



'indonesia kreatif' indonesia is creative



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI *Indonesia*



KEMENTERIAN PERDAGANGAN RI
o8.12.10 Jakarta

Outline:



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

1. Sudah Sampai Di mana Perkembangan **eKONOMI kREATIF?**
2. Bagaimana Mengembangkan **eKONOMI kREATIF** Selanjutnya oleh Kemendag?
3. Apa Kontribusi Kemendag dalam Pengembangan **eKONOMI kREATIF 2010?**



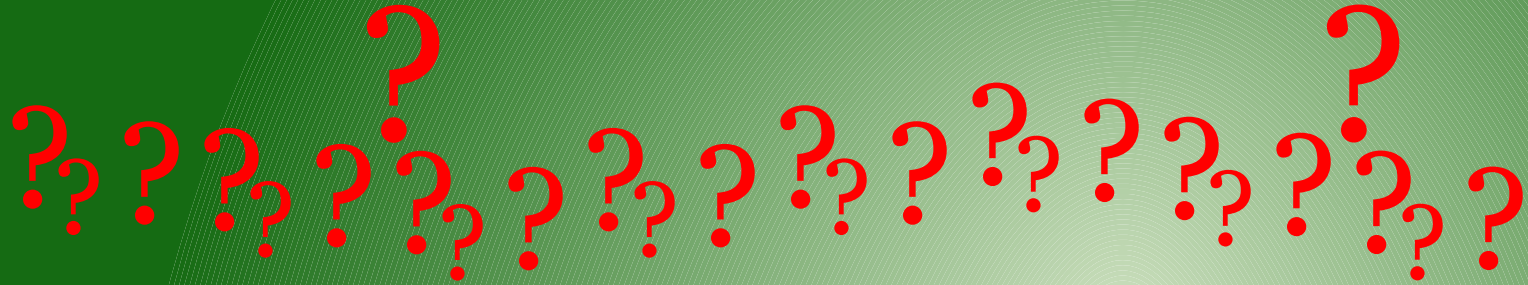
KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Sudah Sampai Di mana Perkembangan **eKONOMI kREATIF ?**

Apa itu Ekonomi Kreatif?



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA



Ekonomi Kreatif merupakan era ekonomi baru yang **mengintensifkan informasi dan kreativitas** dengan mengandalkan **ide dan stock of knowledge dari sumber daya manusianya** sebagai **faktor produksi utama** dalam kegiatan ekonominya.

**Departemen Perdagangan 2009*

INDUSTRI KREATIF

Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

**Departemen Perdagangan 2009*

Milestones Pencapaian Pengembangan Ekonomi Kreatif oleh Pemerintah



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Presiden:

Menyatakan bahwa industri kerajinan dan kreativitas bangsa harus ditingkatkan

PPBI 2007:

Pengembangan IDP dan pemetaan industri kreatif di Indonesia

Instruksi Presiden

Nomor 6/2009 tentang Ekonomi Kreatif

Trade Expo:

Mengembangkan sektor jasa dan menyediakan zona bagi pelaku dalam industri kreatif

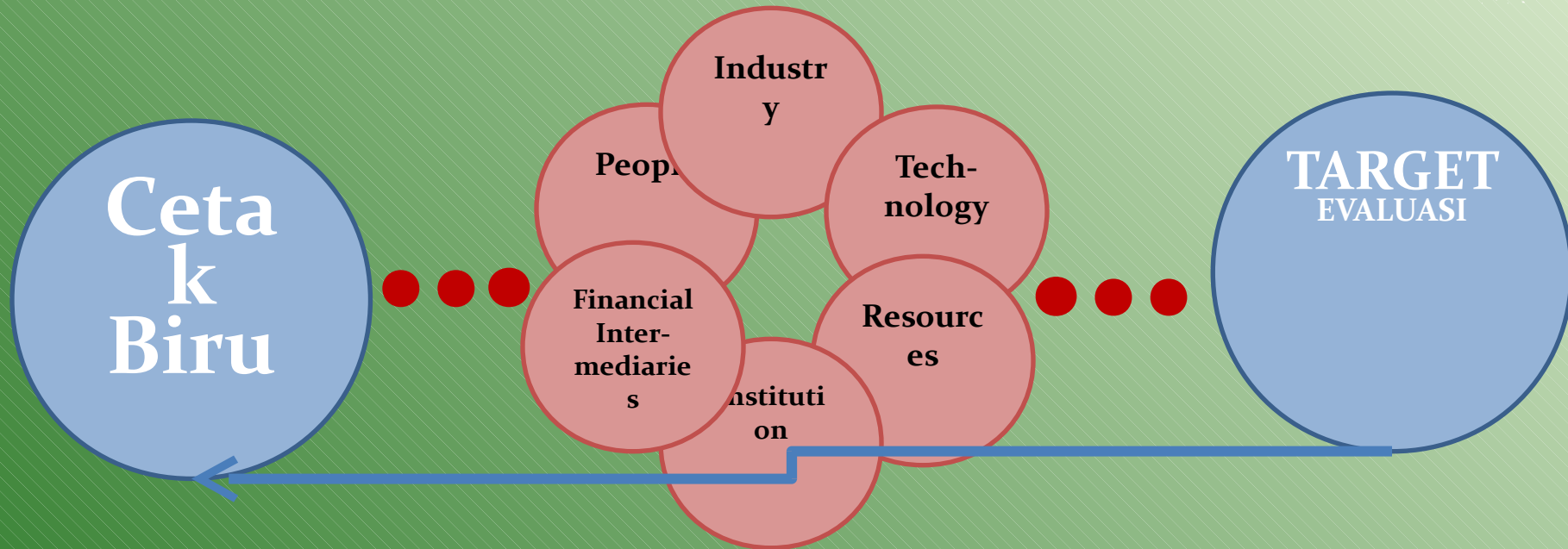
Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia



Pengembangan Ekonomi Kreatif 2010-2014



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA



Planning

Organizing & Actuating

Controlling

- Pengembangan Ekonomi Kreatif 2010-2014 lebih ditekankan kepada implementasi cetak biru.
- Menkokesra telah membuat Tim Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan SK Menkokesra Nomor 25A/KEP/MENKO/KESRA/X/2009 tanggal 11 Oktober 2009.

Penjabaran Inpres Nomor 6/2009



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

DALAM RENCANA AKSI

1. **Setiap Instansi Pemerintah yang tercantum dalam INPRES Nomor 6/2009**, wajib **membuat rencana aksi** berupa program dan kegiatan pengembangan Ekonomi Kreatif
2. **Program dan Kegiatan Pengembangan Ekonomi Kreatif diturunkan dari sasaran, arah, dan strategi dalam lampiran INPRES Nomor 6/2009** yang menjadi tanggungjawab organisasi kementerian/lembaga, baik sebagai koordinator maupun sebagai instansi pendukung.

ORGANISASI
KEMENTERIAN/
LEMBAGA

LEMBAGA
TINGGI
NEGARA

LAMPIRAN INPRES

~~NO. 6/2009~~
SASARAN

↓
ARAH

↓
STRATEGI

↓
PROGRAM

↓
KEGIATAN

Rencana Aksi Ekonomi Kreatif 2010

6 Sasaran | 21 Arah | 83 Strategi

14 Koordinator | 28 Instansi Pendukung



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

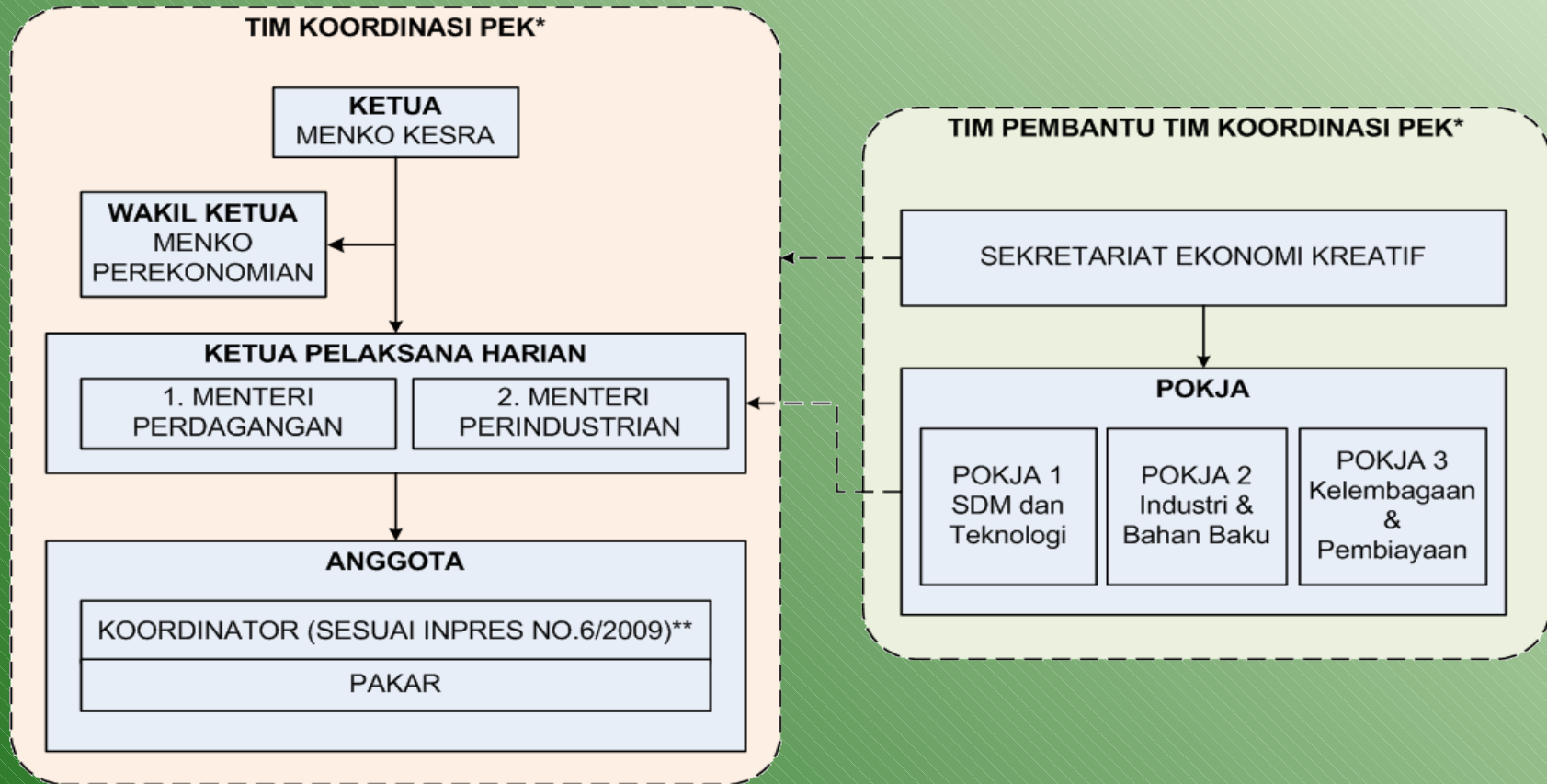
Mekanisme Kerja Pengembangan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan SK Menkokesra:

25A/KEP/MENKO/KESRA/X/2009 (11 Oktober 2009)



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA



**Instansi Pemerintah yang bertugas sebagai koordinator pada setiap Strategi PEK (terdapat 13 Kementrian)

* PEK = Pengembangan ekonomi Kreatif

Statistik Industri Kreatif di Indonesia 2002-2008

No	Indicator	Satuan	2005	2006	2007	2008	Tren (%)
1	Berbasis PDB						
1.1	Nilai Tambah Berlaku	Miliar Rp	214.540,85	256.848,12	297.557,26	360.663,46	18,60
1.2	Nilai Tambah Konstan	Miliar Rp	135.394,13	142.091,32	147.906,98	151.581,42	3,86
2	Berbasis Ketenagakerjaan						
2.1	Jumlah Tenaga Kerja	Orang	7.360.032,12	7.009.392,09	7.396.912,73	7.686.409,85	1,86
2.2	Produktivitas	Ribu Rp/TK	63.605,92	65.458,35	65.043,51	64.918,88	0,55
3	Berbasis Aktivitas Perusahaan						
3.1	Jumlah Perusahaan	Perusahaan	2.734.076,04	2.576.235,42	2.813.959,21	3.001.635,14	3,75
4	Berbasis Perdagangan Internasional						
4.1	Nilai Ekspor	Miliar Rp	76.462,03	84.840,18	95.208,60	114.924,97	14,31
4.2	Nilai Impor	Miliar Rp	6.915,06	6.045,16	8.077,49	10.441,82	16,49
4.3	Net Trade	Miliar Rp	69.546,98	78.795,02	87.131,11	104.483,15	14,13

*Departemen Perdagangan 2009
Tren 2005-2008

Kontribusi PDB per Subsektor (2008)



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

*Departemen Perdagangan 2009

- Kontribusi Fesyen dan Kerajinan mencapai: **70,01%**. Fluktuasi kedua sektor ini sangat mempengaruhi kontribusi PDB IK

Tren Pertumbuhan PDB Subsektoral IK 2005-2008



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

*Kementerian Perdagangan 2009

0

2

4

6

8

13

10

12

IMPAK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA 2004-2009



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Hasil: *Social Capital Creation*

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap Ekonomi kreatif meningkat secara signifikan semenjak dikeluarkannya cetak biru Pengembangan ekonomi kreatif oleh Kemendag tahun 2008

Awareness Creation

Creative Community Formation

Creative Activity Endorsement

Networking Expansion

Creative People Collaboration



Identitas lokal kota kreatif yang tercipta telah berhasil mengangkat karakter kota tersebut dan menjadikannya daya tarik wisata serta penyokong perekonomian lokal.



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Respons Media Nasional Digital

Jumlah Pencarian Kata Kunci 'Industri Kreatif' atau
'Ekonomi Kreatif' di Media Nasional hingga September 2010





KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Respons Media Daerah Digital

Jumlah Pencarian Kata Kunci 'Industri Kreatif' atau
'Ekonomi Kreatif' di Media Daerah hingga September 2010

RADAR BOGOR
Online
www.radarboGOR.com



SOLOPOS
EDISI CETAK



FAJAR
VERSI PDF



Banjarmasin Post.co.id
PELOPOR BERITA REALTIME DI KALSELTENG

bernas.co.id

Respons Media Bisnis Digital & Lainnya



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Jumlah Pencarian Kata Kunci 'Industri Kreatif' atau
'Ekonomi Kreatif' di Media Bisnis & Lainnya hingga September 2010



www.kompas.com



Beberapa Kegiatan Ekonomi Kreatif di Daerah yang telah rutin dilakukan

Terdapat ratusan kegiatan kreatif yang dilakukan di Indonesia setiap tahunnya, beberapa kegiatan yang menarik perhatian masyarakat lokal dan dunia, antara lain:

- Bandung : **Helarfest, Braga Festival**
- Jakarta : **Festival Kota Tua, PRJ, Jak Jazz, Jiffest**
- Solo : **Solo Batik Carnival, Pasar Windu Jenar**
- Yogyakarta : **Festival Kesenian Yogyakarta, Pasar Malam Sekaten, Biennale**
- Jember: **Jember Fashion Carnaval**
- Bali : **Bali Fashion Week, Bali Art Festival, Bali sanur festival**
- Lampung : **Way Kambas Festival**
- Palembang: **Festival Musi**

Event Kreatif besar lainnya yang juga telah rutin diadakan seperti:



Komunitas Kreatif

Komunitas Kreatif Top Ten



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Rank	Nama Komunitas	WEBSITE	Rata2 Pengunjung/Hari
1	Fashionesedaily	http://fashionesedaily.com/	23464
2	Kementerian Desain Republik Indonesia	http://menteridesainindonesia.blogspot.com/	2450
3	Musikator	http://www.musikator.com/	2094
4	Desain Grafis Indonesia	http://desaingrafisindonesia.wordpress.com/	2041
5	Komunitas Kreatif Bali	http://komunitaskreatifbali.wordpress.com/	562
6	Republik Kreatif	http://republikkreatif.com/	431
7	Common Room	http://commonroom.info/	342
8	Bandung Creative City	http://bandungcreativecityblog.wordpress.com/	310
9	Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI)	http://forumtelematika.com/id/node/17	240
10	Inside	http://www.ins-ide.org/	186

Mailing List Kreatif Top Ten

Rank	Subsektor	Website	Member 2009	Penambahan Member 2010
1	Layanan Piranti Lunak	http://groups.yahoo.com/group/ITCENTER/	17767	1367
2	Layanan Piranti Lunak	http://tech.groups.yahoo.com/group/ilmukomputer/	13452	920
3	Penerbitan & Percetakan	http://groups.yahoo.com/group/pasarbuku/	8499	711
4	Musik	http://groups.yahoo.com/group/komunitasmusik/	4492	315
5	Penerbitan & Percetakan	http://groups.yahoo.com/group/1001buku/	4353	401
6	Desain	http://groups.yahoo.com/group/belajardesain/	4134	653
7	Layanan Piranti Lunak	http://tech.groups.yahoo.com/group/APWKomitel/	3932	237
8	Desain	http://finance.groups.yahoo.com/group/forumgrafikadigital	2793	111
9	Penerbitan & Percetakan	http://groups.yahoo.com/group/Sablon/	2530	918
10	Fotografi	http://groups.yahoo.com/group/komunitas-fotografer/	1182	672



Bagaimana Mengembangkan **eKONOMI kREATIF** selanjutnya oleh Kemendag?

Peran Utama Industri Kreatif

Aktor Utama Pengembangan



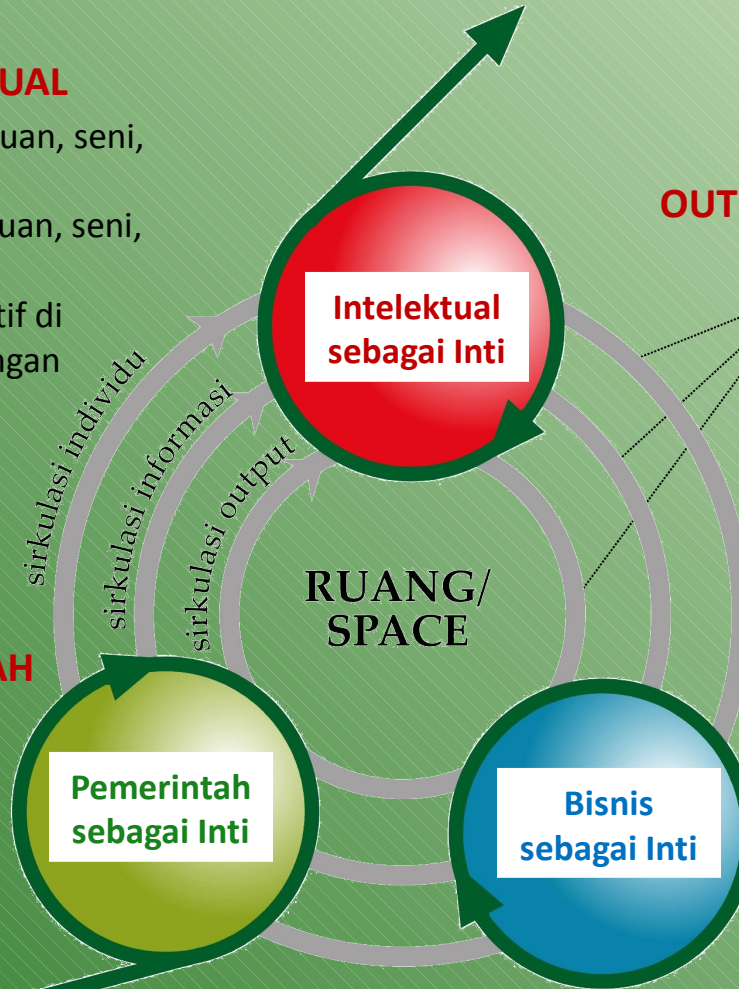
KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

PERAN UTAMA INTELEKTUAL

- Disseminator ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi
- Implementor ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi
- Pencipta nilai yang konstruktif di masyarakat bagi pengembangan industri kreatif

PERAN UTAMA PEMERINTAH

- Katalisator & Advokasi
- Regulator
- Konsumen, investor, bahkan *entrepreneur*
- **Hub Agency & Fasilitator**
- **Public Outreach**



OUTPUT KOLABORASI ANTAR AKTOR

- Strategi Nasional, Regional, Sektoral
- Penciptaan Jejaring/komunitas
- Kebijakan/Regulasi/Program/Kegiatan
- Kurikulum Kreatif
- Produk & Jasa Kreatif
- Lapangan Pekerjaan Kreatif
- *Entrepreneur* Kreatif
- Teknologi Kreatif

PERAN UTAMA BISNIS

- Pencipta (pasar, barang & jasa kreatif, lapangan pekerjaan)
- Pembentuk komunitas & *entrepreneur* kreatif

**Fokus Utama Pengembangan
Ekonomi Kreatif oleh
Kemendag 2010-2014**

Fokus Pengembangan Ekonomi Kreatif

OLEH KEMENDAG 2010-2014



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Tahapan Pengembangan Ekonomi Kreatif

OLEH KEMENDAG



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA



1. PENGEMBANGAN DATABASE EKONOMI KREATIF INDONESIA YANG DIDUKUNG DENGAN TEKNOLOGI INFORMASI

Perkembangan ekonomi industri dunia termasuk Indonesia memasuki era ekonomi industri baru, yaitu ekonomi industri gelombang ke empat yang disebut industri ekonomi kreatif (*creative economic industry*). Untuk itu diperlukan updating dan pengembangan database dan portal Indonesia Kreatif dalam hal pemetaan dan penyajian semua informasi yang terkait dengan pelaku usaha Ekonomi Kreatif serta informasi yang diperlukan berkenaan dengan perkembangan ekonomi kreatif Indonesia.

Sistem informasi dan database yang berbasis multi media ini nantinya akan saling terintegrasi melalui media internet. Sistem ini diharapkan dapat memberikan kemudahan, kenyamanan, maupun kecepatan dan ketepatan bagi pengguna dalam mengakses informasi dalam menjawab kebutuhan pelaku ekonomi kreatif akan informasi yang diinginkan.

2. PENINGKATAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI MELALUI PROGRAM KEMITRAAN

Kegiatan diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian pelaku ekspor atau calon pelaku ekspor ekonomi kreatif yang ditekankan pada penerapan teknologi sehingga mampu menghasilkan produk berdaya saing tinggi yang dapat dilakukan bekerjasama dengan institusi tertentu.

Bentuk kegiatan berupa :

- *Capacity building* melalui pelatihan di dalam dan luar negeri.
- *Training of trainer (ToT)*.
- Fasilitasi infrastruktur kerja kepada beberapa peserta training terbaik.

3. PEKAN PRODUK KREATIF INDONESIA (PPKI)

PPKI terdiri atas tiga kegiatan pokok yang diselenggarakan secara paralel yakni pameran, konvensi dan gelar seni budaya. Namun kegiatan ini hanya akan mencakup konvensi sebagaimana kegiatan sebelumnya. Kegiatan dapat berupa seminar, talk show, dialog dubes, pelatihan, klinik konsultasi, anjungan pembiayaan, maupun kegiatan lainnya.

4. FESTIVAL EKONOMI KREATIF

Dalam kegiatan ini Kemdag bertindak sebagai Co sponsor penyelenggaraan Festival Ekonomi Kreatif dengan misi 'Mempromosikan Ekonomi Kreatif Indonesia' dalam upaya meningkatkan citra dan identitas bangsa Indonesia dalam kerangka *Nation Branding*.

- Festival Ekre DN (JavaJazz, Jakarta Food and Fashion Festival)
- Festival Ekre LN (Festival Animasi-Kartun Internasional, Seoul; Ottawa International Animation Festival)

5. WAHANA KREATIF

Wahana kreatif merupakan sarana memperkenalkan dan mempromosikan produk kreatif, sebagai upaya menampilkan karya dan budaya bangsa Indonesia kepada pengunjung asing dan dipajang di bandara Internasional dan tempat tujuan wisata. Kegiatan ini diharapkan dapat membangun citra Indonesia dan mempromosikan Indonesia sebagai salah satu negara pemasok produk kreatif berkualitas dunia.

6. PENINGKATAN JANGKAUAN DAN EFEKTIVITAS PEMASARAN

Peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran perlu dilakukan karena banyak potensi ekonomi kreatif yang berkualitas baik di dalam maupun luar negeri.

Bentuk kegiatan berupa :

- Pemasaran melalui gerai atau outlet, distributor, agen dan promotor terkenal
- Promosi (pameran dan penerimaan misi pembelian)
- Branding

7. RISET EKONOMI KREATIF DAN FASILITASI PEMBERIAN INSENTIF YANG MENDUKUNG INOVASI

Kegiatan bertujuan untuk merangsang terciptanya instrument, formulasi ilmiah, metodologi baru dan inovasi dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui kegiatan riset dan pemberian insentif.

Bentuk kegiatan berupa :

- 3 kegiatan Riset pengembangan ekonomi kreatif (berdasarkan hasil seleksi 3 terbaik)
- 1 hasil kajian pengembangan ekonomi kreatif Indonesia
- 1 hasil kajian merek di dalam dan luar negeri

8. FASILITASI KEGIATAN YANG MENDORONG LAHIRNYA INSAN KREATIF DAN ENTERPRENEUR KREATIF BARU

Kegiatan ini diselenggarakan untuk merangsang terciptanya insan kreatif dan entrepreneur baru di Indonesia. Kegiatan dapat diselenggarakan dalam bentuk kontes/perlombaan ekonomi kreatif di dalam negeri yang kemudian dilanjutkan dengan pengiriman kontestan terpilih dalam perlombaan ekonomi kreatif skala Internasional, training maupun promosi.

9. PENCIPTAAN IDENTITAS LOKAL DAERAH TINGKAT I DAN II SERTA IDENTITAS NASIONAL

Penciptaan identitas produk maupun ekonomi kreatif lokal maupun nasional sangat penting untuk memperkenalkan produk dan ekonomi kreatif dimaksud kepada dunia luar. Penciptaan identitas ini dimaksudkan untuk membangun *image* lokal atau nasional dan dapat berfungsi sebagai branding. Kegiatan juga mendorong agar produk dimaksud didaftarkan dalam HKI.

Bentuk kegiatan berupa :

- Identifikasi potensi produk dan ekonomi kreatif daerah
- Fasilitasi sertifikasi produk dan ekonomi kreatif daerah
- Pengembangan program OVOP



KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Terima kasih

Salam Kreatif

Indonesia is creative