



**MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA**

PEDOMAN

MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

NOMOR PDM/1/DI.02/MK/2023

TENTANG

PENGEMBANGAN KABUPATEN/KOTA KREATIF

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang berkontribusi pada peningkatan Ekonomi Nasional. Dalam menjaga keberlangsungannya, pengembangan ekonomi kreatif perlu dilaksanakan secara efisien, efektif dan sinergis oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah (Provinsi dan Kabupaten/Kota) serta pemangku kepentingan lainnya seperti akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, dan investor. Hal ini didukung oleh potensi masing-masing daerah meliputi modal sosial dan modal alam seperti budaya, sumber daya alam, serta didukung oleh produktivitas sumber daya manusia. Elemen-elemen tersebut sangat penting dalam menunjang pembangunan ekonomi daerah.

Namun demikian, masih terdapat tantangan terkait kesenjangan antar daerah, di antaranya adalah dalam hal kesempatan ekonomi dan kesejahteraan. Upaya Pemerintah dalam mengatasi kesenjangan tersebut tertuang dalam Peraturan

Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN) tahun 2020-2024, dimana tema dan agenda pembangunan nasional 2020-2024 yang diangkat adalah “Indonesia Berpenghasilan Menengah-Tinggi yang Sejahtera, Adil dan Berkesinambungan”. Berdasarkan 7 (tujuh) Agenda Pembangunan RPJMN IV tahun 2020-2024, pengembangan ekonomi kreatif masuk dalam agenda pertama yaitu “memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas”. Indikator pengembangan ekonomi kreatif tertuang dalam Kegiatan Prioritas (KP) “Peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil, dan industrialisasi”.

Pemerintah menilai pengembangan ekonomi kreatif dapat memperkuat ketahanan ekonomi daerah melalui peningkatan nilai tambah dari produk kreatif yang dihasilkan, menciptakan lapangan kerja yang luas serta meningkatkan investasi di suatu wilayah. Cakupan wilayah administrasi yang menjadi sasaran pengembangan ekonomi kreatif dapat dimulai dari level kabupaten/kota, wilayah kabupaten/kota dapat dijadikan sebagai basis pembangunan dan penciptaan sumber ekonomi baru melalui sektor ekonomi kreatif. Pemerintah Pusat, dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf), menjalankan agenda pembangunan untuk pengembangan ekonomi kreatif dengan memetakan subsektor yang masuk dalam lingkup ekonomi kreatif, antara lain:

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 1) aplikasi; | 10) kuliner; |
| 2) arsitektur; | 11) musik; |
| 3) desain interior; | 12) penerbitan; |
| 4) desain komunikasi visual; | 13) pengembangan permainan; |
| 5) desain produk; | 14) periklanan; |
| 6) fesyen; | 15) seni pertunjukan; |
| 7) film, animasi dan video; | 16) seni rupa; dan/atau |
| 8) fotografi; | 17) televisi dan radio. |
| 9) kriya; | |

Berdasarkan Indikator Makro Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2022 oleh Kemenparekraf/Baparekraf, performansi ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2021 tercatat capaian Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ekonomi

kreatif sebesar Rp.1.191 T, berkontribusi sebesar 7% terhadap Ekonomi Nasional. Sementara itu kontribusi ekspor ekonomi kreatif terhadap ekspor nasional adalah US\$23,9 M atau sebesar 27%. Adapun jumlah penduduk yang bekerja di Sektor Ekonomi Kreatif adalah 21,9 juta orang (16,7% dari Data Ketenagakerjaan Nasional).

Pandemi Covid-19 tahun 2020 lalu sempat berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara nasional, sektor ekonomi kreatif pun tak luput dari penurunan performansi ditahun 2020. Namun, berdasarkan data yang diperoleh tahun 2021, tenaga kerja sektor ekonomi kreatif dapat pulih lebih cepat terlihat dari peningkatan PDB ekonomi kreatif, peningkatan ekspor dan kenaikan jumlah tenaga kerja dibidang ekonomi kreatif. Terdapat 3 (tiga) subsektor ekonomi kreatif yang mengalami pemulihan tercepat di tahun 2021, yaitu subsektor periklanan, subsektor kuliner, dan subsektor desain.

Data tersebut membuktikan potensi dari sektor ekonomi kreatif secara nyata berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, Kemenparekraf/Baparekraf menyelenggarakan program Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif untuk dapat memaksimalkan potensi ekonomi kreatif di lingkup kabupaten/kota, sehingga kabupaten/kota dapat mengembangkan kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan karya kreatif dengan kekhasan daerahnya yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Dalam melaksanakan Program Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif secara optimal, Kemenparekraf/Baparekraf menyusun Pedoman Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif untuk menjadi acuan Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan dalam mengimplementasikan pelaksanaan pengembangan kabupaten/kota kreatif di wilayahnya. Melalui Pedoman Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif ini diharapkan menjadi standar pelaksanaan pengembangan kabupaten/kota kreatif di Indonesia untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif daerah sehingga dapat membuka lapangan kerja seluas-luasnya, meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional serta meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

2. Dasar

- a. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151);
- c. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272);
- d. Peraturan Presiden Nomor 96 Tahun 2019 tentang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 270);
- e. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 270);
- f. Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 10);
- g. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 184);
- h. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2022 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020 – 2024 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1040).

3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup Pedoman Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif, meliputi:

1. Arah Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif; dan
2. Strategi Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif.

4. Pengertian Umum

Dalam Pedoman ini yang dimaksud dengan:

- a. Kabupaten/Kota adalah wilayah yang secara administratif berada di bawah Provinsi yang dipimpin oleh Bupati untuk Kabupaten dan dipimpin oleh Wali Kota untuk Kota dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan.
- b. Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.
- c. Kabupaten/Kota Kreatif adalah kabupaten/kota yang mampu menggunakan dan/atau mengembangkan potensi dari salah satu subsektor ekonomi kreatif atau lebih menjadi suatu produk ekonomi yang bernilai tambah melalui sentuhan kreativitas, berdaya saing, dan berkelanjutan.
- d. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan ekonomi kreatif.
- e. Ekosistem Ekonomi Kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai ekonomi kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses dan terlindungi secara hukum.
- f. *Forward-Backward Linkage* adalah keterkaitan yang merepresentasikan dampak suatu subsektor ekonomi kreatif kepada subsektor ekonomi kreatif lainnya, baik yang sifatnya keterkaitan ke depan (*forward*) maupun yang sifatnya keterkaitan ke belakang (*backward*).

BAB II

ARAH PENGEMBANGAN KABUPATEN/KOTA KREATIF

A. Konsep Dasar

Kabupaten/Kota melalui kebijakan Desentralisasi telah diberikan kewenangan yang lebih luas dalam mengelola dan memanfaatkan potensi ekonomi yang ada di daerahnya. Dengan demikian, berbagai aktivitas ekonomi di daerah dapat tumbuh dengan pesat secara optimal. Salah satu aktivitas ekonomi di daerah yang memiliki potensi adalah ekonomi kreatif. Aktivitas ekonomi kreatif dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif dalam menghasilkan produk kreatif dan secara sinergi dan terintegrasi menciptakan ekosistem ekonomi kreatif di daerah tersebut.

Kabupaten/Kota yang menyelenggarakan aktivitas ekonomi kreatif kemudian disebut sebagai Kabupaten/Kota Kreatif. Melalui pedoman ini, Kabupaten/Kota Kreatif dapat didefinisikan sebagai kabupaten/kota yang mampu menggunakan dan/atau mengembangkan potensi dari salah satu subsektor ekonomi kreatif atau lebih menjadi suatu produk ekonomi yang bernilai tambah melalui sentuhan kreativitas, berdaya saing, berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di kabupaten/kota tersebut.

Kemenparekraf/Baparekraf melalui Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur menyelenggarakan kegiatan Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif sebagai salah satu upaya pendampingan dan fasilitasi dukungan kepada kabupaten/kota yang telah aktif dan menjadikan potensi subsektor ekonomi kreatif daerahnya sebagai lokomotif pembangunan dan pengembangan di daerahnya.

Melalui pedoman ini diharapkan pengembangan kabupaten/kota kreatif dari hasil pemetaan subsektor ekonomi kreatif unggulan daerah, baik berupa barang maupun jasa, dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu adanya peran aktif dari pelaku

ekonomi kreatif serta pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan produk ekonomi kreatif lokal.

B. Tujuan Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif

Pengembangan kabupaten/kota kreatif memiliki tujuan utama untuk menggali, mengelola, dan menumbuhkembangkan inovasi serta kreativitas sebagai bagian dari strategi “Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa dalam kerangka Negara Kesatuan” serta mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik”.

Manfaat yang diharapkan dengan dilaksanakannya pengembangan kabupaten/kota kreatif antara lain:

1. menciptakan kolaborasi yang lebih kuat antara pemangku kepentingan (*stakeholder*) *pentahelix* meliputi akademisi, pelaku usaha, komunitas, pemerintah, dan media (ABCGM), dengan cara mendorong subsektor ekraf unggulan menjadi penghela bagi subsektor ekraf lainnya atau sektor lapangan usaha lainnya.
2. mengembangkan potensi dan kapasitas pelaku ekonomi kreatif untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di kabupaten/kota.
3. menciptakan simpul kabupaten/kota kreatif berdasarkan subsektor ekonomi kreatif untuk memperkuat kolaborasi nasional.

C. Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat mendorong implementasi pengembangan ekosistem kabupaten/kota kreatif dengan cara memberikan dukungan dan fasilitasi kepada Pelaku Ekonomi Kreatif. Ekosistem ekonomi kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai ekonomi kreatif yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses dan terlindungi secara hukum.

Pada tahap penguatan sinergi kelembagaan, pelaku ekonomi kreatif dapat bekerjasama dengan beberapa pihak guna mempersiapkan program pengembangan. Salah satunya dengan melibatkan lembaga penelitian atau perguruan tinggi dalam melakukan studi pemetaan potensi kabupaten/kota. Para akademisi dapat memberikan rekomendasi kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif kepada Pemerintah atau dalam bentuk pengembangan kurikulum Lembaga Pendidikan.

Pelaku Ekonomi Kreatif dapat mengajukan pelatihan dan pengembangan kapasitas kepada Pemerintah Daerah/Pusat sesuai kebutuhan. Dukungan yang diberikan Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Kabupaten/Kota dapat berupa pelatihan, pendampingan, bimbingan teknis, fasilitas pengembangan teknologi usaha, standarisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif.

Pada tahap penciptaan produk kreatif unggulan, Pelaku Ekonomi Kreatif dapat berkonsultasi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang membidangi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Daerah, lembaga swadaya masyarakat, komunitas, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memahami infrastruktur bisnis dari hulu ke hilir sesuai rantai nilai produk kreatif (proses produksi, operasional hingga pemasaran).

Program Pemerintah (Anggaran Belanja Daerah/Nasional), Sektor Swasta (Perusahaan) atau investor adalah pihak yang dibutuhkan Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan akses permodalan ketika usaha kreatif telah dilakukan uji kelayakan. Bersamaan dengan penciptaan produk kreatif yang unggul dan berdaya saing, sangat penting untuk Pelaku Ekonomi Kreatif melakukan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai bentuk perlindungan hasil cipta karya beserta nilai ekonomis yang ada di dalamnya. Hal ini juga merupakan dukungan Pemerintah bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk mendapatkan hak kekayaan intelektual juga dorongan terus berinovasi.

Diharapkan dengan tumbuh dan berkembangnya kabupaten/kota kreatif secara makro dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto Indonesia di sektor Ekonomi Kreatif. Produk unggulan yang memiliki nilai tambah dan diterima pasar akan meningkatkan permintaan domestik dan memiliki potensi pengembangan ekspor. Selain itu, semakin baik respon pasar akan berdampak pada banyaknya tenaga kerja yang terserap di sektor Ekonomi Kreatif.

D. Pihak-Pihak yang Terlibat

Konsep *Pentahelix* merupakan kerjasama lima unsur pemangku kepentingan yaitu; akademisi (*Academician*), pelaku bisnis (*Business*), komunitas (*Community*), pemerintah (*Government*), dan media (*Media*), yang selanjutnya disebut ABCGM, dalam sebuah agenda pembangunan dan pengembangan kabupaten/kota kreatif. Secara spesifik, Kemenparekraf/Baparekraf menggunakan konsep ini sebagai upaya untuk memastikan kualitas aktivitas, fasilitas dan seluruh pelayanan efektif mendukung pembangunan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia.

Pada konteks pengembangan kabupaten/kota kreatif, pihak akademisi memiliki peran dalam memberikan konsep dan teori yang relevan dalam pengembangan kabupaten/kota kreatif berdasarkan studi yang telah dilakukan. Pelaku usaha memberikan masukan mengenai tren dan kebutuhan pasar agar produk yang dihasilkan dapat memberikan nilai tambah dan dibutuhkan konsumen. Masyarakat lokal atau dalam hal ini kelompok kreatif merupakan eksekutor dan inisiator di tingkat lokal dimana konsep pengembangan kabupaten/kota kreatif diimplementasikan.

Pihak pemerintah sebagai regulator memberikan kebijakan dan peraturan yang mengakselerasi dan mendorong pengembangan kabupaten/kota kreatif di berbagai wilayah di Indonesia. Pihak media membantu mempromosikan dan mempublikasikan produk kreatif, kegiatan dan destinasi wisata kreatif agar menarik wisatawan untuk berkunjung.

E. *Forward-Backward Linkage*

Keterkaitan dalam merepresentasikan dampak subsektor ekonomi kreatif pada subsektor ekonomi kreatif lain atau sektor ekonomi lainnya.

1. *Backward linkage* adalah keterkaitan antara suatu subsektor ekonomi kreatif unggulan dengan subsektor ekonomi kreatif lainnya atau sektor ekonomi umum yang menjadi penyedia bahan baku/sumber input untuk produksi produk/karya kreatif unggulan.
2. *Forward linkage* adalah keterkaitan antara suatu subsektor ekonomi kreatif unggulan dengan subsektor ekonomi kreatif lainnya atau sektor ekonomi umum yang menggunakan produk/karya kreatif unggulan sebagai bahan baku/sumber input.

BAB III

STRATEGI PENGEMBANGAN KABUPATEN/KOTA KREATIF

Kemenparekraf/Baparekraf melalui Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur dalam rangka pelaksanaan pengembangan kabupaten/kota kreatif dan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif menyusun strategi pengembangan kabupaten/kota kreatif melalui kegiatan Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I), Penetapan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia, dan Aktivasi Kabupaten/Kota Kreatif (Jejaring Kabupaten/Kota (JejaKK) Kreatif Indonesia dan Daerah Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif (DeKKat) Indonesia, serta pendampingan pengajuan nominasi Jejaring Kota Kreatif Dunia melalui *UNESCO Creative Cities Network* (UCCN).

A. Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I)

Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia yang selanjutnya disebut PMK3I merupakan kegiatan identifikasi potensi subsektor ekonomi kreatif pada Kabupaten/Kota secara *bottom-up* melalui mekanisme pengisian barang dan uji petik. Kegiatan PMK3I merupakan tahap awal kabupaten/kota dalam mengembangkan ekosistem kabupaten/kota kreatif di daerahnya. Selanjutnya, berdasarkan hasil PMK3I akan ditetapkan komitmen kesepakatan untuk kemudian menjadi prosedur awal pengembangan kabupaten/kota tersebut untuk menjadi nominasi Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia. Indikator yang dipergunakan dalam mengidentifikasi subsektor ekonomi kreatif unggulan adalah subsektor ekonomi kreatif, keterkaitan sektor ekonomi kreatif dengan sektor lainnya secara *forward-backward*, 5 (lima) aktor pemangku kepentingan (ABCGM), dan rantai nilai proses ekosistem ekonomi kreatif (kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi).

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I) antara lain:

1. melakukan pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten/kota;

2. memfasilitasi kesepakatan fokus subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan serta pembentukan komite ekonomi kreatif di kabupaten/kota;
3. mendeskripsikan peran *pentahelix* dan investor dalam pengembangan subsektor ekonomi kreatif unggulan di kabupaten/kota;
4. menjadi dasar kegiatan fasilitasi dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif kabupaten/kota.

B. Penetapan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia

Penetapan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia adalah bentuk pengakuan/penetapan Kemenparekraf/Baparekraf secara nasional kepada kabupaten/kota yang sudah mengikuti uji petik PMK3I serta berkomitmen dan memiliki konsistensi dalam pengembangan ekonomi kreatif di wilayahnya serta kabupaten/kota sekitarnya. Penetapan KaTa Kreatif merupakan tindak lanjut dari hasil uji petik PMK3I, khususnya dalam menetapkan arah dan strategi pengembangan ekonomi kreatif.

Indikator utama penetapan KaTa Kreatif ini mencakup elemen rantai nilai ekonomi kreatif serta pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Rantai nilai ekonomi kreatif meliputi kolaborasi ABCGM, rantai proses, serta keterkaitan sektor ekonomi kreatif dengan sektor lainnya secara *forward-backward*. Kemudian, pariwisata dan ekonomi kreatif berkelanjutan meliputi tata kelola, manfaat ekonomi, ketahanan sosial-budaya, serta daya dukung dan kelestarian lingkungan. Setelah mendapatkan penetapan KaTa Kreatif, kabupaten/kota mendapatkan prioritas fasilitasi dengan mempertimbangkan pelaksanaan komitmen pengembangan ekonomi Kreatif di daerah masing-masing.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Penetapan KaTa Kreatif Indonesia adalah:

1. mengakselerasi pengembangan subsektor ekonomi kreatif unggulan melalui inovasi yang berkelanjutan;
2. mendorong peningkatan nilai tambah ekonomi dari produk/karya ekonomi kreatif;
3. menyeleraskan strategi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif sesuai dengan prinsip-prinsip keberlanjutan;

4. membangun model panutan (*role model*) kabupaten/kota dalam pengembangan subsektor ekonomi kreatif unggulan secara berkelanjutan.

C. Jejaring Kabupaten/Kota (JeJaKK) Kreatif Indonesia

Jejaring Kabupaten/Kota (JeJaKK) Kreatif Indonesia adalah kegiatan aktivasi pelaku ekraf yang bersifat partisipatif untuk mengembangkan simpul Kabupaten/Kota Kreatif berdasarkan subsektor ekonomi kreatif untuk memperkuat kolaborasi nasional. Melalui kegiatan ini, Kabupaten/Kota Kreatif yang memiliki subsektor unggulan yang sama didorong untuk dapat saling berjejaring dan berkolaborasi dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif. Kabupaten/kota yang telah ditetapkan menjadi KaTa Kreatif dapat menjadi model panutan kabupaten/kota lainnya dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif untuk menjadi sektor ekonomi unggulan di daerahnya.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Jejaring Kabupaten/Kota (JeJaKK) Kreatif Indonesia adalah:

1. menciptakan sinergitas dan kolaborasi antar kabupaten/kota yang telah tergabung ke dalam ekosistem kabupaten/kota kreatif Indonesia untuk saling mendukung subsektor unggulan yang sama;
2. memperkuat rantai ekonomi kreatif pada subsektor unggulan ke dalam peta jalan dan rencana aksi untuk membentuk keterhubungan dan keterkaitan; dan
3. mempromosikan subsektor unggulan sebagai kesatuan identitas bersama ke tingkat nasional maupun internasional.

D. Daerah Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif (DeKKat) Indonesia

Daerah Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif (DeKKat) Indonesia merupakan aktivasi daerah yang bersifat fasilitatif untuk mendorong peningkatan kapasitas pelaku ekraf dalam mengembangkan usahanya, baik daerah yang telah melaksanakan PMK3I maupun daerah lainnya yang potensial didorong pengembangan subsektor ekonomi kreatifnya. Pemberian fasilitasi dilakukan melalui berbagai kegiatan yang dapat mendorong peningkatan kreativitas, inovasi, dan pengembangan usaha pelaku ekonomi kreatif.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan Daerah Ekosistem Kabupaten/Kota Kreatif (DeKKat) Indonesia antara lain:

1. mendorong pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di daerah yang memiliki potensi kreativitas;
2. meningkatkan wawasan dan kreativitas pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan usaha;
3. menciptakan ruang kolaborasi antar pemangku kepentingan ekonomi kreatif di daerah.

E. Jejaring Kota Kreatif Dunia

Kabupaten/kota yang telah mengikuti PMK3I dapat memperluas jejaringnya di tingkat internasional dengan kota-kota kreatif di dunia melalui *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)*. *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)* merupakan wadah promosi kerja sama antara kota-kota dunia yang mengidentifikasi kreativitas sebagai faktor strategis pembangunan berkelanjutan dalam hal aspek ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Dengan tergabung dalam *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)*, daerah kabupaten/kota dapat saling berbagi praktik terbaik dan menjalin kemitraan dengan kota-kota yang termasuk dalam jejaringnya.

UCCN ini menjadi program utama UNESCO di bidang kebudayaan. Ada 7 (tujuh) kategori yang dapat dipilih untuk menuju UCCN, yaitu:

1. *Craft and Folks Arts*
2. *Design*
3. *Film*
4. *Gastronomy*
5. *Literature*
6. *Media Arts*
7. *Music*

Kememparekraf/Baparekraf sebagai *focal point* nasional bekerja sama dengan KNIU (Komisi Nasional Indonesia untuk UNESCO) untuk melakukan kerja sama pendampingan bagi kabupaten/kota yang ingin mengajukan diri dalam

nominasi *UNESCO Creative Cities Network (UCCN)*. Bentuk fasilitasi pendampingan yang dapat diberikan antara lain meliputi:

1. penyusunan *dossier*;
2. seleksi bersama untuk menentukan perwakilan kabupaten/kota kreatif di Indonesia untuk menjadi nominasi UCCN;
3. pembentukan *task force*/komite khusus untuk menangani program UCCN.

BAB IV
PENUTUP

Pedoman pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif diharapkan dapat menjadi acuan Kabupaten/Kota maupun pemangku kepentingan lainnya dalam melaksanakan aktivitas ekonomi kreatif di daerah dengan menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai lokomotif pendorong pertumbuhan ekonomi di daerah. Materi Pedoman Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif ini disusun dengan sangat sederhana, dengan harapan para pemangku kepentingan yang terlibat di Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah (Kabupaten/Kota) dapat mengikuti dan memahami gambaran secara umum terkait pengembangan kabupaten/kota kreatif dengan baik, sehingga sasaran dan tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana dengan baik sebagaimana yang diharapkan.

Dalam rangka sinkronisasi serta penjelasan lebih lanjut setiap tahapan dan strategi pengembangan kabupaten/kota kreatif, Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur menyusun petunjuk teknis tersendiri yang menjelaskan alur kegiatan pengembangan kabupaten/kota kreatif. Dalam perkembangannya, kritik serta saran yang membangun sangat membantu dan tidak menutup kemungkinan dapat dilakukan evaluasi pedoman dalam penyempurnaan pelaksanaan kegiatan pengembangan kabupaten/kota kreatif.

Jakarta, 7 Februari 2023

MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI
KREATIF/KEPALA BADAN PARIWISATA DAN
EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA,



SANDIAGA SALAHUDDIN UNO