetisi Kolaboratif Penulisan Skenario Film Lokal	Pelaku Kreatif yang mendapatkan Pembinaan Melalui Kompetisi kolaboratif (Orang)	0	0	5	6	6	0	0	5.750	6.000	6.000	-	-	-	-	-	0	0	5.750	6.000	6.000
Pelaku Ekraf subsektor seni musik yang Mendapatkan Pelatihan	Jumlah Pelaku Ekraf subsektor seni musik yang Mendapatkan Pelatihan (Orang)	0	300	345	370	410	0	3.000	3.450	3.795	4.174	-	-	-	-	-	0	3.000	3.450	3.795	4.174
Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Penerbitan dan Fotografi	Jumlah Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Penerbitan dan Fotografi (Industri)	10	15	20	25	30	600	12.225	13.447	14.792	16.271	-	-	-	-	-	600	12.225	13.447	14.792	16.271
Pelatihan dan Sertifikasi Bidang Ekonomi Kreatif Subsektor Penerbitan dan Fotografi	Jumlah pelaku ekonomi kreatif yang mendapatkan pelatihan dan sertifikasi (Orang)	0	0	1.995	2.100	2.200	0	0	20.900	22.900	25.289	-	-	-	-	-	0	0	20.900	22.900	25.289
Fasilitasi Pendanaan dan Pembiayaan Subsektor Film, Animasi, Video dan Musik							2.850	95.500	108.500	116.770	121.047	-	-	-	-	-	2.850	95.500	108.500	116.770	121.047
Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi dan Video	Jumlah Fasilitasi dan Pembinaan Industri Kreatif Subsektor Film, Animasi dan Video	3	25	26	27	28	2.500	63.000	65.000	67.000	69.000	-	-	-	-	-	2.500	63.000	65.000	67.000	69.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Badan Usaha Subsektor Televisi dan Radio yang Mendapat Pendampingan Peningkatan Kapasitas	Pendampingan Peningkatan Kapasitas Badan Usaha Subsektor Televisi dan Radio (Badan usaha)	0	10	10	14	14	0	7.500	10.800	15.000	15.000	-	-	-	-	-	0	7.500	10.800	15.000	15.000
Fasliitasi Bussiness Matching Produk Kreatif Subsektor Televisi dan Radio Tingkat Internasional	Badan Usaha Subsektor Televisi dan Radio yang mendapatkan Fasliitasi Bussiness Matching (Badan Usaha)	0	0	1	0	0	0	0	5.000	0	0	-	-	-	-	-	0	0	5.000	0	0
Produk Kreatif Subsektor Televisi dan Radio yang mendapat pendampingan dan inkubasi	Industri Ekonomi Kreatif Televisi dan Radio yang Mendapatkan Peningkatan Kapasitas Produk (Industri)	0	7	7	12	12	0	7.000	7.000	12.000	12.000	-	-	-	-	-	0	7.000	7.000	12.000	12.000
Promosi Produk Ekonomi Kreatif Subsektor Musik	Jumlah Promosi Produk Ekonomi Kreatif Subsektor Musik (Promosi)	1	10	13	14	14	350	18.000	20.700	22.770	25.047	-	-	-	-	-	350	18.000	20.700	22.770	25.047
Pengembangan Sistem Pemasaran Subsektor Film, Animasi, Video dan Musik							514	156.019	169.621	184.934	199.782	-	-	-	-	-	514	156.019	169.621	184.934	199.782
Jumlah Promosi Subsektor Film, Animasi dan Video	Jumlah Promosi Subsektor Film, Animasi dan Video (Promosi)	0	20	21	22	23	0	49.000	51.000	53.000	55.000	-	-	-	-	-	0	49.000	51.000	53.000	55.000
Promosi Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Periklanan	Jumlah Promosi Kegiatan Industri Kreatif Subsektor Periklanan (Promosi)	0	5	6	7	8	0	15.000	18.000	22.000	26.000	-	-	-	-	-	0	15.000	18.000	22.000	26.000



Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Fasilitasi dan Promosi Televisi dan Radio	Pelaku Kreatif Televisi dan Radio yang mendapatkan Promosi (Promosi)	0	16	18	22	26	0	20.000	24.000	28.500	33.000	-	-	-	-	-	0	20.000	24.000	28.500	33.000
Akselerasi Kreatif - Subsektor Musik	Jumlah Akselerasi Kreatif - Subsektor Musik (Produk)	1	10	10	10	10	514	6.000	6.900	7.590	8.349	-	-	-	-	-	514	6.000	6.900	7.590	8.349
Akselerasi Kreatif - Sinergi Suara	Jumlah Akselerasi Kreatif - Sinergi Suara (Produk)	0	10	3	3	8	0	8.000	9.200	10.120	11.132	-	-	-	-	-	0	8.000	9.200	10.120	11.132
Data dan Informasi Publik	Jumlah Data dan Informasi Publik (Data)	0	1	1	1	1	0	33.000	33.000	33.000	33.000	-	-	-	-	-	0	33.000	33.000	33.000	33.000
Promosi Kegiatan Ekonomi Kreatif Subsektor Penerbitan dan Fotografi	Jumlah Promosi Kegiatan Ekonomi Kreatif Subsektor Penerbitan dan Fotografi (Promosi)	0	10	15	20	20	0	25.019	27.521	30.724	33.301	-	-	-	-	-	0	25.019	27.521	30.724	33.301
Pengembangan Insentif Subsektor Film, Animasi, Video dan Musik							635	4.000	4.600	5.060	5.566	-	-	-	-	-	635	4.000	4.600	5.060	5.566
Akselerasi Kreatif - Alih Wahana	Jumlah Akselerasi Kreatif - Alih Wahana (Industri)	2	2	2	2	2	635	4.000	4.600	5.060	5.566	-	-	-	-	-	635	4.000	4.600	5.060	5.566
Penguatan Ekosistem Fesyen dan Kriya	Pertumbuhan PDB Subsektor Fesyen dan Kriya (%)*	5,3-8,0	5,9-8,0	6,1-8,1	6,7-8,2	7,2-8,3	2.520	196.754	248.603	287.833	332.288	-	-	-	-	-	2.520	196.754	248.603	287.833	332.288
	Pertumbuhan ekspor Subsektor Fesyen dan Kriya (%)*	3,5	4,0	4,7	5,5	6,4															
	Jumlah Tenaga Kerja Subsektor Fesyen dan Kriya (ribu orang)*	9.836	10.092	10.354	10.624	10.900															
Pengembangan Riset dan Inovasi Subsektor Fesyen dan Kriya							1.450	94.409	120.434	140.680	163.966	-	-	-	-	-	1.450	94.409	120.434	140.680	163.966

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Fesyen	Jumlah Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Fesyen yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	1.861	2.861	3.861	4.861	-	-	-	-	-	0	1.861	2.861	3.861	4.861
Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Kriya	Jumlah Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Fesyen yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	1.843	2.843	3.843	4.843	-	-	-	-	-	0	1.843	2.843	3.843	4.843
Akselerasi produk kriya	Jumlah Akselerasi produk kriya (Industri)	0	120	130	156	187	0	20.846	28.080	33.696	40.435	-	-	-	-	-	0	20.846	28.080	33.696	40.435
Kolaborasi Inovatif untuk Indonesia (KOIND)	Jumlah Kolaborasi Inovatif untuk Indonesia (KOIND) (Industri)	0	5	7	8	10	0	8.923	12.850	15.420	18.504	-	-	-	-	-	0	8.923	12.850	15.420	18.504
Dukungan Aktivitas dan Jejaring Stakeholder Lembaga Kriya	Jumlah Dukungan Aktivitas dan Jejaring Stakeholder Lembaga Kriya (Lembaga)	0	10	14	17	20	0	10.000	14.400	17.280	20.736	-	-	-	-	-	0	10.000	14.400	17.280	20.736
Fasilitasi Keikutsertaan Pelaku Ekraf Kriya dalam Kompetisi Internasional	Jumlah Fasilitasi Keikutsertaan Pelaku Ekraf Kriya dalam Kompetisi Internasional (orang)	0	50	50	86	103	0	10.000	14.400	17.280	20.736	-	-	-	-	-	0	10.000	14.400	17.280	20.736
Akselerasi Ekspor Kreasi Indonesia (AKSI) Fesyen	Jumlah Akselerasi Ekspor Kreasi Indonesia (AKSI) Fesyen (Industri)	10	110	120	130	130	1.450	12.534	13.750	15.000	16.500	-	-	-	-	-	1.450	12.534	13.750	15.000	16.500

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Kolaborasi Inovatif untuk Indonesia	Jumlah Industri yang Mendapat Kolaborasi Inovatif untuk Indonesia (Industri)	0	5	5	5	5	0	10.000	11.000	12.000	13.000	-	-	-	-	-	0	10.000	11.000	12.000	13.000
Akselerasi Fesyen Regular	Jumlah Industri yang mendapat akselerasi fesyen regular (Industri)	0	40	45	50	55	0	9.000	10.000	11.000	12.000	-	-	-	-	-	0	9.000	10.000	11.000	12.000
Akselerasi Fesyen Modest	Jumlah industri yang mendapat akselerasi fesyen modest (Industri)	0	40	45	50	55	0	9.000	10.000	11.000	12.000	-	-	-	-	-	0	9.000	10.000	11.000	12.000
Penyusunan NSPK Subsektor Fesyen	Jumlah dokumen rekomendasi kebijakan Subsektor Fesyen (dokumen)	0	2	1	1	1	0	400	250	300	350	-	-	-	-	-	0	400	250	300	350
Pengembangan Pendidikan Subsektor Fesyen dan Kriya							0	19.100	25.804	30.364	35.837	-	-	-	-	-	0	19.100	25.804	30.364	35.837
Bimtek Peningkatan Kapasitas SDM, Komersialisasi & Fasilitas KI serta Akses Pembiayaan	Jumlah orang yang mendapatkan Bimtek Peningkatan Kapasitas SDM, Komersialisasi & Fasilitas KI serta Akses Pembiayaan (Orang)	0	1.300	1.440	1.728	2.074	0	12.500	18.000	21.600	25.920	-	-	-	-	-	0	12.500	18.000	21.600	25.920
Diseminasi dan Sosialisasi Peraturan terkait Subsektor Kriya	Jumlah Diseminasi dan Sosialisasi Peraturan terkait Subsektor Kriya (Orang)	0	400	576	691	829	0	1.600	2.304	2.764	3.317	-	-	-	-	-	0	1.600	2.304	2.764	3.317
Akselerasi Fesyen Berkelanjutan	Jumlah industri yang mendapat akselerasi fesyen	0	15	18	20	22	0	5.000	5.500	6.000	6.600	-	-	-	-	-	0	5.000	5.500	6.000	6.600

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	berkelanjutan (Industri)																				
Fasilitasi Pendanaan dan Pembiayaan Subsektor Fesyen dan Kriya							600	9.764	11.853	13.274	14.928	-	-	-	-	-	600	9.764	11.853	13.274	14.928
Business matching kriya	Jumlah Business matching kriya (Industri)	0	20	29	35	42	0	4.064	5.853	7.024	8.428	-	-	-	-	-	0	4.064	5.853	7.024	8.428
Modest Fashion Founders Fund	Jumlah industri yang mendapat fasilitasi modest fashion founders fund (Industri)	0	25	25	25	25	0	5.700	6.000	6.250	6.500	-	-	-	-	-	0	5.700	6.000	6.250	6.500
Fasilitasi Fashion show	Jumlah Fasilitasi Fashion show (dokumen)	1	0	0	0	0	600	0	0	0	0	-	-	-	-	-	600	0	0	0	0
Pengembangan Sistem Pemasaran Subsektor Fesyen dan Kriya							470	72.480	89.071	101.785	116.482	-	-	-	-	-	470	72.480	89.071	101.785	116.482
Fasilitasi Pameran Produk Kriya	Jumlah Fasilitasi Pameran Produk Kriya (Promosi)	1	11	16	19	23	470	24.480	35.251	42.301	50.761	-	-	-	-	-	470	24.480	35.251	42.301	50.761
Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (IdeIN) kriya	Jumlah Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (IdeIN) (Promosi)	0	2	2	2	2	0	3.000	4.320	5.184	6.220	-	-	-	-	-	0	3.000	4.320	5.184	6.220
Fasilitasi Business Matching Brand Fesyen Lokal	Jumlah industri yang mendapat fasilitasi business matching brand fesyen local (Industri)	0	10	12	14	16	0	5.000	5.500	6.000	6.500	-	-	-	-	-	0	5.000	5.500	6.000	6.500
Promosi sub sektor fesyen pada fashion show Nasional dan Global	Jumlah kegiatan Promosi sub sektor fesyen pada fashion show	0	20	22	24	26	0	30.000	33.000	36.300	40.000	-	-	-	-	-	0	30.000	33.000	36.300	40.000

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	Nasional dan Global (Promosi)																				
Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (IdeIN) fesyen	Jumlah kegiatan Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (IdeIN) (Promosi)	0	7	7	7	7	0	10.000	11.000	12.000	13.000	-	-	-	-	-	0	10.000	11.000	12.000	13.000
Pengembangan Insentif Subsektor Fesyen dan Kriya							0	1.000	1.440	1.728	2.073	-	-	-	-	-	0	1.000	1.440	1.728	2.073
Penyusunan Skema Insentif Kriya, Pedoman Persaingan Usaha, Penyusunan Strategi Pemasaran Dalam Negeri Produk Kriya Indonesia, Penyusunan Strategi Pemasaran Luar Negeri Produk Kriya Indonesia	Jumlah Penyusunan Skema Insentif Kriya, Pedoman Persaingan Usaha, Penyusunan Strategi Pemasaran Dalam Negeri Produk Kriya Indonesia, Penyusunan Strategi Pemasaran Luar Negeri Produk Kriya Indonesia (Dokumen)	0	4	6	7	8	0	1.000	1.440	1.728	2.073	-	-	-	-	-	0	1.000	1.440	1.728	2.073
Penguatan Ekosistem Aplikasi dan Gim	Pertumbuhan PDB subsektor Aplikasi dan Gim (%)*	6,7-7,0	6,9-7,4	7,4-8,6	7,6-9,4	8,3-10,7	9.346	434.082	443.759	453.495	463.444	-	-	-	-	-	9.346	434.082	443.759	453.495	463.444
	Pertumbuhan ekspor subsektor Aplikasi dan Gim (%)*	6,0-10,0	6,5-11,7	7,0-12,7	7,8-13,8	8,0-14,9															

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
	Jumlah tenaga kerja subsektor aplikasi dan gim (ribu orang)*	187	200	214	229	245															
Pengembangan Riset dan Inovasi Subsektor Aplikasi dan Gim							346	16.886	18.159	19.437	20.719	-	-	-	-	-	346	16.886	18.159	19.437	20.719
Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Aplikasi dan Gim	Jumlah Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Aplikasi dan Gim yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	2	2	2	2	0	3.277	4.277	5.277	6.277	-	-	-	-	-	0	3.277	4.277	5.277	6.277
Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Aplikasi	Jumlah Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Aplikasi (Rekomendasi kebijakan)	0	2	2	2	2	0	939	957	976	996	-	-	-	-	-	0	939	957	976	996
Pemetaan Potensi Dan Perkembangan Industri Konten Digital	Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Konten Digital (Rekomendasi Kebijakan)	2	2	2	2	2	346	5.000	5.100	5.202	5.306	-	-	-	-	-	346	5.000	5.100	5.202	5.306

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Teknologi Digital Baru	Jumlah Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Teknologi Digital Baru (Rekomendasi kebijakan)	0	2	2	2	2	0	2.450	2.500	2.550	2.600	-	-	-	-	-	0	2.450	2.500	2.550	2.600
Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Jasa TIK	Jumlah Rekomendasi Kebijakan Pemetaan Potensi dan Perkembangan Industri Jasa TIK (Rekomendasi Kebijakan)	0	2	2	2	2	0	5.219	5.324	5.430	5.539	-	-	-	-	-	0	5.219	5.324	5.430	5.539
Pengembangan Pendidikan Subsektor Aplikasi dan Gim							9.000	226.488	231.016	235.583	240.282	-	-	-	-	-	9.000	226.488	231.016	235.583	240.282
Pembinaan/Pendampingan startup gim	Jumlah Startup yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan Startup Digital (startup)	20	315	325	350	375	2.500	10.439	10.648	10.861	11.078	-	-	-	-	-	2.500	10.439	10.648	10.861	11.078
Indonesia Game Accelerator	Jumlah Orang yang Mendapatkan Pelatihan Talenta Industri Gim melalui <i>Indonesia Game Accelerator</i> (Orang)	0	5.100	5.250	5.500	5.750	0	45.187	46.091	47.013	47.953	-	-	-	-	-	0	45.187	46.091	47.013	47.953

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Digital	Jumlah Startup yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Digital (Startup)	12	200	198	198	198	2.000	14.604	14.896	15.141	15.444	-	-	-	-	-	2.000	14.604	14.896	15.141	15.444
Pembinaan/Pendampingan melalui Bekraf Scale-Up Champion (BSC)	Jumlah Startup yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Digital (StartUp)	0	20	20	20	20	0	5.224	5.328	5.435	5.543	-	-	-	-	-	0	5.224	5.328	5.435	5.543
Pelatihan Talenta Digital yang Mendapatkan Fasilitas dan Pembinaan	Jumlah Orang yang Mendapatkan Pelatihan Talenta Digital (Orang)	0	14.000	14.100	14.200	14.300	0	36.088	36.809	37.545	38.296	-	-	-	-	-	0	36.088	36.809	37.545	38.296
Pelatihan Talenta Digital	Pelatihan Talenta Digital (Orang)	300	13.632	13.500	13.750	14.000	2.500	42.591	43.443	44.312	45.198	-	-	-	-	-	2.500	42.591	43.443	44.312	45.198
Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Berbasis Teknologi Digiati Baru	Jumlah Startup yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Berbasis Teknologi Digital Baru (Start Up)	5	5	5	5	5	1.500	15.559	15.870	16.187	16.510	-	-	-	-	-	1.500	15.559	15.870	16.187	16.510
Pelatihan Talenta Industri Teknologi Digital Baru	Jumlah Orang yang Mendapatkan Pelatihan Talenta Industri Teknologi Digital Baru (Orang)	0	10.000	10.000	10.000	11.100	0	28.961	29.540	30.130	30.720	-	-	-	-	-	0	28.961	29.540	30.130	30.720



Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi startup berbasis jasa TIK	Jumlah Startup yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan melalui Inkubasi Startup Berbasis Jasa TIK (startup)	5	145	145	145	145	500	13.121	13.384	13.651	13.924	-	-	-	-	-	500	13.121	13.384	13.651	13.924
Pelatihan Masterclass untuk Talenta Industri Jasa TIK	Jumlah Orang yang Mendapatkan Pelatihan Talenta Industri Jasa TIK (Orang)	0	11.100	11.100	11.100	11.100	0	14.710	15.005	15.305	15.611	-	-	-	-	-	0	14.710	15.005	15.305	15.611
Fasilitasi Pendanaan dan Pembiayaan Subsektor Aplikasi dan Gim							0	43.589	44.460	45.349	46.255	-	-	-	-	-	0	43.589	44.460	45.349	46.255
Fasilitasi Akses Pendanaan dan Pembiayaan Industri Gim	Jumlah Usaha yang Terfasilitasi Akses Pendanaan dan Pembiayaan Industri Gim (Bada Usaha)	0	25	27	30	33	0	15.659	15.972	16.292	16.618	-	-	-	-	-	0	15.659	15.972	16.292	16.618
Pembinaan/Pendampingan Badan Usaha melalui Venture App Festival	Jumlah Badan Usaha yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan Badan Usaha melalui Venture App Festival (Badan usaha)	0	60	60	60	60	0	6.628	6.760	6.895	7.033	-	-	-	-	-	0	6.628	6.760	6.895	7.033
Fasilitasi / Pembinaan Akses Pendanaan dan Pembiayaan Konten Digital	Fasilitasi / Pembinaan Akses Pendanaan dan Pembiayaan Konten Digital (Badan Usaha)	0	50	50	50	50	0	6.000	6.120	6.242	6.367	-	-	-	-	-	0	6.000	6.120	6.242	6.367

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Fasilitasi Akses Pembiayaan Teknologi Digital Baru	Jumlah Badan Usaha yang Mendapatkan Fasilitasi Akses Pembiayaan Teknologi Digital Baru (Badan Usaha)	0	220	220	220	220	0	7.993	8.153	8.316	8.482	-	-	-	-	-	0	7.993	8.153	8.316	8.482
Fasilitasi Akses Pembiayaan Pasar Modal Jasa TIK	Jumlah Badan Usaha yang Mendapatkan Fasilitasi Akses Pembiayaan Jasa TIK (Badan Usaha)	0	220	220	220	220	0	7.307	7.453	7.602	7.754	-	-	-	-	-	0	7.307	7.453	7.602	7.754
Pengembangan Sistem Pemasaran Subsektor Aplikasi dan Gim							0	121.754	124.251	126.736	129.270	-	-	-	-	-	0	121.754	124.251	126.736	129.270
Fasilitasi dan Promosi Industri Gim Nasional	Jumlah Promosi Dalam Rangka Pelatihan Talenta Industri Gim melalui Indonesia Game Academy (Promosi)	0	20	22	24	26	0	46.381	47.308	48.255	49.220	-	-	-	-	-	0	46.381	47.308	48.255	49.220
Promosi dalam rangka Pendukung Kegiatan Pemasaran Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif	Jumlah Promosi dalam rangka Pendukung Kegiatan Pemasaran Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif (Promosi)	0	14	14	14	14	0	26.141	26.664	27.197	27.741	-	-	-	-	-	0	26.141	26.664	27.197	27.741
Fasilitasi Dan Promosi Industri Konten Digital	Promosi Talenta Digital (Promosi)	0	16	16	16	16	0	20.000	20.400	20.808	21.224	-	-	-	-	-	0	20.000	20.400	20.808	21.224
Promosi Teknologi Digital Baru	Jumlah Promosi Teknologi Digital Baru (Promosi)	0	13	13	13	13	0	16.703	17.100	17.442	17.790	-	-	-	-	-	0	16.703	17.100	17.442	17.790
Fasilitasi Promosi Jasa TIK	Jumlah Promosi Jasa TIK (Promosi)	0	14	14	14	14	0	12.527	12.778	13.033	13.294	-	-	-	-	-	0	12.527	12.778	13.033	13.294

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Pengembangan Insentif Subsektor Aplikasi dan Gim							0	25.363	25.871	26.388	26.916	-	-	-	-	-	0	25.363	25.871	26.388	26.916
Rekomendasi Kebijakan dan Data Informasi Industri Gim	Jumlah Rekomendasi Kebijakan dan Data Informasi Industri Gim (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	4.319	4.406	4.494	4.584	-	-	-	-	-	0	4.319	4.406	4.494	4.584
Fasilitasi dan Pembinaan Badan Usaha melalui Nyatakan.id	Jumlah Badan Usaha yang Mendapatkan Pembinaan/Pendampingan Badan Usaha melalui Nyatakan.id (Badan Usaha)	0	20	20	20	20	0	1.044	1.064	1.086	1.107	-	-	-	-	-	0	1.044	1.064	1.086	1.107
Fasilitasi dan Pembinaan Melalui Inkubasi Penciptaan dan Penguatan Kreasi Industri Konten Digital	Fasilitasi dan Pembinaan Melalui Inkubasi Penciptaan dan Penguatan Kreasi Industri Konten Digital (Lembaga)	0	5	5	5	5	0	20.000	20.400	20.808	21.224	-	-	-	-	-	0	20.000	20.400	20.808	21.224
Penguatan Ekosistem Kuliner	Pertumbuhan PDB Subsektor Kuliner (%)*	5,3-8,8	5,8-8,9	6,5-9,0	6,8-9,0	7,2-9,1	2.460	82.967	92.082	103.795	118.792	-	-	-	-	-	2.460	82.967	92.082	103.795	118.792
	Pertumbuhan ekspor Subsektor Kuliner (%)*	5,2-5,4	5,7	6,8	6,9	8,0															
	Jumlah tenaga kerja Subsektor Kuliner (ribu orang)*	14.048	14.259	14.473	14.690	14.910															
Pengembangan Riset dan Inovasi Subsektor Kuliner							0	14.913	17.223	19.952	23.211	-	-	-	-	-	0	14.913	17.223	19.952	23.211

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Kuliner	Jumlah Rekomendasi Riset dan Inovasi Kolaboratif Subsektor Kuliner yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	1.813	2.813	3.813	4.813	-	-	-	-	-	0	1.813	2.813	3.813	4.813
Nusantara Culinary Lab	Jumlah Industri yang terfasilitasi Nusantara Culinary Lab (Industri)	0	25	28	31	35	0	12.000	13.200	14.784	16.853	-	-	-	-	-	0	12.000	13.200	14.784	16.853
Penyusunan Pedoman Persaingan Usaha	Rekomendasi Kebijakan terkait Pedoman Persaingan Usaha yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	200	220	246	280	-	-	-	-	-	0	200	220	246	280
Penyusunan Strategi Pemasaran Dalam Negeri Produk Kuliner Indonesia	Rekomendasi Kebijakan terkait Strategi Pemasaran Dalam Negeri Produk Kuliner Indonesia yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	200	220	246	280	-	-	-	-	-	0	200	220	246	280
Penyusunan Strategi Pemasaran Ekspor Produk Kuliner Indonesia	Rekomendasi Kebijakan terkait Strategi Pemasaran Ekspor Produk Kuliner Indonesia yang tersusun (Rekomendasi Kebijakan)	0	1	1	1	1	0	700	770	862	983	-	-	-	-	-	0	700	770	862	983
Fasilitasi Pendanaan dan Pembiayaan Subsektor Kuliner							0	10.000	11.000	12.320	14.044	-	-	-	-	-	0	10.000	11.000	12.320	14.044

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Business Matching Kuliner	Jumlah Industri Kuliner yang terfasilitasi Business Matching (Industri)	0	20	22	25	28	0	10.000	11.000	12.320	14.044	-	-	-	-	-	0	10.000	11.000	12.320	14.044
Pengembangan Sistem Pemasaran Subsektor Kuliner							2.460	57.754	63.529	71.153	81.114	-	-	-	-	-	2.460	57.754	63.529	71.153	81.114
Akselerasi Ekspor Kreasi Indonesia (AKSI) Kuliner	Jumlah Industri yang terakselerasi Ekspor Kreasi Indonesia (AKSI) Kuliner (Industri)	18	85	94	105	119	2.460	15.000	16.500	18.480	21.067	-	-	-	-	-	2.460	15.000	16.500	18.480	21.067
Fasilitasi Pameran Produk Kuliner	Fasilitasi Pameran Produk Kuliner (Pameran)	0	12	13	15	17	0	28.254	31.079	34.809	39.682	-	-	-	-	-	0	28.254	31.079	34.809	39.682
Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Ide.IN)	Fasilitasi Promosi Kreasi Indonesia melalui Ide Indonesia (Ide.IN) (Pameran)	0	3	3	4	4	0	4.500	4.950	5.544	6.320	-	-	-	-	-	0	4.500	4.950	5.544	6.320
Fasilitasi Pengembangan Desa Kuliner dalam Rangka pendukungan Desa Kreatif	Fasilitasi Pengembangan Desa Kuliner dalam Rangka pendukungan Desa Kreatif (Kelompok Masyarakat)	0	10	11	12	14	0	10.000	11.000	12.320	14.044	-	-	-	-	-	0	10.000	11.000	12.320	14.044

Kegiatan Prioritas/Proyek Prioritas	Penugasan Indikator	Target					Alokasi APBN (dalam juta rupiah)					Alokasi Non-APBN (dalam juta rupiah)					Total (dalam juta rupiah)				
		2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029	2025	2026	2027	2028	2029
Pengembangan Insentif Subsektor Kuliner							0	300	330	369	421	-	-	-	-	-	0	300	330	369	421
Penyusunan Skema Insentif Untuk Pelaku Ekonomi Kreatif	Penyusunan Skema Insentif Untuk Pelaku Ekonomi Kreatif yang tersusun (Dokumen)	0	1	1	1	1	0	300	330	369	421	-	-	-	-	-	0	300	330	369	421
Peningkatan Ekspor Jasa dan Produk Kreatif	Nilai ekspor ekonomi kreatif (Miliar USD)*	26,44	27,85	29,39	31,09	32,94	1.580	11.500	16.560	19.872	23.846	-	-	-	-	-	1.580	11.500	16.560	19.872	23.846
Promosi Ekspor Jasa dan Produk Kreatif							1.580	11.500	16.560	19.872	23.846	-	-	-	-	-	1.580	11.500	16.560	19.872	23.846
Akselerasi Ekspor Kreasi Indonesia (AKSI) Kriya	Jumlah industri yang terakselerasi ekspor kreasi kriya (Industri)	12	100	106	127	152	1.580	11.500	16.560	19.872	23.846	-	-	-	-	-	1.580	11.500	16.560	19.872	23.846

MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

TEUKU RIEFKY HARSYA

LAMPIRAN IV  
PERATURAN MENTERI EKONOMI KREATIF/KEPALA  
BADAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 8 TAHUN 2025  
TENTANG  
RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2025-2029

MATRIKS REGULASI KEMENTERIAN EKONOMI KREATIF/BADAN EKONOMI KREATIF

Tabel 1. Matriks Regulasi Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025-2029

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
1	2	3	4	5	6				
1.	Rancangan Peraturan Presiden tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Tahun 2026-2045	Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Pasal 25 menyatakan bahwa Ekonomi Kreatif dilaksanakan berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif yang merupakan bagian integral dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional. Pengembangan Ekonomi Kreatif dituangkan dalam Rencana Induk Ekonomi Kreatif dan dijadikan pedoman bagi Pemerintah. Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2018-2025 yang ditetapkan dengan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 ditetapkan lebih dahulu dari Undang Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif sehingga Perpres tentang Rencana Induk Pengembangan Ekraf	Direktorat Kajian dan Manajemen Strategis, Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat; 2. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian; 3. Kementerian PPN/BAPPENAS; 4. Kementerian Dalam Negeri; 5. Kementerian Ketenagakerjaan; 6. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah;	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		tersebut perlu dilakukan penyeselarasan terhadap materi muatannya dengan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Hal ini diperlukan karena masa berlaku Rindekraf 2018–2025 akan segera berakhir, sementara regulasi mewajibkan adanya dokumen Rindekraf yang berlaku selama 20 tahun. Penyusunan Rindekraf Tahun 2026-2045 ini sangat penting untuk mendukung pencapaian Visi Indonesia Emas 2045, terutama dalam menciptakan lapangan kerja berkualitas bagi generasi muda, serta memastikan pengembangan ekonomi kreatif yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing global.		7. Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi; 8. Kementerian Kebudayaan.					
2.	Rancangan Perubahan Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2024 tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional	Perubahan Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2024 tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional didasarkan pada evaluasi menyeluruh terhadap dinamika industri yang semakin kompleks dan berkembang cepat. Secara substantif, perubahan ini diperlukan untuk menjawab tantangan ketimpangan ekosistem, ketertinggalan regulasi terhadap teknologi baru serta perubahan nomenklatur Kementerian/lembaga. Perubahan juga ditujukan untuk memperkuat kerangka kelembagaan, pendanaan, SDM, dan keberlanjutan program nasional yang mendukung industri gim sebagai sektor strategis ekonomi digital. Dengan penyesuaian	Direktorat Gim, Deputi Bidang Kreativitas Digital dan Teknologi	1. Kementerian Kebudayaan; 2. Kementerian Perdagangan; 3. Kementerian Komunikasi dan Digital; 4. Kementerian Perindustrian; 5. Pemerintah Daerah; 6. Badan Usaha (BUMN/Swasta).	1	1			



No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		ini, Perpres diharapkan lebih responsif terhadap RPJMN 2025–2029 dan RPJPN 2025–2045, serta mampu meningkatkan daya saing global industri gim nasional.							
3	Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Rekonstruksi Pajak Royalti bagi Penulis	perlunya kebijakan perpajakan yang lebih adil dan proporsional terhadap karakteristik penghasilan profesi kepenulisan. Meskipun royalti telah dikategorikan sebagai objek pajak dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan, penerapan tarif dan mekanisme penghitungan saat ini sering kali belum mencerminkan kemampuan membayar penulis, yang umumnya menghadapi penghasilan tidak tetap, biaya produksi karya yang tinggi, serta risiko pasar yang signifikan. Kebijakan perpajakan yang tidak sensitif terhadap kondisi tersebut dapat menghambat produktivitas dan kontribusi budaya penulis, yang seharusnya mendapat perlindungan sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Hak Cipta. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan khusus melalui peraturan pemerintah sebagai turunan dari Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, guna mengatur skema pajak royalti yang lebih berkeadilan, antara lain melalui penyesuaian Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN), tarif efektif PPh Pasal 21/23, serta pemihakan fiskal terhadap sektor ekonomi kreatif berbasis literasi.	Direktorat Penerbitan dan Fotografi, Deputy Bidang Kreativitas Media	1. Kementerian Kebudayaan; 2. Perpustakaan Nasional; 3. Kementerian Keuangan; 4. Lembaga Kajian Poltax UI.	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
4	Rancangan Peraturan Presiden terkait Pusat Fesyen Muslim Dunia	<p>Berdasarkan laporan terbaru The Global Islamic Economy Indicator Score (The State of the Global Islamic Economy 2024/25 Report), Indonesia berhasil menempati peringkat pertama sebagai negara dengan industri modest fashion terbaik, diikuti oleh Malaysia (2), Italy (3), Turkiye (4) dan Singapura (5) <a href="https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425">https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425</a> Prestasi tersebut menegaskan posisi Indonesia sebagai pusat utama fesyen syariah global dan memperkuat daya saing industri kreatif nasional di pasar internasional. Indonesia dengan mayoritas penduduk Muslim tidak hanya memiliki peranan penting sebagai konsumen busana muslim di kancah pasar ekonomi Islam dunia, namun juga memiliki prospek yang besar dalam mendominasi distribusi produk fashion muslim secara global.</p> <p>Sejak 2019 Indonesia telah mencanangkan diri sebagai kiblat busana muslim dunia. Meskipun sempat tertunda karena pandemi, arah kebijakan ini terus diperkuat dalam RPJMN 2025–2029. Namun hingga saat ini belum terdapat kebijakan lintas sektor yang secara komprehensif mengatur arah pembangunan fesyen muslim secara nasional, dan belum mengacu pada kerangka regulasi</p>	Direktorat Fesyen, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kementerian Perdagangan</li><li>2. Kementerian Koperasi</li><li>3. Kementerian UMKM;</li><li>4. Kementerian Pariwisata;</li><li>5. Kementerian Perindustrian</li><li>6. Bank Indonesia;</li><li>7. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah Asosiasi di bidang fesyen</li></ol>		1	1	1	

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		yang bersifat mengikat dan berjangka panjang. Oleh karenanya, diperlukan suatu kebijakan dalam bentuk Peraturan Presiden yang menetapkan arah strategis nasional dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat pengembangan fesyen muslim dunia. Kebijakan ini sekaligus akan memperkuat posisi Indonesia dalam diplomasi budaya global, serta mendukung pencapaian visi Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia.							
5	Rancangan Peraturan Menteri tentang Indeks Nasional Ekonomi Kreatif (INEKRAF)	Penyediaan instrumen pemetaan potensi dan permasalahan dalam ekosistem ekonomi kreatif nasional menjadi kebutuhan mendesak guna memahami dinamika sektor ini secara komprehensif. Instrumen ini harus mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif di berbagai subsektor. Dengan data yang akurat dan terstruktur, pemetaan ini akan membantu dalam merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran, memastikan pertumbuhan berkelanjutan, serta meningkatkan daya saing industri kreatif Indonesia di tingkat global. Selain sebagai alat pemetaan, instrumen ini juga berfungsi sebagai alat pembanding, evaluasi, dan pemberi masukan bagi pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi. Dengan adanya indikator yang jelas, para	Direktorat Kajian dan Manajemen Strategis, Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Ekonomi Kreatif; 2. Badan Pusat Statistik; 3. Pemerintah Daerah.	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		pengambil keputusan dapat menilai efektivitas kebijakan yang telah diterapkan serta melakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini akan mendukung terciptanya ekosistem ekonomi kreatif yang lebih inklusif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan tren serta tantangan ekonomi yang terus berkembang.							
6	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penilai Kekayaan Intelektual	Rancangan Peraturan Menteri ini diperlukan dalam rangka mengoptimalkan implementasi Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 mengenai pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, perlu untuk menyusun regulasi tambahan yang berkaitan dengan penilai kekayaan intelektual.	Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Keuangan; 2. Kementerian Hukum.	1	1			
7	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Satu Data Bidang Ekonomi Kreatif	Pengaturan untuk mendukung keterpaduan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengendalian pembangunan yang didukung dengan data yang akurat, mutakhir, terpadu, dapat dipertanggungjawabkan, mudah diakses dan dibagipakaikan, serta dikelola secara saksama, terintegrasi, dan berkelanjutan sehingga diperlukan upaya pengaturan tata kelola data yang dihasilkan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif melalui Satu Data Bidang Ekonomi Kreatif. Peraturan ini melaksanakan ketentuan Pasal 14 ayat (3) dan Pasal 15 ayat (2) Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia, serta	Pusat Data dan Informasi, Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kementerian PPN/Bappenas; 2. Kementerian Keuangan; 3. Badan Pusat Statistik; 4. Badan Informasi Geospasial.	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		merupakan penyesuaian Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Nomor 8 Tahun 2022 tentang Satu Data Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.							
8	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengembangan Fesyen Muslim	Rancangan Peraturan Menteri bertujuan menjadi payung hukum dan arahan kerja bersama dalam mendorong ekosistem fesyen muslim, mencakup aspek: kreasi fesyen, kurikulum pendidikan, prinsip syariat Islam, sertifikasi halal, <i>market intelligence</i> , <i>nation branding</i> , museum sejarah, dan pembentukan Dewan Fesyen Muslim Indonesia. Muslim fesyen terbukti mampu menyerap tenaga kerja, memperkuat UMKM, dan berkontribusi terhadap ekspor. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang mendorong pembiayaan syariah, sertifikasi halal, inovasi bahan, dan digitalisasi pasar.	Direktorat Fesyen, Deputi Bidang Kreativitas Budaya dan Desain	1. Kementerian Perdagangan 2. Kementerian Koperasi 3. Kementerian UMKM; 4. Kementerian Pariwisata; 5. Kementerian Perindustrian 6. Bank Indonesia; 7. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah 8. Asosiasi di bidang fesyen	1	1			
9	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Ekonomi	Dokumen Renstra (Rencana Strategis) adalah dokumen perencanaan jangka menengah (lima tahunan) yang disusun oleh Kementerian Ekonomi kreatif/Badan Ekonomi Kreatif yang Isinya memuat Visi, misi, tujuan, sasaran, strategi, kebijakan, program, dan kegiatan untuk 5 tahun. Disusun sebagai turunan dari dokumen perencanaan yakni berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2025	Biro Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kementerian PPN/Bappenas 2. Kementerian Keuangan 3. KemenpanRB 4. Setkab 5. BPKP	1				

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
	Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2025-2029	tentang RPJMN. Renstra ini menjadi acuan penyusunan rencana kerja (Renja) tahunan dan penganggaran.							
10	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Perizinan Berusaha Sektor Ekonomi Kreatif	Rancangan Peraturan Menteri ini disusun untuk melaksanakan ketentuan Pasal 332, Pasal 333, dan Pasal 517 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kementerian Perkonomian 2. BKPM 3. Kementerian Keuangan 4. Kementerian Dalam Negeri 5. Pemerintah Daerah	1				
11	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif di Daerah	Peraturan Menteri ini sebagai acuan dalam penyelenggaraan Ekonomi Kreatif di Daerah yang bertujuan untuk: a. mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas pengusaha dan Pelaku Ekonomi Kreatif; b. mendorong peningkatan daya saing, pertumbuhan, keragaman usaha dan kualitas industri kreatif; c. mendorong peningkatan perlindungan, Penyelenggaraan, dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya budaya bagi industri kreatif secara berkelanjutan; d. mendorong terbentuknya kelembagaan Ekonomi Kreatif Daerah untuk melayani kepentingan Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif;	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemendagri 2. Kementerian Keuangan 3. Kementerian PPN/Bappenas 4. Pemerintah Daerah	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		<p>e. mendorong terwujudnya Kabupaten/ Kota/Desa Kreatif sebagai kota atau desa yang mampu melayani kepentingan Penyelenggaraan Ekonomi Kreatif, dan memanfaatkan secara efektif aset kreatif, serta menggunakannya sebagai dasar pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkelanjutan; dan</p> <p>f. mendorong pelestarian budaya, peningkatan lapangan kerja dan penurunan kemiskinan daerah.</p>							
12	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pemberian Tunjangan Kinerja di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Rancangan Peraturan Menteri ini disusun untuk melaksanakan ketentuan Pasal 12 Peraturan Presiden Nomor 40 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Tunjangan Kinerja Pegawai di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	<p>1. KemenpanRB</p> <p>2. Kementerian Keuangan</p>	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
13	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Tata Penyusunan Kerja Sama di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk meningkatkan pengelolaan kerja sama secara tertib, efektif, dan efisien serta mendukung kinerja Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu disusun pengaturan mengenai tata cara penyusunan naskah kerja sama di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemenlu 2. Kemendagri	1	1			
14	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Bantuan Pemerintah di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk meningkatkan kualitas keberlanjutan ekosistem ekonomi kreatif diperlukan peningkatan kemampuan kualitas, kuantitas, dan kapasitas perorangan, kelompok masyarakat, komunitas dan organisasi kemasyarakatan bidang ekonomi kreatif yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui mekanisme bantuan pemerintah. Selanjutnya untuk pengaturan dan mekanisme pelaksanaan bantuan pemerintah bidang ekonomi kreatif diperlukan pedoman umum penyaluran bantuan pemerintah di lingkungan Kementerian dan Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Direktorat Pengembangan Akses, Pendanaan dan Pembiayaan Investasi Deputy Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Keuangan 2. Kementerian PPN/ Bappenas		1	1		



No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
15	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Tugas Pembantuan di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa pelaksanaan tugas pembantuan bidang ekonomi kreatif ditujukan untuk mewujudkan penyelarasan dan pemerataan pembangunan ekonomi kreatif serta mendukung pencapaian agenda prioritas pembangunan nasional, memerlukan pengaturan norma, standar, prosedur, dan kriteria pelaksanaan tugas pembantuan	Direktorat Fasilitasi Infrastruktur Deputi Bidang Pengembangan Strategis Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Keuangan 2. Kementerian PPN/ Bappenas		1			
16	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Penyampaian Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk mewujudkan pemerintahan yang baik dan berintegritas, bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme, pemerintah telah mewajibkan penyelenggara negara untuk menyampaikan laporan harta kekayaan yang dimilikinya. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 15 Tahun 2021 tentang Penyampaian Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti	Inspektorat Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	Komisi Pemberantasan Korupsi	1	1			

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
17	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengendalian Gratifikasi di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk penyelenggaraan pemerintahan yang baik, bersih dan bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, pejabat/pegawai Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif wajib menolak hadiah atau suatu pemberian dari siapapun juga yang berhubungan dengan jabatan dan atau pekerjaannya. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2024 tentang Pengendalian Gratifikasi di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	Inspektorat Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	Komisi Pemberantasan Korupsi	1	1			
18	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pengembangan Kompetensi Pegawai Negeri Sipil melalui Jalur Pendidikan di	bahwa untuk meningkatkan pengetahuan, pengembangan kompetensi diri, dan pengembangan karir pegawai di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu diatur mengenai pengembangan kompetensi pegawai negeri sipil melalui jalur Pendidikan. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata	Biro Hukum Sumber Dayan Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemenpan RB 2. BKN 3. LAN		1	1		

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
	Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2023 tentang Pengembangan Kompetensi Pegawai Negeri Sipil melalui Jalur Pendidikan di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.							
19	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk mengakomodasi kebutuhan organisasi dan kelancaran penyelenggaraan pemerintahan di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, serta berdasarkan Pasal 34 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan dapat menunjuk Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian, perlu mengatur tata cara penunjukan, pengangkatan, kewenangan, dan hak Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 13 Tahun 2022 tentang Pelaksana Tugas dan Pelaksana Harian di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemenpan RB 2. Kementerian Keuangan		1	1		

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
20	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Pola Karier Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk memberikan keselarasan antara potensi pegawai negeri sipil dengan penyelenggaraan tugas pemerintahan dan pembangunan, perlu disusun pengaturan pola karier instansi sesuai dengan kebutuhan berdasarkan pola karier nasional. Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2022 tentang Pola Karir Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemenpan RB 2. BKN			1	1	
21	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif Tata Cara Penyelesaian Kerugian Negara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 54 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2016 tentang Tata Cara Tuntutan Ganti Kerugian Negara/Daerah Terhadap Pegawai Negeri Bukan Bendahara atau Pejabat Lain, perlu diatur Tata Cara Penyelesaian Kerugian Negara Terhadap Pegawai Negeri Bukan Bendahara di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif	Inspektorat Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Komisi Pemberantasan Korupsi 2. Kementerian Keuangan			1	1	

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
22	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk mencapai pengelolaan keuangan negara yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel, Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif wajib melakukan Pengendalian atas penyelenggaraan kegiatan pemerintahan. Selanjutnya untuk pelaksanaan pengendalian atas penyelenggaraan kegiatan pemerintahan, serta guna memberikan keyakinan yang memadai bagi tercapainya efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan penyelenggaraan pemerintahan negara, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaataan terhadap peraturan perundang-undangan, diperlukan sistem pengendalian intern pemerintah	Biro Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	BPKP	1	1			
23	Rancangan Peraturan Menteri Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Ekonomi Kreatif tentang Disiplin Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif	Bahwa untuk meningkatkan pengelolaan kepegawaian dalam melaksanakan penegakan disiplin pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja dibutuhkan kepastian dalam pemeriksaan, penjatuhan dan penyampaian hukuman disiplin yang dilakukan oleh pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja. Bahwa untuk melaksanakan penegakan disiplin pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja di lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif, perlu pengaturan mengenai pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja.	Biro Hukum Sumber Daya Manusia dan Organisasi Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama	1. Kemenpan RB 2. BKN		1	1		

No	Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi	Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian	Unit Kerja Penanggung Jawab	Unit Terkait/Instansi	Target Penyelesaian				
					2025	2026	2027	2028	2029
		Selanjutnya dengan adanya pemisahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, maka Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 10 Tahun 2024 tentang Disiplin Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja di Lingkungan Kementerian Ekonomi Kreatif/ Badan Ekonomi Kreatif sudah tidak sesuai dengan perkembangan sehingga perlu diganti.							

MENTERI EKONOMI KREATIF/  
KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

TEUKU RIEFKY HARSYA