



BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.1015, 2017

BEKRAF. Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Nasional.

PERATURAN KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF

NOMOR 9 TAHUN 2017

TENTANG

PEMASARAN PRODUK EKONOMI KREATIF NASIONAL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA,

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

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

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

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

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

MEMUTUSKAN:

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

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Kepala Badan ini yang dimaksud dengan:

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

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

BAB II

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2

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

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

Pasal 3

Pemasaran dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

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

Pasal 4

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

Pasal 5

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

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

Pasal 6

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

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

BAB III

KOORDINASI DAN KEWENANGAN

Pasal 7

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

Pasal 8

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