



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

LAMPIRAN
PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 142 TAHUN 2018
TENTANG
RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI
KREATIF NASIONAL TAHUN 2018-2025

A. PENGERTIAN

1. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan, kelompok orang, atau badan usaha Indonesia yang melakukan aktivitas kreatif dan inovatif bersumber dari keintelektualan yang bernilai ekonomis kegiatan Ekonomi Kreatif.
2. Pekerja Kreatif adalah setiap orang atau kelompok orang yang memiliki profesi yang mendukung usaha Ekonomi Kreatif.
3. Pendidik adalah tenaga kependidikan yang berkualifikasi sebagai guru, dosen, konselor, pamong belajar, widyaiswara, tutor, instruktur, fasilitator, dan sebutan lain yang sesuai dengan kekhususannya, serta berpartisipasi dalam menyelenggarakan pendidikan.
4. Satuan Pendidikan adalah kelompok layanan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan pada jalur formal, nonformal, dan informal pada setiap jenjang dan jenis pendidikan.

B. PRINSIP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF NASIONAL

Prinsip pengembangan Ekonomi Kreatif nasional meliputi:

1. pemberdayaan sumber daya manusia kreatif untuk mewujudkan kreativitasnya menjadi produk dan/atau jasa yang dilindungi oleh hak kekayaan intelektual;
2. peningkatan literasi mengenai pola pikir desain bertujuan untuk mentransformasikan kreativitas menjadi inovasi;
3. penciptaan karya kreatif menggunakan warisan budaya sebagai sumber inspirasi untuk menciptakan keunikan dan memperkuat jati diri, persatuan dan kesatuan, serta eksistensi bangsa Indonesia di forum internasional; dan
4. pengembangan dan pemanfaatan media sebagai saluran distribusi dan presentasi karya dan konten kreatif lokal yang berkualitas untuk meningkatkan apresiasi dan pengakuan masyarakat Indonesia dan dunia.

C. VISI DAN MISI

1. Visi

Ekonomi Kreatif sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Misi . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 2 -

2. Misi

Mengembangkan ekosistem Ekonomi Kreatif yang dilaksanakan melalui pemberdayaan kreativitas sumber daya manusia dan pengembangan usaha Ekonomi Kreatif yang berdaya saing.

a. misi pemberdayaan kreativitas sumber daya manusia dilaksanakan melalui:

- 1) peningkatan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif;
- 2) pembentukan dan pengembangan ruang kreatif untuk menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan, mengelola, dan mengkonservasi kreativitas serta memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mengembangkan potensi warisan budaya lokal;
- 3) peningkatan apresiasi masyarakat terhadap kreativitas dan kekayaan intelektual;
- 4) penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai untuk mendukung berkembangnya kreativitas; dan
- 5) pengembangan kelembagaan yang mendukung ekosistem kreativitas.

b. misi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif yang berdaya saing dilaksanakan melalui:

- 1) peningkatan pembiayaan bagi usaha Ekonomi Kreatif;
- 2) peningkatan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam dan warisan budaya sebagai bahan baku bagi usaha Ekonomi Kreatif;
- 3) peningkatan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual;
- 4) penyediaan infrastruktur yang memadai bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif;
- 5) pengembangan standarisasi dan praktik usaha yang baik untuk usaha Ekonomi Kreatif dan karya kreatif;
- 6) peningkatan pemasaran dan promosi karya kreatif di dalam negeri dan di luar negeri; dan
- 7) penguatan regulasi bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.

D. TUJUAN DAN RUANG LINGKUP

1. Tujuan pengembangan Ekonomi Kreatif nasional adalah untuk:

- a. meningkatkan daya saing Pelaku Ekonomi Kreatif; dan
- b. meningkatkan kontribusi usaha Ekonomi Kreatif dalam perekonomian nasional.

2. Ruang lingkup pengembangan Ekonomi Kreatif nasional meliputi:

- a. pengembangan ekosistem penumbuhkembangan kreativitas sumber daya manusia;

b. pengembangan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 3 -

- b. pengembangan ekosistem usaha Ekonomi Kreatif;
- c. peningkatan kontribusi usaha Ekonomi Kreatif dalam perekonomian nasional; dan
- d. pengarusutamaan kreativitas pada setiap sektor pembangunan melalui:
 - 1) peningkatan jumlah dan kualitas wirausaha kreatif dan Pekerja Kreatif yang berkiprah pada lapangan pekerjaan baik dalam usaha Ekonomi Kreatif maupun dalam sektor pembangunan selain usaha Ekonomi Kreatif; dan
 - 2) penciptaan keterkaitan dari hulu ke hilir usaha Ekonomi Kreatif dengan berbagai industri dan jasa lainnya di seluruh sektor pembangunan.

E. ARAH KEBIJAKAN, SASARAN, STRATEGI, DAN PEMANGKU KEPENTINGAN

- 1. Arah kebijakan, sasaran, strategi, dan pemangku kepentingan Rindekraf dijabarkan masing-masing dalam bidang:
 - a. pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif;
 - b. pengembangan kota kreatif untuk menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan, mengelola, dan mengkonservasi kreativitas serta memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya untuk mengembangkan potensi lokal;
 - c. peningkatan apresiasi masyarakat terhadap kreativitas dan hak kekayaan intelektual;
 - d. penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai dan kompetitif untuk mendukung berkembangnya kreativitas;
 - e. pengembangan kelembagaan yang mendukung ekosistem kreativitas;
 - f. peningkatan pembiayaan bagi usaha Ekonomi Kreatif;
 - g. peningkatan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam, dan warisan budaya sebagai bahan baku bagi usaha Ekonomi Kreatif;
 - h. peningkatan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual;
 - i. penyediaan infrastruktur dan teknologi yang memadai dan kompetitif bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif;
 - j. pengembangan standarisasi dan praktik usaha yang baik (*best practice*) untuk usaha Ekonomi Kreatif dan karya kreatif;
 - k. peningkatan pemasaran dan promosi karya kreatif di dalam dan di luar negeri; dan
 - l. penguatan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.
- 2. Penjabaran arah kebijakan, sasaran, strategi, dan pemangku kepentingan Rindekraf yaitu:

PENJABARAN . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

PENJABARAN ARAH KEBIJAKAN, SASARAN, STRATEGI, DAN
PEMANGKU KEPENTINGAN

1. Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya jumlah dan kualitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang didukung oleh ketersediaan Satuan Pendidikan yang sesuai dan berkualitas
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan sistem pendidikan, pelatihan, dan ketenagakerjaan yang mendukung penciptaan dan pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya peran Pelaku Ekonomi Kreatif di berbagai sektor pembangunan
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan sistem pendidikan, pelatihan, sumber daya manusia yang mendorong kontribusi Pelaku Ekonomi Kreatif di seluruh sektor pembangunan

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mendorong kemudahan pendirian Satuan Pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif melalui penyesuaian persyaratan, peningkatan kualitas pelayanan dan kepastian prosedur, serta tata cara perizinan.	Mengembangkan Satuan Pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif secara merata di berbagai daerah yang memiliki potensi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif, terutama di Indonesia Tengah dan Timur.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Kementerian Ketenagakerjaan; d. Kementerian Perindustrian; e. Kementerian Agama; f. Badan Ekonomi Kreatif; g. Badan Koordinasi Penanaman Modal;

h. Pemerintah . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 5 -

No	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
			h. Pemerintah Daerah Provinsi; dan i. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
2.	Membuka Satuan Pendidikan baru yang sesuai dengan kebutuhan usaha Ekonomi Kreatif pada Satuan Pendidikan yang telah ada saat ini.	Meningkatkan Satuan Pendidikan yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan teknologi dunia usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Pemerintah Daerah Provinsi; dan e. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
3.	Mengembangkan kurikulum Satuan Pendidikan dan kurikulum lembaga/instansi penyelenggara pendidikan pelatihan di bidang Ekonomi Kreatif yang mengacu kepada praktik internasional terbaik (<i>international best practices</i>) dan disesuaikan dengan kebutuhan usaha Ekonomi Kreatif, melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan dan pelatihan lainnya, dan dengan usaha Ekonomi Kreatif di dalam dan luar negeri.	Meningkatkan kualitas kurikulum Satuan Pendidikan dan kurikulum lembaga/instansi penyelenggara pendidikan pelatihan di bidang Ekonomi Kreatif yang mengacu kepada praktik internasional terbaik (<i>international best practices</i>) dan disesuaikan dengan kebutuhan dunia usaha di berbagai sektor yang memerlukan kompetensi Pekerja Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Kementerian Perindustrian; d. Kementerian Ketenagakerjaan; e. Badan Ekonomi Kreatif; dan f. Badan Nasional Sertifikasi Profesi.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 6 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
4.	Menyertakan materi penumbuhkembangan kreativitas dan pola pikir desain (<i>design thinking</i>) dalam kurikulum sekolah formal.	Meningkatkan kualitas materi penumbuhkembangan kreativitas dan pola pikir desain (<i>design thinking</i>) dalam kurikulum sekolah formal.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.
5.	Memetakan keterhubungan dan keterpaduan antar jenjang pendidikan dan mengembangkan panduan keterhubungan dan keterpaduan antara lulusan pendidikan menengah dan pendidikan tinggi di bidang Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan keterhubungan dan keterpaduan antar jenjang pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Kementerian Pariwisata; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.
6.	Mengembangkan sistem standardisasi sarana dan prasarana pembelajaran di bidang Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan pengadaan sarana dan prasarana pembelajaran di bidang Ekonomi Kreatif sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Pemerintah Daerah Provinsi; dan e. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

7. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 7 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
7.	Mengembangkan standar mutu Satuan Pendidikan yang berorientasi pada standar internasional, standar nasional pendidikan, sistem akreditasi Satuan Pendidikan, dan pendampingan peningkatan standar mutu pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan kualitas dan jumlah Satuan Pendidikan yang terakreditasi, melalui pendampingan peningkatan standar mutu pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Kementerian Pariwisata; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.
8.	Mengembangkan program pembelajaran yang mengikutsertakan Pelaku Ekonomi Kreatif melalui program kewirausahaan (<i>school-based enterprise</i>) dan magang bekerja sama dengan usaha Ekonomi Kreatif di dalam dan luar negeri.	Meningkatkan kualitas dan intensitas pelaksanaan program pembelajaran yang mengikutsertakan Pelaku Ekonomi Kreatif dan usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Kementerian Ketenagakerjaan; d. Kementerian Pariwisata; e. Badan Ekonomi Kreatif; f. Pemerintah Daerah Provinsi; dan g. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 8 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
9.	Meningkatkan akses dan porsi beasiswa bagi Pendidik di bidang Ekonomi Kreatif khususnya untuk jenjang pendidikan tinggi Strata-2 (S2) dan Strata-3 (S3) yang jumlahnya masih terbatas, serta mendorong penyetaraan sertifikat profesi Pelaku Ekonomi Kreatif dengan kualifikasi Pendidik pada jenjang pendidikan formal.	Meningkatkan kuantitas dan kualitas Pendidik di Satuan Pendidikan dan di lembaga/instansi penyelenggara pendidikan pelatihan di bidang Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Ketenagakerjaan; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; d. Kementerian Keuangan; e. Badan Ekonomi Kreatif; dan f. Badan Nasional Sertifikasi Profesi.
10.	Meningkatkan profesionalisme Pekerja Kreatif melalui pengembangan profil profesi, standar kompetensi, dan sistem sertifikasi profesi Pekerja Kreatif yang diakui secara global, pengembangan kode etik profesi kreatif, dan kolaborasi Pekerja Kreatif lokal dengan Pekerja Kreatif yang berpengalaman di tingkat global.	Meningkatkan kompetensi Pekerja Kreatif sesuai kebutuhan industri/jasa lain yang memerlukan kompetensi Pekerja Kreatif agar mampu memanfaatkan peluang pada dunia usaha di berbagai sektor pembangunan.	a. Kementerian Ketenagakerjaan; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; d. Badan Ekonomi Kreatif; dan e. Badan Nasional Sertifikasi Profesi.

11. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 9 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
11.	Mengembangkan sistem untuk menghubungkan lulusan pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif dan Pekerja Kreatif dengan usaha Ekonomi Kreatif melalui program bursa tenaga kerja baik luring (<i>offline</i>) maupun daring (<i>online</i>).	Meningkatkan promosi kompetensi lulusan Satuan Pendidikan di bidang Ekonomi Kreatif ke dunia usaha di berbagai sektor, dan pelaksanaan bursa tenaga kerja baik secara luring (<i>offline</i>) maupun daring (<i>online</i>)	a. Kementerian Ketenagakerjaan; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. d. Badan Ekonomi Kreatif; e. Pemerintah Daerah Provinsi; dan f. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
12.	Mengembangkan kolaborasi antara Pekerja Kreatif dengan program pemerintah dan dunia usaha di berbagai sektor pembangunan untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa yang dihasilkan.	Meningkatkan kolaborasi antara Pekerja Kreatif dengan program pemerintah dan dunia usaha di berbagai sektor pembangunan untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa yang dihasilkan.	a. Badan Ekonomi Kreatif; b. Institusi Pusat/ Kementerian/ Lembaga Terkait; c. Pemerintah Daerah Provinsi; dan d. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

2. Pengembangan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 10 -

2. Pengembangan Kota Kreatif untuk Menggali, Memanfaatkan, Menumbuhkembangkan, Mengelola, dan Mengkonservasi Kreativitas serta Memanfaatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, seni, dan budaya untuk Mengembangkan Potensi Lokal

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Tersedianya ruang kreatif yang dapat memberdayakan kreativitas
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Penciptaan ekosistem pengembangan kota kreatif yang kondusif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya peran kota kreatif sebagai pusat pengembangan usaha Ekonomi Kreatif, peningkatan kualitas hidup masyarakat, kantong inovasi, atau pusat pertumbuhan dan penghele daerah sekitar
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan aktivitas kota kreatif yang berkelanjutan

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Memetakan ketersediaan modal kreatif pada kota-kota di Indonesia yang berpotensi dikembangkan sebagai kota kreatif. Modal kreatif yang dimaksud antara lain ide/kreativitas, potensi sumber daya alam dan budaya lokal, sumber daya manusia, kelembagaan, dan kepemimpinan.	Mengembangkan atau memanfaatkan modal kreatif pada kota di Indonesia yang berpotensi dikembangkan sebagai kota kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Dalam Negeri; c. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi; d. Badan Ekonomi Kreatif; e. Pemerintah Daerah Provinsi; f. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota; dan g. Satuan Pendidikan.

2. Memprakarsai . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 11 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
2.	Memprakarsai, membangun dan/ atau merevitalisasi ruang-ruang kreatif seperti inkubator bisnis, pusat inovasi, pusat pelatihan, studio, media promosi, pasar, gedung pertunjukan, bioskop, <i>amphitheater</i> , museum, galeri, cagar budaya, ruang publik, <i>co-working space</i> , laboratorium, pusat informasi usaha Ekonomi Kreatif, kampung/desa kreatif, dan sebagainya sebagai wadah penumbuh- kembangan kreativitas pada kota-kota yang berpotensi.	Mengembangkan ruang- ruang kreatif yang layak, lengkap, mudah diakses, berstandar internasional, dan dikelola dengan manajemen yang berkualitas baik.	a. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat; b. Kementerian Dalam Negeri; c. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; d. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; e. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; f. Kementerian Ketenagakerjaan; g. Kementerian Perdagangan; h. Kementerian Komunikasi dan Informatika; i. Kementerian Perindustrian; j. Badan Ekonomi Kreatif; k. Pemerintah Daerah Provinsi; dan l. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
3.	Membangun infrastruktur, teknologi, dan kelembagaan pendukung pengembangan kota kreatif.	Mengembangkan infrastruktur, teknologi, dan kelembagaan pendukung pengembangan kota kreatif.	a. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat; b. Kementerian Komunikasi dan Informatika;

c. Kementerian . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 12 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
			c. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; d. Badan Ekonomi Kreatif; e. Pemerintah Daerah Provinsi; dan f. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
4.	Membangun kolaborasi antar usaha Ekonomi Kreatif yang dimiliki kota kreatif atau antara usaha Ekonomi Kreatif dengan dunia usaha di berbagai sektor, untuk menciptakan produk baru yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing tinggi.	Menumbuhkembangkan kolaborasi antar usaha Ekonomi Kreatif yang dimiliki kota kreatif, atau antara usaha Ekonomi Kreatif dengan dunia usaha di berbagai sektor, untuk menciptakan produk baru yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing tinggi.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.
5.	Mengembangkan program dan kegiatan yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi sebagai solusi dalam rangka memecahkan permasalahan perkotaan yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.	Meningkatkan program dan kegiatan kota kreatif yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi sebagai solusi dalam rangka memecahkan permasalahan perkotaan yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Badan Ekonomi Kreatif; dan c. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 13 -

3. Peningkatan Apresiasi Masyarakat Terhadap Kreativitas dan Hak Kekayaan Intelektual

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kreativitas dan hak kekayaan intelektual
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan kesadaran masyarakat serta pelaku usaha terhadap kreativitas dan hak kekayaan intelektual

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya apresiasi dan konsumsi masyarakat terhadap karya kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan apresiasi, pemanfaatan, dan konsumsi karya kreatif lokal oleh masyarakat Indonesia dan dunia

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan gerakan penggunaan karya kreatif lokal dengan mendorong penggunaan karya kreatif lokal oleh instansi pemerintah dan BUMN.	Mendorong perluasan penggunaan karya kreatif lokal termasuk oleh masyarakat serta dunia usaha di berbagai sektor.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Perdagangan; c. Kementerian Dalam Negeri; d. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; e. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; f. Kementerian Pariwisata; g. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; dan h. Badan Ekonomi Kreatif.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 14 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
2.	Sosialisasi intensif kepada masyarakat mengenai hak kekayaan intelektual.	Memperkuat sistem pembinaan, pengawasan, dan penegakan hukum terhadap pemanfaatan hak kekayaan intelektual.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Kementerian Dalam Negeri; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Kepolisian Negara Republik Indonesia.
3.	Menyelenggarakan kegiatan pemberian penghargaan bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif berprestasi di dalam negeri dan mendorong partisipasi Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif dalam kegiatan pemberian penghargaan di dalam dan luar negeri.	Meningkatkan kualitas penyelenggaraan kegiatan penghargaan bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif berprestasi di dalam negeri dan mendorong Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif memperoleh prestasi terbaik pada ajang internasional yang prestisius.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Perdagangan; c. Kementerian Dalam Negeri; d. Kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah; e. Kementerian Pariwisata; f. Kementerian Agama; dan g. Badan Ekonomi Kreatif.

4. Menyelenggarakan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 15 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
4.	Menyelenggarakan kegiatan kompetisi, festival, diskusi, dan kegiatan lainnya untuk menggali, mengangkat, dan mempromosikan Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan kualitas penyelenggaraan kegiatan kompetisi, festival, diskusi, dan kegiatan lainnya dengan jangkauan skala internasional, untuk mendorong apresiasi dan konsumsi masyarakat Indonesia dan internasional terhadap karya kreatif lokal.	a. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan; b. Kementerian Pariwisata; c. Kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah; d. Kementerian Perdagangan; e. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; f. Kementerian Perindustrian; dan g. Badan Ekonomi Kreatif.
5.	Mengembangkan sistem informasi mengenai profil dan kisah sukses Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif di Indonesia yang dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat Indonesia.	Meningkatkan kualitas sistem informasi mengenai profil dan kisah sukses Pelaku Ekonomi Kreatif, karya kreatif, dan usaha Ekonomi Kreatif yang dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat Indonesia dan internasional.	a. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan; b. Kementerian Pariwisata; c. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; d. Kementerian Perindustrian; e. Kementerian Perdagangan;

f. Kementerian . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 16 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
			f. Kementerian Komunikasi dan Informatika; dan g. Badan Ekonomi Kreatif.
6.	Mengembangkan sistem pendokumentasian dan pengarsipan karya kreatif dalam negeri diantaranya melalui pengembangan museum, lembaga pengarsipan, dan lain-lain.	Meningkatkan kualitas sistem pendokumentasian dan pengarsipan karya kreatif dalam negeri yang mampu meningkatkan apresiasi masyarakat Indonesia dan internasional, serta menjadi sumber inspirasi bagi penciptaan karya kreatif baru.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Arsip Nasional Republik Indonesia; dan d. Perpustakaan Nasional.

4. Penyediaan Infrastruktur Teknologi yang Memadai dan Kompetitif untuk Mendukung Berkembangnya Kreativitas

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Tersedianya infrastruktur teknologi yang memadai dan kompetitif untuk mendukung pemberdayaan kreativitas
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), konektivitas, energi, dan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai pendukung pengembangan kreativitas

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Optimalnya pemanfaatan infrastruktur teknologi untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas karya kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Perluasan infrastruktur dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mendukung berkembangnya kreativitas dan inovasi di seluruh sektor pembangunan



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 17 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Membangun akses infrastruktur jaringan internet berkecepatan tinggi dengan harga terjangkau pada daerah-daerah potensial serta memberikan insentif investasi teknologi internet sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.	Meningkatkan pengembangan, penetrasi, dan kinerja infrastruktur TIK sebagai pendukung pengembangan kreativitas di daerah-daerah potensial, tertinggal, terdepan, dan terluar.	a. Kementerian Komunikasi dan Informatika; dan b. Badan Ekonomi Kreatif.
2.	Membangun infrastruktur logistik pada daerah potensial, tertinggal, terdepan, dan terluar.	Meningkatkan pengembangan, penetrasi, dan kinerja infrastruktur logistik sebagai pendukung pengembangan kreativitas di daerah potensial, tertinggal, terdepan, dan terluar.	a. Kementerian Perhubungan; b. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Pemerintah Daerah Provinsi; dan e. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
3.	Membangun infrastruktur energi listrik pada daerah potensial.	Meningkatkan pengembangan, penetrasi, dan kinerja infrastruktur energi listrik sebagai pendukung pengembangan kreativitas di daerah potensial, tertinggal, terdepan, dan terluar.	a. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Pemerintah Daerah Provinsi; dan

d. Pemerintah . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 18 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
			d. Pemerintah Daerah Kabupaten/kota.
4.	Membangun sarana dan prasarana inkubator teknologi, dengan prioritas pada daerah yang memiliki potensi pengembangan <i>start-up</i> berbasis teknologi.	Mengembangkan kinerja inkubator teknologi, melalui penerapan sistem seleksi proposal penelitian yang transparan dan kredibel, tata kelola yang berkualitas oleh sumber daya manusia yang profesional, dan jejaring yang kuat dengan industri dan pasar.	a. Kementerian Komunikasi dan Informatika; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.
5.	Mengembangkan lembaga riset pemerintah untuk mengembangkan teknologi yang mendukung pengembangan inovasi, melalui peningkatan komitmen riset, melakukan revitalisasi tata kelola dan lembaga riset, serta kolaborasi dengan peneliti non-PNS.	Meningkatkan keterhubungan lembaga riset pemerintah dengan pihak pasar dan industri.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia; dan d. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.

6. Membangun . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 19 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
6.	Membangun kerja sama pengembangan teknologi melalui kemitraan lembaga riset pemerintah dengan negara lain yang sudah maju untuk mempercepat alih pengetahuan dan teknologi.	Meningkatkan kerja sama pengembangan teknologi melalui kemitraan lembaga riset pemerintah dengan negara lain yang sudah maju untuk mempercepat alih pengetahuan dan teknologi, serta pelaksanaan kerja sama penelitian dan pengembangan teknologi multidisplin.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia; dan d. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.
7.	Membangun industri di bidang Ekonomi Kreatif tingkat nasional agar memiliki fasilitas riset dan pengembangan sehingga dapat meningkatkan kuantitas Pekerja Kreatif.	Meningkatkan industri di bidang Ekonomi Kreatif tingkat nasional melalui pemanfaatan riset dan pengembangan sehingga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas Pekerja Kreatif.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Kementerian Perindustrian; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.

5. Pengembangan Kelembagaan yang Mendukung Ekosistem Kreativitas

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya kapasitas kelembagaan yang menyelenggarakan fungsi pengembangan ekosistem pemberdayaan kreativitas
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan kelembagaan pendukung pemberdayaan kreativitas di sektor pemerintahan, swasta, dan masyarakat

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya kolaborasi kelembagaan yang mendukung pemberdayaan ekosistem kreativitas

2) ARAH . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 20 -

2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan sistem kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam pemberdayaan kreativitas

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Meningkatkan kapasitas kelembagaan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif dan meningkatkan kolaborasi melalui forum lintas Pelaku Ekonomi Kreatif (pemerintah, Pendidik, dan Pelaku Usaha) di tingkat nasional dan daerah.	Memperluas kolaborasi melalui forum lintas Pelaku Ekonomi Kreatif (pemerintah, Pendidik, dan Pelaku Usaha) di tingkat nasional dan daerah.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi; c. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; d. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; e. Kementerian Ketenagakerjaan; f. Kementerian Komunikasi dan Informatika; g. Kementerian Dalam Negeri; h. Kementerian Keuangan; i. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional; j. Kementerian Perindustrian; k. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah;

1. Kementerian . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 21 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
			l. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; m. Badan Ekonomi Kreatif; n. Badan Pusat Statistik; o. Arsip Nasional Republik Indonesia; dan p. Perpustakaan Nasional.
2.	Meningkatkan kapasitas kelembagaan Pelaku Ekonomi Kreatif diantaranya dengan mengembangkan asosiasi usaha, asosiasi profesi, komunitas, dan media di tingkat nasional dan daerah.	Meningkatkan kolaborasi melalui forum lintas Pelaku Ekonomi Kreatif terutama asosiasi usaha, asosiasi profesi, komunitas, dan media di tingkat nasional dan daerah.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi; c. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; d. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; e. Kementerian Ketenagakerjaan; f. Kementerian Komunikasi dan Informatika; g. Kementerian Dalam Negeri; h. Kementerian Keuangan;

i. Kementerian . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 22 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
			i. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional; j. Kementerian Perindustrian; k. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; l. Badan Ekonomi Kreatif; m. Badan Pusat Statistik; n. Arsip Nasional Republik Indonesia; dan o. Perpustakaan Nasional.
3.	Mengembangkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP), Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM), dan Rencana Kerja pemerintah (RKP) di tingkat pusat dan daerah, yang mengakomodasi arahan kebijakan, strategi, dan program pengembangan Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan sinergi perencanaan dan pelaksanaan arahan kebijakan, strategi, dan program pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP), Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM), dan Rencana Kerja pemerintah (RKP) di tingkat pusat dan daerah.	a. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Pemerintah Daerah Provinsi; dan d. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

4. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 23 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
4.	Mengembangkan sistem pendataan Ekonomi Kreatif, diantaranya pengembangan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dan <i>Harmonized System Code (HS Code)</i> yang terkait dengan usaha Ekonomi Kreatif, dan pengembangan Klasifikasi Baku Jabatan Indonesia (KBJI) terkait Pekerja Kreatif.	Memperbaharui sistem pendataan Ekonomi Kreatif secara berkala serta pemetaan Pekerja Kreatif pada dunia usaha di seluruh sektor.	a. Kementerian Keuangan; b. Badan Ekonomi Kreatif; dan c. Badan Pusat Statistik.
5.	Sinkronisasi regulasi terkait pengarusutamaan kreativitas antara lain kegiatan pendidikan kreatif, profesi kreatif (etika profesi, hak kekayaan intelektual, dan standar upah), kegiatan penelitian dan pengembangan, serta pengembangan dan aktivasi ruang publik.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi terkait kegiatan pendidikan kreatif, profesi kreatif (etika profesi, hak kekayaan intelektual, dan standar upah), kegiatan penelitian dan pengembangan, serta pengembangan dan aktivasi ruang publik.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.

6. Peningkatan Pembiayaan bagi Usaha Ekonomi Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Mengembangkan sistem pembiayaan bagi usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan skema pembiayaan khusus bagi usaha Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 24 -

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatkan akses Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan pembiayaan dalam mengembangkan usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan dan perluasan dukungan pembiayaan bagi usaha Ekonomi Kreatif

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan skema pembiayaan khusus yang sesuai dengan karakteristik usaha Ekonomi Kreatif melalui skema: a. pembiayaan berbasis hak kekayaan intelektual (<i>Intellectual Property Right Financing</i>); b. penyertaan modal (<i>angel investor</i>, modal ventura, <i>equity-based crowdfunding</i>, dan pasar modal); c. dana tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility/CSR</i>) perusahaan swasta dan BUMN; d. hibah (bantuan pemerintah, hibah luar negeri, <i>philanthropy</i>, <i>donation based-crowdfunding</i>); e. dana bergulir; f. dana riset dan pendidikan;	Meningkatkan dan memperluas jangkauan skema pembiayaan khusus bagi usaha Ekonomi Kreatif melalui skema: a. pembiayaan berbasis hak kekayaan intelektual (<i>Intellectual Property Right Financing</i>); b. penyertaan modal (<i>angel investor</i>, modal ventura, <i>equity-based crowdfunding</i>, dan pasar modal); c. dana tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility/CSR</i>) perusahaan swasta dan BUMN; d. hibah (bantuan pemerintah, hibah luar negeri, <i>philanthropy</i>, <i>donation based-crowdfunding</i>); e. dana bergulir; f. dana riset dan pendidikan;	a. Kementerian Keuangan; b. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; c. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; d. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; e. Kementerian Dalam Negeri; f. Badan Ekonomi Kreatif; g. Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank; dan h. Lembaga Non Keuangan.

g. dana . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 25 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
	g. dana subsidi bunga; h. dana penjaminan; dan i. dana perbankan.	g. dana subsidi bunga; h. dana penjaminan; dan i. dana perbankan.	
2.	Mengembangkan sistem informasi untuk mensosialisasikan berbagai jenis skema pembiayaan bagi usaha Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan dan memperluas jangkauan sistem informasi pembiayaan khusus bagi Pelaku Ekonomi Kreatif.	a. Badan Ekonomi Kreatif; dan b. Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank.
3.	Mengembangkan sistem interaksi Pelaku Ekonomi Kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor, melalui: a. pengembangan sistem <i>matchmaking</i> pembiayaan <i>offline</i> melalui forum investor, forum filantropi, dan sejenisnya dan sistem <i>matchmaking</i> pembiayaan. b. pengembangan jejaring antara sistem pelatihan, inkubasi, dan kompetisi usaha Ekonomi Kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor.	Meningkatkan dan memperluas jangkauan sistem interaksi Pelaku Ekonomi Kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor, yaitu melalui: a. peningkatan dan perluasan jangkauan sistem <i>matchmaking</i> pembiayaan <i>offline</i> melalui forum investor, forum filantropi, dan sejenisnya dan sistem <i>matchmaking online</i> .	a. Kementerian Keuangan; b. Badan Ekonomi Kreatif; dan c. Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank.

b. peningkatan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 26 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
		b. peningkatan dan perluasan jejaring antara sistem pelatihan, inkubasi, dan kompetisi usaha Ekonomi Kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor.	

7. Peningkatan Perlindungan, Pengembangan, dan Pemanfaatan Sumber Daya Alam, dan Warisan Budaya sebagai Bahan Baku bagi Usaha Ekonomi Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam, dan warisan budaya sebagai bahan baku bagi usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam dan warisan budaya

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Lahirnya berbagai karya kreatif unggulan berbasis pemanfaatan warisan budaya dan sumber daya alam yang berkelanjutan dan memiliki perlindungan kekayaan intelektual
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan karya kreatif baru berbasis pemanfaatan sumber daya alam dan warisan budaya

1. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 27 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan sistem informasi, dokumentasi, dan pengarsipan kekayaan hayati dan warisan budaya Indonesia.	Meningkatkan kualitas sistem informasi, dokumentasi, dan pengarsipan kekayaan hayati dan warisan budaya yang mampu berperan optimal sebagai sumber inspirasi penciptaan karya kreatif unggulan.	a. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Komunikasi dan Informatika; d. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; e. Kementerian Kelautan dan Perikanan; f. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan g. Badan Ekonomi Kreatif.
2.	Mengembangkan sistem standardisasi mutu bahan baku lokal.	Meningkatkan kualitas sistem standardisasi mutu bahan baku lokal yang dapat bersaing di pasar dalam negeri maupun luar negeri.	a. Badan Ekonomi Kreatif; dan b. Badan Standardisasi Nasional.
3.	Mengembangkan sistem produksi dan distribusi bahan baku lokal bagi usaha Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan kualitas sistem produksi dan distribusi bahan baku lokal yang dapat menjamin ketersediaan bahan baku secara mudah dan kompetitif bagi upaya penciptaan karya kreatif unggulan.	a. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Pertanian; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.

4. Meningkatkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 28 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
4.	Meningkatkan akses Pelaku Ekonomi Kreatif terhadap bahan baku dan budaya melalui pemberian insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif yang memanfaatkan budaya atau bahan baku lokal.	Memperluas akses Pelaku Ekonomi Kreatif terhadap bahan baku dan budaya melalui peningkatan kerja sama pemanfaatan bahan baku dan budaya dengan pelaku usaha Ekonomi Kreatif bertaraf internasional dalam upaya penciptaan karya kreatif unggulan.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; c. Kementerian Pertanian; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.

8. Peningkatan Perlindungan dan Pemanfaatan Kekayaan Intelektual

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual bagi usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual bagi usaha Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya efektivitas perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual bagi usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan efektivitas perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual bagi usaha Ekonomi Kreatif

1. Meningkatkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 29 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Meningkatkan kesadaran Pelaku Ekonomi Kreatif mengenai kekayaan intelektual melalui sosialisasi intensif dan terpadu.	Memperkuat pemahaman Pelaku Ekonomi Kreatif mengenai pemanfaatan kekayaan intelektual secara optimal.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Badan Ekonomi Kreatif; dan c. Kepolisian Negara Republik Indonesia.
2.	Mengembangkan sistem pelayanan pendaftaran kekayaan intelektual yang cepat, mudah, proses yang transparan, dan dengan biaya yang terjangkau.	Melakukan otomatisasi sistem pelayanan pendaftaran kekayaan intelektual secara terpadu.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Kementerian Perindustrian; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.
3.	Memberantas pelanggaran kekayaan intelektual karya kreatif secara terpadu, efektif dan konsisten.	Memperkuat penegakan perlindungan kekayaan intelektual secara terpadu, efektif dan konsisten.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Kementerian Komunikasi dan Informatika; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Kepolisian Negara Republik Indonesia; dan e. Kejaksaan Agung.

9. Penyediaan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 30 -

9. Penyediaan Infrastruktur dan Teknologi yang Memadai dan Kompetitif bagi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Tersedianya infrastruktur dan teknologi yang memadai dan kompetitif bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan infrastruktur dan teknologi bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Optimalnya pemanfaatan infrastruktur dan teknologi untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Perluasan infrastruktur dan teknologi bagi peningkatan daya saing usaha Ekonomi Kreatif

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan sarana dan prasarana kawasan usaha Ekonomi Kreatif, antara lain berupa sentra usaha Ekonomi Kreatif, <i>Science and Techno Park</i> di bidang Ekonomi Kreatif, dan pembangunan pusat unggulan Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan pemanfaatan kawasan usaha Ekonomi Kreatif yang memiliki jejaring kuat dengan industri lainnya dan pasar.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.
2.	Mengembangkan sarana dan prasarana inkubator usaha Ekonomi Kreatif untuk usaha kreatif pemula di seluruh sub-sektor meliputi:	Meningkatkan pemanfaatan sarana dan prasarana inkubator usaha Ekonomi Kreatif untuk usaha kreatif di seluruh sub-sektor.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi;

a. inkubator . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 31 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
	a. inkubator <i>start-up</i> berbasis teknologi; b. inkubator usaha Ekonomi Kreatif berbasis konten; c. inkubator usaha Ekonomi Kreatif berbasis budaya tradisional.		c. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.
3.	Mengembangkan <i>co-working space</i> bagi Pelaku Ekonomi Kreatif melalui pengembangan dan aktivasi tempat untuk berbagi pengetahuan dan ide kreatif, serta tempat untuk memulai usaha.	Meningkatkan kinerja inkubator usaha Ekonomi Kreatif dan <i>co-working space</i> dengan melibatkan sumber daya manusia profesional dan jejaring yang kuat dengan industri dan pasar.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; dan b. Badan Ekonomi Kreatif.
4.	Melaksanakan penelitian dan pengembangan teknologi terkait usaha Ekonomi Kreatif.	Memperluas penerapan hasil penelitian dan pengembangan teknologi dalam praktik Usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Pemerintah Daerah Provinsi; dan d. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 32 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
5.	Merevitalisasi sarana dan prasarana seni budaya (gedung pertunjukan, museum, dan sebagainya).	Mengembangkan sarana dan prasarana seni budaya bertaraf internasional (gedung pertunjukan, museum, dan sebagainya) di berbagai wilayah yang memiliki potensi seni budaya.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Pemerintah Daerah Provinsi; dan d. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
6.	Mengembangkan <i>platform</i> integrasi pembayaran non-tunai untuk meningkatkan <i>e-commerce</i> melalui pengembangan <i>National Payment Gateway</i> .	Mengoptimalkan pemanfaatan <i>National Payment Gateway</i> untuk pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Komunikasi dan Informatika; dan b. Badan Ekonomi Kreatif.
7.	Mengembangkan piranti lunak legal dan kompetitif melalui kerja sama dengan penyedia piranti lunak, dan pengembangan industri perangkat keras dan piranti lunak dalam negeri dengan memberikan insentif keringanan pajak saat memulai dan mengembangkan usaha, atau keringanan pajak untuk bahan baku impor.	Meningkatkan akses usaha Ekonomi Kreatif terhadap piranti lunak yang legal dan terjangkau.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Keuangan; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.

8. Menyediakan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 33 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
8.	Menyediakan mesin dan peralatan modern untuk membantu pengembangan karya kreatif tradisional.	Mengembangkan mesin dan peralatan modern yang dapat mendorong peningkatan kualitas karya kreatif tradisional.	a. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Kementerian Perindustrian; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.

10. Pengembangan Standardisasi dan Praktik Usaha yang Baik (*Best Practice*) untuk Usaha Ekonomi Kreatif dan Karya Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya jumlah usaha Ekonomi Kreatif dan karya kreatif yang menerapkan standardisasi dan praktik usaha yang baik (*best practice*)
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan standardisasi dan praktik usaha yang baik (*best practice*) dari usaha Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Meningkatnya produktivitas usaha Ekonomi Kreatif dan kualitas karya kreatif yang menerapkan standardisasi dan praktik usaha yang baik (*best practice*)
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan standardisasi dan praktik usaha yang baik (*best practice*) dari usaha Ekonomi Kreatif

1. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 34 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan standar dan sertifikasi usaha Ekonomi Kreatif, dengan mengembangkan sistem standardisasi usaha Ekonomi Kreatif, pengembangan lembaga sertifikasi, sertifikasi usaha Ekonomi Kreatif, pengembangan forum standardisasi usaha Ekonomi Kreatif, serta pengembangan dan penerapan standar pengolahan limbah usaha Ekonomi Kreatif.	Meningkatkan dan memperluas penerapan sistem standardisasi dan sertifikasi usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; c. Kementerian Ketenagakerjaan; d. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; e. Badan Ekonomi Kreatif; dan f. Badan Standardisasi Nasional.
2.	Meningkatkan kapasitas usaha agar dapat memenuhi standar nasional, khususnya untuk karya kreatif yang dimungkinkan dikembangkan sesuai dengan Standar Nasional Indonesia.	Meningkatkan dan memperluas penerapan standardisasi dan sertifikasi karya kreatif.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Badan Standardisasi Nasional.

3. Meningkatkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 35 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
3.	Meningkatkan kemampuan kewirausahaan khususnya dalam aspek manajemen bisnis, pengembangan proposal bisnis, dan aspek hukum yang terkait dengan pemanfaatan kekayaan intelektual dalam kontrak bisnis dengan menghadirkan mentor bisnis berpengalaman di tingkat nasional dan global.	Memperkuat jejaring dan kolaborasi antar Pelaku Ekonomi Kreatif dan usaha Ekonomi Kreatif di tingkat lokal, nasional, dan global, melalui aktivasi forum komunikasi Pelaku Ekonomi Kreatif, serta pengembangan sistem insentif yang dapat mendorong kerja sama antara Pelaku Ekonomi Kreatif kecil dan menengah dengan wirausaha besar dan berpengalaman, serta kerja sama antara Pelaku Ekonomi Kreatif usaha Ekonomi Kreatif asing dengan Pelaku Ekonomi Kreatif usaha Ekonomi Kreatif lokal melalui mekanisme kemitraan investasi dan/atau keringanan pajak.	a. Kementerian Dalam Negeri; b. Kementerian Keuangan; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Badan Koordinasi Penanaman Modal.

4. Melaksanakan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 36 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
4.	Melaksanakan kolaborasi dan sinergi antara usaha Pelaku Ekonomi Kreatif di tingkat lokal, nasional, dan global melalui kreasi bersama dan kerja sama produksi serta pengakuan dan advokasi hak kekayaan intelektual dari hasil kreasi bersama dan kerja sama produksi.	Memperkuat kolaborasi dan sinergi antara usaha Pelaku Ekonomi Kreatif di tingkat lokal, nasional, dan global melalui kreasi bersama dan kerja sama produksi serta pengakuan dan advokasi hak kekayaan intelektual dari hasil kreasi bersama dan kerja sama produksi.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.
5.	Mengembangkan desain produk, konten, dan kemasan bagi karya kreatif, melalui hibah desain dan pendampingan oleh <i>live-in designer</i> atau mentor berpengalaman di tingkat nasional dan global untuk meningkatkan kualitas dan keragaman karya kreatif.	Memperluas hasil penelitian dan pengembangan terapan melalui <i>matchmaking</i> pemanfaatan hasil dan akses penelitian untuk pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; b. Badan Ekonomi Kreatif; c. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi; dan d. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

6. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 37 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
6.	Mengembangkan industri penunjang usaha Ekonomi Kreatif di dalam negeri melalui pemberian insentif bagi industri penunjang dan pembentukan forum komunikasi antara pelaku usaha Ekonomi Kreatif dengan pelaku usaha pada industri penunjang.	Menyelenggarakan dan mendorong partisipasi aktif dalam kompetisi karya kreatif baik di tingkat nasional maupun internasional.	a. Kementerian Perindustrian; b. Kementerian Perdagangan; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.
7.	Membangun kolaborasi antara usaha Ekonomi Kreatif dengan industri penunjang.	Memantapkan kolaborasi antara usaha Ekonomi Kreatif dengan industri penunjang.	a. Kementerian Perindustrian; dan b. Badan Ekonomi Kreatif.
8.	Membangun kolaborasi baik antar usaha Ekonomi Kreatif maupun dengan dunia usaha di berbagai sektor pembangunan untuk mengembangkan karya kreatif yang menjadi ikon nasional dan internasional.	Meningkatkan kolaborasi baik antar usaha Ekonomi Kreatif maupun dengan dunia usaha di berbagai sektor pembangunan untuk mengembangkan karya kreatif yang menjadi ikon nasional dan internasional.	a. Kementerian Perindustrian; dan b. Badan Ekonomi Kreatif.

11. Peningkatan Pemasaran dan Promosi Karya Kreatif di Dalam dan di Luar Negeri

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Meningkatnya promosi dan akses pemasaran karya kreatif di dalam dan luar negeri
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan strategi promosi dan sistem pemasaran karya kreatif di dalam dan di luar negeri

b. STRATEGI . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 38 -

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Optimalnya promosi dan pemasaran karya kreatif di dalam negeri dan luar negeri
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Peningkatan dan perluasan promosi dan pemasaran karya kreatif di dalam negeri dan luar negeri

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Mengembangkan riset pasar produk dan karya kreatif di dalam dan luar negeri, melalui pemberian hibah kepada pihak non pemerintah untuk melakukan riset inovatif, serta kerja sama penelitian dan pengembangan dengan Satuan Pendidikan atau pihak swasta, termasuk dari negara lain yang memiliki usaha Ekonomi Kreatif yang sudah maju untuk memperoleh pembelajaran (<i>lesson learned</i>).	Meningkatkan kualitas promosi dan pemasaran karya kreatif secara terencana, terarah, dan profesional berbasis hasil riset pasar, sistem informasi pasar, serta rencana aksi <i>branding</i> .	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Pariwisata; c. Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi; d. Kementerian Luar Negeri; dan e. Badan Ekonomi Kreatif.

2. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 39 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
2.	Mengembangkan sistem informasi pasar melalui pengembangan intelegensi pemasaran (<i>market intelligence</i>) dan laporan situasi pasar (<i>market report</i>) secara berkala pada masing-masing kelompok usaha Ekonomi Kreatif yang dapat membantu para Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memahami segmen pasar bagi produk dan karyanya.	Meningkatkan sistem informasi pasar melalui pengembangan intelegensi pemasaran (<i>market intelligence</i>) dan laporan situasi pasar (<i>market report</i>) secara berkala pada masing-masing kelompok usaha Ekonomi Kreatif yang dapat membantu para Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memahami segmen pasar bagi produk dan karyanya.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Komunikasi dan Informatika; c. Kementerian Perindustrian; d. Kementerian Luar Negeri; e. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; dan f. Badan Ekonomi Kreatif.
3.	Menyusun konsep rencana aksi <i>branding</i> produk Ekonomi Kreatif yang dapat menyinergikan pelaksanaan <i>branding</i> dan promosi baik yang dilakukan oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah.	Melaksanakan rencana aksi <i>branding</i> produk Ekonomi Kreatif yang dapat menyinergikan pelaksanaan <i>branding</i> dan promosi baik yang dilakukan oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; c. Kementerian Pariwisata; d. Badan Ekonomi Kreatif; e. Pemerintah Daerah Provinsi; dan f. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
4.	Meningkatkan ekspor produk Ekonomi Kreatif melalui pendampingan bagi usaha Ekonomi Kreatif dalam melakukan ekspor.	Memperluas pasar ekspor produk Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Keuangan; c. Kementerian Perindustrian;

d. Kementerian . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 40 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
			d. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; e. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; dan f. Badan Ekonomi Kreatif.
5.	Meningkatkan upaya promosi dan pemasaran produk Ekonomi Kreatif secara terarah, terencana, dan profesional melalui publikasi atau penerbitan, penyelenggaraan pameran dagang dalam negeri berkelas internasional, berpartisipasi aktif pada pameran dagang di luar negeri, misi dagang, <i>business to business networking</i> di dalam dan luar negeri secara terintegrasi dan komprehensif, serta mendorong dunia usaha untuk memberikan sponsor promosi karya kreatif.	Memperluas pemasaran produk Ekonomi Kreatif secara terarah, terencana, dan profesional.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Luar Negeri; c. Kementerian Pariwisata; d. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; e. Badan Ekonomi Kreatif; dan f. Badan Koordinasi Penanaman Modal.

6. Mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 41 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
6.	Mengembangkan sistem pelayanan satu pintu bagi ekspor dan impor produk Ekonomi Kreatif yang termasuk dalam komoditi yang diatur tata niaga, melalui pengembangan sistem pelayanan yang terintegrasi (identifikasi masalah, <i>streamlining</i> prosedur, fasilitasi proses ekspor-impor) serta pengembangan sistem informasi ekspor-impor (informasi hambatan tarif dan non tarif, prosedur dan persyaratan, bea masuk dan bea keluar, dan pelayanan bongkar muat di pelabuhan).	Mengoptimalkan sistem pelayanan satu pintu bagi ekspor dan impor produk Ekonomi Kreatif yang termasuk dalam komoditi yang diatur tata niaga.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Keuangan; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.
7.	Meningkatkan kemampuan Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mengekspor produk dan karyanya melalui pembekalan pengetahuan tentang peraturan dan standar yang perlu dipenuhi.	Mengoptimalkan kemampuan Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mengekspor produk dan karyanya.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Keuangan; c. Badan Ekonomi Kreatif; dan d. Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia.

8. mengembangkan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 42 -

NO.	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
8.	Mengembangkan kemitraan untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk Ekonomi Kreatif lokal, antara lain dengan ritel modern di dalam negeri dan BUMN.	Mengoptimalkan kemitraan dan diplomasi budaya untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk Ekonomi Kreatif di dalam negeri dan pasar global.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Luar Negeri; c. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; d. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; e. Kementerian Keuangan; dan f. Badan Ekonomi Kreatif.
9.	Melakukan diplomasi budaya sebagai <i>soft power</i> untuk mempromosikan karya kreatif dalam negeri di pasar global, melalui pelaksanaan misi kebudayaan secara rutin ke negara-negara yang menjadi pasar potensial.	Mengoptimalkan diplomasi budaya untuk mempromosikan karya kreatif dalam negeri di pasar global, melalui pelaksanaan misi kebudayaan secara rutin ke negara-negara yang menjadi pasar potensial.	a. Kementerian Luar Negeri; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.

12. Penguatan Iklim Usaha yang Kondusif bagi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif

a. STRATEGI TAHAP I (2018-2019)

- 1) SASARAN : Terwujudnya iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Pengembangan regulasi untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi usaha Ekonomi Kreatif

b. STRATEGI TAHAP II (2020-2025)

- 1) SASARAN : Terpeliharanya iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha Ekonomi Kreatif
- 2) ARAH KEBIJAKAN : Penguatan regulasi iklim usaha bagi usaha Ekonomi Kreatif



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 43 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
1.	Sinkronisasi regulasi pembiayaan khusus bagi usaha Ekonomi Kreatif, diantaranya: a. pembiayaan berbasis kekayaan intelektual (<i>Intellectual Property Right Financing</i>); b. penyertaan modal (<i>angel investor</i>, modal ventura, <i>equity-based crowdfunding</i>); c. hibah (bantuan pemerintah, hibah luar negeri <i>philanthropy</i>, <i>donation based-crowdfunding</i>); d. dana tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility/CSR</i>) perusahaan swasta dan BUMN.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi pembiayaan usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Keuangan; b. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah; c. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.

2. Sinkronisasi . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 44 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDERS</i>)
	TAHAP I	TAHAP II	
2.	Sinkronisasi regulasi pengembangan, pemanfaatan, dan tata niaga sumber daya alam lokal sebagai bahan baku usaha Ekonomi Kreatif, seperti sinkronisasi regulasi tata niaga sumber daya alam rotan, kayu, dan bambu agar mendukung pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi tata niaga sumber daya alam lokal sebagai bahan baku usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Pertanian; b. Kementerian Kelautan dan Perikanan; c. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan; dan d. Badan Ekonomi Kreatif.
3.	Sinkronisasi regulasi yang terkait dengan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan warisan budaya lokal bagi usaha Ekonomi Kreatif.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi yang terkait dengan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan warisan budaya lokal bagi usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Pemerintah Daerah Provinsi; dan e. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.
4.	Menyiapkan insentif fiskal untuk mendorong pengembangan usaha Ekonomi Kreatif.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi insentif fiskal bagi usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Keuangan; b. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; c. Badan Ekonomi Kreatif; d. Pemerintah Daerah Provinsi; dan f. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

5. Sinkronisasi . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 45 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
5.	Sinkronisasi regulasi untuk pemasaran karya kreatif di dalam maupun di luar negeri, seperti: a. pengadaan barang dan jasa pemerintah untuk penyelenggaraan program kesenian atau festival; b. prioritas pemanfaatan usaha dan Pelaku Ekonomi Kreatif serta karya kreatif lokal oleh kementerian/ lembaga, Pemerintah Daerah, dan BUMN; c. pengembangan konten kreatif (seperti aplikasi dan <i>games</i>) dalam dunia pendidikan; d. tata edar film untuk semua <i>platform</i> termasuk yang lahir dari perkembangan teknologi informasi dan lain-lain.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi untuk memperluas pasar karya kreatif di dalam maupun di luar negeri.	a. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; b. Kementerian Badan Usaha Milik Negara; c. Kementerian Perdagangan; d. Kementerian Komunikasi dan Informatika; e. Badan Ekonomi Kreatif; dan f. Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
6.	Sinkronisasi regulasi yang terkait dengan perlindungan konsumen karya kreatif.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi yang terkait dengan perlindungan konsumen karya kreatif.	a. Kementerian Perdagangan; b. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.

7. Sinkronisasi . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 46 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
7.	Sinkronisasi regulasi penanaman modal asing pada seluruh sub-sektor Ekonomi Kreatif seperti pembatasan investasi asing langsung pada usaha Ekonomi Kreatif di beberapa sub sektor.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi penanaman modal asing pada seluruh sub sektor Ekonomi Kreatif.	a. Badan Ekonomi Kreatif; dan b. Badan Koordinasi Penanaman Modal.
8.	Sinkronisasi regulasi perizinan usaha Ekonomi Kreatif diantaranya: a. perizinan memulai dan mengembangkan usaha kreatif; b. pelayanan secara <i>online</i> dan terintegrasi bagi perizinan dan pengembangan sistem perizinan yang transparan dan akuntabel (misalnya proses perizinan pengambilan gambar oleh pembuat film); c. kewajiban kemitraan usaha atau Pelaku Ekonomi Kreatif asing dengan usaha atau Pelaku Ekonomi Kreatif lokal sehingga terjadi transfer pengetahuan dan teknologi.	Mengefektifkan implementasi dan pengendalian regulasi perizinan usaha Ekonomi Kreatif.	a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; b. Badan Ekonomi Kreatif; dan c. Badan Koordinasi Penanaman Modal.



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 47 -

NO	STRATEGI		PEMANGKU KEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)
	TAHAP I	TAHAP II	
9.	Sinkronisasi regulasi tenaga kerja asing pada seluruh sub-sektor Ekonomi Kreatif.	Mengefektifkan penataan dan implementasi regulasi tenaga kerja asing.	a. Kementerian Ketenagakerjaan; b. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia; dan c. Badan Ekonomi Kreatif.

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

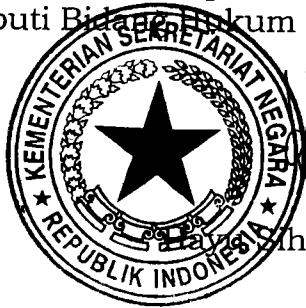
ttd

JOKO WIDODO

Salinan sesuai dengan aslinya

KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

Asisten Deputi Bidang Perekonomian,
Deputi Bidang Hukum dan Perundang-undangan,



Shwati Lestari