

wonderful
indonesia



MANDALIKA

RENSTRA PERUBAHAN

KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

RENSTRA PERUBAHAN

KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

2020-2024





DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Kondisi Umum | 1 |
| 1.1.1. Capaian Penyelenggaraan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nasional | 1 |
| 1.1.2. Pandemi Covid-19 dan Dampaknya | 3 |
| 1.1.3. Perubahan Pola Perjalanan Akibat Covid-19 | 4 |
| 1.2. Potensi dan Permasalahan | 6 |
| 1.2.1. Potensi Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | 6 |
| 1.2.2. Permasalahan Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | 11 |
| BAB 2 VISI, MISI, DAN TUJUAN KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF | 13 |
| 2.1. Visi Kemenparekraf/Baparekraf | 14 |
| 2.2. Misi Kemenparekraf/Baparekraf | 15 |
| 2.3. Tujuan Kemenparekraf/Baparekraf | 16 |
| 2.4. Sasaran Strategis Kemenparekraf/Baparekraf | 16 |
| BAB 3 ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, KERANGKA REGULASI, DAN KERANGKA KELEMBAGAAN | 19 |
| 3.1. Arah Kebijakan dan Strategi Nasional | 20 |
| 3.2. Arah Kebijakan dan Strategi Kemenparekraf/Baparekraf | 28 |
| 3.3. Kerangka Regulasi Kemenparekraf/Baparekraf | 39 |
| 3.4. Kerangka Kelembagaan | 39 |
| BAB 4 TARGET KINERJA DAN KERANGKA PENDANAAN | 44 |
| 4.1. Target Kinerja | 45 |
| 4.2. Kerangka Pendanaan | 54 |
| BAB 5 PENUTUP | 55 |

An aerial photograph of a coastal village. In the foreground, there are numerous rectangular floating fish cages in the turquoise water. To the right, a cluster of houses with brown roofs is situated on a green hillside. Below the houses, there are terraced rice fields. In the background, a large, steep, forested mountain rises from the water's edge. The sky is clear and blue.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Kondisi Umum

1.2. Potensi dan Permasalahan

1.1. KONDISI UMUM

1.1.1. Capaian Penyelenggaraan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nasional

Pada tahun 2020 kinerja sektor pariwisata mengalami penurunan yang cukup signifikan dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Tekanan pada sektor pariwisata terlihat pada penurunan yang signifikan pada kedatangan jumlah wisatawan mancanegara akibat pembatalan perjalanan dan event besar serta penurunan pemesanan. Penyebaran Covid-19 secara global mengakibatkan negara lain menerapkan kebijakan *travel restrictions*, *travel banned*, penutupan akses masuk dan keluar, serta kewajiban karantina setelah berpergian. Hal tersebut menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan menurun signifikan dan industri penerbangan mengalami penurunan drastis di seluruh dunia. Berdasarkan laporan dari *United Nations World Tourism Organization (UNWTO) World Tourism Barometer (UNWTO, 2020)*, jumlah kedatangan internasional di berbagai belahan dunia turun hingga 74% dibandingkan sebelum pandemi. Kunjungan wisman ke Indonesia tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan, yaitu sebesar 75% dari tahun 2019 yang sebesar 16,1 juta jumlah kunjungan wisman. Tahun 2021 belum mampu memberikan sinyal positif pada kunjungan wisatawan mancanegara dikarenakan munculnya varian baru Covid-19 seperti varian *Delta* dan *Omicron*. Turunnya kunjungan wisman ke Indonesia tersebut berpengaruh terhadap penerimaan devisa dari sektor pariwisata.

Pandemi juga berdampak pada penurunan perjalanan domestik dikarenakan pembatasan perjalanan dan pembatasan mobilitas kegiatan masyarakat. Hal tersebut berakibat pada penurunan tingkat hunian hotel, penurunan pendapatan biro perjalanan dan jasa transportasi, penurunan omzet makanan dan minuman, penurunan jumlah aktivitas pariwisata, hiburan dan MICE, serta penurunan omzet pada pusat perbelanjaan. Sejumlah usaha pariwisata juga melakukan penutupan sementara dan permanen, pengurangan karyawan hingga PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), hingga kesulitan pada pembayaran likuiditas (gagal bayar kredit investasi dan modal kerja), sehingga penurunan dari berbagai sektor ini berdampak pada penurunan tenaga kerja pariwisata, jumlah pergerakan wisnus serta kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional.

Tabel 1.1. Target dan Capaian Sektor Pariwisata Nasional

| INDIKATOR | 2020 | | 2021* | |
|--|---------|-------|-----------|-------|
| | T | R | T | R |
| • KONTRIBUSI PADA PDB NASIONAL (%) | 4% | 4,05% | 4,2% | 4,2% |
| • DEvisa PARIWISATA (MILIAR USD) | 3,3-4,9 | 3,312 | 0,36-0,37 | 0,52 |
| • JUMLAH TENAGA KERJA (JUTA ORANG) | 10 | 13,96 | 14,3 | 14,3 |
| • INDEKS PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN (TTDI) | n.a | n.a | #36-39 | #32 |
| • WISMAN (JUTA KUNJUNGAN) | 2,8-4,0 | 4,05 | 1,5 | 1,6 |
| • WISNUS (JUTA PERJALANAN) | 120-140 | 198,2 | 198-220 | 525** |

Sumber Data: BPS dan diolah oleh Kemenparekraf

Keterangan:

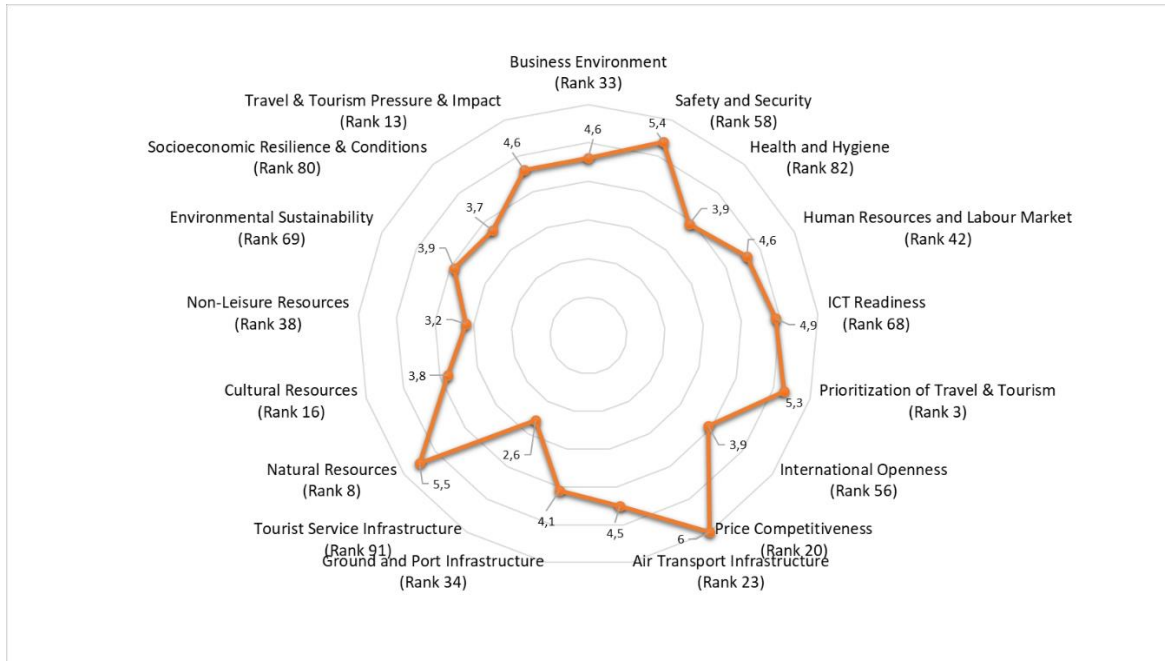
*Capaian 2021 merupakan angka Proyeksi

**Penyesuaian metodologi perhitungan oleh BPS

#Indeks pembangunan kepariwisataan hanya dilakukan 2 (dua) tahun sekali

T: Target; R: Realisasi.

Terkait daya saing pariwisata nasional yang diukur melalui *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang kemudian berkembang menjadi *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) berdasarkan publikasi *World Economic Forum* pada tanggal 24 Mei 2022, Indonesia mencapai peringkat ke 32 dari target peringkat ke 36-39 pada tahun 2021. Secara umum nilai Indonesia dalam TTDI adalah 4,4 (Gambar 1.1). Hal yang perlu menjadi perhatian adalah terkait *tourist service infrastructure, health & hygiene, socioeconomic resilience and conditions, environmental sustainability, dan ICT readiness*. Upaya perbaikan harus diakselerasi secara konsisten dan berkesinambungan, agar daya saing sektor pariwisata dapat meningkat.



Gambar 1.1. Gambaran Umum Capaian *Travel & Tourism Development Index* (TTDI)

(Sumber: *The Travel & Tourism Development Report 2021* – WEF)

Selaras dengan pilar TTDI, pengembangan tenaga kerja dari sektor pariwisata masih terus menjadi perhatian dari sisi kuantitas dan kualitas. Hal ini tercantum juga pada salah satu agenda pembangunan dalam RPJMN 2020-2024, yaitu meningkatkan SDM yang berkualitas dan berdaya saing. Peningkatan SDM ini nantinya akan membantu dalam pengembangan pariwisata secara berkelanjutan, agar mampu meningkatkan jumlah kunjungan baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Selain mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, pandemi Covid-19 juga berdampak pada kinerja sektor ekonomi kreatif terutama pada penurunan kinerja nilai ekspor produk kreatif tahun 2020 dibandingkan tahun 2019 yang semula sebesar US\$ 20,28 Miliar. Namun demikian, pada tahun 2021, nilai ekspor produk kreatif mengalami peningkatan menjadi US\$ 24,08 Miliar.

Dengan terhambatnya perekonomian secara nasional, beberapa permasalahan juga terjadi di masyarakat seperti berkurangnya pendapatan dan daya beli masyarakat, kehilangan pelanggan/pembeli selama pandemi, kekurangan *supply* bahan baku, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengakibatkan berkurangnya aktivitas para pelaku ekonomi kreatif dan lumpuhnya bioskop di seluruh Indonesia. Hal tersebut mengakibatkan pertumbuhan negatif kecuali pada subsektor televisi, radio, dan aplikasi serta *game developer*. Melemahnya perekonomian secara umum akibat pandemi Covid-19 juga memiliki dampak pada ketenagakerjaan di sektor ekonomi kreatif pada tahun 2020. Namun, di tahun 2021 diproyeksikan tenaga kerja pada sektor ekonomi kreatif mengalami peningkatan.

Tabel 1. 2. Target dan Capaian Sektor Ekonomi Kreatif Nasional

| INDIKATOR | 2020 | | 2021 | |
|---|-------|---------|-------|--------|
| | T | R | T | R |
| Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (Triliun Rupiah) | 1157 | 1134,9* | 1191 | 1191* |
| Tenaga kerja ekonomi kreatif (juta orang) | 17,25 | 19,39* | 19,19 | 19,83* |
| Nilai ekspor produk kreatif (miliar USD) | 16,9 | 18,89 | 17,45 | 24,08 |

Sumber Data:

1. BPS dan diolah oleh Kemenparekraf
2. Data nilai ekspor ekonomi kreatif diolah oleh Kemenparekraf atas data dari Ditjen Bea Cukai Kemenkeu.

Keterangan:

*Capaian 2021 merupakan angka estimasi

T: Target; R: Realisasi.

1.1.2. Pandemi Covid-19 dan Dampaknya

Dunia pariwisata saat ini diguncang dengan adanya pandemi covid-19 yang disebabkan oleh penyebaran wabah Coronavirus. Pandemi ini dimulai pada bulan Desember tahun 2019 di Kota Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok, dimana virus tersebut menyebar dengan cepat dan menyebabkan penyakit Covid-19 bagi masyarakat Wuhan. Penyebaran itu berlanjut hingga ke seluruh dunia, dimana Coronavirus telah menyebar ke sebagian besar penjuru dunia dan meluluhlantakkan seluruh sektor ekonomi tidak terkecuali sektor pariwisata. Penyebaran Covid-19 yang begitu masif berdampak signifikan terhadap pariwisata nasional maupun internasional. Data *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) menunjukkan penurunan kedatangan wisatawan internasional sebesar 74% pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019. UNWTO menyatakan bahwa penurunan kedatangan wisatawan internasional ini bermakna hilangnya penerimaan turis internasional sebesar US\$ 910 Miliar hingga US\$ 1.2 triliun secara global.

Berdasarkan skenario UNWTO, dibutuhkan 2.5 hingga 4 tahun sejak 2020 untuk mengembalikan jumlah angka wisatawan global kembali ke angka tahun 2019. Jika

dibandingkan penurunan yang terjadi akibat krisis ekonomi tahun 2009 yang berdampak terhadap penurunan pertumbuhan pariwisata sebesar 4% atau pasca pandemi SARS tahun 2003 yang menurunkan 0,4% pertumbuhan, maka dampak Pandemi Covid-19 terhadap dunia pariwisata cenderung signifikan (sumber: *World Health Organization*, 2020). *World Travel and Tourism Council* (WTTC) melaporkan bahwa data hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan sekitar 50 juta orang di sektor pariwisata kehilangan pekerjaan mereka akibat pandemi Covid-19.



Sumber: *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)*

Gambar 1.2 *International Tourist Arrivals* Periode Januari-Desember 2020

Namun demikian, pandemi covid-19 ini akan memberikan peluang lain bagi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Perubahan model bisnis dari *traditional tourism management* menjadi *digital tourism management* akan menjadi peluang dalam mempertahankan dan memulihkan sektor pariwisata nasional. Selain itu, sektor ekonomi kreatif berbasis digital juga dapat menjadi solusi lain dalam meningkatkan kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap PDB. Orientasi segmen pasar akan bergeser dari wisatawan mancanegara (wisman) menjadi wisatawan nusantara (wisnus), hingga penerbangan internasional kembali pulih seiring penanganan pandemi Covid-19 yang semakin membaik. Untuk itu, diperlukan strategi khusus yang terintegrasi dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif secara nasional.

1.1.3. Perubahan Pola Perjalanan Akibat Covid-19

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan dan perubahan yang drastis terhadap pola perjalanan dan kunjungan di destinasi pariwisata dengan aturan dan batasan yang ketat untuk keamanan dan kenyamanan wisatawan. Upaya pemulihan pembangunan pariwisata selama pandemi Covid-19 dilakukan dengan pendekatan “*New Normal - New Tourism*”. Ada beberapa aspek yang menjadi tren pariwisata dan adaptasi kebiasaan baru, meliputi:

- 1) *Health, Hygiene Sanitation Sensitive, safe, and New Protocol*
- 2) *Staycation, Hommy, Interactive Relationship, and Activities*
- 3) Destinasi jarak pendek atau dekat, *Domestic Travel*
- 4) *Sustainable and Responsible Tourism*
- 5) *Reliance and Local Knowledge Experience, Local Wisdom and Past Literacy*
- 6) *Authentic Value Creation Product Development*
- 7) *Digital Ecosystem*
- 8) *Non-Personal Services Deliverables and Distancing*
- 9) *Niche Market, Voluntourism, Education, Philanthropy, Eco-Nature Seekers, Healing, Ecotourism*

UNWTO mengkategorikan perubahan pola perjalanan akibat Covid-19 sebagai berikut:



Gambar 1.3. Perubahan Perilaku Wisatawan Akibat Covid-19

Sumber: Adaptasi dari UNWTO (2021)

1. Memilih Destinasi yang Lebih Dekat (*Closer*)
Pariwisata domestik menunjukkan tanda positif di beberapa pasar karena wisatawan cenderung berpergian ke destinasi yang relatif dekat. Wisatawan lebih memilih ‘*staycations*’ atau destinasi yang dekat dengan rumah.
2. Pertimbangan Baru Wisatawan (*New Concerns*)
Aspek kesehatan dan kebijakan pembatalan menjadi perhatian utama bagi wisatawan.

3. Preferensi Destinasi Luar Ruangan (*Get Away*)
Wisata alam, desa wisata, dan *road trip* muncul sebagai pilihan perjalanan populer karena pembatasan perjalanan dan pencarian pengalaman wisata 'open-air/outdoor'.
4. Pemesanan di Akhir Waktu (*Last Minute*)
Pemesanan pada menit terakhir telah meningkat karena tingkat volatilitas pandemi dan pembatasan perjalanan.
5. Wisatawan Muda Paling Tangguh (*Younger travellers most resilient*)
Segmen wisatawan muda akan lebih dominan dalam melakukan perjalanan pada saat pemulihan, sedangkan wisatawan senior atau pensiunan akan lebih mudah terkena dampak.
6. Lebih Bertanggungjawab pada Keberlanjutan, Orisinalitas dan Lokalitas (*Sustainability, authenticity, and localhood: more responsible*)
Kedatangan wisatawan memberikan dampak positif yang sangat penting bagi masyarakat lokal dalam pencarian terhadap keaslian/originalitas agar dapat terjalin pariwisata yang berkelanjutan sehingga masyarakat lokal lebih diuntungkan



1.2. POTENSI DAN PERMASALAHAN

1.2.1. Potensi Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

1.2.1.1. Potensi Pembangunan Pariwisata

a. Kekayaan dan Keragaman Sumber Daya Pariwisata Nasional



Kekayaan sumber daya alam dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia sangatlah besar dan dapat diberdayakan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan nasional. Indonesia yang dihuni oleh lebih dari 300 suku bangsa, dan memiliki 742 bahasa dan dialek serta segala ekspresi budaya dan adat tradisinya merupakan laboratorium budaya terbesar di dunia.

b. Pembangunan Infrastruktur yang Ekspansif Membuka Isolasi Wilayah dan Mendukung Konektivitas Antar Wilayah dan Destinasi



Konektivitas dengan struktur yang efisien, handal, dan terintegrasi akan mempercepat pertumbuhan ekonomi, mendukung sistem logistik dan distribusi nasional. Konektivitas darat diwujudkan dengan penyelesaian ruas utama jalan di seluruh pulau; jalan tol Jawa dan Sumatera; jalan perbatasan; kereta api di Sulawesi, Kalimantan, dan Papua; serta

transportasi perkotaan berbasis rel dan kereta cepat yang dapat mendukung aksesibilitas destinasi wisata.

c. Kekayaan Pariwisata berbasis *Community Based Tourism*

Community Based Tourism (CBT) menjadi paradigma strategis dalam arah pembangunan kepariwisataan 2020-2024. Pariwisata berbasis masyarakat adalah pengembangan pariwisata dengan tingkat keterlibatan masyarakat setempat yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan dari aspek sosial dan lingkungan hidup. CBT menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan dan model pengembangan wisata seperti dalam bentuk pengembangan geowisata, desa wisata dan jenis wisata lainnya sehingga manfaat kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menggunakan pendekatan kerjasama antar pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, usaha pariwisata, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) serta perguruan tinggi dan lembaga penelitian pada semua tahap.

d. Pertumbuhan Desa Wisata Nasional

Indonesia memiliki lebih dari 7.275 desa wisata (statistik potensi desa 2018). Dari jumlah tersebut yang sudah terdaftar dalam jejaring Desa Wisata sebanyak 4.436 Desa Wisata. 3.518 desa wisata masuk dalam kategori rintisan, 976 desa wisata merupakan desa wisata berkembang, 291 desa wisata kategori maju dan 11 desa wisata masuk dalam kategori mandiri (Jadesta Kemenparekraf, Juli 2022). Desa Wisata (Kampung, Nagari, Gampong atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya. Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria sebagai berikut:



- a. memiliki potensi daya tarik wisata (daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif);
- b. memiliki komunitas masyarakat;
- c. memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata;
- d. memiliki kelembagaan pengelolaan;
- e. memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata; dan
- f. memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Pengembangan desa wisata diharapkan dapat menjadi lokomotif pengungkit perekonomian di sektor pariwisata yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan.

e. Pengembangan *Geopark* Indonesia

Pengembangan *Geopark* sama halnya dengan mengembangkan aspek ilmu pengetahuan di Indonesia. Pasalnya selain sebagai destinasi wisata edukasi, *geopark* sering kali menjadi lokasi untuk penelitian geologi hingga flora dan fauna. Sejauh ini terdapat 6 *Geopark* Indonesia yang telah dinobatkan sebagai UNESCO *Global Geopark* (UGG). Capaian ini menjadikan Indonesia sebagai negara di Asia Tenggara dengan UGG terbanyak, antara lain *Geopark* Batur, *Geopark* Gunung Sewu, *Geopark* Ciletuh, *Geopark* Gunung Rinjani, *Geopark* Danau Toba dan *Geopark* Belitung. Selanjutnya, terdapat beberapa *Geopark* nasional yang akan ditingkatkan statusnya menjadi UNESCO *Global Geopark* antara lain *Geopark* Ijen Banyuwangi, *Geopark* Maros-Pangkep, *Geopark* Raja Ampat dan *Geopark* Merangin Jambi.

f. Kekayaan Potensi Cagar budaya dan *World Heritage*

Indonesia merupakan negara yang kaya di bidang cagar budaya dan warisan dunia (*world heritage*) baik berupa *intangible* maupun *tangible*. Beberapa kekayaan cagar budaya ini sudah mendapatkan pengakuan dari dunia sebagai *world heritage* oleh UNESCO yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, antara lain Kompleks Candi Prambanan, Kompleks Candi Borobudur, pemandangan budaya Bali: sistem subak sebagai manifestasi filsafat Tri Hita Karana, Situs Manusia Purba Sangiran, Wayang, Keris, Batik, Tari Saman, Noken Papua, dan masih banyak lagi. Optimalisasi potensi tersebut dapat digunakan dalam rangka membangun kesadaran sejarah dan budaya, menjaga serta melestarikan benda cagar budaya sekaligus pengembangan pariwisata yang berbasis budaya lokal.

g. Indonesia sebagai Negara Tujuan MICE dan Wisata Olahraga

Indonesia dengan wilayah yang strategis serta memiliki daya tarik tersendiri bagi warga negara asing, memberikan peluang bagi tumbuhnya industri MICE dan wisata olahraga. Keberhasilan penyelenggaraan MICE dan event olahraga berskala internasional di tengah situasi pandemi seperti Badminton Festival 2021, World Super Bike, dan event lainnya menjadi bukti kepercayaan masyarakat dunia untuk melakukan aktivitas MICE dan wisata olahraga di Indonesia. Bahkan di Tahun 2022, Indonesia dipercaya sebagai tuan rumah Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20, World



Tourism Day 2022, Moto GP 2022, World Conference on Creative Economy 2022 dan event-event berskala internasional lainnya.

h. Kesadaran Potensi Daerah dan Kesiapan Daerah Untuk Menarik Investasi di Bidang Pariwisata

Prospek investasi di masa pandemi juga berada dalam kondisi stabil. Hal ini bisa dilihat dari peringkat *Investment Grade Indonesia* di masa pandemi. Pada 22 April 2021, Lembaga pemeringkat *Fitch* mempertahankan *Sovereign Credit Rating* Indonesia pada peringkat BBB (*investment grade*) dengan outlook stabil. Selain itu, dalam rangka menarik investasi bidang pariwisata, berbagai daerah melakukan berbagai terobosan, melalui penciptaan iklim investasi yang kondusif, kemudahan prosedur investasi dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) yang diinisiasi oleh BKPM.

i. Brand Equity Wonderful Indonesia



Brand Equity atau Ekuitas Merek berpengaruh terhadap peningkatan citra pariwisata Indonesia. *Brand Equity* dipandang mampu memberikan efek pembeda bagi konsumen dalam membedakan sebuah *brand*. Salah satu dimensi *Brand Equity* yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan citra adalah *brand awareness*.

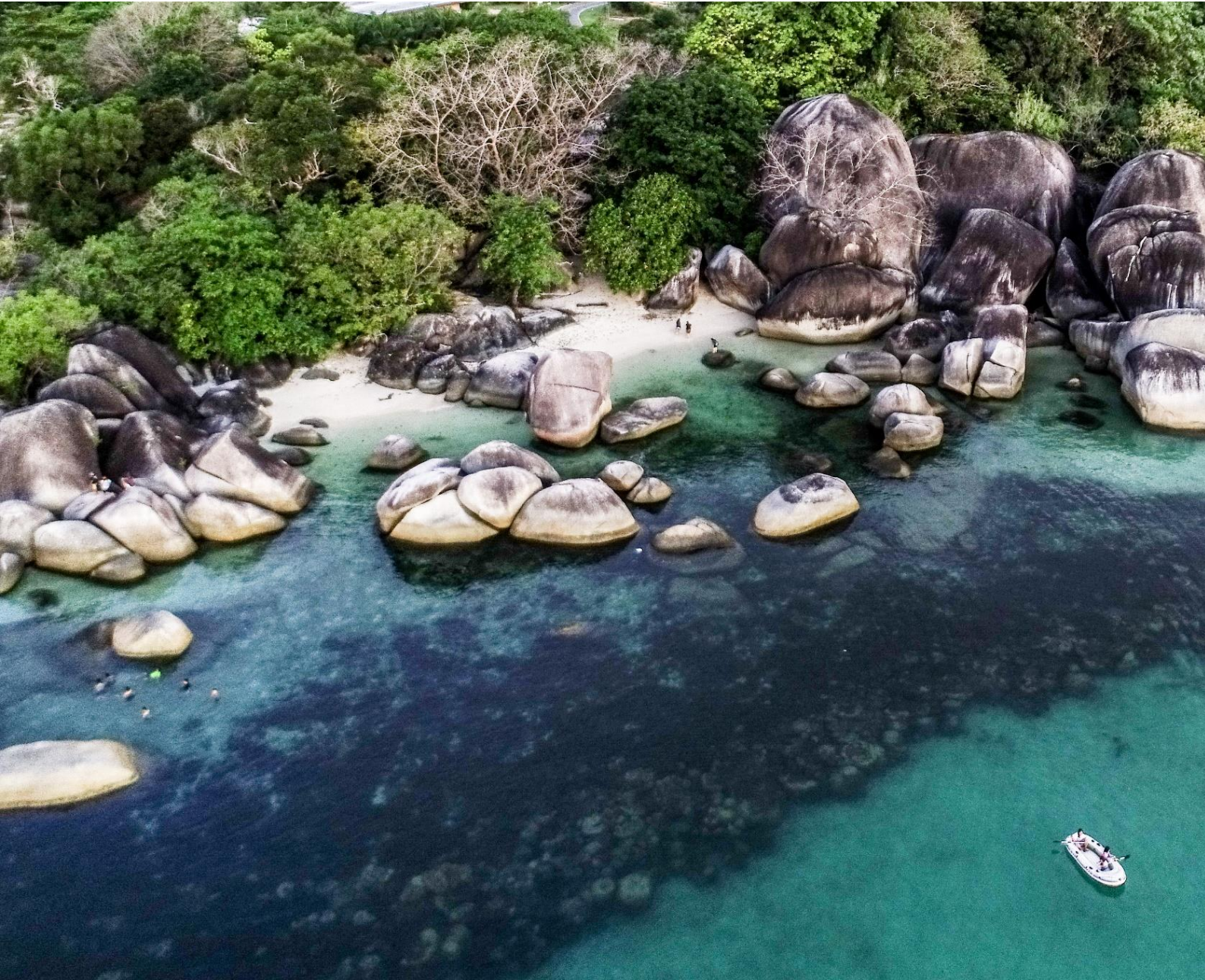
Brand Awareness dinilai mampu memengaruhi persepsi dan sikap individu. Untuk itu, citra pariwisata Indonesia dapat diukur melalui *Brand Awareness Index* untuk mengetahui kemampuan individu dalam mengenali, mengingat kembali dan mempersepsikan merek pariwisata Indonesia “Wonderful Indonesia”

j. Implementasi Kebijakan Kebersihan, Kesehatan, Keamanan, dan Kelestarian Lingkungan ((*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability* (CHSE) di Sektor Bidang Usaha Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk Standar Keamanan dan Kesehatan

Dampak pandemi Covid-19 menjadikan tuntutan wisatawan bertambah, yakni lingkungan yang sehat dan higienis di destinasi pariwisata. Kemenparekraf/Baparekraf telah melakukan sertifikasi *Cleanliness, Health, Safety and Environment Sustainability* (CHSE), yaitu proses pemberian sertifikat kepada usaha pariwisata, destinasi pariwisata, dan produk pariwisata lainnya yang menerapkan CHSE untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan di destinasi wisata. Hal ini kemudian didukung oleh Badan Standardisasi Nasional dengan menetapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) 9042:2021 Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan tempat penyelenggaraan dan pendukung kegiatan pariwisata.

k. Kesiapan Instrumen Standar Kompetensi Untuk Peningkatan Standarisasi dan Sertifikasi SDM Pariwisata

Dalam penilaian tingkat daya saing kepariwisataan nasional, peningkatan standarisasi dan sertifikasi SDM Pariwisata, pemerintah telah berupaya menyediakan regulasi dan instrumen standar kompetensi untuk peningkatan SDM, seperti halnya KKNI, SKKNI di bidang usaha pariwisata yang memungkinkan seseorang dengan pendidikan SMA/ sederajat dapat disetarakan dengan kualifikasi pendidikan tinggi dengan syarat tertentu.



1.2.1.2. Potensi Pembangunan Ekonomi Kreatif

a. Indonesia Memiliki Keragaman Budaya yang Tinggi, Sebagai Sumber Daya Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia memiliki kekuatan berupa keragaman budaya yang tinggi di Indonesia. Sumber daya budaya merupakan kekayaan



peradaban Indonesia yang berasal dari interaksi sosial masyarakat, yang menjadi bagian dari kepribadian dan identitas suatu masyarakat, berupa kuliner, busana daerah, kriya, musik, dan seni pertunjukan yang dapat dijadikan sumber daya karya ekonomi kreatif.

b. Produk Ekonomi Kreatif Indonesia yang Telah Mampu Menembus Pasar Global

Dari 17 subsektor ekonomi kreatif, ada tujuh subsektor ekonomi kreatif yang menjadi prioritas untuk menembus pasar global, yakni kuliner, fesyen, kriya, games, film, musik, dan penerbitan. Saat ini, tiga subsektor memberikan kontribusi terbesar untuk ekspor, yaitu fesyen, kriya, dan kuliner. Sedangkan, untuk subsektor ekonomi kreatif yang memiliki pertumbuhan pesat adalah TV dan radio; film, animasi, dan video; fotografi; serta desain komunikasi visual (DKV).

c. Eksistensi Komunitas Kreatif di Berbagai Daerah dalam Mendukung Pengembangan Sumber Daya Insani Ekonomi Kreatif

Dalam rangka pengembangan sumber daya ekonomi kreatif, eksistensi komunitas kreatif sangat penting untuk merangsang industri kreatif dari luar, dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang diperoleh dari ekonomi kreatif dan meningkatkan PDB setiap daerah karena dengan suksesnya industri kreatif ini maka dapat menopang lajunya pertumbuhan ekonomi.

d. *Internet of Things* sebagai Katalisator Produk Ekonomi Kreatif

Revolusi industri 4.0 juga membuka peluang ekonomi kreatif lainnya seperti periklanan. Salah satu pemanfaatan era digital adalah melalui pembuatan aplikasi yang dapat menjangkau seluruh negeri. Peran media sosial pun berdampak bagi perkembangan bisnis ekonomi kreatif. Revolusi industri 4.0 dapat mendorong tumbuhnya bisnis ekonomi kreatif baru.

e. Kontribusi Ekonomi Kreatif dalam Menggerakkan Ekonomi

Peranan ekonomi kreatif dalam perekonomian dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, ekonomi kreatif berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Kedua, ekonomi kreatif berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor lain. Ketiga, ekonomi kreatif mampu menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, yang tidak hanya bersifat fungsional tetapi juga memiliki makna sehingga meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

f. Peningkatan Konsumsi Produk Ekonomi Kreatif Lokal melalui masifnya Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia



Upaya Pemerintah untuk membantu UMKM agar mampu bertahan dimasa pandemi dengan melakukan transformasi penjualan secara digital dan mengenalkan secara luas melalui Gerakan Nasional (Gernas) Bangga Buatan Indonesia (BBI) yang dimulai sejak 14 Mei 2020 telah membuahkan hasil. Sampai dengan Desember 2021, tak kurang dari 9.2 juta artisanal/UMKM/pelaku kreatif subsektor kuliner, kriya dan fesyen telah *onboarding* di *marketplace*. Hal ini tentunya sangat menggembirakan karena kehadiran produk lokal di *marketplace* semakin meningkat. Kampanye masif ini juga disambut baik oleh masyarakat yang tercermin dari peningkatan konsumsi produk lokal pada event *harbolnas* dari sebesar 5.6 Triliun Rupiah (pada tahun 2020) hingga mencapai 8.5 Triliun Rupiah pada Hari Belanja Online Nasional (*Harbolnas*) 2021. Kesuksesan ini tak lepas dari upaya bersama 19 Kementerian/Lembaga yang terlibat langsung sebagai *campaign manager* Gernas BBI dan melakukannya di provinsi/daerah pilihan, termasuk di dalamnya di Destinasi Super Prioritas seperti Borobudur, Danau Toba, Mandalika, Labuan Bajo dan Likupang.

g. Kekuatan Belanja Segmen Pasar Milenial yang Meningkat di Asia

Ekonomi yang berkembang adalah rumah bagi 86% dari milenial dunia yang berjumlah sekitar 1 miliar orang. Penghasilan agregat milenial Tiongkok akan melampaui Amerika pada tahun 2035. Sementara negara-negara dengan pertumbuhan pendapatan milenial tertinggi di Asia antara lain adalah Thailand (51%), Filipina (77%), Indonesia (84%), dan Bangladesh (104%).

h. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai Bentuk Perlindungan dan Pemanfaatan Akan Karya Cipta dan Kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif

Kebijakan perlindungan HKI terhadap produk ekraf telah dilakukan oleh Pemerintah melalui peraturan perundang-undangan bidang HKI dan kebijakan daerah terkait perlindungan HKI untuk produk ekraf mengacu pada kebijakan tingkat nasional. Perlindungan preventif diberikan melalui UU berupa manfaat ekonomi bagi pelaku ekraf yang mendaftarkan HKInya. Dalam perlindungan dan pemanfaatan produk kekayaan intelektual, pencipta mendapatkan keuntungan finansial ataupun manfaat ekonomi dari karya yang dihasilkannya.

i. Skema Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual

Skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual bagi pelaku Ekonomi Kreatif diatur melalui Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022. Skema pembiayaan tersebut merupakan skema pembiayaan yang menjadikan kekayaan intelektual sebagai objek jaminan utang bagi lembaga keuangan agar dapat memberikan pembiayaan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif. Skema pembiayaan tersebut diharapkan dapat membantu pengembangan produk ekonomi kreatif di Tanah Air. Berdasarkan peraturan perundang-undangan terkait Kekayaan Intelektual, telah mengatur bahwa Hak Cipta dan Paten dapat dijadikan objek jaminan Fidusia. Sehingga, bukan hanya dalam wujud sertifikat hak kekayaan intelektual, melainkan juga kontrak kerja pelaku ekonomi kreatif yang melibatkan/berisi hak kekayaan intelektual, serta bukti hak tagih

kekayaan intelektual bisa dijadikan jaminan dalam pembiayaan. Pemberi fasilitas pembiayaan tersebut dapat berupa Lembaga Keuangan dan Badan layanan umum.

j. Inisiasi Pengembangan Klaster/Kota Kreatif untuk Mendorong Pengembangan Ekonomi Kreatif di Sejumlah Wilayah

Kota Kreatif atau *Creative City* kini menjadi konsep pengembangan kota yang dianggap dapat mendorong dan merangsang kualitas sumber daya manusia. Dikarenakan kota kreatif telah menjadi konsensus global untuk memastikan keberlanjutan sebuah kota di masa depan. Dimana pada tahun 2050, diperkirakan sekitar 70% penduduk dunia akan hidup di daerah perkotaan.

k. Kontribusi Ekonomi Kreatif dalam Agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*)

Sektor ekonomi kreatif telah menunjukkan pertumbuhan yang *resilient* dalam perdagangan internasional di tengah pandemi. Kontribusi ekonomi kreatif nasional terhadap PDB nasional terus berpotensi tumbuh, menjadikannya sektor ekonomi yang tangguh dengan diperkuat oleh potensi digitalisasi yang besar. Hal tersebut menjadikan sektor ekonomi kreatif berpotensi untuk berkontribusi terhadap pencapaian tujuan agenda pembangunan berkelanjutan 2030, dengan mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi, mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja dan pekerjaan layak untuk semua, meningkatkan kualitas hidup dan memberdayakan wanita dan pemuda, serta mengurangi kesenjangan baik di dalam negeri maupun antar negara.

1.2.2. Permasalahan Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

1.2.2.1. Permasalahan Pembangunan Pariwisata

Permasalahan utama yang masih dihadapi dalam pembangunan pariwisata nasional antara lain:

- a. Kapasitas dan kualitas amenities/fasilitas pendukung wisata yang belum merata serta dampak Pandemi yang telah menurunkan kapasitas operasional usaha Pariwisata
- b. Ancaman serta lemahnya kesiapan mitigasi dan jaring pengaman pasca bencana baik bagi masyarakat dan juga usaha pariwisata di destinasi pariwisata
- c. Perubahan lansekap pariwisata dan profil/karakteristik pasar yang belum didukung dengan kesiapan strategi pemasaran
- d. Sinergi antar mata rantai usaha pariwisata yang belum optimal
- e. Pengembangan tanggung jawab lingkungan oleh kalangan usaha pariwisata masih terbatas/belum optimal
- f. Belum meratanya penguatan organisasi yang membidangi kepariwisataan di daerah



- g. Koordinasi dan sinkronisasi pembangunan lintas sektor dan regional yang belum optimal
- h. Pandemi Covid 19 yang berdampak pada penurunan penyerapan SDM dibidang usaha pariwisata
- i. SDM pariwisata dan pengembangan pendidikan tinggi pariwisata yang masih terbatas
- j. Belum optimalnya sumber daya manusia dalam pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan di kawasan Taman Nasional, *Geopark*, Cagar Budaya, dan *World Heritage*.
- k. Masih sering terjadinya sengketa kepemilikan lahan yang melibatkan warga lokal terutama atas tanah adat dan hak ulayat sehingga menyulitkan proses pembebasan lahan untuk keperluan pengembangan pariwisata
- l. Kurangnya kesadaran wisata bagi masyarakat di sekitar kawasan destinasi terhadap potensi besar kepariwisataan yang dimiliki daerahnya.
- m. Struktur tenaga kerja sektor pariwisata dalam menghadapi tekanan/*shock* akibat menghadapi pandemi (baik dari sisi jaminan sosial, pola model bisnis yang resisten, dan sebagainya).

1.2.2.2. Permasalahan Pembangunan Ekonomi Kreatif

Permasalahan utama yang masih dihadapi dalam pembangunan Ekonomi Kreatif nasional antara lain:

- a. Peningkatan kompetensi pelaku ekraf belum terstruktur
- b. Belum efektifnya pengembangan sentra/klaster kreatif di kota-kota kreatif
- c. Masih minimnya produk ekonomi kreatif yang terstandarkan.
- d. Rendahnya pemahaman mengenai pentingnya perlindungan hasil kreativitas (Hak atas Kekayaan Intelektual)
- e. Akses pelaku ekonomi kreatif terhadap sumber pendanaan dan pembiayaan dari lembaga pembiayaan yang belum optimal
- f. Implementasi *platform* dan tata kelola untuk manajemen hak cipta yang tersendat
- g. Struktur tenaga kerja ekonomi kreatif dalam menghadapi tekanan/*shock* akibat menghadapi pandemi (baik dari sisi jaminan sosial, pola model bisnis yang resisten, dan sebagainya).



BAB 2

VISI, MISI, DAN TUJUAN KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

- 2.1. Visi Kemenparekraf/Baparekraf
- 2.2. Misi Kemenparekraf/Baparekraf
- 2.3. Tujuan Kemenparekraf/Baparekraf
- 2.4. Sasaran Strategis Kemenparekraf/Baparekraf



2.1. VISI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Salah satu prioritas nasional pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional yang terkait dengan pembangunan sektor pariwisata nasional adalah memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dan meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai Kementerian/Badan yang membantu Presiden di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, maka visi Kemenparekraf/Baparekraf harus selaras dengan Visi Presiden Republik Indonesia.

Visi Presiden dan Wakil Presiden adalah **“Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong”**

Sehingga visi Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 adalah:

“PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF INDONESIA YANG MAJU, BERDAYA SAING, BERKELANJUTAN SERTA MENGEDEPANKAN KEARIFAN LOKAL DALAM MEWUJUDKAN INDONESIA MAJU YANG BERDAULAT, MANDIRI DAN BERKEPRIBADIAN BERLANDASKAN GOTONG ROYONG”.

Visi Kemenparekraf/Baparekraf tersebut selaras dan mendukung pencapaian visi Presiden Republik Indonesia. Visi Kemenparekraf/Baparekraf ini mengandung 4 (empat) kata kunci utama, yaitu (i) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang maju; (ii) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berdaya saing; (iii) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berkelanjutan; serta (iv) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang mengedepankan kearifan lokal.

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang maju bermakna bahwa pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif ke depan harus mempertimbangkan perkembangan teknologi terkini dalam rangka meningkatkan kualitas produk pariwisata dan ekonomi kreatif yang dihasilkan. Pemanfaatan teknologi tersebut tentunya harus mempertimbangkan aspek permintaan wisatawan maupun aspek kemampuan industri dalam mengadopsinya. Selain itu, pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif juga perlu menyesuaikan terhadap perkembangan tren pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif di dunia, agar sektor ini tidak tertinggal dibanding dengan negara lain.

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berdaya saing bermakna bahwa produk pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia harus dapat menjadi pilihan dibanding dengan produk serupa yang dihasilkan negara lain. Dalam konteks pariwisata, Indonesia harus mampu menjadi destinasi wisata pilihan wisatawan dunia dibandingkan dengan destinasi di beberapa negara tetangga seperti Thailand, Filipina dan Singapura. Sedangkan dalam konteks ekonomi kreatif, produk ekonomi kreatif Indonesia harus mampu menembus pasar dunia.

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berkelanjutan bermakna pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif dapat dilakukan secara berkelanjutan, sehingga dapat



terus dinikmati hingga generasi berikutnya. Oleh karena itu, tata kelola pariwisata maupun ekonomi kreatif Indonesia harus mendukung pelaksanaan ***Sustainable Development Goals (SDG's)*** yang dicanangkan oleh Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB).

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang mengedepankan kearifan lokal bermakna bahwa dalam pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif, harus fokus dan memprioritaskan kepada kearifan lokal. Mengangkat indikasi geografis Indonesia sebagai suatu originalitas dan identitas diri bangsa Indonesia diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri, baik dalam bidang pariwisata maupun ekonomi kreatif.

2.2. MISI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Berdasarkan visi Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia di atas yang berusaha dicapai melalui 9 (sembilan) misi yang harus dimandatkan melalui Peraturan Presiden nomor 18 tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024, yaitu:

1. Peningkatan kualitas manusia Indonesia
2. **Struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing**
3. Pembangunan yang merata dan berkeadilan
4. Mencapai lingkungan hidup yang berkelanjutan
5. Kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa
6. Penegakan sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya
7. Perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga
8. Pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya
9. Sinergi pemerintah daerah dalam kerangka Negara Kesatuan

Dalam konteks pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, Kemenparekraf/Baparekraf berkontribusi secara langsung terhadap misi nomor 2, yaitu struktur ekonomi yang produktif, mandiri dan berdaya saing.

Oleh karena itu, maka misi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah “**Memperkokoh struktur ekonomi nasional yang produktif, mandiri dan berdaya saing melalui optimasi pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif**”.

2.3. TUJUAN KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Untuk mewujudkan Visi dan melaksanakan Misi pembangunan Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan tujuan pembangunan pariwisata 5 (lima) tahun ke depan yaitu **“Meningkatnya Peran Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Perekonomian Nasional”**. Pencapaian tujuan ini secara khusus akan dipantau melalui pengukuran 5 (lima) indikator kinerja utama, meliputi:

- 1) Nilai devisa pariwisata
- 2) Kontribusi PDB Pariwisata
- 3) Nilai ekspor produk ekonomi kreatif
- 4) Nilai tambah ekonomi kreatif
- 5) Tenaga kerja sektor pariwisata dan ekonomi kreatif

2.4. SASARAN STRATEGIS KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Sasaran strategis Kemenparekraf/Baparekraf merupakan uraian dari tujuan strategis yang sekaligus merupakan pemetaan dari strategi Kemenparekraf/Baparekraf dalam melaksanakan misi 2 untuk mewujudkan Visi Presiden tahun 2020-2024. Peta strategi dari Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut ini.



Gambar 2.1. Peta Strategi dari Kemenparekraf/Baparekraf

Berdasarkan Gambar 2.1, Kemenparekraf/Baparekraf memiliki 8 sasaran strategis yang dipetakan kedalam 4 (empat) perspektif BSC meliputi:

1. Perspektif *Stakeholders*

Perspektif *stakeholders* melambangkan *outcome/impact* yang ingin dicapai oleh Kemenparekraf/Baparekraf. *Outcome* yang ingin dicapai kemudian direpresentasikan oleh tujuan strategis Kemenparekraf/Baparekraf. Pada perspektif *stakeholders* Kemenparekraf/Baparekraf memiliki 1 (satu) sasaran strategis yaitu: **“Meningkatnya kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi”**. Capaian sasaran strategis ini diukur oleh 3 (tiga) indikator kinerja sasaran strategis (IKSS).

2. Perspektif *Customer*

Pada perspektif *customer*, dilakukan penyesuaian menjadi 5 (lima) sasaran strategis yaitu: **“Meningkatnya nilai tambah ekonomi kreatif nasional”**, **“Meningkatnya kualitas dan jumlah wisatawan”**, **“Meningkatnya indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia”**, **“Bertumbuhnya investasi dan akses pembiayaan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif”** dan **“Terwujudnya pelindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif”**. Capaian sasaran strategis ini diukur melalui 9 (sembilan) IKSS.

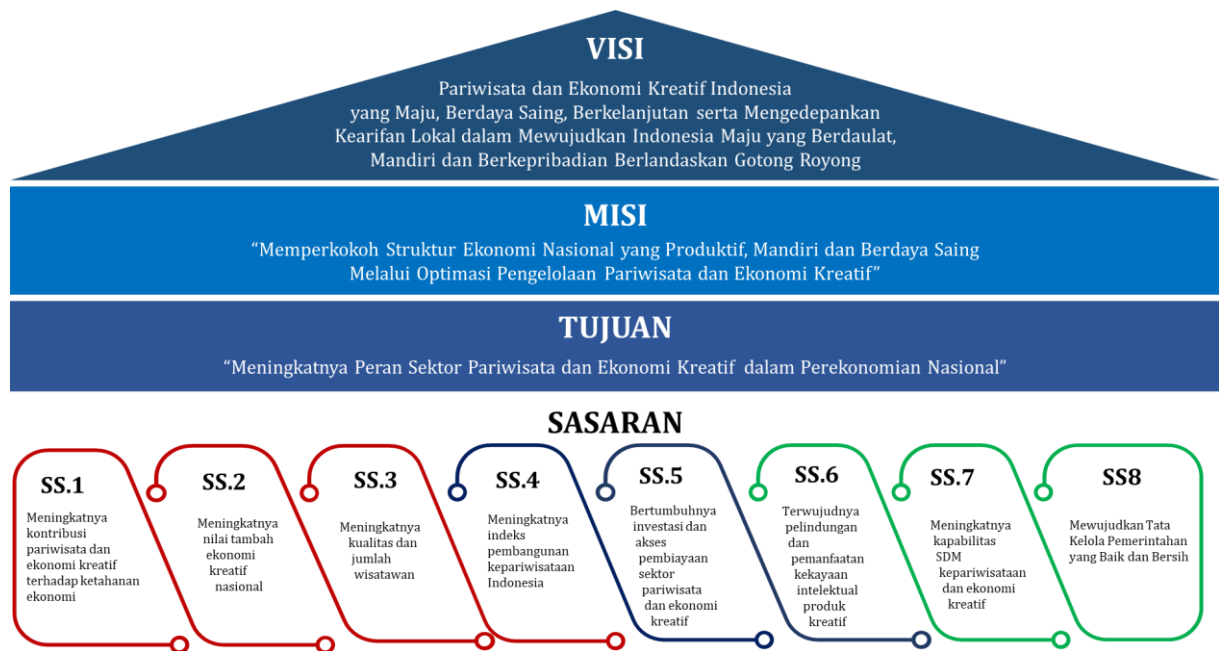
3. Perspektif *Internal Process*

Perspektif *internal process* merupakan perspektif yang menggambarkan proses yang dilakukan Kemenparekraf/Baparekraf untuk menghasilkan *output* di *customer perspective*. Jika proses telah dilakukan dengan benar, diharapkan *output* pada perspektif *customer* dapat terwujud. Pada perspektif ini, Kemenparekraf/Baparekraf memiliki 1 (satu) sasaran strategis yaitu: **“Meningkatnya kapabilitas SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif”**. Capaian sasaran strategis ini diukur melalui 3 (tiga) IKSS.

4. Perspektif *learning and growth*

Perspektif *learning and growth* merupakan perspektif yang menggambarkan kemampuan membangun sistem yang memungkinkan adanya pengembangan SDM, sistem organisasi dan sistem informasi sebagai kunci peningkatan kinerja secara berkesinambungan. Pada perspektif ini Kemenparekraf/Baparekraf memiliki sasaran strategis yaitu **“Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Bersih”**.

Keterkaitan antara Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Pembangunan Kemenparekraf/Baparekraf selanjutnya dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



VISI - MISI - TUJUAN - SASARAN KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF



BAB 3

ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, KERANGKA REGULASI, DAN KERANGKA KELEMBAGAAN

- 3.1. Arah Kebijakan dan Strategi Nasional
- 3.2. Arah Kebijakan dan Strategi Kemenparekraf/Baparekraf
- 3.3. Kerangka Regulasi Kemenparekraf/Baparekraf
- 3.4. Kerangka Kelembagaan



Pada bab ini memuat arah kebijakan dan strategi Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 yang merupakan penjabaran dari visi dan misi Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024. Arah pengembangan Kemenparekraf/Baparekraf disusun dengan mempertimbangkan kebijakan pembangunan nasional yang tercantum dalam RPJMN 2020-2024. Formulasi arah kebijakan dan strategi juga mempertimbangkan kondisi lingkungan internal maupun eksternal Kemenparekraf/Baparekraf, sehingga arah kebijakan dan strategi Kemenparekraf/Baparekraf yang disusun dapat menjawab kebutuhan pariwisata dan ekonomi kreatif nasional kedepan.

3.1. ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI NASIONAL

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024, terdapat 5 (lima) arahan utama Presiden, yaitu:

1. Pembangunan SDM;
2. Pembangunan Infrastruktur;
3. Penyederhanaan Regulasi;
4. Penyederhanaan Birokrasi; dan
5. Transformasi Ekonomi.

RPJMN tahun 2020-2024 mengusung tema pembangunan **“Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong”**. Tema pembangunan ini sekaligus menjadi Visi Presiden terpilih dalam pembangunan nasional tahun 2020-2024. Tema pembangunan ini dilaksanakan melalui 7 agenda pembangunan yang merupakan Prioritas Nasional (PN) pada RPJMN IV tahun 2020-2024. Ketujuh PN tersebut adalah:

- 1) PN 1. Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan
- 2) PN 2. Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan
- 3) PN 3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing
- 4) PN 4. Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan
- 5) PN 5. Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Dasar
- 6) PN 6. Membangun Lingkungan Hidup, Meningkatkan Ketahanan Bencana dan Perubahan Iklim
- 7) PN7. Memperkuat Stabilitas Polhukhankam dan Transformasi Pelayanan Publik



Adapun arah kebijakan dalam rangka melaksanakan agenda pembangunan pada tahun 2020-2024 yang menjadi tugas dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencakup:

AGENDA 1:

**MEMPERKUAT KETAHANAN EKONOMI
UNTUK PERTUMBUHAN YANG BERKUALITAS DAN BERKEADILAN**

Arah Kebijakan:

- a. Penguatan Kewirausahaan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan Koperasi yang dilaksanakan dengan strategi, meliputi:**
 - 1. Peningkatan kemitraan usaha antara Usaha Mikro Kecil dan Usaha Menengah Besar;**
 - 2. Peningkatan kapasitas usaha dan akses pembiayaan bagi wirausaha;**
 - 3. Peningkatan penciptaan peluang usaha dan *start-up*; dan**
 - 4. Peningkatan nilai tambah usaha sosial.**
- b. Peningkatan Nilai Tambah Lapangan Kerja dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi yang dilaksanakan melalui strategi meliputi:**
 - 1. Peningkatan daya saing destinasi dan industri pariwisata yang didukung penguatan rantai pasok dan ekosistem pariwisata, termasuk wisata alam; dan**
 - 2. Peningkatan nilai tambah dan daya saing produk serta usaha kreatif dan digital.**
- c. Peningkatan Ekspor Bernilai Tambah Tinggi dan Penguatan Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN) yang dilaksanakan melalui strategi, meliputi:**
 - 1. Peningkatan diversifikasi, nilai tambah, dan daya saing produk ekspor dan jasa;**
 - 2. Peningkatan akses dan pendalaman pasar ekspor**
 - 3. Pengelolaan impor; dan**
 - 4. Peningkatan citra dan diversifikasi pemasaran pariwisata, serta produk kreatif dan digital.**

- d. **Penguatan Pilar Pertumbuhan dan Daya Saing Ekonomi yang dilaksanakan melalui strategi, meliputi:**
1. **Peningkatan pendalaman sektor keuangan;**
 2. **Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dan industri 4.0;**
 3. **Peningkatan penerapan praktik berkelanjutan di industri pengolahan dan pariwisata;**
 4. **Peningkatan ketersediaan dan kualitas data serta informasi perkembangan ekonomi terutama pangan, kemaritiman, pariwisata, ekonomi kreatif, dan ekonomi digital.**

3.1.1 Pengarusutamaan dalam RPJMN 2020-2024

Guna mempercepat pencapaian target pembangunan dan memberikan akses pembangunan yang merata dan adil, di dalam Dokumen RPJMN 2020-2024 telah ditetapkan 4 (empat) pengarusutamaan (mainstreaming) sebagai bentuk pembangunan inovatif dan adaptif serta menjadi katalis pembangunan.

1. **Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.** Pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan generasi masa depan, dengan mengedepankan kesejahteraan tiga dimensi (sosial, ekonomi dan lingkungan) dan mensyaratkan partisipasi dan kolaborasi semua pihak.
2. **Pengarusutamaan Gender (PUG).** Strategi untuk mengintegrasikan perspektif gender ke dalam pembangunan, mulai dari penyusunan kebijakan, perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, serta pemantauan dan evaluasi. Tujuan dari strategi ini ialah mewujudkan kesetaraan gender sehingga mampu menciptakan pembangunan yang lebih adil dan merata bagi seluruh penduduk Indonesia.
3. **Pengarusutamaan Modal Sosial Budaya.** Pengarusutamaan ini merupakan internalisasi nilai dan pendayagunaan kekayaan budaya untuk mendukung seluruh proses pembangunan dengan tujuan dan orientasi pada penghargaan atas khazanah budaya masyarakat, sekaligus upaya pelestarian dan pemajuan kebudayaan bangsa.
4. **Pengarusutamaan Transformasi Digital.** Upaya untuk mengoptimalkan peranan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing bangsa dan sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia ke depan dengan mengutamakan strategi dari aspek pemantapan ekosistem (*supply*), pemanfaatan (*demand*) dan pengelolaan big data.

Selain *mainstreaming* tersebut di atas, diperlukan juga **penguatan mitigasi bencana** baik bersifat alam maupun non alam untuk mengurangi risiko perubahan iklim dan bencana serta meningkatkan ketangguhan menghadapi perubahan iklim dan bencana yaitu salah satunya melalui pengarusutamaan penanggulangan bencana dan adaptasi

perubahan iklim. Upaya mitigasi dan peningkatan kapasitas adaptif dilakukan melalui pembangunan infrastruktur strategis pada sektor-sektor prioritas, peningkatan SDM Pemerintah Daerah dan masyarakat, pelatihan dan simulasi situasi bencana serta peningkatan regulasi terkait ketahanan terhadap bencana dan iklim pada sektor prioritas.

Selanjutnya, Kemenparekraf/Baparekraf juga mendukung dan melaksanakan Program/Rencana Aksi Nasional/Arahan direktif presiden yang tertuang dalam Peraturan Presiden, Instruksi Presiden dan Peraturan Pemerintah.

3.1.2 Proyek Prioritas Strategis (*Major Project*)

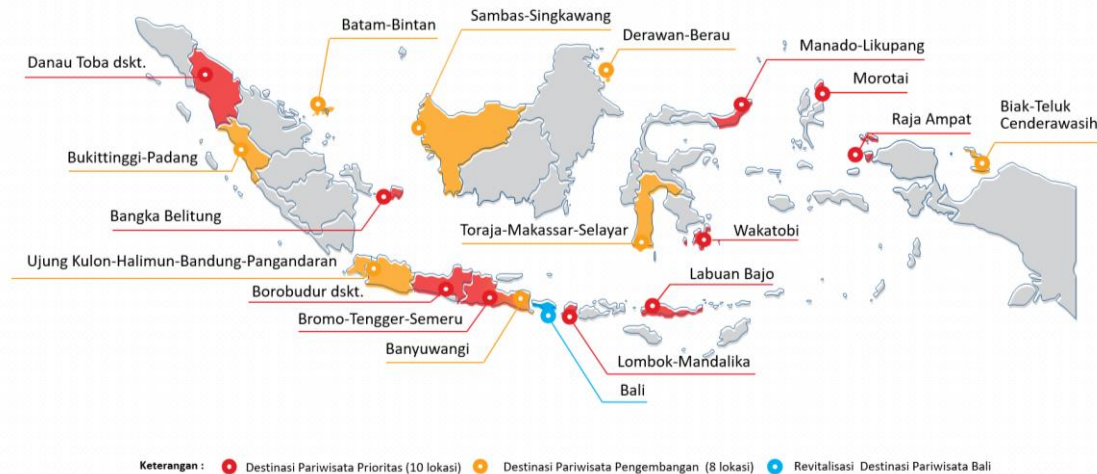
Dalam Perpres 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024, terdapat **10 Destinasi Pariwisata Prioritas** (Danau Toba, Sumatera Utara; Borobudur, dskt, Jawa Tengah; Lombok-Mandalika, Nusa Tenggara Barat; Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur; Manado-Likupang, Sulawesi Utara; Wakatobi, Sulawesi Tenggara; Raja Ampat, Papua Barat; Bromo-Tengger-Semeru, Jawa Timur; Bangka Belitung; dan Morotai, Maluku Utara), **8 Destinasi Pariwisata Pengembangan** (Batam-Bintan, Kepulauan Riau; Bukittinggi-Padang, Sumatera Barat; Bandung-Halimun-Ciletuh, Jawa Barat; Banyuwangi, Jawa Timur; Sambas-Singkawang, Kalimantan Barat; Derawan-Berau, Kalimantan Timur; Toraja-Makassar-Selayar, Sulawesi Selatan; dan Biak – Teluk Cenderawasih, Papua); dan **1 Destinasi Revitalisasi** (Bali).

Dalam perkembangannya, Destinasi Pariwisata Pengembangan mengalami perubahan deliniasi, menjadi Batam-Bintan, Bukittinggi-Padang, **Ujung Kulon-Halimun-Bandung-Pangandaran**, Banyuwangi, Sambas-Singkawang, Derawan-Berau, Toraja-Makassar-Selayar, dan Biak-Teluk Cenderawasih serta Revitalisasi Destinasi Pariwisata Bali yang tertulis dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 86 Tahun 2020 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2021 dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2021 Tentang Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2022.

Pengembangan produk pariwisata yang akan ditingkatkan diversifikasinya mencakup: **(1) wisata alam** (ekowisata, wisata bahari, dan wisata petualangan); **(2) wisata budaya** (*heritage tourism*, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata kota yang difokuskan pada *Cultural Heritage Regeneration*, dan wisata desa); **(3) wisata buatan** (*meeting-incentive-convention-exhibition/MICE*, *yacht and cruise*, wisata kebugaran/*wellness tourism*, wisata kesehatan/*medical tourism*, wisata olah raga, dan wisata religi). Pengembangan ketiga jenis pariwisata tersebut juga membuka kesempatan bagi wisatawan untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan pengetahuan, pendidikan dan kesukarelawanan yang terintegrasi dengan kegiatan wisata.

Pengembangan amenities dan atraksi wisata juga melibatkan industri dan partisipasi masyarakat. Pelaksanaannya mencakup kerja sama pembiayaan, perbaikan pengelolaan destinasi, penerapan standar layanan, penguatan rantai pasok industri pariwisata, penataan kota sebagai *service hub* pariwisata, penataan kawasan perdesaan untuk mendukung pariwisata, serta pengembangan desa wisata.

Pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas dan Destinasi Pariwisata Pengembangan diharapkan dapat menjadi destinasi utama pergerakan wisatawan nusantara dan kunjungan wisatawan mancanegara selain Bali yang selama ini menjadi Destinasi Utama. Kemenparekraf/Baparekraf diharapkan dapat berperan sebagai pemimpin orkestrasi dan akselerator pembangunan kepariwisataan dan ekosistem ekonomi kreatif melalui kolaborasi dengan berbagai Kementerian /Lembaga/*Stakeholder* terkait.



Gambar 3.1 Persebaran Destinasi Pariwisata

Sumber: Peraturan Presiden No. 18 Tahun 2020 tentang RPJMN 2020-2024 (diolah)

Dalam melaksanakan agenda pembangunan (prioritas nasional) RPJMN 2020-2024, disusun Proyek Prioritas Strategis (*Major Project*) dengan tujuan agar dokumen RPJMN lebih konkrit dalam menyelesaikan isu-isu pembangunan dan memiliki nilai strategis dan daya ungkit tinggi untuk mencapai sasaran prioritas pembangunan. Berikut merupakan daftar *Major Project* yang dalam penyusunan dan pelaksanaannya melibatkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Tabel 3.1 Kontribusi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam *Major Project* RPJMN 2020-2024 dan Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2022

| No | Major Project | Manfaat proyek | Indikasi Pendanaan (Triliun Rupiah) | Pelaksana |
|----|--|---|--|---|
| 1 | Industri 4.0 di 5 Sub Sektor Prioritas: Makanan dan Minuman, Tekstil dan Pakaian Jadi, Otomotif, Elektronik, Kimia dan Farmasi | Meningkatnya kontribusi industri dalam PDB menjadi 21,0 % | 245,8 • APBN: 13 • BUMN: 125,9 • Swasta: 106,9 | Penanggung Jawab Proyek: Kementerian Perindustrian Lintas K/L/D: BKPM, Badan Standardisasi Nasional, Kemen-KKP, Kemenparekraf/Baparekraf, Kemendag, KPPU |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| 2 | 10 Destinasi Pariwisata Prioritas: Danau Toba, Borobudur Dskt, Lombok-Mandalika, Labuan Bajo, Manado-Likupang, Wakatobi, Raja Ampat, Bromo-Tengger-Semeru, Bangka Belitung, dan Morotai | <ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya devisa sektor pariwisata menjadi 30 miliar USD (2024) Meningkatnya jumlah perjalanan wisatawan 350-400 juta perjalanan dan wisatawan mancanegara 22,3 juta kedatangan (2024) | 161 (APBN, KPBU, BUMN, Swasta) | Penanggung Jawab Proyek: Kemenparekraf/Baparekraf, Lintas K/L/D: Kementerian PPN/Bappenas, Kemenperin, Kemenakes, Kemen PUPR, Kemenhub, Kemen LHK, Kemen KKP, Kemendes PDTT, Kemenkop UKM, Kemen ESDM, Kementerian Investasi/BKPM, Kemendikbudristek, KemenATR/BPN, Pemda, BUMN dan Swasta |
| 3 | Pembangunan Wilayah Batam - Bintan | <ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan industri dan pariwisata Batam-Bintan | 69,9 <ul style="list-style-type: none"> APBN: 6,4 KPBU: 9,5 Badan Usaha: 54 | a.l. BP Batam, Kemen PUPR, Kemenhub, Kemenperin, Kemenparekraf, Badan Usaha (BUMN/Swasta) |
| 4 | Pengelolaan Terpadu UMKM (RKP 2022) | <ul style="list-style-type: none"> Proporsi UMKM yang mengakses kredit lembaga keuangan formal meningkat dari 24,33% pada 2019 menjadi 27,80% Pertumbuhan wirausaha meningkat dari 1,71% pada 2019 menjadi 2,00% pada 2022 Mendukung kontribusi koperasi terhadap PDB sebesar 5,30% pada 2022 | 8.87 (K/L, DAK, dan BUMN) | Penanggung Jawab Proyek: Kementerian Koperasi dan UKM Lintas K/L/D: Kemenperin, Kemendag, Kemenkominfo, Kemendikbudristek, Kemenpora, Kemen PPPA, Kemendes PDTT, Kemenaker, BSN, Kemenparekraf/Baparekraf, Kemen LHK, Kemenag, Kementan, Kemeninves/BKPM, KPPU, Pemda dan BUMN |
| 5 | Pembangunan Kota Baru: Maja, Tanjung Selor, Sofifi, dan Sorong (RKP 2022) | <ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan Indeks Kota Berkelanjutan (IKB) Kota Baru sebesar 6% menjadi 36,82 (skenario rendah) di tahun 2022 | 0,527 (K/L) | Penanggung Jawab Proyek: Kemen PPN/Bappenas dan Kemenko Perekonomian Lintas K/L/D: Kemen PUPR, Kemen ESDM, Kemenaker, Kemenhub, Kemenparekraf, Kemenkominfo, Pemda |
| 6 | Wilayah Adat Papua: Wilayah Laa Pago dan Wilayah Adat Domberay (RKP 2022) | <ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya IPM di Wilayah Papua sebesar 62,06-65,92 | 1,5 (K/L) | Penanggung Jawab Proyek: Kemen PPN/ Bappenas Lintas K/L/D: Kemenkes, Kemendikbudristek, Kementan, Kemenparekraf, Kemenperin, Kemendes PDTT, Kemen PUPR, Kemen ESDM, Kemenhub |
| 7 | Transformasi Digital (RKP 2022) | <ul style="list-style-type: none"> Persentase rata-rata pertumbuhan sektor TIK sebesar 9,8-10% Meningkatnya kecamatan yang terjangkau infrastruktur Jaringan Serat Optik Kumulatif dari 37,15% (2021) ke 42,85% (2022) dan meningkatnya masyarakat pengguna internet dari 74,2% (2021) ke 79,20% (2022) | 22 (K/L, BUMN) | Penanggung Jawan Proyek: Kemenkominfo Lintas K/L/D: ANRI, BIG, BIN, BPPT, BSSN, BUMN, Kemendag, Kemendikbudristek, Kemen KKP, Kemenag, Kemendagri, Kemenparin, Kemensos, Kemendes PDTT, Kemenhan/TNI, Kemenkes, Kemenkeu, Kemen UKM, Kemenaker, Kemen PANRB, |



| | | | |
|--|--|---|---------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none">• Meningkatnya persentase instansi pemerintah dengan Indeks Maturitas SPBE kategori baik ke atas dari 70% (2020) ke 80% (2022) untuk K/L dari 50% (2020) ke 60% (2022) untuk provinsi dan dari 20% ke 30% (2022) untuk Kab/Kota• Persentase pemanfaatan dan pembelajaran berbasis TIK 56,25%• Penguatan ekosistem digital kesehatan sejumlah 1 sistem informasi pada 2022• Fasilitasi pengembangan 140 <i>start-up</i> pada 2022• Digitalisasi dan integrasi pelaksanaan bantuan sosial secara bertahap dengan 1 sistem informasi kesejahteraan sosial terpadu pada 2022• 45 Perusahaan dengan nilai Indonesia <i>Industry 4.0 Readiness Index</i> (INDI 4.0) >3.0• Bertambahnya 5 juta masyarakat yang mendapatkan literasi di bidang digital pada 2022• Peningkatan kualitas 200.000 SDM Bidang komunikasi dan informatika yang kompeten dan profesional• Meningkatnya <i>Global Cyber Security Index</i> dari 0,792 (2022) menjadi 0,826 (2022) | Kemenparekraf, Perpusnas, Polri, TVRI |
|--|--|---|---------------------------------------|

Sumber:

1. Perpres No. 18 Tahun 2020 tentang RPJMN 2020-2024
2. Perpres No. 115 Tahun 2021 tentang Pemutakhiran RKP 2022

Dalam RPJMN telah disusun rincian *major project* yang didalamnya terdapat indikasi target dan indikasi pendanaan seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2 Major Project 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dalam RPJMN 2020-2024

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|---|--|---|---|---|
| Latar Belakang | Pariwisata Indonesia masih bertumpu pada Bali (41 persen). Pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas membuka peluang pengembangan destinasi yang memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal sekelas Bali. Pemerintah mendorong penyiapan 5 Destinasi Super Prioritas dan 5 Destinasi Pariwisata Prioritas lainnya. | | | | | | |
| Manfaat | 1. Meningkatnya kontribusi sektor pariwisata dalam PDB menjadi 5,5% (2024) 2. Meningkatnya devisa dari sektor pariwisata menjadi 30 miliar USD (2024) 3. Meningkatnya jumlah Wisatawan Nusantara 350-400 juta perjalanan (2024) dan Wisatawan Mancanegara 22,3 juta kunjungan (2024) | | | | | | |
| Durasi | 2020-2024 (5 tahun) | | | | | | |
| Indikasi Target dan Pendanaan | INDIKASI TARGET | | | | | | INDIKASI PENDANAAN |
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Total | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Perpres ITMP untuk Borobudur dskt, Danau Toba dskt, dan Lombok (100%) Penyusunan ITMP untuk Labuan Bajo, Manado-Likupang, Bromo- | <ul style="list-style-type: none"> Perpres ITMP untuk Labuan Bajo, Manado-Likupang, BTS, Wakatobi, Morotai, Bangka Belitung (100%) Penyusunan ITMP untuk Raja Ampat Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di | <ul style="list-style-type: none"> Perpres ITMP untuk Raja Ampat (100%) Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di BTS dan Wakatobi (40%) Percepatan infrastruktur, pemberdayaan | <ul style="list-style-type: none"> Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di BTS dan Wakatobi (80%) Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di Morotai, | <ul style="list-style-type: none"> Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di BTS dan Wakatobi (100%) Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di Morotai, | <ul style="list-style-type: none"> 10 Kawasan Prioritas Selesai 100% | Rp 161 T (APBN, KPBU, BUMN, Swasta) |



| | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|---|--|---|--|--|
| | <p>Tenger-Semeru (BTS), Wakatobi, Bangka Belitung dan Morotai</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di Danau Toba, Borobudur dskt, Lombok (100%) | <p>Labuan bajo, dan Manado-Likupang (100%)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat dan investasi di BTS dan Wakatobi (20%) | <p>masyarakat dan investasi di Morotai, Bangka Belitung, dan Raja Ampat (20%)</p> | <p>Bangka Belitung, dan Raja Ampat (60%)</p> | <p>Bangka Belitung, dan Raja Ampat (100%)</p> | | |
| Pelaksana | <p>Kemenparekraf/Baparekraf, Kemen PUPR, Kemenhub, Kemen LHK, Kemen KKP, Kemendes PDTT, Kemenkop UKM, Kemen ESDM, Kemenaker, Kementerian Investasi/BKPM, BNPB, Kemendagri, Kemenkes, Kemendikbudristek, Kemenko Kemaritiman dan Investasi, Kemenko Perekonomian, Kemenkeu, Kementerian ATR/BPN, Kementan, Kementerian BUMN, Kemendag, Bappenas, Pemda, Badan Pengelola Otorita Kawasan Pariwisata, BUMN, Dunia Usaha dan Mitra Pembangunan</p> | | | | | | |
| Highlight Proyek | <ol style="list-style-type: none"> 1. Perintisan Destinasi Pariwisata (Kemenparekraf/Baparekraf, KemenATR/BPN, Kementerian Investasi/BKPM) 2. Penanganan Jalan Mendukung 10 DPP (Kemen PUPR, Pemda) 3. Pembangunan Pelabuhan dan Bandara (Kemenhub, BUMN) | | | <ol style="list-style-type: none"> 4. Pembangunan Desa Wisata dan Fasilitas BUMDes (Kemenparekraf/Baparekraf, KemendesPDTT, Kemendikbudristek, Kemenaker, KemenKUKM) 5. Pembangunan Amenitas Kawasan Pariwisata (KemenPUPR, Kementerian ESDM, Kemenkes, BNPB, Pemda) 6. Pembangunan dalam Wilayah dan Kawasan (Kemenparekraf/Baparekraf, Kementan, Kemen KKP, Kemen LHK, BUMN, Badan Pelaksana Otorita, Kemendag) | | | |

Sumber: Perpres No. 18 Tahun 2020 tentang RPJMN 2020-2024



Penyusunan *Integrated Tourism Master Plan* atau Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional (RIDPN) tahap awal telah dilaksanakan dengan inisiatif Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi dan Berkelanjutan (P3TB). Pada tahap pertama telah disusun RIDPN Danau Toba, RIDPN Borobudur Dskt, dan RIDPN Lombok-Mandalika. Kemudian pada tahap berikutnya akan disusun RIDPN Bromo-Tengger-Semeru, RIDPN Labuan Bajo, dan RIDPN Wakatobi dengan dana PHLN dari *World Bank*. Adapun penyusunan RIDPN Bangka-Belitung, RIDPN Manado-Likupang, RIDPN Raja Ampat, dan RIDPN Morotai akan dilaksanakan oleh Kemenparekraf/Baparekraf dengan anggaran yang bersumber dari Rupiah Murni.

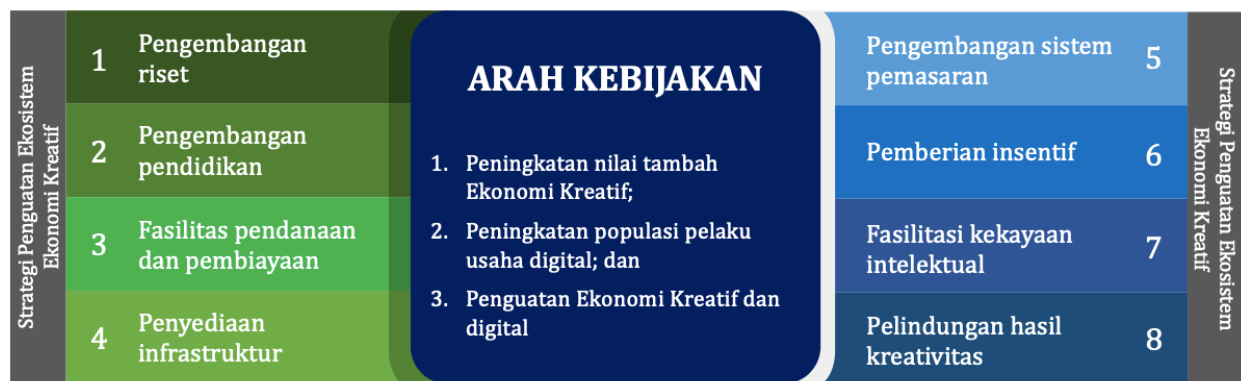
RIDPN yang sudah ditetapkan menjadi Peraturan Presiden adalah RIDPN Lombok – Gili Tramena. RIDPN yang kajiannya telah selesai disusun akan dilanjutkan dengan proses penetapan dasar hukumnya.

Major Project dan indikasi pendanaannya dapat dimutakhirkan melalui Rencana Kerja Pemerintah (RKP) dengan mempertimbangkan kesiapan pelaksanaan, pemutakhiran besaran dan sumber pendanaan serta Direktif Presiden.

3.1.3 Penguatan Ekosistem Ekraf

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang salah satunya mengamanatkan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif untuk memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing global. Ekosistem Ekonomi Kreatif yang dimaksud ialah 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.

Sesuai dengan amanat UU Ekraf, Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif diuraikan melalui Rencana Induk Ekonomi Kreatif sebagai pedoman bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Dengan adanya Rencana Induk Ekonomi Kreatif (Rindekraf) diharapkan dapat tercipta perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi yang baik antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dalam penyelenggaraan Ekonomi Kreatif secara lebih berkesinambungan dan berkelanjutan.



Gambar 3.2. Arah Kebijakan dan Strategi Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif

Arah kebijakan di dalam Rindekraf terdiri dari: 1) peningkatan nilai tambah Ekonomi Kreatif; 2) peningkatan populasi pelaku usaha digital; dan 3) penguatan Ekonomi Kreatif dan digital. Ketiga arah kebijakan tersebut diuraikan melalui Strategi Penguatan Ekosistem Ekonomi Kreatif sesuai dengan bidang-bidang di dalam ekosistem ekonomi kreatif, yaitu: 1) pengembangan riset; 2) pengembangan pendidikan; 3) fasilitas pendanaan dan pembiayaan; 4) penyediaan infrastruktur; 5) pengembangan sistem pemasaran; 6) pemberian insentif; 7) fasilitasi kekayaan intelektual; dan 8) perlindungan hasil kreativitas.

3.1.4 Pengembangan Desa Wisata

Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas. Wisatawan dapat merasakan pengalaman unik dari kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala



potensinya serta mengedepankan prinsip keaslian, masyarakat setempat, keterlibatan masyarakat, sikap dan nilai, serta konservasi dan daya dukung. Desa wisata memiliki beberapa kriteria diantaranya ialah 1) Potensi daya tarik wisata (daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif); 2) Komunitas masyarakat; 3) Potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata; 4) Kelembagaan pengelolaan; 5) Peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata; dan 6) Potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Berdasarkan amanat RPJMN 2020-2024 yang ditetapkan dalam Perpres Nomor 18 Tahun 2020, salah satu target prioritas pembangunan adalah pengembangan 244 desa wisata. Pengembangan Desa Wisata dilaksanakan melalui kolaborasi lintas Kementerian. Kemenparekraf/Baparekraf ikut mengembangkan Desa Wisata sebagai bagian dari pemulihan pariwisata dengan menggerakkan roda perekonomian masyarakat melalui wisatawan nusantara dan pengembangan potensi ekonomi kreatif masyarakat di desa wisata. Pengembangan Desa Wisata yang melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya, dapat mendorong pemberdayaan masyarakat, penguatan potensi lokal, dan nilai manfaat yang maksimal bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Dalam pengembangan desa wisata Kemenperakraf/ Baparekraf akan berkolaborasi bersama *stakeholder* terkait. Pengembangan potensi desa wisata dan pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal di dalamnya diharapkan dapat menjadi lokomotif pengungkit perekonomian di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Pengembangan desa wisata dilakukan dengan memperhatikan aspek, yaitu 1) Pemetaan Desa Wisata, melalui penyiapan perangkat sistem jejaring desa wisata (Jadesta), pengklasifikasian rintisan, berkembang, maju, dan mandiri, serta dukungan dari kementerian/lembaga dan *stakeholder* lainnya; 2) Ko-Kreasi pendampingan yang dilaksanakan dari kolaborasi pemerintah daerah, kementerian/lembaga, masyarakat, Badan Usaha Milik Desa, Lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan BUMN; 3) Sertifikasi sebagai jaminan dan nilai mutu keberlanjutan sesuai standar dari *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) dan *The World Tourism Organization* (UNWTO); 4) Pengembangan pemasaran dan promosi melalui peningkatan *branding*, *advertising*, dan *selling* atau upaya promosi melalui media digital guna mengakses pasar dan peningkatan penjualan melalui *market place* (*online travel agent*); 5) Pengelolaan berkelanjutan yang akan berfokus pada pengembangan model bisnis insentif serta stimulus dan inovasi lainnya.



Gambar 3.3 Kerangka Pikir Pengembangan Pariwisata

Desa wisata diklasifikasikan menjadi 4 (empat) yang dapat dinilai dari beberapa indikator, yaitu desa rintisan, desa berkembang, desa maju, dan desa mandiri. Klasifikasi tersebut didasarkan pada indikator dasar (jumlah kunjungan, industri pariwisata yang berkembang, kesiapan *skill* dan SDM, diversifikasi produk dan aktivitas wisata, dan amenities pariwisata) serta indikator kunci yang ditinjau pada potensi wisata dan kesadaran masyarakat, kunjungan wisatawan, sarana dan prasarana serta fasilitas wisata, pendampingan, pemanfaatan dana desa, pengelolaan, dampak ekonomi, dan digitalisasi. Adapun klasifikasi desa rintisan, berkembang, maju, dan mandiri dapat dijelaskan lebih lanjut pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Klasifikasi Desa Wisata

| INDIKATOR KUNCI | RINTISAN | BERKEMBANG | MAJU | MANDIRI |
|--|--|--|--|---|
| POTENSI WISATA DAN KESADARAN MASYARAKAT | Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh | Sudah mulai dikenal. Kesadaran masyarakat mulai tumbuh | Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata | |
| KUNJUNGAN WISATAWAN | Belum/masih sedikit kunjungan wisatawan, pengunjung masih dari masyarakat sekitar | Dikunjungi masyarakat sekitar dan juga pengunjung dari luar daerah | | |
| SARPRAS DAN FASILITAS WISATA | Masih terbatas | Sudah terdapat pengembangan sarpras | Sarpras dan fasilitas pariwisata sudah memadai | Sarpras sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN |
| PENDAMPINGAN | Sangat diperlukan | Masih diperlukan | | |
| PEMANFAATAN DANA DESA | Memanfaatkan dana desa | | Masyarakat sudah mampu memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata | |

| INDIKATOR KUNCI | RINTISAN | BERKEMBANG | MAJU | MANDIRI |
|-----------------------|-------------------------------------|--|---|--|
| PENGLOLAAN | Masih bersifat lokal desa | | Masyarakat mampu mengelola usaha pariwisata melalui Pokdarwis/keompok kerja lokal | Pengelolaan kolaboratif Lintas Sektor dan Pentahelix sudah berjalan baik |
| DAMPAK EKONOMI | Belum mulai tercipta lapangan kerja | Sudah mulai tercipta lapangan kerja dan aktivitas ekonomi | Sistem pengelolaan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat dan pendapatan asli desa | Masyarakat telah memiliki unit kewirausahaan mandiri |
| DIGITALISASI | | | | Sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri |

3.1.5 Pengembangan Desa Kreatif

Dalam rangka pemenuhan target RPJMN 2020-2024 terkait penciptaan kluster pusat unggulan ekonomi kreatif maka Kemenparekraf/Baparekraf berinisiatif untuk mengembangkan Desa Kreatif dengan menerbitkan Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor KM/107/KD.03/2021 Tahun 2021 tentang Panduan Pengembangan Desa Kreatif. Tujuan utama Pengembangan Desa Kreatif adalah untuk meningkatkan ragam kawasan dan kluster kreatif serta diharapkan dapat memberikan dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan potensi daerah.

Desa Kreatif sendiri merupakan sebuah kawasan yang terletak di wilayah administratif desa/kelurahan yang masyarakatnya telah mengembangkan produk unggulan di satu atau lebih dari 17 subsektor ekonomi kreatif yang memberikan nilai tambah dan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi desa. Pada konteks pengembangan Desa Kreatif dibutuhkan kerjasama *Pentahelix* yaitu pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat dan media dalam sebuah agenda pembangunan. Program pengembangan desa kreatif juga didukung dan dikoordinir oleh Kemenko Marves untuk memperkuat sinergi antar K/L dan pemangku kepentingan.

Berdasarkan tingkatan pengembangannya, Desa Kreatif terbagi menjadi empat kategori yaitu: desa inisiatif, produktif, inovatif, dan berkelanjutan. Untuk memahami lebih jauh mengenai karakteristik dari masing-masing kategori Desa Kreatif dapat dijelaskan lebih lanjut pada Tabel 3.4 :

Tabel 3.4 Indikator dan Tipologi Desa Kreatif Berdasarkan Level Pengembangannya

| INDIKATOR | INISIATIF | PRODUKTIF | INOVATIF | BERKELANJUTAN |
|------------------------------------|---|---|---|--|
| PRODUK KREATIF | Memiliki potensi ekonomi kreatif namun belum dikembangkan; | Potensi telah dikembangkan menjadi produk kreatif; | Produk kreatif telah memiliki kualitas, unggul, dan berdaya saing; | Kualitas produk kreatif skala global dan ekspor; |
| | Bimbingan Teknis terkait pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI) | Adanya fasilitasi pendaftaran/ pencatatan HKI atas produk kreatif | Memiliki HKI atas produk kreatif yang dikembangkan | Memiliki HKI atas produk kreatif yang dikembangkan |
| PEMASARAN | Pemasaran dengan target masyarakat lokal desa | Pemasaran dengan target hingga pasar regional | Pemasaran dengan target hingga nasional | Pemasaran dengan target hingga global (ekspor) |
| SDM | Kesadaran masyarakat akan potensi ekonomi kreatif belum tumbuh | Telah terdapat pembagian peran pemangku kepentingan dan penggerak lokal (<i>local champion</i>) | Penyerapan tenaga kerja masyarakat desa dari kegiatan ekonomi kreatif sudah masif | Sebagian besar masyarakat memiliki kontribusi dalam pengembangan Desa Kreatif |
| | Terlaksana pelatihan pengembangan kapasitas SDM | SDM mampu menjalankan operasional usaha meski perlu pendampingan | SDM mampu menjalankan operasional tanpa perlu pendampingan | SDM mampu mengembangkan kapasitas kelompok secara mandiri (<i>self-learning</i>) |
| PENDAMPINGAN DAN KOLABORASI | Belum ada pendampingan dan kolaborasi baik dari pemerintah maupun swasta | Telah terdapat pendampingan dan kolaborasi pemerintah dan atau swasta | Pendampingan dan kolaborasi dari pemerintah dan atau swasta sudah mulai konsisten dilakukan | Pelaku kreatif desa telah melakukan pendampingan/ pelatihan pengembangan di desa binaan lain |
| KELEMBAGAAN | Belum memiliki kelembagaan secara formal (masih berupa komunitas/ perorangan) | Pembentukan badan usaha masih dalam proses legalisasi | Memiliki badan usaha setingkat desa (BUMDes/Koperasi) | Telah memiliki badan usaha berbentuk PT dan kelengkapannya |
| Infrastruktur | Belum terdapat sarana prasarana penjamin keamanan dan kenyamanan (amenitas) dan aksesibilitas (jalan) | Sudah mulai terdapat sarana prasarana amenities dan aksesibilitas | Dilakukan pengembangan sarana prasarana amenities dan aksesibilitas | Terdapat sarana prasarana amenities dan aksesibilitas yang memadai |
| | Desa belum memiliki fasilitas internet | Telah memiliki fasilitas internet dan wifi dengan kapasitas terbatas | Memiliki fasilitas internet dan wifi yang memadai | Pemanfaatan internet telah menjadi budaya Desa Kreatif |

| INDIKATOR | INISIATIF | PRODUKTIF | INOVATIF | BERKELANJUTAN |
|--------------------------|--|---|---|--|
| Teknologi Digital | Belum memanfaatkan Platform Digital | Desa kreatif memiliki website sebagai platform digital | Mulai memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif desa | Platform Digital untuk pengelolaan ekonomi kreatif yang mandiri dan terintegrasi. |
| Finansial | Memperoleh pendanaan pengembangan Desa Kreatif dari pihak ketiga | Memperoleh pendanaan pengembangan Desa Kreatif dari pihak ketiga tahap lanjut | Pembiayaan pengembangan Desa Kreatif secara bersama antara pihak ketiga dan internal Desa Kreatif (<i>cost sharing</i>) | Pendanaan pengembangan Desa Kreatif secara mandiri tanpa harus ada bantuan dari pihak ketiga |
| | Kondisi keuangan usaha kreatif belum menghasilkan keuntungan | Kondisi keuangan usaha kreatif sudah menghasilkan keuntungan | Kondisi keuangan usaha kreatif cukup untuk membiayai operasional | Kondisi keuangan usaha kreatif dapat membeli aset baru |

Target yang hendak dicapai dalam pengembangan desa wisata dan desa kreatif sampai 2024 ialah sebagai berikut:

a. Target Jangka Pendek (Pemetaan dan Partisipasi) Tahun 2022

Pada jangka pendek, target yang diupayakan dapat tercapai adalah adanya data pangkalan yang memadai di tingkat desa. Data pangkalan tersebut meliputi data mengenai sumber daya alam, sumber daya manusia, demografi, sektor-sektor ekonomi kreatif yang ada di desa, jaringan, peta sosial dan jaringan, serta analisis situasi terkini di tingkat desa yang terdiri dari kekuatan-kekuatan, kelemahan-kelemahan, potensi-potensi, dan ancaman-ancaman dalam rangka pengembangan Desa Kreatif.

b. Target Jangka Menengah (Aksi dan Mobilisasi) Tahun 2023 – 2026

Program-program pengembangan produk kreatif mulai dilaksanakan, termasuk penguatan kapasitas Sumber Daya Manusia dan kelembagaan Desa Kreatif serta digitalisasi Desa Kreatif.

c. Target Jangka Panjang (Perwujudan) Tahun 2027

Terwujudnya Desa Kreatif yang berkelanjutan serta berdampak baik bagi komunitas dalam berbagai bidang antara lain lingkungan, pendidikan, sosial, ekonomi, budaya.

Sesuai dengan target pengembangan desa kreatif, program-program pengembangan produk kreatif akan mulai dilaksanakan pada tahun 2023 – 2026. Pada tahun 2023 – 2024, bisa disinergikan pengembangan produk kreatif yang ada di Desa Wisata. Namun, untuk pengembangan desa-desa lainnya, akan melihat hasil pemetaan yang sudah dilakukan di tahun 2022 dan tidak terbatas hanya yang terdapat dalam kategori Desa Wisata saja. Adapun



bentuk dukungan Kemenparekraf/Baparekraf dalam pengembangan desa kreatif ialah sebagai berikut:

- a. Menginisiasi program Desa Kreatif, termasuk peletakan dasar legislasi kebijakan dan pendampingannya;
- b. Memfasilitasi koneksi dengan K/L atau lembaga-lembaga lain terkait pemodalan, pendampingan proses kreatif, dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual;
- c. Memfasilitasi pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan, misalnya terkait *design thinking* produk kreatif, pemasaran, dan manajerial lainnya.

Sumber pendanaan dalam pengembangan desa kreatif ialah melalui APBN, dana program kemitraan dan bina lingkungan BUMN, dana perbankan, dana pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (PPM) perusahaan.

3.1.6 Sustainable – Responsible Tourism

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dan *responsible tourism* telah menjadi agenda global dalam setiap proses pembangunan. Oleh karenanya, seluruh pemangku kepentingan termasuk pemerintah dalam berbagai sektor pembangunan harus menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan baik dalam setiap kebijakan maupun rencana pembangunan yang akan dilaksanakan, tentu saja termasuk di dalamnya pembangunan sektor kepariwisataan. *Sustainable – Responsible Tourism* tetap menjadi paradigma strategis dalam arah pembangunan kepariwisataan 2020-2024 perlu dijabarkan dalam kebijakan dan program aksi untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan yang menekankan: kualitas pariwisata, kualitas sumber daya dan kualitas sosial ekonomi lokal.

Secara umum, Kemenparekraf telah mengembangkan kepariwisataan berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development - STDev*), dimulai dengan program *Sustainable Tourism Destination (STD)*, *Sustainable Tourism Observatory (STO)* dimana saat ini terdapat 5 *UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO) Indonesia* dan sudah terdapat 11 *observatories* yang diinisiasi, serta program *Sustainable Tourism Certification (STC)*. Kedepannya, program ini akan terus dilaksanakan di Destinasi Pariwisata Prioritas.

Kemenparekraf juga telah berinisiatif melaksanakan penggantian jejak karbon (*carbon offset*) untuk mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dari sebuah kegiatan dan merupakan salah satu bentuk upaya pengembangan berkelanjutan. Dalam Peraturan Menteri Parekraf Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, terdapat indikator “Destinasi menginformasikan badan usaha dan pengunjung tentang skema yang memenuhi standar terkait penggantian jejak karbon (*carbon offset*) dari kegiatan pariwisata”. Hal ini menunjukkan bahwa *carbon offset* menjadi bagian penting dalam pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, bagaimana destinasi tersebut

menawarkan kegiatan/aktivitas yang merupakan kompensasi atas karbon yang dihasilkan baik dari destinasi dan pengunjung.

3.2. ARAH KEBIJAKAN DAN STRATEGI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Arah kebijakan dan strategi Kemenparekraf/Baparekraf menggambarkan *spirit* dan upaya yang dilakukan untuk mengubah kondisi saat ini menjadi kondisi yang diinginkan. Dalam formulasi strategi, sangat ditentukan oleh komitmen pimpinan organisasi dalam hal ini Menteri dan seluruh pejabat tinggi negara. Komitmen tersebut dituangkan dalam dokumen Renstra Kemenparekraf/Baparekraf yang diterjemahkan kedalam Rencana Kerja (Renja), Rencana Kerja Anggaran Kementerian/Lembaga (RK- K/L) maupun Perjanjian Kinerja (PK) yang ditandatangani seluruh pimpinan hingga staf Kemenparekraf/Baparekraf.

Formulasi Kebijakan Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dijabarkan arah kebijakan yang mencerminkan Tugas dan Fungsi Organisasi sebagaimana yang telah ditetapkan dalam SOTK Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yaitu:

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 01 | ARAH KEBIJAKAN 1: PENGEMBANGAN INOVASI DAN PERUMUSAN KEBIJAKAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG ADAPTIF, SINERGIS DAN BERKUALITAS | 05 | ARAH KEBIJAKAN 5: PEMASARAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEMITRAAN STRATEGIS (<i>STRATEGIC PARTNERSHIP</i>) |
| 02 | ARAH KEBIJAKAN 2: PENGEMBANGAN SDM DAN KELEMBAGAAN YANG UNGGUL DAN BERDAYA SAING | 06 | ARAH KEBIJAKAN 6: PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DAN EVENT YANG BERNILAI TAMBAH, BERDAYA SAING, DAN BERKELANJUTAN |
| 03 | ARAH KEBIJAKAN 3: PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA DAN INFRASTRUKTUR EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN | 07 | ARAH KEBIJAKAN 7: PENGEMBANGAN KREATIVITAS, PRODUK KREATIF SERTA EKONOMI DIGITAL YANG MENDORONG PERGERAKAN EKONOMI LINTAS SKALA USAHA |
| 04 | ARAH KEBIJAKAN 4: PENINGKATAN INVESTASI DAN TATA KELOLA INDUSTRI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN | 08 | ARAH KEBIJAKAN 8: MEWUJUDKAN TATA KELOLA PEMERINTAHAN YANG BAIK DAN BERSIH |

Gambar 3.5 Arah Kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf

Arah Kebijakan & Strategi Kemenparekraf/Baparekraf

| REFORMULASI ARAH KEBIJAKAN | STRATEGI |
|--|---|
| ARAH KEBIJAKAN 1: PENGEMBANGAN INOVASI DAN PERUMUSAN KEBIJAKAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG ADAPTIF, SINERGIS DAN BERKUALITAS | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola perumusan kebijakan kepariwisataan dan ekonomi kreatif berbasis data dan analisa strategis sesuai kebutuhan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif nasional 2. Peningkatan kualitas dan sinergitas perencanaan kepariwisataan dan ekonomi kreatif 3. Mendorong perumusan regulasi/deregulasi kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang berkualitas |
| ARAH KEBIJAKAN 2: PENGEMBANGAN SDM DAN KELEMBAGAAN YANG UNGGUL DAN BERDAYA SAING | <ol style="list-style-type: none"> 4. Peningkatan Kapasitas SDM Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 5. Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 6. Pengembangan Standar dan Perangkat Uji Kompetensi 7. Peningkatan dan Penguatan Hubungan Antarlembaga baik dalam negeri dan luar negeri |
| ARAH KEBIJAKAN 3: PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA DAN INFRASTRUKTUR EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN | <ol style="list-style-type: none"> 8. Meningkatkan tata kelola destinasi pariwisata melalui perancangan destinasi, peningkatan ekosistem pariwisata, manajemen krisis dan pariwisata berkelanjutan 9. Mengembangkan destinasi pariwisata yang berdaya saing melalui penguatan jejaring, peningkatan kapasitas dan dukungan sarana dan prasarana. 10. Meningkatkan infrastruktur ekonomi kreatif melalui pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif, Kawasan dan Kluster Ekonomi Kreatif 11. Melakukan koordinasi pembangunan infrastruktur kepariwisataan dengan Kementerian/Lembaga terkait |
| ARAH KEBIJAKAN 4: PENINGKATAN INVESTASI DAN TATA KELOLA INDUSTRI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN | <ol style="list-style-type: none"> 12. Meningkatkan tata kelola dan penguatan rantai pasok industri pariwisata dan ekonomi kreatif 13. Mendorong peningkatan investasi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif 14. Mendorong standarisasi dan sertifikasi usaha 15. Mendorong diversifikasi skema pembiayaan dan kemudahan akses pembiayaan bagi industri pariwisata dan pelaku ekonomi kreatif |
| ARAH KEBIJAKAN 5: PEMASARAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEMITRAAN STRATEGIS (<i>STRATEGIC PARTNERSHIP</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 16. Pemasaran Pariwisata berorientasi hasil dengan fokus pasar potensial wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara 17. Perluasan pangsa pasar produk ekonomi kreatif 18. Meningkatkan citra pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang berdaya saing 19. Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif |
| ARAH KEBIJAKAN 6: PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DAN <i>EVENT</i> YANG BERNILAI TAMBAH, BERDAYA SAING, DAN BERKELANJUTAN | <ol style="list-style-type: none"> 20. Diversifikasi Produk Pariwisata yang Bernilai Tinggi 21. Meningkatkan Kualitas Penyelenggaraan <i>Event</i> dan MICE |
| ARAH KEBIJAKAN 7: PENGEMBANGAN KREATIVITAS, PRODUK KREATIF SERTA EKONOMI DIGITAL YANG MENDORONG PERGERAKAN EKONOMI LINTAS SKALA USAHA | <ol style="list-style-type: none"> 22. Meningkatkan kualitas produk ekonomi kreatif unggulan yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi 23. Penguatan ekosistem ekonomi digital parekraf 24. Meningkatkan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif |
| ARAH KEBIJAKAN 8: MEWUJUDKAN TATA KELOLA PEMERINTAHAN YANG BAIK DAN BERSIH | <ol style="list-style-type: none"> 25. Mengoptimalkan pelaksanaan 8 (delapan) area perubahan Reformasi Birokrasi Kemenparekraf/Baparekraf 26. Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien. |



Untuk melaksanakan arah kebijakan tersebut di atas, strategi dan langkah operasional yang akan ditempuh adalah:

1. PENGEMBANGAN INOVASI DAN PERUMUSAN KEBIJAKAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG ADAPTIF, SINERGIS DAN BERKUALITAS

Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

a. Strategi 1: Mengelola perumusan kebijakan kepariwisataan dan ekonomi kreatif berbasis data dan analisa strategis sesuai kebutuhan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif nasional

Pandemi Covid-19 membawa perubahan kepada lanskap pariwisata dan ekonomi kreatif sehingga kebijakan yang diberlakukan harus bersifat dinamis dan adaptif menyesuaikan perkembangan dunia kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Untuk itu diperlukan analisis kebijakan berbasis data dan informasi demi mewujudkan *data driven policy* pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif nasional yang tepat sasaran, tepat manfaat dan tepat waktu.

b. Strategi 2: Peningkatan kualitas dan sinergitas perencanaan kepariwisataan dan ekonomi kreatif

Untuk mencapai tujuan dan sasaran nasional kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang telah ditetapkan dalam dokumen RPJMN diperlukan perencanaan strategis yang adaptif dan inovatif sesuai kondisi yang dinamis saat ini. Pandemi Covid-19 memengaruhi perubahan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif, seperti perubahan pada aspek produk, preferensi produk dan standar kebersihan dan keselamatan yang tinggi.

Selain itu, arah kebijakan Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Nasional harus diselaraskan dan disinergikan antara pusat dan daerah demi tercapainya target pembangunan nasional serta meningkatnya daya saing pariwisata dan ekonomi kreatif.

c. Strategi 3: Mendorong perumusan regulasi/deregulasi kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang berkualitas

Demi mendukung pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif diperlukan peraturan yang memudahkan proses bisnis penyelenggaraan pariwisata dan ekonomi kreatif. Untuk itu diperlukan *review* regulasi yang komprehensif dalam perumusan regulasi/deregulasi yang diharapkan dapat mendorong pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang efektif dan efisien.

2. PENGEMBANGAN SDM DAN KELEMBAGAAN YANG UNGGUL DAN BERDAYA SAING

Arah kebijakan pengembangan kapasitas SDM dan Kelembagaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang unggul dan berdaya saing diharapkan dapat mendorong masyarakat industri, umum, dan pendidikan bersama-sama berpartisipasi langsung dan tidak langsung dalam mengembangkan kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Penjabaran dari arah kebijakan tersebut dilaksanakan melalui beberapa strategi antara lain sebagai berikut:

a. Strategi 4: Peningkatan Kapasitas SDM Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Dalam mewujudkan SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang unggul dan berdaya saing di era digital untuk pemulihan dan pembukaan peluang kerja dan usaha, dibutuhkan SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang kompeten dan profesional di 13 bidang usaha Pariwisata dan 17 Subsektor Ekonomi Kreatif. Strategi ini dilakukan melalui pemberian Pelatihan Berbasis Kompetensi SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Tema pelatihan bersumber dari permasalahan yang muncul di industri dan didiskusikan bersama dengan pemangku kepentingan, selanjutnya dikoordinasikan oleh dinas pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah.

Narasumber/instruktur/pengajar diperoleh dari kerjasama dengan Lembaga Pendidikan Vokasi, Komunitas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Asosiasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Praktisi dan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Begitu juga peserta pelatihan berasal dari industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, komunitas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, asosiasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dikoordinasikan oleh dinas provinsi/kabupaten/kota dimasing-masing daerah. Program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas dan Bali serta wilayah-wilayah lain yang dikembangkan pariwisatanya.

b. Strategi 5: Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai kearifan lokal, perlu dilakukan pembinaan dan pemberdayaan bagi masyarakat disekitar destinasi wisata, melalui peningkatan kesadaran (*awareness*), pengetahuan dan keterampilan. Pemberdayaan masyarakat ini diberikan melalui media sosialisasi, bimbingan teknis, diskusi kelompok dan kegiatan lapangan. Pemberdayaan masyarakat ini dapat diberikan melalui program gerakan sadar wisata, gerakan usaha kreatif, pendampingan desa wisata dan pengembangan masyarakat mandiri melalui wirausaha. *Training* program terdiri dari sapta pesona, *Clean, Health, Safety and Environment* (CHSE), Pengembangan potensi produk pariwisata di daerah, dll. Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas dan Bali serta wilayah-wilayah lain yang dikembangkan pariwisatanya.

c. Strategi 6: Pengembangan Standar dan Perangkat Uji Kompetensi

Standar kompetensi adalah dasar untuk membuat *training program*, uji kompetensi, mengembangkan kurikulum di dunia kompetensi, mengembangkan skema okupasi, mengembangkan skema KKNi dan menyiapkan *toolboxes*. Pengembangan standar kompetensi dilaksanakan dengan mempertimbangkan kemajuan industri pariwisata dan ekonomi kreatif setiap tiga tahun sekali. Kualitas pelaksanaan uji kompetensi sangat tergantung dari tidak hanya standard kompetensi tetapi juga kelengkapan dari perangkat uji kompetensi seperti kesiapan *assessor* kompetensi, Lembaga Sertifikasi Profesi P1 dan P3, Tempat Uji Kompetensi dan *Monitoring* yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Untuk jangka panjang diharapkan industri didalam melakukan uji kompetensi tidak tergantung dari pemerintah tetapi secara mandiri bersama Lembaga Sertifikasi Profesi P1 dan P3. Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas dan Bali serta wilayah-wilayah lain yang dikembangkan pariwisatanya.

d. Strategi 7: Peningkatan dan Penguatan Hubungan Antarlembaga baik dalam negeri dan luar negeri

Strategi ini menekankan pada pelaksanaan peningkatan dan penguatan hubungan antarlembaga dalam dan luar negeri bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang dilakukan dengan mengedepankan kerjasama multipihak (*pentahelix*) yang kolaboratif. Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- Melaksanakan penyusunan kerja sama pariwisata dan ekonomi kreatif dengan stakeholder *pentahelix* dalam negeri, ASEAN, Bilateral, dan Multilateral.
- Melaksanakan implementasi kerja sama pariwisata dan ekonomi kreatif dengan stakeholder *pentahelix* dalam negeri, ASEAN, Bilateral, dan Multilateral.
- Menyusun Norma, Standar, Prosedur, Kriteria (NSPK) kerja sama peningkatan hubungan antarlembaga pariwisata dan ekonomi kreatif.
- Melaksanakan penguatan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif dengan kolaborasi multipihak.

3. PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA DAN INFRASTRUKTUR EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN

Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

a. Strategi 8: Meningkatkan tata kelola destinasi pariwisata melalui perancangan destinasi, peningkatan ekosistem pariwisata, manajemen krisis dan pariwisata berkelanjutan

Strategi ini menekankan pada pencapaian destinasi yang berkualitas dan berdaya saing berdasar pada asas manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Pengembangan dan pengelolaan destinasi dilakukan secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan dengan memperhatikan nilai etika, estetika, ekonomi dan lokalitas. Proses pengembangan destinasi pariwisata melibatkan para pemangku kebijakan dan kepentingan.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- Menyusun strategi perancangan destinasi wilayah yang terintegrasi antara pemangku kepentingan sektor pariwisata.
- Meningkatkan ekosistem pariwisata melalui pengembangan 3A dan pembinaan Badan Otorita Pariwisata di destinasi pariwisata dengan pendekatan sosial, lingkungan dan budaya.
- Menyusun strategi pengembangan dan pengelolaan pariwisata dengan prinsip – prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan yang mendorong pariwisata sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), pengembangan inklusif (*inclusive development*) dan keberlanjutan lingkungan (*environmental sustainability*)
- Penguatan dan Peningkatan ketahanan (resiliensi) destinasi pariwisata terhadap potensi bencana alam dan non alam melalui kegiatan mitigasi dan kesiapan bencana dalam lingkup manajemen krisis pariwisata serta sinergitas program antar kementerian/lembaga.

Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas, 8 Destinasi Pariwisata Pengembangan dan Destinasi Revitalisasi serta Destinasi Pariwisata lain yang bersifat direktif dari peraturan presiden, instruksi presiden maupun peraturan pemerintah.

b. Strategi 9: Mengembangkan destinasi pariwisata yang berdaya saing melalui penguatan jejaring, peningkatan kapasitas dan dukungan sarana dan prasarana

Strategi ini menitikberatkan pada pengembangan destinasi pariwisata agar menjadi lebih berdaya saing untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan memperpanjang lama tinggal (*length of stay*). Selain itu, pengembangan destinasi pariwisata juga akan memperhatikan aspek produk, pengelolaan dan pelayanan.

Upaya yang dilakukan dalam mewujudkan strategi ini adalah:

- Melakukan fasilitasi perencanaan teknis dan penguatan jejaring terhadap sistem relasi antar pemangku kepentingan terkait dalam pengembangan destinasi pariwisata.
- Melakukan Fasilitasi Koordinasi Teknis dan Pendampingan Pengembangan KEK, destinasi tematik, Kawasan Pariwisata (Konservasi/Non), dan pendampingan pengembangan desa wisata.
- Melakukan peningkatan kapasitas terhadap sumber daya manusia dan masyarakat yang terkait dengan pengelolaan destinasi pariwisata di daerah.
- Memberikan dukungan fasilitasi penyediaan sarana dan prasarana pendukung yang terkait dengan atraksi, aksesibilitas dan amenitas di destinasi pariwisata dalam mendukung produk, pelayanan dan pengelolaan.

Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas, 8 Destinasi Pariwisata Pengembangan dan Destinasi Revitalisasi serta Destinasi lain yang bersifat direktif dari peraturan presiden, instruksi presiden maupun peraturan pemerintah.

c. Strategi 10: Meningkatkan infrastruktur ekonomi kreatif melalui pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif, Kawasan dan Klaster Ekonomi Kreatif

Strategi ini menekankan pada pemenuhan infrastuktur ekonomi kreatif untuk mendukung berkembangnya kreativitas dan inovasi melalui pengembangan Kabupaten/Kota kreatif, Kawasan dan Klaster Ekonomi Kreatif. Pengembangan jumlah maupun jenis produk ekonomi kreatif akan mampu menggerakkan sektor pariwisata dan roda perekonomian nasional.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- a. Mendorong perluasan dan terbangunnya ekosistem ekonomi kreatif melalui pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia, Klaster Ekonomi Kreatif, dan *Be Creative District*
- b. Penyediaan Infrastruktur Ekonomi Kreatif Berupa Fasilitas Revitalisasi Prasarana Infrastruktur Fisik Ruang Kreatif dan Sarana Ruang Kreatif
- c. Mendorong peningkatan produktivitas dan kreativitas pelaku ekonomi kreatif melalui fasilitas pelaku ekonomi kreatif

Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

4) Strategi 11: Melakukan koordinasi pembangunan infrastruktur kepariwisataan dengan Kementerian/Lembaga terkait

Strategi ini menekankan pada kolaborasi antar Kementerian/Lembaga dalam upaya memenuhi kebutuhan infrastruktur dan sarana prasarana dalam rangka pengembangan destinasi pariwisata. Pembangunan infrastruktur fisik perlu dilakukan sebagai upaya pemerintah dalam memenuhi standar destinasi pariwisata.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah melaksanakan koordinasi secara berkesinambungan dengan Kementerian/Lembaga terkait, antara lain Kementerian PPN/Bappenas; Kementerian PUPR; Kementerian Perhubungan; Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi; Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian; Kementerian Keuangan; Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi; Kementerian LHK; Kementerian Kelautan dan Perikanan; Kementerian Investasi/BKPM; serta Kementerian/Lembaga lain yang bersinggungan secara tugas dan fungsi dalam pengembangan destinasi pariwisata. Kegiatan koordinasi pembangunan infrastruktur kepariwisataan ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

4. PENINGKATAN INVESTASI DAN TATA KELOLA INDUSTRI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN

Strategi yang dilakukan terkait Peningkatan Investasi dan Tata Kelola Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan adalah:

a. Strategi 12: Meningkatkan tata kelola dan penguatan rantai pasok industri pariwisata dan ekonomi kreatif nasional

Industri merupakan alat penciptaan ekonomi. Untuk mendapatkan pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang berdampak, maka industri pariwisata dan ekonomi kreatif perlu didukung dengan ekosistem dan rantai pasok yang baik serta berkelanjutan melalui Penguatan Tata Kelola Industri, Kemitraan Industri Parekraf serta Peningkatan Ketahanan dan Pengembangan Industri Parekraf. Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

b. Strategi 13: Mendorong peningkatan investasi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif

Investasi merupakan salah satu instrumen penting dalam mendorong percepatan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif nasional. Untuk itu dibutuhkan penguatan nilai jual proyek-proyek yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat investor baik lokal maupun asing. Strategi ini fokus pada upaya perbaikan iklim investasi yang kondusif diiringi dengan penguatan prospektus investasi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini melalui Penataan Kebijakan, Fasilitasi dan Kemudahan Investasi, serta Promosi dan Jejaring investasi.

Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

c. Strategi 14: Mendorong Standardisasi dan Sertifikasi usaha

Strategi ini merupakan upaya dalam mewujudkan usaha bidang pariwisata maupun ekonomi kreatif yang terstandardisasi dan tersertifikasi. Strategi ini untuk memastikan tercapainya usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas. Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini dilakukan melalui penyusunan Standar Usaha, Penyusunan Skema Sertifikasi SNI, Penyusunan Pedoman Pengawasan Standar dan Sertifikasi Usaha, Fasilitasi Penerapan Standar Usaha, Fasilitasi dan Akreditasi Lembaga Sertifikasi, Bimtek Auditor Usaha Beresiko Menengah Tinggi dan Tinggi serta Pengawasan Standar dan Sertifikasi Usaha.

Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

d. Strategi 15: Mendorong diversifikasi skema pembiayaan dan kemudahan akses pembiayaan bagi industri pariwisata dan pelaku ekonomi kreatif

Dalam pengembangan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif peran pendanaan maupun akses pembiayaan sangat penting khususnya dalam memulai usaha. Keterbatasan skema pembiayaan yang sesuai dan mudah diakses merupakan salah satu kendala utama di industri pariwisata maupun ekonomi kreatif. Oleh karena itu, perlunya mendorong diversifikasi skema pembiayaan dan kemudahan akses pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik usaha pariwisata dan ekonomi kreatif. Skema alternatif sumber pembiayaan yang sedang dibangun adalah skema pembiayaan berbasis Kekayaan Intelektual maupun skema Kerja Sama Pemerintah dengan Badan Usaha (KPBU) serta skema pembiayaan filantropis. Ketiga alternatif skema pembiayaan tersebut dapat dilakukan dalam melaksanakan strategi peningkatan pendanaan dan akses pembiayaan secara merata bagi para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif ialah melalui *Matchmaking*/Temu Bisnis, Kemudahan dalam mengakses Skema Alternatif Sumber Pembiayaan, Sosialisasi Akses Pembiayaan, Kegiatan Mentoring dan Kelas Keuangan. Selain itu, Skema pembiayaan filantropis dapat menjadi salah satu sumber pendanaan alternatif yang dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat ataupun lembaga nirlaba dengan basis inovasi produk yang dikembangkan pelaku Parekraf. Pelaksanaan program ini diprioritaskan untuk mendukung pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas/5 Destinasi Super Prioritas.

5. PEMASARAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KEMITRAAN STRATEGIS (*STRATEGIC PARTNERSHIP*)

Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1) Strategi 16: Pemasaran Pariwisata berorientasi hasil dengan fokus pasar potensial wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara

Strategi pemasaran pariwisata yang digunakan adalah menggarap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, dengan destinasi yang akan difokuskan pada destinasi yang memberikan kontribusi terbesar terhadap jumlah perjalanan wisatawan nusantara dan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, termasuk di 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) yang di dalamnya juga terdapat 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- Melakukan promosi melalui kegiatan Famtrip, Pameran, Misi Penjualan dan Festival untuk menysasar wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara (*leisure*).
- Melakukan promosi melalui Kerjasama Terpadu dengan mitra di Dalam Negeri dan Luar Negeri.
- Mengembangkan Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bersinergi baik untuk pasar di Dalam Negeri maupun Luar Negeri.

2) Strategi 17: Perluasan pangsa pasar produk ekonomi kreatif

Strategi ini menekankan pada perluasan segmen pasar untuk produk-produk ekonomi kreatif. Perluasan pasar yang dilakukan tidak hanya pangsa pasar dalam negeri, namun juga pangsa pasar luar negeri. Perluasan pangsa pasar produk ekonomi kreatif diharapkan dapat meningkatkan jangkauan maupun transaksi produk ekonomi kreatif Indonesia sehingga mampu berkontribusi lebih dalam mewujudkan pondasi ketahanan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- Membangun jejaring pasar ekonomi kreatif baru, baik di Dalam Negeri maupun Luar Negeri, sesuai potensi produk ekonomi kreatif nasional yang dimiliki dalam memenuhi kebutuhan pasar ekonomi kreatif.
- Membangun kerjasama strategis dengan berbagai pihak dalam membuka pasar baru ekonomi kreatif di Luar Negeri.

3) Strategi 18: Meningkatkan citra pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang berdaya saing

Strategi peningkatan citra pariwisata ini berfokus pada *destination branding* dan menitikberatkan pada pembangunan citra pariwisata dengan memperkuat brand awareness pariwisata Indonesia, yang dilakukan secara bertahap dimulai pada tahapan pengenalan hingga menjadikan *brand* pariwisata Indonesia menjadi *top of mind* sebagai destinasi tujuan pariwisata dunia.

Dalam upaya membangun citra pariwisata Indonesia, strategi *branding* ini tentunya tidak hanya berfokus pada destinasi utama atau penyumbang utama kunjungan wisman. Selain itu, diperlukan upaya branding destinasi lain yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan untuk lebih dikenal ke khalayak. Adapun destinasi lain yang perlu dikembangkan dan selaras dengan arah kebijakan pemerintah yaitu pengembangan kawasan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas meliputi Danau Toba, Sumatera Utara; Borobudur, dskt, Jawa Tengah; Lombok-Mandalika, Nusa Tenggara Barat; Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur; Manado-Likupang, Sulawesi Utara; Wakatobi, Sulawesi Tenggara; Raja Ampat, Papua Barat; Bromo-Tengger-Semeru, Jawa Timur; Bangka Belitung; dan Morotai, Maluku Utara. melalui upaya branding yang lebih komprehensif pada 10 Destinasi Pariwisata Prioritas tersebut yang di dalamnya terdapat 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas sesuai segmen pasar yang ditargetkan guna memperkuat citra pariwisata Indonesia di mata dunia.

Sejalan dengan hal tersebut, salah satu bentuk aktivasi strategi branding dapat dilakukan dengan serangkaian kegiatan publikasi dan promosi meliputi pemanfaatan konten, kanal media publikasi dan promosi di *owned media*, *paid media*, dan kanal mitra *strategic*. Melalui aktivasi tersebut, diharapkan citra pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia akan terbangun dan terbentuk dengan lebih baik dalam perspektif wisatawan dan konsumen ekonomi kreatif. Dengan demikian fokus dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- a. Membangun destination branding dan produk ekonomi kreatif sebagai bagian dari brand Wonderful Indonesia.
- b. Melakukan monitoring dan evaluasi untuk perbaikan *brand* pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia ke depan.

4) Strategi 19: Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif

Kehadiran teknologi berperan penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat. Terjadi pertumbuhan pengguna media digital di dunia sepanjang 2020 dengan titik berat di medsos (13,12%) atau bertambah 490 juta. Para pengguna media sosial rata-rata menghabiskan waktu lebih dari dua jam di platform favorit mereka. Ini menjadi peluang untuk hadir di tengah-tengah mereka di seluruh rangkaian perjalanan seorang wisatawan dimulai dari membangun *awareness*, langkah mempertimbangkan, sampai terjadi konversi membeli produk melalui platform digital. Kemeparekraf menyiapkan aset digital yang diperlukan untuk pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif guna membangun pemasaran destinasi khususnya pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif agar lebih dikenal masyarakat lokal dan global. Oleh karenanya, *digital marketing* akan digunakan dalam pemasaran pariwisata berkolaborasi dengan *content creator* dan *influencer*, mitra parekraf di dalam dan luar negeri.

Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini adalah:

- a. Menerapkan teknologi *market intelligence* dalam melakukan pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif.
- b. Menerapkan teknologi informasi dan komunikasi terintegrasi dalam memberikan layanan dan informasi pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia.

6. PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DAN *EVENT* YANG BERNILAI TAMBAH, BERDAYA SAING, DAN BERKELANJUTAN

Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1) Strategi 20: Diversifikasi produk pariwisata yang bernilai tambah tinggi

Strategi ini menitikberatkan pada pengembangan produk pariwisata yang mempunyai nilai tinggi serta unik, sehingga menarik minat wisatawan. Tiga dimensi pengembangan produk pariwisata ini mencakup *experiential* (kegiatan, pengalaman, pelayanan), *emotional* (manusia, sejarah, dan budaya), *physical* (infrastruktur, akomodasi, dll). Dari ketiganya, dua aspek yang menjadi perhatian dalam diversifikasi produk pariwisata ini adalah *activities* (hal yang dapat dilakukan) dan *attractions* (hal yang dapat dilihat).

Pendekatan strategi ini kemudian harus dapat menilai eksistensi potensi pariwisata yang dapat dikembangkan, peluang pasar terhadap produk pariwisata, kapasitas sumber daya dan daya tarik yang tersedia, serta dukungan yang dapat diberikan oleh para pemangku kepentingan terkait secara kolaboratif. Selain itu, pengembangan produk pariwisata harus mendukung pelestarian lingkungan, pelestarian budaya, serta melibatkan masyarakat lokal. Pengembangan diversifikasi produk pariwisata yang bernilai tinggi ini juga diharapkan mampu meningkatkan *length of stay* dan *spending* wisatawan serta ekonomi masyarakat lokal.

Pengembangan diversifikasi produk wisata bernilai tambah tinggi diprioritaskan untuk mendukung 10 Destinasi Pariwisata Prioritas

2) Strategi 21: Meningkatkan kualitas penyelenggaraan *event* dan MICE

Dalam rangka penyelenggaraan *event* dan MICE yang berkualitas baik di daerah, nasional, maupun internasional, maka strategi ini fokus pada peningkatan promosi, penguatan jejaring, dan fasilitasi pemangku kepentingan di bidang penyelenggara *event* dan MICE. Peningkatan kualitas penyelenggaraan *event* dan MICE ini diprioritaskan untuk mendukung Destinasi MICE dan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas.

Indonesia saat ini sudah mulai diperhitungkan sebagai destinasi tujuan penyelenggaraan *event* bertaraf internasional, sejumlah kegiatan besar dunia yang diselenggarakan di Indonesia menjadi bukti kepercayaan masyarakat dunia untuk melakukan aktivitas *event* dan MICE di Indonesia.

Penyelenggaraan *event* dan MICE difokuskan pada kegiatan yang dapat memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi berupa pendapatan bagi negara atau destinasi penyelenggara serta menciptakan lapangan pekerjaan di destinasi penyelenggara. Penyelenggaraan *event* juga sekaligus merupakan bentuk promosi suatu destinasi, yang bisa mendatangkan wisatawan sepanjang tahun, khususnya untuk mengisi di saat *low season*. Pada masa pandemi saat ini, penyelenggaraan *event* juga perlu beradaptasi dengan era “*New Normal*”, menjadi *event* yang aman dan inovatif dengan penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE, seperti tertuang dalam panduan penyelenggaraan *event* berbasis CHSE yang telah disusun Kemenparekraf/Baparekraf, sebagai bahan rujukan para penyelenggara *event* yang ada di tanah air.

7. PENGEMBANGAN KREATIVITAS, PRODUK KREATIF SERTA EKONOMI DIGITAL YANG MENDORONG PERGERAKAN EKONOMI LINTAS SKALA USAHA

Strategi yang dilakukan terkait arah kebijakan ini adalah:

1) Strategi 22: Meningkatkan Kualitas Produk Ekonomi Kreatif Unggulan yang Berbasis Warisan Budaya, Ilmu Pengetahuan, dan/atau Teknologi.

Dalam rangka peningkatan kualitas produk ekraf unggulan diperlukan upaya fasilitasi bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan produk yang mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi. Strategi ini dilaksanakan melalui kegiatan fasilitasi pengembangan dan inkubasi produk kreatif unggulan 17 sub sektor ekonomi kreatif dan pendampingan usaha 17 sub sektor ekonomi kreatif terutama di 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas.

2) Strategi 23: Penguatan Ekosistem Ekonomi Digital Parekraf

Akibat kondisi pandemi Covid-19 memunculkan tren baru di masyarakat, yaitu perubahan gaya hidup yang bergantung pada media digital. Perubahan ini memengaruhi pola *consumer behaviour* dalam mengonsumsi produk ekonomi kreatif. Para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif perlu melakukan adaptasi dengan perubahan tersebut dengan mendorong para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif untuk masuk pada ekosistem digital. Salah satu fokus yang dikembangkan yakni pada sektor Aplikasi dan Game Developer serta pengembangan konten media streaming yang mejadi *Over The Top (OTT) digital Content*. Pengembangan kedua produk digital ekraf tersebut, saat ini telah menjadi trend pertumbuhan yang positif dalam meningkatkan kemandirian parekraf. Selain itu, pengembangan *start-up* digital ekonomi kreatif berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru dan berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini ialah melalui peningkatan kuantitas dan kualitas *start-up* digital dan transformasi digital pelaku usaha parekraf.

3) Strategi 24: Meningkatkan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif

Salah satu upaya untuk memastikan keberlanjutan hasil kreasi anak bangsa adalah melalui perlindungan terhadap hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang berupa kekayaan intelektual (KI). Utamanya perlindungan dilakukan terhadap kekayaan intelektual yang memiliki nilai strategis dan ekonomis. Setelah perlindungan terhadap kekayaan intelektual produk ekonomi kreatif nasional dilakukan, berikutnya adalah komersialisasi terhadap kekayaan intelektual tersebut. Oleh karena itu, hal penting lain yang harus segera dilaksanakan adalah mendukung optimalisasi komersialisasi KI dalam penciptaan ekosistem inovasi KI, terutama dalam hal valuasi KI dan alih teknologi. Upaya yang dilakukan dalam melaksanakan strategi ini ialah meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kekayaan intelektual terhadap kreatifitas yang dihasilkan, melakukan fasilitasi pendaftaran kekayaan intelektual produk kreatif nasional secara terintegrasi, dan monetisasi KI melalui kegiatan komersialisasi seperti *co-branding*, *co-production*, *co-creation*, *co-licensing*, dan transfer teknologi.

8. MEWUJUDKAN TATA KELOLA PEMERINTAHAN YANG BAIK DAN BERSIH

Strategi yang dilakukan terkait kebijakan ini adalah:

1) Strategi 25: Mengoptimalkan pelaksanaan 8 (delapan) area perubahan Reformasi Birokrasi Kemenparekraf/Baparekraf.

Acuan pelaksanaan reformasi birokrasi adalah Roadmap Reformasi Birokrasi Nasional (RBN) tahun 2020-2024 yang sudah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi nomor 25 tahun 2020. Reformasi Birokrasi Nasional telah memasuki periode ketiga dari *grand design* reformasi birokrasi dengan tema pada tahun 2020-2024 ini adalah peningkatan secara terus menerus kapasitas birokrasi sebagai kelanjutan dari reformasi birokrasi pada lima tahun kedua, untuk mewujudkan pemerintahan kelas dunia. Diharapkan pada akhir periode ketiga ini dapat dihasilkan karakter birokrasi yang berkelas dunia (*world class bureaucracy*).

Ciri dari birokrasi berkelas dunia meliputi:

- (i) pelayanan publik yang semakin berkualitas serta
- (ii) tata kelola yang semakin efektif dan efisien. Catatan penting dalam pelaksanaan reformasi birokrasi tahun 2020-2024 adalah asas yang dikedepankan yaitu fokus dan prioritas. Fokus bermakna bahwa pelaksanaan reformasi birokrasi akan fokus pada akar masalah tata kelola pemerintahan, sedangkan prioritas berarti bahwa setiap instansi akan memilih prioritas perbaikan tata kelola pemerintahan sesuai dengan karakteristik sumber daya dan tantangan yang dihadapi.

Reformasi Birokrasi Nasional tahun 2020-2024 berupaya untuk mewujudkan pemerintahan yang baik dan bersih, dengan indikator outcome yaitu Indeks reformasi birokrasi. Outcome ini diharapkan dapat memberikan *impact* secara nasional dengan beberapa indikator sebagai berikut:

- a) *Ease of doing business*
- b) *Corruption perception index*
- c) *Government effectiveness index*
- d) *Trust barometer*

Berdasarkan arah kebijakan RBN tahun 2020-2024 tersebut, maka agenda reformasi birokrasi tahun 2020-2024 mencakup 3 (tiga) sasaran reformasi birokrasi, yaitu:

- 1) Birokrasi yang bersih dan akuntabel
- 2) Birokrasi yang kapabel
- 3) Pelayanan publik yang prima

Sasaran reformasi birokrasi nasional ini diwujudkan dengan mengimplementasikan 8 (delapan) area perubahan, meliputi: area perubahan manajemen perubahan, penataan peraturan perundang-undangan/deregulasi kebijakan, penataan organisasi/kelembagaan, penataan tata laksana, penataan sistem manajemen SDM, penguatan akuntabilitas, pengawasan serta pelayanan publik.

Komitmen Kemenparekraf/ Baparekraf dalam hal pencapaian tujuan dan sasaran reformasi birokrasi, diwujudkan dengan penyusunan *Road Map* Reformasi Birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024 yang telah ditetapkan melalui Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor KM/ 116/ IL.13.01/ 2021. *Road Map* tersebut merupakan pedoman pelaksanaan reformasi birokrasi bagi seluruh unit kerja Kemenparekraf/Baparekraf dalam menjalankan agenda yang tertuang dalam delapan area perubahan reformasi birokrasi. Implementasi reformasi birokrasi di lingkungan Kemenparekraf/ Baparekraf diturunkan berdasarkan *Roadmap* Reformasi Birokrasi Nasional. Mengacu pada agenda Reformasi Birokrasi Nasional 2020-2024, pelaksanaan reformasi birokrasi di internal Kemenparekraf/Baparekraf akan dilakukan dengan fokus pada empat area perubahan, yaitu:

1. Manajemen SDM Aparatur;
2. Akuntabilitas;
3. Peningkatan Pengawasan; dan
4. Pelayanan Publik.

Selain keempat fokus area terdapat penambahan fokus yakni pembangunan zona integritas berpredikat Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) dan Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (WBBM) pada seluruh unit kerja. Pemilihan fokus pada 4 (empat) area tersebut didasari pertimbangan bahwa perlu disempurnakannya pelaksanaan dan pemahaman seluruh lapisan pegawai terhadap keempat area perubahan. Adapun dalam pelaksanaan manajemen SDM Aparatur, masih terdapat berbagai kekurangan meliputi pengelolaan SDM aparatur yang belum maksimal, desain jabatan yang belum dapat mendukung tercapainya kinerja organisasi, penghitungan jumlah pegawai berdasarkan kebutuhan organisasi yang belum optimal, penempatan SDM yang belum sesuai dengan kompetensi, pola diklat yang belum mampu memenuhi kebutuhan peningkatan kompetensi yang diperlukan, penilaian kinerja yang belum tepat, serta mutasi, rotasi pegawai dan pola karier yang belum optimal.

Sebagai bentuk tindak lanjut, Kemenparekraf/Baparekraf akan melakukan upaya yang berfokus pada peningkatan area perubahan Penataan Tata Laksana. Berdasarkan hasil evaluasi Pelaksanaan Reformasi Birokrasi Tahun 2021, penerapan tata kelola Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE) di Kemenparekraf/Baparekraf belum maksimal. Indeks SPBE baru mencapai 2,59 (kategori cukup) dan tidak mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Selain itu, nilai hasil antara kualitas pengelolaan arsip Kemenparekraf/Baparekraf mengalami penurunan dibandingkan pada tahun sebelumnya, yang semula 92,4 menjadi 81,24 pada tahun 2021. Maka dari itu, diperlukan penguatan pada fokus area perubahan Penataan Tata Laksana meliputi:

- a. Tata kelola penerapan manajemen SPBE sesuai dengan arsitektur SPBE yang telah ditetapkan dan disesuaikan dengan Master Plan SPBE nasional
- b. Peningkatan kualitas arsip melalui pengelolaan arsip sesuai aturan dan penerapan digitalisasi arsip.

Quick Wins mandiri yang akan ditetapkan oleh Kemenparekraf/ Baparekraf untuk mendorong tercapainya target-target Reformasi disusun dengan mempertimbangkan isu-isu strategis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu:

1. Permasalahan Pengembangan Destinasi Pariwisata
 - a. Perubahan iklim dan dampak bencana pada jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia;
 - b. Ketersediaan konektivitas dan infrastruktur yang belum optimal;
 - c. Kesiapan masyarakat di sekitar destinasi pariwisata yang belum optimal; dan
 - d. Kemudahan investasi yang masih belum optimal.
2. Permasalahan Pengembangan Pemasaran Pariwisata
 - a. Belum adanya acuan riset pasar yang komprehensif;
 - b. Strategi komunikasi pemasaran yang belum terpadu;
 - c. Sinergi kemitraan pemasaran masih belum optimal;
 - d. Kegiatan promosi masih berjalan parsial; dan
 - e. Daya saing pariwisata Indonesia masih belum kuat.
3. Permasalahan Pengembangan Industri Pariwisata
 - a. Sinergi antar mata rantai usaha pariwisata yang belum optimal;
 - b. Daya saing produk wisata yang belum optimal;
 - c. Kesenjangan antara tingkat harga dengan pengalaman wisata;
 - d. Kemitraan usaha pariwisata yang belum optimal; dan
 - e. Pengembangan tanggung jawab lingkungan oleh kalangan usaha pariwisata masih belum optimal.
4. Permasalahan Pengembangan Kelembagaan Pariwisata
 - a. Belum meratanya penguatan organisasi yang membidangi kepariwisataan di daerah;
 - b. SDM pariwisata dan pengembangan pendidikan tinggi pariwisata yang masih terbatas; dan
 - c. Koordinasi dan sinkronisasi pembangunan lintas sektor dan regional yang belum efektif.
5. Permasalahan Pembangunan Ekonomi Kreatif
 - a. Riset untuk pengembangan ekonomi kreatif masih terbatas;
 - b. Pengetahuan dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif perlu ditingkatkan;
 - c. Akses pelaku ekonomi kreatif terhadap sumber pendanaan dan pembiayaan belum meluas;
 - d. Infrastruktur baik fisik maupun TIK yang dibutuhkan oleh pelaku ekonomi kreatif masih terbatas;
 - e. Produk ekonomi kreatif belum dikenal luas dan dikonsumsi baik konsumen dalam negeri maupun luar negeri;
 - f. Skema insentif bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual belum terbangun; dan
 - g. Pelaku ekonomi kreatif yang memiliki hak atas kekayaan intelektual atas karyanya masih terbatas.

Quick Wins Mandiri tersebut akan dievaluasi setiap tahun dengan mempertimbangkan dinamika situasi industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Penetapan program-program yang menjadi *quick wins* dilakukan dengan menginventarisir dan melakukan penilaian terhadap program unggulan-unggulan Kemenparekraf sesuai kriteria yang ditetapkan dalam PermenPAN-RN Nomor 13 Tahun 2017. Berdasarkan hasil penilaian tersebut, program unggulan yang menjadi *Quick Wins* Tahun 2020 dan Tahun 2021 adalah:

Tabel Program *Quick Wins* Tahun 2020 dan Tahun 2021

| No | Program <i>Quick Wins</i> | Bidang RB | Keterangan |
|-------------------|--|---------------------------------------|--|
| Tahun 2020 | | | |
| 1 | Program Sertifikasi <i>Clean, Health, Safety, Environment</i> (CHSE) | Peningkatan kualitas pelayanan publik | Target Program adalah usaha pariwisata dan diharapkan dengan usaha pariwisata memiliki sertifikasi CHSE, maka memberikan pertimbangan yang lebih bagi wisatawan untuk memilih melakukan aktivitas di tempat usaha pariwisata |
| Tahun 2021 | | | |
| 1 | Program Beli Kreatif Danau Toba (BKDT) | Peningkatan kualitas pelayanan publik | Target program adalah pelaku UMKM dan masyarakat. Dampak program cukup besar terdapat peningkatan omzet penjualan |
| 2 | Reaktivasi industri pariwisata melalui penyediaan akomodasi, fasilitas pendukung lainnya serta sarana transportasi bagi tenaga kesehatan dan tenaga penunjang fasilitas kesehatan penanganan Covid-19 di Indonesia | Peningkatan kualitas pelayanan publik | Target program adalah industri perhotelan yang saat ini terdampak pandemi sekaligus bentuk sinergi dalam penanganan covid-19. |

Sumber: Kepmenparekraf Nomor KM/116/IL.13.01/2021 tentang *Road Map* Reformasi Birokrasi Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2020-2024

2) Strategi 26: Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien.

Salah satu pondasi yang penting dalam melaksanakan keseluruhan pilar strategis Kemenparekraf/Baparekraf adalah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Strategi ini menekankan pada adopsi dan pemanfaatan TIK terkini secara efektif dan efisien sebagai *enabler* pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Teknologi baru dan metode analisis data terkini akan sangat penting bagi pariwisata untuk beradaptasi dengan model konsumsi baru (*new consumption models*) di era digital ini di mana semuanya saling terhubung (turis, hotel, mobil sewaan, restoran, reservasi atraksi, dll). Selain itu, pemanfaatan analisis *Big Data* dan *Artificial Intelligent* akan membantu Kemenparekraf/Baparekraf untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang pola perjalanan wisatawan, *spending behavior*, dll yang akan digunakan untuk penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan pengambilan kebijakan strategis lainnya.



3.3. KERANGKA REGULASI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Berdasarkan Permen PPN 5 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penyusunan Rencana Strategis Kementerian/Lembaga Tahun 2020-2024, kerangka regulasi adalah perencanaan pembentukan regulasi dalam rangka memfasilitasi, mendorong dan mengatur perilaku masyarakat dan penyelenggara negara dalam rangka mencapai tujuan bernegara. Dengan kata lain, kerangka regulasi merupakan dukungan dalam bentuk regulasi guna mencapai visi yang ingin dicapai. Kerangka regulasi akan menjadi payung hukum pelaksanaan arah kebijakan dan strategi Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024. Kerangka regulasi Kemenparekraf/Baparekraf dalam mendukung pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif adalah:

- 1) Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata;
- 2) Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2026-2045;
- 3) Rancangan Peraturan Presiden (RPerpres) tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif;
- 4) Rancangan Peraturan Presiden (RPerpres) tentang Integrated Tourism Masterplan/RIDPN; dan
- 5) Rancangan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Tata Cara Pelibatan Pemangku Kepentingan, Pemantauan, Evaluasi, dan Pelaporan Pelaksanaan Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Tramen.

3.4. KERANGKA KELEMBAGAAN

Kerangka kelembagaan merupakan perangkat kementerian/Lembaga (struktur organisasi, ketatalaksanaan dan pengelolaan aparatur sipil negara), yang digunakan untuk mencapai visi, misi, tujuan, strategi, kebijakan, program dan kegiatan pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Kelembagaan yang tepat fungsi, tepat ukuran dan tepat proses akan mendorong efektivitas kelembagaan yang sejalan dengan arah pembangunan. Memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan berkualitas yang dititikberatkan pada peningkatan daya dukung dan kualitas sumber daya ekonomi berkelanjutan serta meningkatkan nilai tambah, lapangan kerja, ekspor, dan daya saing ekonomi. Dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, maka kelembagaan diarahkan mendukung pencapaian agenda pembangunan yaitu memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan berkualitas yang dititikberatkan pada peningkatan daya dukung dan kualitas sumber daya ekonomi berkelanjutan serta meningkatkan nilai tambah, lapangan kerja, ekspor, dan daya saing ekonomi.



Dalam rangka pencapaian agenda pembangunan, tugas dan fungsi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif perlu diperluas tidak hanya sebatas mendatangkan wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah, daya saing dan keberlanjutan. Hal ini menuntut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk bertransformasi menjadi organisasi yang profesional, responsif, adaptif, inovatif, dan kolaboratif.

Dalam melaksanakan tugas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengacu pada Perpres 96 Tahun 2019 tentang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Perpres 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Berdasarkan ketentuan dalam pasal 5 Perpres 96 Tahun 2019 tentang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, fungsi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meliputi:

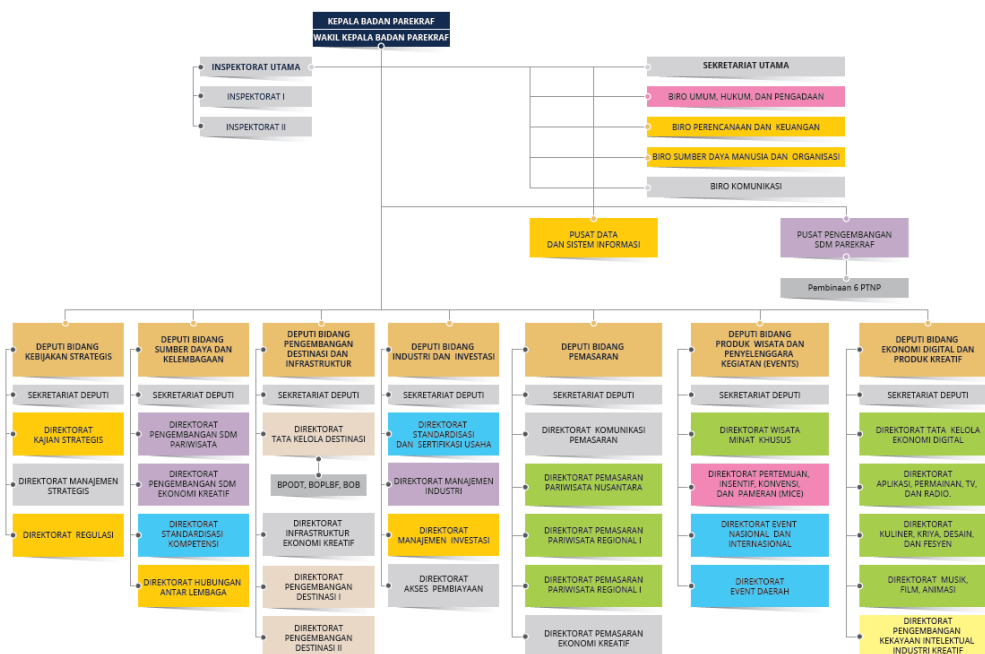
- a. perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- b. koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- c. pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
- d. pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; dan
- e. pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Dalam rangka mengoperasionalkan fungsi kementerian tersebut, maka dituangkan fungsi Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berdasarkan Perpres 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dalam Pasal 3 Peraturan Presiden tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tersebut mengamanatkan fungsi Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk melaksanakan penugasan meliputi:

- a. perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- b. perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan teknis pengembangan sumber daya, kelembagaan, destinasi, infrastruktur, industri, investasi, pemasaran, produk wisata dan penyelenggaraan kegiatan, serta ekonomi digital dan produk kreatif di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- c. penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- d. pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- e. penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional dan rencana induk ekonomi kreatif;
- f. pengelolaan data dan informasi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;

- g. pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
- h. koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
- i. pengelolaan barang milik negara yang menjadi tanggung jawab Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; dan
- j. pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan tugas dan fungsi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan maka memiliki struktur organisasi seperti pada Gambar 3.6.



Gambar 3.6. Struktur Organisasi Kemenparekraf/Baparekraf

Sumber: Permenparekraf No 1 Tahun 2021

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menaungi 6 Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP) yang didirikan untuk menciptakan tenaga-tenaga profesional bidang pariwisata sebagai aset nasional yang berkualitas internasional, kreatif, berjiwa wirausaha, berkepribadian Indonesia dan berbudi luhur. Keberhasilan pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif tidak terlepas dari kesiapan dan kompetensi SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif, dibutuhkan SDM yang memiliki kapasitas dalam menyusun perencanaan, melaksanakan program dan melakukan evaluasi serta monitoring pelaksanaan program-program yang telah direncanakan. Dalam memenuhi kebutuhan SDM yang terampil, memiliki pengetahuan dan *skill* bagi terpenuhinya kualitas pelayanan di 10



Destinasi Pariwisata Prioritas, Kemenparekraf akan membangun Poltekpar di Sulawesi Utara, Jawa Tengah (Sragen), dan Papua Barat (Sorong). Selain itu, Kemenparekraf/Baparekraf juga sedang melakukan kajian perencanaan pembangunan Poltekpar di Papua, Papua Barat dan Nusa Tenggara Timur.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menaungi tiga Badan Otorita Pariwisata yaitu Badan Otorita Pariwisata Danau Toba, Badan Otorita Pariwisata Borobudur, dan Badan Otorita Pariwisata Labuan Bajo-Flores. Secara kelembagaan, ketiga Badan Otorita Pariwisata tersebut akan berubah statusnya menjadi Satuan Kerja Badan Layanan Umum. Telah direncanakan juga untuk pembentukan dua Badan Otorita Pariwisata baru yaitu Badan Otorita Pariwisata Wakatobi dan Badan Otorita Pariwisata Bromo-Tengger-Semeru.

Terkait dukungan sumber daya aparatur sipil negara, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif didukung oleh Aparatur Sipil Negara (ASN) yang tersebar di 9 (sembilan) unit kerja eselon I. Mengantisipasi kekurangan SDM yang ada terkait dengan perubahan lingkungan strategis, dilakukan penghitungan kebutuhan pegawai melalui peta jabatan yang ideal berdasarkan hasil analisis jabatan dan analisis beban kerja dengan mengacu pada aplikasi e-formasi yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.

Penyederhanaan birokrasi telah disampaikan oleh Presiden dalam pidato pelantikan Presiden dan Wakil Presiden 2019 – 2024. Dengan menyederhanakan eselonisasi menjadi 2 level dan menggantinya dengan jabatan fungsional yang menghargai keahlian, serta menghargai kompetensi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melakukan penyetaraan jabatan administrasi ke dalam jabatan fungsional, pengalihan 372 jabatan eselon III dan IV menjadi jabatan fungsional, penyusutan birokrasi ditujukan untuk mewujudkan birokrasi yang dinamis, lincah, dan profesional sebagai upaya peningkatan efektivitas dan efisiensi guna mendukung kinerja.

Pemangkasan jalur birokrasi dan perbaikan sistem manajerial yang dilakukan juga dengan merestrukturisasi program dan kegiatan di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi anggaran serta meningkatkan kinerja aparatur, selanjutnya pelaksanaan Reformasi Birokrasi di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dilaksanakan melalui program-program yang berorientasi pada *outcome*. Program-program tersebut dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan guna mencapai tujuan dalam rangka menciptakan pelayanan publik yang prima, birokrasi yang bersih dan SDM yang profesional.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki rumusan tugas, fungsi, kewenangan, peran, dan struktur, serta pengaturan hubungan *inter* dan antar organisasi/lembaga pemerintah. Tata hubungan kerja



antara Pemerintah dengan Provinsi/Kabupaten/Kota berlandaskan pada asas dekonsentrasi dan asas tugas pembantuan.

Pelaksanaan dekonsentrasi dan tugas pembantuan bidang pariwisata dan ekonomi kreatif ditujukan untuk mewujudkan penyelarasan dan pemerataan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif serta mendukung pencapaian agenda prioritas pembangunan nasional. Kegiatan Dekonsentrasi merupakan pelimpahan sebagian Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Pusat kepada gubernur sebagai wakil Pemerintah Pusat, kepada instansi vertikal di wilayah tertentu, dan/atau kepada gubernur dan bupati/wali kota sebagai penanggung jawab urusan pemerintahan umum. Adapun Tugas Pembantuan adalah penugasan dari Pemerintah Pusat kepada daerah otonom untuk melaksanakan sebagian Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Pusat atau dari Pemerintah Daerah provinsi kepada daerah kabupaten/kota untuk melaksanakan sebagian Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah provinsi.

Penataan dan Penguatan kapasitas kelembagaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dari pusat sampai ke daerah dilakukan dengan memperhatikan kebijakan pembangunan nasional, seiring dengan perkembangan, tantangan, dan tuntutan perubahan, baik eksternal maupun internal, maka organisasi dan tatalaksana Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif harus dijalankan secara dinamis untuk menuju pemerintahan yang baik (*good governance*).

Dalam rangka menjalankan amanat UU Nomor 24 Tahun 2020 tentang Ekonomi Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif akan membentuk Badan Layanan Umum (BLU) dengan skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual dan/atau sistem pemasaran produk ekraf berbasis kekayaan intelektual. Diharapkan dengan dibentuknya BLU tersebut, pembiayaan maupun pemasaran produk ekonomi kreatif berbasis KI dapat terfasilitasi dengan baik.

BAB 4

TARGET KINERJA DAN KERANGKA PENDANAAN

- 4.1. Target Kinerja
- 4.2. Kerangka Pendanaan



Manajemen kinerja merupakan proses yang dilakukan organisasi untuk membangun kesepakatan bersama mengenai apa yang ingin dicapai, apa ukuran pencapaiannya, dan bagaimana mencapainya. Dalam program Reformasi Birokrasi (RB) diamanatkan bahwa penguatan akuntabilitas kinerja ditandai dengan adanya sistem manajemen kinerja yang terukur. Target kinerja dan kerangka pendanaan merupakan alat yang digunakan sebagai panduan implementasi strategi organisasi sehingga kinerja organisasi dapat terukur. Target kinerja memastikan bahwa setiap sasaran strategis dapat diukur keberhasilannya. Kerangka pendanaan memastikan bahwa strategi dapat dieksekusi sesuai anggaran yang ada. Target kinerja dan kerangka pendanaan disusun dengan mempertimbangkan kemampuan dari organisasi serta kebijakan nasional yang mengatur hal tersebut. Bab ini akan menjabarkan mengenai target kinerja dan kerangka pendanaan yang dibutuhkan Kemenparekraf/Baparekraf dalam rangka implementasi strategi.



4.1. TARGET KINERJA

Kemenparekraf/Baparekraf diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dan berkeadilan dalam pembangunan ekonomi nasional. Sasaran, indikator serta target yang diharapkan dapat dicapai Kemenparekraf/Baparekraf pada RPJMN ini dapat dijabarkan pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1. Sasaran, Indikator dan Target RPJMN terkait Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

| NO | SASARAN | INDIKATOR | TARGET 2020 | TARGET 2024 |
|----|---|--|----------------------------|----------------------------|
| 1 | Penguatan kewirausahaan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan Koperasi | 12. Penumbuhan <i>start-up</i> (kontribusi <i>start-up</i> Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) | 700 unit (akumulatif) | 3.500 unit (akumulatif) |
| 2 | Peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil, dan industrialisasi | 10. Kontribusi PDB pariwisata (8.9.1*) | 4,8% | 5,5% |
| | | 11. Destinasi pariwisata prioritas yang dipercepat pengembangannya | 5 Destinasi (kumulatif) | 10 Destinasi (kumulatif) |
| | | 12. Destinasi wisata alam berkelanjutan berbasis kawasan hutan prioritas | 25 kawasan hutan prioritas | 25 kawasan hutan prioritas |
| | | 13. Destinasi wisata bahari | 6 Destinasi (kumulatif) | 6 Destinasi (kumulatif) |
| | | 14. Nilai tambah ekonomi kreatif | Rp. 1.214 triliun | Rp.1.846 triliun |
| | | 15. Jumlah kab/kota kreatif yang difasilitasi | 4 kab/kota | 20 kab/kota(kumulatif) |
| | | 16. Jumlah kawasan dan klaster kreatif yang dikembangkan | 8 lokasi | 11 lokasi |
| | | 17. Revitalisasi ruang kreatif | 30 unit | 154 unit (kumulatif) |
| | | 18. Kontribusi ekonomi digital | 3,2% | 4,7% |
| | | 25. Jumlah tenaga kerja pariwisata | 13 juta orang | 15 juta orang |
| | | 26. Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif | 19 juta orang | 21 juta orang |

| NO | SASARAN | INDIKATOR | TARGET 2020 | TARGET 2024 |
|----|--|---|------------------------|--------------------------|
| 3 | Peningkatan ekspor bernilai tambah tinggi dan penguatan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) | 10. Nilai devisa pariwisata | USD 21 Milyar | USD 30 Milyar |
| | | 11. Jumlah wisatawan mancanegara | 18 juta orang | 22.3 juta orang |
| | | 12. Jumlah warisan budaya yang diregenerasi (<i>cultural heritage regeneration</i>) | 4 lokasi | 20 lokasi (kumulatif) |
| | | 13. Nilai ekspor ekonomi kreatif | USD 21,5-22,3 miliar | USD 24,5 miliar |
| | | 16. Jumlah wisatawan nusantara | 310 juta perjalanan | 350-400 juta perjalanan |
| | | 17. Jumlah promosi <i>Tourism, Trade and Investment (TTI)</i> terintegrasi | 8 Promosi Terintegrasi | 8 Promosi Terintegrasi |
| 4 | Penguatan pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi | 5. Skema pembiayaan berbasis HKI | 1 skema | 1 skema |
| | | 10. Jumlah pelaku kreatif yang difasilitasi infrastruktur TIK | 8.500 orang | 43.000 orang (kumulatif) |

Sumber: Peraturan Presiden No. 18 tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024

Kemenparekraf/Baparekraf berkontribusi dalam mewujudkan sasaran dan indikator RPJMN diatas, dimana kontribusi tersebut dapat diwujudkan pada level menteri, eselon I, maupun eselon II. Tentunya penggunaan sasaran berupa *impact* (level Menteri), *outcome* (level I), *output* (level II) maupun penggunaan indikator SMART akan sangat menentukan pemilihan indikator kinerja Kemenparekraf/Baparekraf dalam mewujudkan standar kinerja organisasi yang berkualitas.

Dalam pelaksanaannya, Kemenparekraf/Baparekraf memiliki keterbatasan kewenangan dalam mengelola sektor pariwisata dan ekonomi kreatif nasional. Berdasarkan Peraturan Presiden nomor 68 tahun 2019 tentang Organisasi Kementerian Negara, Kemenparekraf/Baparekraf termasuk dalam Kementerian Negara kelompok III. Kemenparekraf/Baparekraf tidak memiliki kewenangan dalam melaksanakan kegiatan teknis dari pusat sampai ke daerah maupun pelaksanaan bimtek dan supervisi atas pelaksanaan urusan kementerian di daerah. Sehingga pelaksanaan kedua hal tersebut dilakukan melalui koordinasi strategis lintas sektor



berdasarkan Peraturan Presiden nomor 26 tahun 2022 tentang perubahan ketiga atas Peraturan Presiden nomor 64 tahun 2014 tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisata.

Selain itu, terdapat juga batasan kewenangan pemerintah pusat dan daerah dalam pelaksanaan urusan pemerintah konkruen, dimana sektor pariwisata dan ekonomi kreatif termasuk di dalamnya. Batasan kewenangan tersebut diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, sebagai perwakilan pemerintah pusat, Kemenparekraf/Baparekraf memiliki kewenangan sebagai berikut:

1. **Sub urusan destinasi pariwisata**
 - a. Penetapan daya tarik wisata, kawasan strategis pariwisata, dan destinasi pariwisata
 - b. Pengelolaan daya tarik wisata nasional
 - c. Penelolaan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN)
 - d. Pengelolaan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN)
 - e. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas daerah provinsi
2. **Sub urusan pemasaran pariwisata**, meliputi pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri, daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata nasional.
3. **Sub urusan pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual**, melalui pengembangan ekonomi kreatif nasional.
4. **Sub urusan pengembangan sumberdaya pariwisata dan ekonomi kreatif**, melalui pengembangan, penyelenggaraan dan peningkatan kapasitas sumberdaya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat ahli.

Dalam pengembangan wilayah, Kemenparekraf/Baparekraf juga melaksanakan transfer ke daerah yaitu melakukan transfer dari belanja negara dalam rangka mendanai pelaksanaan desentralisasi fiskal berupa dana perimbangan, dana otonomi khusus, dan dana penyesuaian. Terutama dalam dana perimbangan, Kemenparekraf/Baparekraf melaksanakan Dana Alokasi Khusus (DAK) Bidang Pariwisata baik DAK Fisik maupun DAK Non Fisik.

Dana perimbangan yang disalurkan untuk pengembangan destinasi dengan pembangunan infrastruktur dilaksanakan melalui DAK fisik dan dana perimbangan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM dilaksanakan melalui DAK non fisik (program Pelayanan Masyarakat). Sementara untuk infrastruktur ekonomi kreatif dilakukan dengan mekanisme Bantuan Pemerintah kepada pelaku Ekonomi Kreatif. DAK tersebut secara detail akan dijabarkan pada dokumen Rencana Kerja Pemerintah (RKP) maupun Rencana Kerja (Renja) Kemenparekraf/Baparekraf yang ditentukan setiap tahun.



Tahun 2020 diawali dengan bencana non alam pandemi Covid-19 di seluruh dunia yang mengakibatkan *lockdown* di sebagian besar negara-negara. UNWTO mencatat bahwa dari 217 *global destinations* di seluruh dunia, semuanya melakukan *travel restriction* untuk wisatawan internasional untuk mengurangi tingkat penyebaran Coronavirus. Hal ini menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara menurun signifikan dan industri penerbangan mengalami penurunan drastis di seluruh dunia. Selain itu, pandemi Covid-19 juga menyebabkan krisis ekonomi yang mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat. Sesuai dengan kondisi eksternal tersebut, Kemenparekraf/Baparekraf menyesuaikan kembali target yang sudah ditetapkan dalam RPJMN.

Target kinerja Kemenparekraf/Baparekraf digambarkan dengan sasaran strategis (SS) dan indikator kinerja sasaran strategis (IKSS) yang menjadi ukuran pencapaian setiap sasaran strategis Kemenparekraf/Baparekraf. Terdapat 8 Sasaran Strategis (SS) dan 16 Indikator Kinerja Sasaran Strategis yang menjadi target kinerja Kemenparekraf/Baparekraf seperti terlihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2. Target Kinerja Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2020-2024

| No | Sasaran Strategis | Satuan | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | UNIT ORGANISASI TERKAIT |
|--|---------------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--|
| | Indikator Kinerja Renstra | | | | | | | |
| SS.1 Meningkatnya kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi | | | | | | | | |
| 1 | Nilai devisa pariwisata | Miliar USD | (21) | (23) | (25) | (27) | (30) | Setmen (Pusdatin) D2, D3, D4,D5 dan D6 |
| | | | 3,3 – 4,9 | 0,36 – 0,37 | 0,86 – 1,71 | 1,76 – 6,08 | 10,70 – 16,11 | |
| 2 | Kontribusi PDB pariwisata | % | (4,8) | (5,0) | (5,2) | (5,3) | (5,5) | Setmen (Pusdatin) D2, D3, D4, D5, dan D6 |
| | | | 4 ,0 | 2,4 | 3,6 | 4,1 | 4,5 | |
| 3 | Nilai ekspor produk ekonomi kreatif | Miliar USD | (21,5-22,6) | 17,45 | (18,08) | (18,63) | (19,26) | Setmen (Pusdatin) |
| | | | 16,9 | | 25,33 | 26,46 | 27,53 | |
| SS.2 Meningkatnya nilai tambah ekonomi kreatif nasional | | | | | | | | |
| 4 | Nilai tambah ekonomi kreatif | Rp Triliun | 1.157 | 1.191 | 1.236 | 1.279 | 1.347 | Setmen (Pusdatin) D3, D4, D5, dan D7 |
| SS.3 Meningkatnya kualitas dan jumlah wisatawan | | | | | | | | |
| 5 | Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) | Juta Kunjungan | (18) | (19) | (20) | (21) | (22,3) | Setmen (Pusdatin) D5 dan D6 |
| | | | 2,8 – 4,0 | 1,5 | 1,8 – 3,6 | 3,5 – 7,4 | 9,5-14,3 | |



| No | Sasaran Strategis | Satuan | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | UNIT ORGANISASI TERKAIT |
|--|--|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------------|
| | Indikator Kinerja Renstra | | | | | | | |
| 6 | Rata-Rata <i>spending</i> wisman | USD | 1166,67-1213,87 | 1210 | 1250 | 1303 | 1345 | Setmen (Pusdatin) D3 dan D6 |
| 7 | Jumlah wisatawan nusantara (wisnus) | Juta Perjalanan | (310) | (320-333) | (330-355) | (340-378) | (350-400) | Setmen (Pusdatin) D5 dan D6 |
| | | | 120-140 | 198 – 220 | 633-703 | 660-733 | 668-742 | |
| SS4. Meningkatnya indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia | | | | | | | | |
| 8 | Peringkat <i>Travel and Tourism Development Index (TTDI)</i> | Peringkat | n.a | (34-39) | n.a | 29-34 | n.a | D1 |
| | | | n.a | 36-39 | n.a | | n.a | |
| 9 | Jumlah Destinasi pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan | Destinasi | - | 19 | 19 | 19 | 19 | D3 |
| SS5. Bertumbuhnya investasi dan akses pembiayaan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | |
| 10 | Jumlah investasi pariwisata dan ekonomi kreatif | Miliar USD | 2 | 2.2 | 2.42 | 2.68 | 3 | D4 |
| 11 | Pembiayaan yang tersalurkan di sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Triliun (Rp) | - | 82,60 | 103,25 | 129,06 | 161,32 | D4 |



| No | Sasaran Stategis | Satuan | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | UNIT ORGANISASI TERKAIT |
|---|--|------------|--------|--------|--------|--------|-------|--|
| | Indikator Kinerja Renstra | | | | | | | |
| SS6. Terwujudnya perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif | | | | | | | | |
| 12 | Persentase peningkatan HKI yang dikomersialisasikan | % | - | - | - | 20 | 20 | D7 |
| SS7. Meningkatnya kapabilitas SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif | | | | | | | | |
| 13 | Jumlah Tenaga kerja Pariwisata | Juta orang | (13.0) | (13.5) | (14.0) | (14.5) | (15) | Setmen (Pusdatin) D2 |
| | | | 10 | 14,3 | 21,64 | 21,93 | 22,08 | |
| 14 | Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif | Juta orang | (19.0) | (20) | (20) | (21) | (21) | Setmen (Pusdatin) D2 |
| | | | 17,25 | 19,19 | 22,29 | 22,59 | 22,74 | |
| 15 | Jumlah lulusan perguruan tinggi vokasi pariwisata | Orang | 1.500 | 2.646 | 2.694 | 2.804 | 2.897 | Setmen (Pusdatin) D2 |
| SS8. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Bersih | | | | | | | | |
| 16 | Nilai RB Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Nilai | 80 | 77 | 79 | 80 | 81 | Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama |

Keterangan:

1. Target (...) merupakan target yang berasal dari RPJMN Tahun 2020-2024, sedangkan target pada di bawah baris target RPJMN merupakan target berdasarkan penyesuaian Covid-19
2. *World Economic Forum (WEF) melakukan perubahan *Travel and Tourism Competitiveness Index* menjadi *Travel and Tourism Development Index* pada tanggal 24 Mei 2022.

4.2. KERANGKA PENDANAAN

Pendanaan program dan kegiatan di lingkup Kemenparekraf/Baparekraf dilakukan melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang bersumber dari rupiah murni, Pinjaman dan/atau Hibah Luar Negeri (PHLN), Pinjaman dan/atau Hibah Dalam Negeri (PHDN), dan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Selain itu, Kemenparekraf/Baparekraf juga mendorong pengembangan infrastruktur destinasi pariwisata prioritas melalui alternatif sumber pendanaan Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha (KPBU).

Kebutuhan anggaran yang tercantum dalam lampiran dokumen Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 ini merupakan kebutuhan optimal penyelenggaraan program dan kegiatan Kemenparekraf/Baparekraf yang diselaraskan dengan kemampuan sumber daya yang tersedia di internal Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Demikian pula dengan capaian *outcome* dan *output* yang dicantumkan merupakan target optimal yang mengacu pada anggaran yang dialokasikan.

Tabel 4.3. Kebutuhan Pendanaan Program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024

| No. | Program | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----|---|---------|---------|-------|---------|---------|
| 1 | Program Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif | 1,772.5 | 2,046.8 | 1,677 | 2,466.3 | 2,715.9 |
| 2 | Program Dukungan Manajemen Dan Pelaksanaan Tugas Teknis Lainnya Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif | 846.1 | 827.1 | 800.3 | 849.6 | 932.1 |
| 3 | Program Pendidikan Dan Pelatihan Vokasi | 782.3 | 994.2 | 1,022 | 1,073.1 | 1,180.4 |

*dalam Miliar Rupiah



BAB 5

PENUTUP





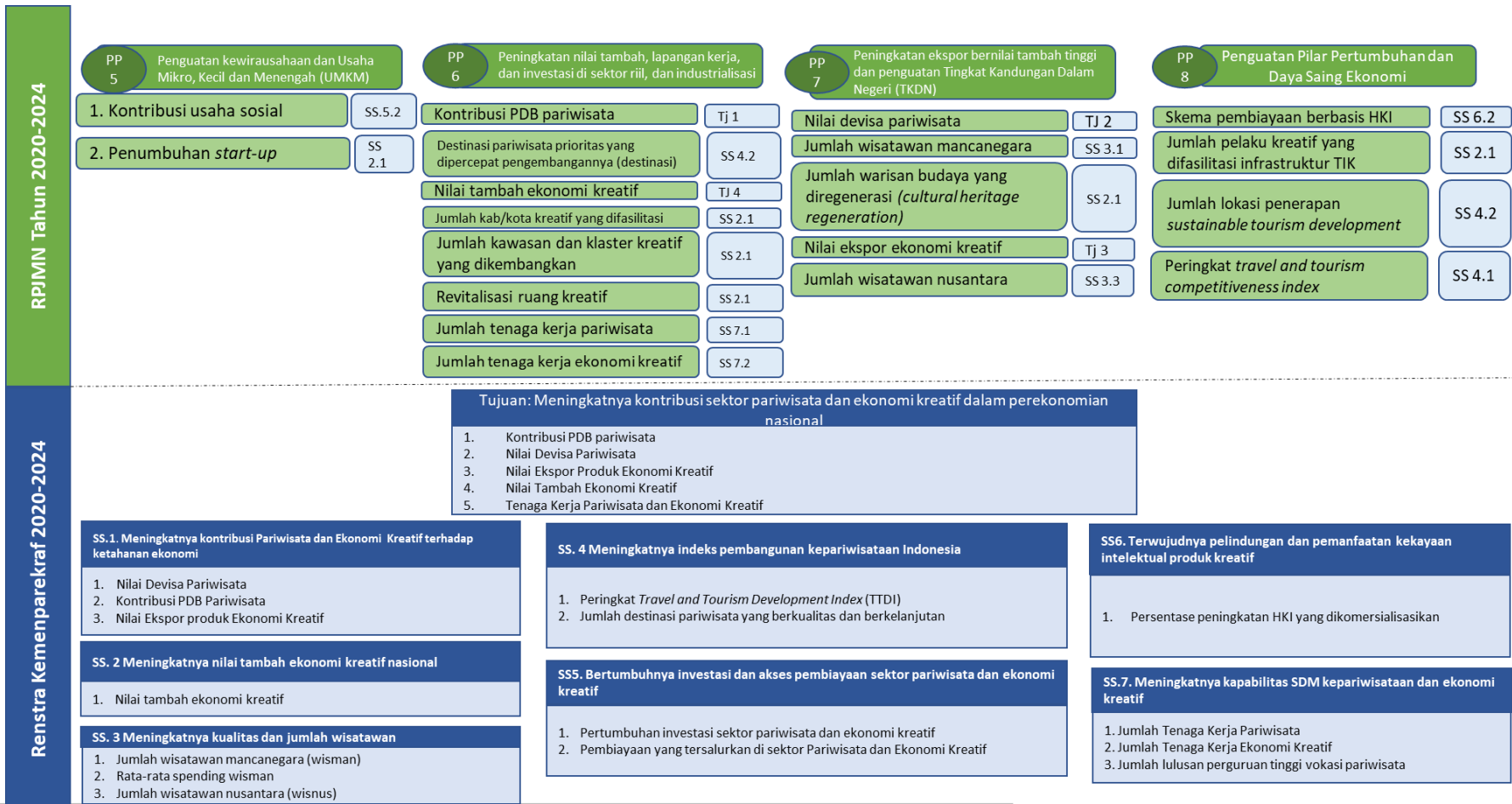
Rencana Strategis (Renstra) Kemenparekraf/Baparekraf merupakan suatu perencanaan strategis organisasi yang disusun sebagai penjabaran atas Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dalam mewujudkan Visi Presiden terpilih hingga tahun 2024. Renstra Perubahan Kemenparekraf/Baparekraf ini juga menjadi koridor strategis Kemenparekraf/Baparekraf dalam melaksanakan program, kegiatan, komponen maupun sub komponen dalam mencapai *output*, *outcome* dan dampak terhadap pembangunan nasional. Renstra Kemenparekraf/Baparekraf ini juga sekaligus menjadi rencana pembangunan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif selama 5 (lima) tahun kedepan, yang harus dilaksanakan dan dipantau pelaksanaannya, termasuk *milestones* pencapaian kinerja dari tahun pertama hingga tahun kelima.

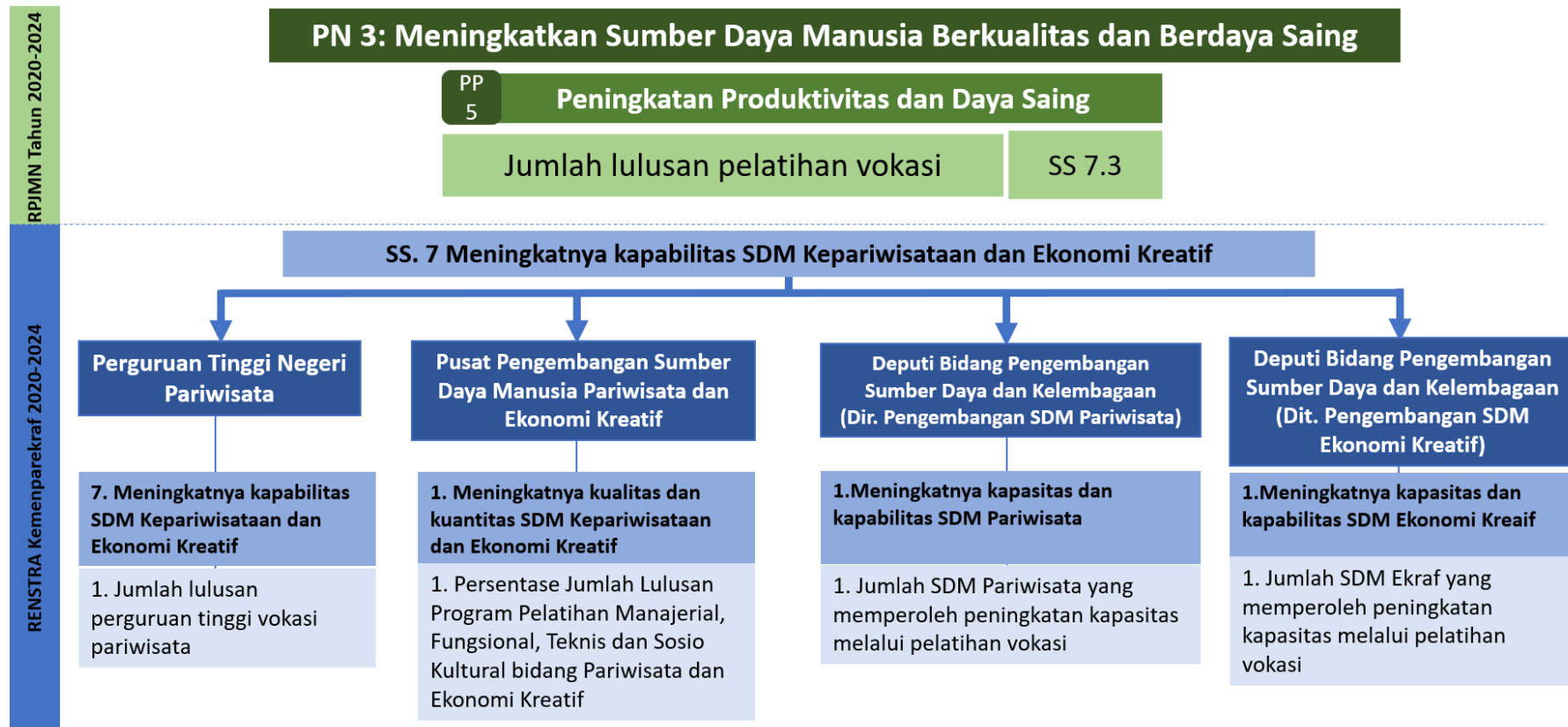
Kemenparekraf/Baparekraf secara bersamaan juga sedang mengalami proses perubahan transisional (*transitional change*), mulai dari perubahan atas tujuan akhir hingga penggabungan Kementerian Pariwisata dengan Badan Ekonomi Kreatif yang berarti juga penggabungan visi serta pola pikir dan budaya kerja yang berbeda. Proses akulturasi pola pikir dan budaya kerja sebaiknya menjadi prioritas pada tahun pertama pelaksanaan Renstra ini, mengingat keberhasilan penggabungan sistem nilai (*shared value*) tersebut akan sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan Renstra ini. Selain itu, komitmen seluruh pimpinan maupun segenap ASN Kemenparekraf/Baparekraf sangat penting dalam mendukung terwujudnya Visi Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2024.

Hal terpenting dalam pengelolaan strategi bukanlah pada perencanaan yang bagus saja, namun yang terpenting adalah konsistensi dalam implementasi sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Implementasi tersebut tentunya disertai dengan monitoring, pengukuran kinerja secara periodik serta evaluasi perbaikan dari waktu ke waktu untuk memastikan implementasi yang dilakukan masih *on the track* sesuai dengan rencana. Perubahan regulasi maupun kebijakan juga perlu diperhatikan untuk melihat dampak strategis terhadap Renstra yang telah disusun. Sehingga, pengelolaan strategi sesuai prinsip peningkatan secara berkelanjutan (*continuous improvement*) dapat terwujud dengan baik dan pariwisata serta ekonomi kreatif Indonesia menjadi sektor kontributor terbesar dalam mewujudkan Indonesia yang lebih baik.

LAMPIRAN

POHON KINERJA





| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (<i>OUTCOME</i>)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | UNIT ORGANISASI TERKAIT |
|--|----------------------|---|--------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF / BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF | | | | | | | | | |
| | 1 | Meningkatnya kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi | | | | | | | |
| | 1 | Nilai devisa pariwisata | Miliar USD | (21) 3,3 - 4,9 | (23) 0,36 – 0,37 | (25) 0,86 – 1,71 | (27) 1,76 – 6,08 | (30) 10,70 – 16,11 | Setmen (Pusdatin) D2, D3, D4,D5 dan D6 |
| | 2 | Kontribusi PDB Pariwisata | % | (4,8) 4 ,0 | (5,0) 2,4 | (5,2) 3,6 | (5,3) 4,1 | (5,5) 4,5 | Setmen (Pusdatin) D2, D3, D4, D5, dan D6 |
| | 3 | Nilai ekspor produk ekonomi kreatif | Miliar USD | (21,5-22,6) 16,9 | 17,45 | (18,08) 25,33 | (18,63) 26,46 | (19,26) 27,53 | Setmen (Pusdatin) D2, D3, D4, D5, dan D7 |
| | 2 | Meningkatnya nilai tambah ekonomi kreatif nasional | | | | | | | |
| | 4 | Nilai tambah ekonomi kreatif | Rp Triliun | 1.157 | 1.191 | 1.236 | 1.279 | 1.347 | Setmen (Pusdatin) D3, D4, D5, dan D7 |
| | 3 | Meningkatnya kualitas dan jumlah wisatawan | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah Wisatawan Mancanegara (Wisman) | Juta Kunjungan | (18) 2,8 - 4,0 | (19) 1,5 | (20) 1,8 – 3,6 | (21) 3,5 – 7,4 | (22,3) 9,5-14,3 | Setmen (Pusdatin) D5 dan D6 |
| | 6 | Rata-rata <i>spending</i> wisman | USD | 1.166,67- 1.213,87 | 1.210 | 1.250 | 1.303 | 1.345 | Setmen (Pusdatin) D3 dan D6 |
| | 7 | Jumlah Wisatawan Nusantara (Wisnus) | Juta Perjalanan | (310) 120-140 | (320-333) 198-220 | (330-355) 633-703 | (340-378) 660-733 | (350-400) 668-742 | Setmen (Pusdatin) D5 dan D6 |

- Penyesuaian Target Wisatawan Nusantara Penyesuaian Target karena perubahan sumber data (dari Survei Rumah Tangga ke Mobile Positioning Data)

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/ SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | UNIT ORGANISASI TERKAIT |
|----|----------------------|---|--------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| | | 4 Meningkatkan indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia | | | | | | | |
| | | 8 Peringkat <i>Travel and Tourism Development Index</i> (TTDI)* | Peringkat | n.a | (34-39) 36-39 | n.a | 29-34 | n.a | D1 |
| | | 9 Jumlah destinasi pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan | Destinasi | - | 19 | 19 | 19 | 19 | D3 |
| | | 5 Bertumbuhnya investasi dan akses pembiayaan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | |
| | | 10 Jumlah investasi pariwisata dan ekonomi kreatif | Miliar USD | 2 | 2.2 | 2.42 | 2.68 | 3 | D4 |
| | | 11 Pembiayaan yang tersalurkan di sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Triliun (Rp) | - | 82,60 | 103,25 | 129,06 | 161,32 | D4 |
| | | 6 Terwujudnya perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif | | | | | | | |
| | | 12 Persentase peningkatan HKI yang dikomersialisasikan | % | - | - | - | 20 | 20 | D7 |
| | | 7 Meningkatnya kapabilitas SDM Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | |
| | | 13 Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata | Juta | (13,0) 10 | (13,5) 14,3 | (14,0) 21,64 | (14,5) 21,93 | (15) 22,08 | Setmen (Pusdatin) D2 |
| | | 14 Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif | Juta | (19,0) 17,25 | (20) 19,19 | (20) 22,29 | (21) 22,59 | (21) 22,74 | Setmen (Pusdatin) D2 |
| | | 15 Jumlah lulusan perguruan tinggi vokasi pariwisata | Orang | 1.500 | 2.646 | 2.694 | 2.804 | 2.897 | PTNP |
| | | 8 Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Bersih | | | | | | | |
| | | 16 Nilai RB Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Nilai | 80 | 77 | 79 | 80 | 81 | Sekretariat Kementerian/ Sekretariat Utama |

*World Economic Forum (WEF) melakukan perubahan *Travel and Tourism Competitiveness Index* menjadi *Travel and Tourism Development Index* pada tanggal 24 Mei 2022.

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/ SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|--|----------------------|---|--------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| A PROGRAM KEPARIWISATAAN DAN EKONOMI KREATIF | | | | | | | | | 1.772.468 | 2.046.841 | 1.676.981 | 2.466.343 | 2.715.909 | |
| | 1 | Peningkatan indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia | | | | | | | 120.648 | 55.202 | 45.843 | 48.885 | 51.740 | DEPUTI BIDANG KEBIJAKAN STRATEGIS |
| | 1 | Implementasi Rencana Aksi Peningkatan Indeks Pembangunan Kepariwisata Indonesia | % | - | - | 70% | 80% | 90% | | | | | | |
| | 2 | Tersedianya regulasi pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kajian | | | | | | | | | | | | |
| | 2 | Regulasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berbasis Kajian | % | - | - | 70% | 80% | 90% | | | | | | |
| | 3 | Dimanfaatkannya Naskah Kebijakan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 3 | Pemanfaatan Naskah Kebijakan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | % | - | - | 70% | 80% | 90% | 442.373 | 262.548 | 324.951 | 347.315 | 382.047 | DEPUTI BIDANG SUMBER DAYA DAN KELEMBAGAAN |
| | 4 | Meningkatnya Kapasitas SDM Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Pertumbuhan Kapasitas Tenaga Kerja Pariwisata | % | - | - | 10 | 15 | 20 | | | | | | |
| | 6 | Pertumbuhan Kapasitas Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif | % | - | - | 15 | 20 | 25 | | | | | | |
| | 7 | SDM Parekraf yang memenuhi Standar Kompetensi Nasional | % | - | 90 | 90 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 5 | Meningkatnya kerjasama kepariwisataan dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 8 | Indeks tindak lanjut kerjasama terkait pariwisata dan ekonomi kreatif | Indeks | 0,25 | 0,30 | 0,35 | 0,40 | 0,45 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|----------------------|--|------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| | | 6 Tersedianya infrastruktur ekonomi kreatif | | | | | | | 146.657 | 494.325 | 312.447 | 470.169 | 517.186 | DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN DESTINASI DAN INFRASTRUKTUR |
| | | 9 Rasio Pemenuhan Infrastruktur Ekraf terhadap Kebutuhan Infrastruktur Ekraf | % | 60 | 70 | 80 | 85 | 85 | | | | | | |
| | | 7 Tersedianya destinasi pariwisata berdasarkan prioritas yang dikembangkan | | | | | | | | | | | | |
| | | 10 Jumlah destinasi pariwisata berdasarkan prioritas yang dikembangkan | Destinasi | 9 | 19 | 19 | 19 | 19 | | | | | | |
| | | 8 Tersedianya destinasi pariwisata yang menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan | | | | | | | | | | | | |
| | | 11 Jumlah destinasi pariwisata yang menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan | Destinasi | 10 | 19 | 19 | 19 | 19 | | | | | | |
| | | 9 Meningkatnya lama tinggal wisatawan mancanegara di destinasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 12 Lama Tinggal (<i>length of stay</i>) wisman di destinasi | Hari | 2,80 | 3-5 | 3-5 | 3-5 | 3-5 | | | | | | |
| | | 10 Meningkatnya kemampuan industri sektor pariwisata dan ekonomi kreatif nasional | | | | | | | 107.260 | 291.051 | 102.000 | 104.600 | 120.060 | DEPUTI BIDANG INDUSTRI DAN INVESTASI |
| | | 13 Rasio usaha bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang terstandardisasi dan tersertifikasi | % | 1 | 1,5 | 2 | 2,5 | 3 | | | | | | |
| | | 11 Meningkatnya investasi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 14 Jumlah investasi pariwisata dan ekonomi kreatif | Miliar USD | 2 | 2.2 | 2.42 | 2.68 | 3 | | | | | | |
| | | 12 Tersedianya akses pembiayaan untuk usaha pariwisata dan ekonomi kreatif nasional | | | | | | | | | | | | |
| | | 15 Rasio usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang mendapat akses pembiayaan terhadap total usaha pariwisata dan ekonomi kreatif | % | 1,8 | 3,69 | 3,88 | 4,17 | 4,6 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|----------------------|--|-----------------|-------------|--------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|---------|---------|---------|-----------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| | | 13 Meningkatnya transaksi produk ekonomi kreatif unggulan | | | | | | | 443.674 | 649.520 | 366.000 | 943.348 | 1.037.647 | DEPUTI BIDANG PEMASARAN |
| | | 16 Jumlah transaksi produk ekonomi kreatif unggulan | Miliar Rupiah | 890 | 438 | 981 | 1079 | 1187 | | | | | | |
| | | 14 Meningkatnya kunjungan wisatawan Mancanegara <i>leisure</i> | | | | | | | | | | | | |
| | | 17 Jumlah Wisatawan Mancanegara (Wisman) <i>Leisure</i> | Juta Kunjungan | 1,904-2,720 | (12,9) 1,0 | (13,6) 1,2 – 2,4 | (14,3) 2,2 – 4,7 | (15,2) 5,9 – 8,7 | | | | | | |
| | | 15 Meningkatnya Perjalanan wisatawan Nusantara | | | | | | | | | | | | |
| | | 18 Jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) | Juta Perjalanan | 120-140 | (144-149,8) 109-121 | (148,5 – 159,7) 285-316 | (153-170,1) 297-330 | (157,5-180) 301-334 | | | | | | |
| | | 16 Meningkatnya citra pariwisata Indonesia | | | | | | | | | | | | |
| | | 19 <i>Brand Awareness Index</i> Pariwisata Indonesia | Skala Likert | - | 3 | 3 | 4 | 4 | | | | | | |
| | | 17 Meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara minat khusus dan bisnis | | | | | | | 439.638 | 155.125 | 344.400 | 361.620 | 397.782 | DEPUTI BIDANG PRODUK WISATA DAN PENYELENGGARAAN EVENT |
| | | 20 Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) minat khusus dan bisnis | Juta Kunjungan | 0,896-1,280 | (6,1) 0,5 | (6,4) 0,6 – 1,2 | (6,7) 1,3 – 3,7 | (7,1) 3,6 – 5,4 | | | | | | |
| | | 18 Meningkatnya Perjalanan wisatawan nusantara | | | | | | | | | | | | |
| | | 21 Jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) | Juta Perjalanan | - | (176 – 183,2) 89 - 99 | (181,5-195,3) 348-387 | (187-207,9) 363-403 | (192,5-220) 367-408 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|----------------------|--|--------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| | | 19 Meningkatnya jumlah produk ekonomi kreatif unggulan | | | | | | | 72.218 | 139.070 | 181.340 | 190.406 | 209.447 | DEPUTI BIDANG EKONOMI DIGITAL DAN PRODUK KREATIF |
| | | 22 Persentase peningkatan Jumlah Produk Ekonomi Kreatif Unggulan | % | - | - | 60 | 62 | 64 | | | | | | |
| | | 20 Meningkatnya kontribusi ekonomi digital sektor parekraf terhadap ekonomi nasional | | | | | | | | | | | | |
| | | 23 Persentase peningkatan Jumlah <i>Start-up</i> Digital yang dikembangkan | % | - | - | 85 | 90 | 95 | | | | | | |
| | | 24 Persentase peningkatan Jumlah Usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang bertransformasi digital | % | - | - | 85 | 90 | 95 | | | | | | |
| | | 21 Terwujudnya perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual produk kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 25 Persentase peningkatan HKI yang dikomersialisasikan | % | - | - | - | 20 | 20 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|----------------------------------|---|----------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 1 | Pengembangan Kajian Strategis | | | | | | | | 24.667 | 24.667 | 17.000 | 17.000 | 17.000 | Direktorat Kajian Strategis |
| | | 1 Tersedianya naskah kebijakan untuk mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah Naskah Kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif yang dihasilkan | Dokumen | 13 | 5 | 5 | 6 | 6 | | | | | | |
| 2 | Pengembangan Manajemen Strategis | | | | | | | | 27.167 | 21.913 | 18.843 | 21.885 | 24.740 | Direktorat Manajemen Strategis |
| | | 1 Terselenggaranya perencanaan strategis kepariwisataan dan ekonomi kreatif berdasarkan praktik-praktik yang baik | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Kesesuaian perencanaan strategis kepariwisataan dan ekonomi kreatif dengan kaidah-kaidah yang berlaku | % | - | - | 80 | 85 | 90 | | | | | | |
| | | 2 Tersedianya perencanaan strategis peningkatan indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 Rekomendasi rencana aksi peningkatan indeks pembangunan kepariwisataan Indonesia | Dokumen | - | - | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 3 | Pengembangan Regulasi | | | | | | | | 8.700 | 8.622 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | Direktorat Regulasi |
| | | 1 Tersedianya <i>draft</i> regulasi pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah <i>draft</i> regulasi pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas | Draft Regulasi | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | | | | | | |
| | | 2 Terselenggaranya <i>review</i> regulasi pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 Jumlah <i>review</i> regulasi yang sudah dilaksanakan | Dokumen | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|--|--|---------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 4 | Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata | | | | | | | | | 135.624 | 132.935 | 98.114 | 107.925 | Direktorat Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata |
| | | 1 | Meningkatnya kapasitas dan kapabilitas SDM Pariwisata | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah SDM Pariwisata yang memperoleh peningkatan kapasitas melalui pelatihan vokasi | Orang | 29.756 | 1.870 | 2.100 | 2.500 | 3.000 | | | | | |
| | | 2 | Jumlah SDM Pariwisata yang memperoleh pemberdayaan | Orang | - | 4.900 | 5.300 | 5.500 | 6.000 | | | | | |
| 5 | Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | 98.813 | 72.923 | 72.923 | 80.216 | Dit. Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif |
| | | 1 | Meningkatkan kapasitas dan kapabilitas SDM Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah SDM Ekraf yang memperoleh peningkatan kapasitas melalui pelatihan vokasi | Orang | 4.750 | 11.250 | 12.750 | 14.025 | 15.428 | | | | | |
| | | 2 | Jumlah SDM Ekraf yang memperoleh pemberdayaan | Orang | - | 1.000 | 4.200 | 4.620 | 5.082 | | | | | |
| 6 | Peningkatan Standardisasi Kompetensi | | | | | | | | | | 85.093 | 142.278 | 156.506 | Direktorat Standardisasi Kompetensi |
| | | 1 | Tersedianya standar kompetensi profesi pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah standar kompetensi profesi SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Dokumen | - | 6 | 6 | 7 | 7 | | | | | |
| | | 2 | Terselenggaranya uji kompetensi SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | |
| | | 2 | Jumlah SDM Parekraf yang mengikuti uji kompetensi | Orang | - | 16.300 | 1.150 | 16.000 | 17.500 | | | | | |
| 7 | Peningkatan Hubungan Antarlembaga | | | | | | | | 26.250 | 28.111 | 34.000 | 34.000 | 37.400 | Direktorat Hubungan Antarlembaga |
| | | 1 | Terbangunnya kerjasama pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------|----|----|-----|-----|-----|--------|---------|--------|---------|---------|--|
| | 1 | Jumlah kerjasama yang disepakati terkait pariwisata dan ekonomi kreatif | MoU | 5 | 7 | 5 | 6 | 7 | | | | | | |
| | 2 | Jumlah tindak lanjut kerjasama terkait pariwisata dan ekonomi kreatif | Kegiatan Implementasi | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | | | | | |
| | 2 | Meningkatnya Kapasitas Kelembagaan | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah kelembagaan parekraf yang ditingkatkan kapasitasnya | Lembaga | - | - | - | 4 | 5 | | | | | | |
| 8 | Peningkatan Infrastruktur Ekonomi Kreatif | | | | | | | | 67.312 | 113.128 | 57.000 | 87.000 | 95.700 | Direktorat Infrastruktur Ekonomi Kreatif |
| | 1 | Terfasilitasinya Pengembangan Kabupaten/Kota Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah kab/kota kreatif yang difasilitasi | Kab/Kota | - | - | 4 | 4 | 5 | | | | | | |
| | 2 | Terpenuhinya infrastruktur ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah fasilitas infrastruktur ekraf | unit | - | - | 216 | 226 | 226 | | | | | | |
| 9 | Peningkatan Tata Kelola Destinasi | | | | | | | | 28.500 | 55.401 | 95.000 | 140.000 | 154.000 | Dit. Tata Kelola Destinasi |
| | 1 | Tersedianya Destinasi pariwisata yang menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah Destinasi pariwisata yang menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan | Destinasi | 10 | 19 | 19 | 19 | 19 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--------------------------|--|--|-----------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 10 | Pengembangan Destinasi I | | | | | | | | 25.345 | 27.620 | 23.000 | 58.800 | 64.680 | Direktorat Pengembangan Destinasi I |
| | | 1 | Terlaksananya pengembangan Destinasi Prioritas dan Destinasi pengembangan di destinasi I | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah destinasi prioritas dan destinasi pengembangan di destinasi I yang dikembangkan | Destinasi | - | 8 | 8 | 8 | 8 | | | | | |

| | | 2 | Meningkatnya lama tinggal wisatawan mancanegara di destinasi I | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|-----------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------------------------------------|
| | | 2 | Lama Tinggal (<i>length of stay</i>) wisman di destinasi I | Hari | 2,87 | 3 -5 | 3 -5 | 3 -5 | 3 -5 | | | | | | |
| 11 | Pengembangan Destinasi II | | | | | | | | | 25.500 | 23.395 | 19.000 | 60.000 | 66.000 | Direktorat Pengembangan Destinasi II |
| | | 1 | Terlaksananya pengembangan destinasi prioritas, destinasi pengembangan, dan destinasi revitalisasi di destinasi II | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah destinasi prioritas, destinasi pengembangan dan destinasi revitalisasi di destinasi II yang dikembangkan | Destinasi | - | 11 | 11 | 11 | 11 | | | | | | |
| | | 2 | Meningkatnya lama tinggal wisman di destinasi II | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 | Lama Tinggal (<i>length of stay</i>) wisman di destinasi II | Hari | 2,92 | 3 -5 | 3 -5 | 3 -5 | 3 -5 | | | | | | |
| No | PROGRAM/KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
| | | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 12 | Badan Otorita Pelaksana Danau Toba | | | | | | | | | 83.418 | 93.692 | 39.447 | 41.419 | 45.561 | Badan Otorita Pelaksana Danau Toba |
| | | 1 | Meningkatnya kunjungan wisman dan wisnus ke Danau Toba | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Danau Toba untuk Segmen Wisman | Kegiatan | - | - | 3 | 5 | 7 | | | | | | |
| | | 2 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Danau Toba untuk Segmen Wisnus | Kegiatan | - | - | 5 | 7 | 11 | | | | | | |
| | | 2 | Bertumbuhnya investasi dan industri pariwisata di Danau Toba | | | | | | | | | | | | |
| | | 3 | Jumlah investasi pariwisata di Danau Toba | Juta USD | 0,2 | 1 | 1,2 | 1,5 | 2 | | | | | | |
| | | 4 | Jumlah usaha pariwisata di Danau Toba | Usaha | 3 | 5 | 8 | 12 | 15 | | | | | | |
| | | 3 | Tersedianya produk pariwisata di Danau Toba | | | | | | | | | | | | |
| | | 5 | Jumlah pengembangan atraksi/daya tarik pariwisata di Danau Toba | Atraksi | 3 | 3 | 4 | 5 | 6 | | | | | | |
| | | 6 | Jumlah pengembangan aksesibilitas dan infrastruktur pariwisata di Danau Toba | Obyek | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 7 | Jumlah pengembangan amenitas pariwisata di Danau Toba | Amenitas | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----------------------|------|------|------|------|------|--|--|--|--|--|--|
| 4 | Meningkatnya kualitas layanan BLU Badan Pelaksana Otorita Danau Toba | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap layanan BLU Badan Pelaksana Otorita Danau Toba | Skala Likert (1 – 4) | 3,10 | 3,20 | 3,30 | 3,40 | 3,50 | | | | | | |
| 5 | Terwujudnya layanan internal berkualitas Badan Pelaksana Otorita Danau Toba | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Indeks kepuasan terhadap layanan keuangan, umum, dan komunikasi publik | Skala Likert (1 – 4) | 3,10 | 3,20 | 3,30 | 3,40 | 3,50 | | | | | | |
| 6 | Meningkatnya koordinasi dengan pemerintah daerah | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Jumlah forum koordinasi dengan Pemda | Forum | - | - | 2 | 2 | 2 | | | | | | |

| N o | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT |
|--------|--|--|----------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | ORGANISASI PELAKSANA |
| 13 | Badan Otorita Pelaksana Labuan Bajo Flores | | | | | | | | 80.700 | 82.901 | 32.000 | 33.600 | 36.960 | Badan Otorita Pelaksana Labuan Bajo |
| | 1 | Meningkatnya kunjungan wisman dan wisnus ke Labuan Bajo-Flores | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Labuan Bajo-Flores untuk Segmen Wisman | Kegiatan | - | - | 1 | 3 | 5 | | | | | | |
| | 2 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Labuan Bajo-Flores untuk Segmen Wisnus | Kegiatan | - | - | 5 | 6 | 8 | | | | | | |
| | 2 | Bertumbuhnya investasi dan industri pariwisata di Labuan Bajo-Flores | | | | | | | | | | | | |
| | 3 | Jumlah investasi pariwisata di Labuan Bajo-Flores | Juta USD | 1 | 3 | 4 | 8 | 15 | | | | | | |
| | 4 | Jumlah usaha pariwisata di Labuan Bajo-Flores | Usaha | 10 | 10 | 15 | 20 | 25 | | | | | | |
| | 3 | Tersedianya produk pariwisata di Labuan Bajo-Flores | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah atraksi/daya tarik pariwisata di Labuan Bajo-Flores | Atraksi | 2 | 3 | 5 | 6 | 8 | | | | | | |
| | 6 | Jumlah amenitas pariwisata di Labuan Bajo-Flores | Unit | 2 | 3 | 5 | 6 | 8 | | | | | | |
| | 7 | Jumlah aksesibilitas pariwisata di Labuan Bajo-Flores | Obyek | 2 | 3 | 5 | 7 | 8 | | | | | | |
| | 4 | Meningkatnya kualitas layanan Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo-Flores | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|---|----------------------|------|------|------|------|------|--|--|--|--|--|--|
| | 8 | Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo-Flores | Skala Likert (1 – 4) | 3,00 | 3,00 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | | | | | | |
| | 5 | Terwujudnya layanan internal berkualitas Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo-Flores | | | | | | | | | | | | |
| | 9 | Indeks kepuasan terhadap layanan keuangan, umum, dan komunikasi public | Skala Likert (1 – 4) | 3,00 | 3,00 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | | | | | | |
| | 6 | Meningkatnya koordinasi dengan pemerintah daerah | | | | | | | | | | | | |
| | 10 | Jumlah forum koordinasi dengan Pemda | Forum | - | - | 2 | 2 | 2 | | | | | | |

| No | PROGRAM /KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|------|----------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------------------------|
| | | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 14 | Badan Otorita Borobudur | | | | | | | | | 76.145 | 98.188 | 47.000 | 49.350 | 54.285 | Badan Otorita Pelaksana Borobudur |
| | 1 | Meningkatnya kunjungan wisman dan wisnus ke Borobudur | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Borobudur untuk Segmen Wisman | | Kegiatan | - | - | 26 | 26 | 26 | | | | | | |
| | 2 | Jumlah Kegiatan Pemasaran Borobudur untuk Segmen Wisnus | | Kegiatan | - | - | 12 | 12 | 12 | | | | | | |
| | 2 | Bertumbuhnya investasi dan industri pariwisata di Borobudur | | | | | | | | | | | | | |
| | 3 | Jumlah investasi pariwisata di Borobudur | | Juta USD | 1 | 3 | 5 | 6 | 6 | | | | | | |
| | 4 | Jumlah usaha pariwisata di Borobudur | | Usaha | 2 | 8 | 10 | 10 | 10 | | | | | | |
| | 3 | Tersedianya produk pariwisata di Borobudur | | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah pengembangan atraksi/daya tarik pariwisata di Borobudur | | Atraksi | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | | | | | | |
| | 6 | Jumlah pengembangan aksesibilitas dan infrastruktur pariwisata di Borobudur | | Obyek | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | |
| 7 | Jumlah pengembangan amenitas pariwisata di Borobudur | | Unit | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------|---|-------------------------|------|------|------|------|------|--|--|--|--|--|
| | 4 | Meningkatnya kualitas layanan Badan Pelaksana Otorita Borobudur | | | | | | | | | | | |
| | 8 | Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Badan Pelaksana Otorita Borobudur | Skala Likert (1 – 4) | 3,00 | 3,00 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | | | | | |
| | 5 | Terwujudnya layanan internal berkualitas Badan Pelaksana Otorita Borobudur | | | | | | | | | | | |
| | 9 | Indeks kepuasan terhadap layanan keuangan, umum, dan komunikasi public | Skala Likert (1 – 4) | 3,00 | 3,00 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | | | | | |
| | 6 | Meningkatnya koordinasi dengan pemerintah daerah | | | | | | | | | | | |
| | 10 | Jumlah forum koordinasi dengan Pemda | Forum | - | - | 2 | 2 | 2 | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---|--|-----------------|--------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------|--------|--------|--------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 15 | Peningkatan Manajemen Industri | | | | | | | | 31.117 | 48.320 | 10.000 | 10.500 | 11.550 | Direktorat Manajemen Industri |
| | | 1 Bertumbuhnya industri pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Persentase rata-rata pertumbuhan pendapatan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang terfasilitasi penguatan rantai pasok industri pariwisata dan ekonomi kreatif | % | - | - | 5 | 5 | 5 | | | | | | |
| | | 2 Jumlah industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang terfasilitasi pendampingan digitalisasi | Industri | - | - | 5 | 5 | 5 | | | | | | |
| 16 | Peningkatan standardisasi dan sertifikasi usaha | | | | | | | | 0 | 64.114 | 50.000 | 50.000 | 60.000 | Direktorat Standardisasi dan Sertifikasi Usaha |
| | | 1 Terbangunnya usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah usaha bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang terstandardisasi dan tersertifikasi | Usaha | 50 | 100 | 500 | 700 | 900 | | | | | | |
| 17 | Peningkatan Manajemen Investasi | | | | | | | | 13.059 | 11.623 | 8.000 | 8.400 | 9.240 | Direktorat Manajemen Investasi |
| | | 1 Meningkatkan investasi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah investasi pariwisata dan ekonomi kreatif | Miliar USD | 2 | 2.2 | 2.42 | 2.68 | 3 | | | | | | |
| 18 | Pengembangan Akses Pembiayaan | | | | | | | | 48.980 | 166.994 | 34.000 | 35.700 | 39.270 | Direktorat Akses Pembiayaan |
| | | 1 Meningkatkan pelaku usaha Parekras yang mendapat akses pembiayaan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah Pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang mendapat akses pembiayaan | Pelaku Usaha | 2.700 | 3.415 | 4.910 | 6.138 | 7.672 | | | | | | |
| | | 2 Tersusunnya skema pembiayaan berbasis Kekayaan Intelektual | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Skema Pembiayaan berbasis Kekayaan Intelektual | Skema | - | - | 1 | 1 | 1 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---------------------------------|---|--------|--------|------|----------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 19 | Komunikasi Pemasaran | | | | | | | | 257.883 | 417.775 | 235.000 | 460.000 | 506.000 | Direktorat Komunikasi Pemasaran |
| | | 1 Meningkatkan <i>Brand Recognition</i> Indonesia | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 <i>Brand Recognition Index</i> Pariwisata Indonesia | Index | - | 3 | 3 | 4 | 4 | | | | | | |
| 20 | Pemasaran Pariwisata Nusantara | | | | | | | | 60.781 | 61.085 | 26.000 | 93.778 | 103.156 | Direktorat Pemasaran Pariwisata Nusantara |
| | | 1 Meningkatnya Wisnus yang akan melakukan perjalanan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah pelaku perjalanan Wisata Nusantara | Orang | | | 169.700.000 | 180.500.000 | 180.600.000 | | | | | | |
| 21 | Pemasaran Pariwisata Regional I | | | | | | | | 43.439 | 76.600 | 36.000 | 166.560 | 183.216 | Direktorat Pemasaran Pariwisata Regional I |
| | | 1 Meningkatnya potensi Wisman Lingkup Regional I yang akan melakukan kunjungan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah potensi Wisman Lingkup Regional I yang akan berkunjung | Orang | - | | 102,796 – 205,592 | 73,070 – 145,290 | 80,377 – 159,819 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA | |
|----|----------------------------------|---|---|---------------|---------------|-----------|-------------------|-------------------|-----------------------------|--------|--------|---------|---------|--|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | | |
| 22 | Pemasaran Pariwisata Regional II | | | | | | | | | 49.260 | 38.000 | 138.600 | 152.460 | Direktorat Pemasaran Pariwisata Regional II | |
| | | 1 | Meningkatnya potensi Wisman Lingkup Regional II yang akan melakukan kunjungan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah potensi Wisman Lingkup Regional II yang akan berkunjung | Orang | - | | 58,237 – 262,069 | 41,379 – 186,207 | 45,517 – 204,828 | | | | | | |
| 23 | Pemasaran Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | 44.800 | 31.000 | 84.410 | 92.815 | Direktorat Pemasaran Ekonomi Kreatif | |
| | | 1 | Meningkatnya transaksi produk ekonomi kreatif nasional | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah transaksi produk ekonomi kreatif unggulan | Miliar Rupiah | 890 | 438 | 981 | 1.079 | 1.187 | | | | | | |
| 24 | Peningkatan Wisata Minat Khusus | | | | | | | | | 22.044 | 46.000 | 48.300 | 53.130 | Direktorat Wisata Minat Khusus | |
| | | 1 | Meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) minat khusus | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) Minat Khusus | Juta Orang | 0,336 – 0,489 | 2,6 (0,2) | 2,7 (0,22 – 0,43) | 2,8 (0,42 – 0,89) | 3 (1,14 – 1,72) | | | | | | |
| | | 2 | Tersedianya produk wisata minat khusus | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 | Jumlah produk wisata minat khusus | Produk | - | 4 | 4 | 4 | 5 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|------------|---------------|------------|-------------------|-------------------|------------------|-----------------------------|--------|---------|---------|---------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 25 | Pengembangan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE) | | | | | | | | 81.300 | 34.561 | 54.000 | 56.700 | 62.370 | Direktorat Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE) |
| | | 1 Meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara pertemuan, insentif, konvensi dan pameran (MICE) | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) pertemuan, insentif, konvensi dan pameran (MICE) | Juta Orang | 0,560 – 0,800 | 3,5 (0,30) | 3,7 (0,36 – 0,72) | 3,9 (0,70 – 1,48) | 4,1 (1,9 – 2,86) | | | | | | |
| | | 2 Terselenggaranya Kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE) | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 Jumlah kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE) | Kegiatan | - | 30 | 50 | 30 | 40 | | | | | | |
| 26 | Pengembangan Event Nasional dan Internasional | | | | | | | | | 17.000 | 65.000 | 68.250 | 75.075 | Direktorat Event Nasional dan Internasional |
| | | 1 Meningkatkan pelaksanaan/pendukung event nasional dan internasional untuk menarik minat wisatawan nusantara | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah event nasional dan internasional untuk menarik minat wisatawan nusantara | Event | - | 20 | 23 | 23 | 28 | | | | | | |
| | | 2 Meningkatkan pelaksanaan/pendukung Event Internasional untuk menarik wisatawan mancanegara | | | | | | | | | | | | |
| | | 2 Jumlah event pariwisata internasional untuk menarik wisatawan mancanegara | Event | - | 5 | 7 | 7 | 9 | | | | | | |
| 27 | Penyelenggaraan Event Daerah | | | | | | | | | 81.520 | 162.400 | 107.000 | 207.207 | Direktorat Event Daerah |
| | | 1 Peningkatan kualitas Event Daerah untuk menarik wisatawan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Jumlah event daerah yang ditingkatkan kualitas penyelenggaraannya untuk menarik wisatawan | Event | - | 40 | 60 | 50 | 80 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA | |
|----|--|---|---|----------|------|------|------|-------|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|--|------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | | |
| 28 | Pengembangan Tata Kelola Ekonomi Digital | | | | | | | | | 34.882 | 10.000 | 10.500 | 11.550 | Direktorat Tata Kelola Ekonomi Digital | |
| | | 1 | Meningkatnya Kontribusi Ekonomi Digital sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terhadap Ekonomi Nasional | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah start up digital yang dikembangkan | Start-up | - | 35 | 200 | 300 | 400 | 3.400.000 | 8.200.000 | 16.400.000 | 24.600.000 | | 32.800.000 |
| | | 2 | Jumlah Usaha parekras yang bertransformasi digital | Usaha | - | 200 | 3000 | 4.000 | 5.000 | 3.000.000 | 6.000.000 | 9.000.000 | 12.000.000 | | 15.000.000 |
| 29 | Pengembangan Aplikasi, Permainan, Televisi, dan Radio | | | | | | | | | 37.153 | 22.034 | 23.135 | 25.449 | Direktorat Aplikasi Permainan, Televisi, dan Radio | |
| | | 1 | Meningkatnya Jumlah kreatif unggulan pada subsektor Aplikasi, Permainan, Televisi dan Radio yang mendapatkan fasilitasi pendampingan dan inkubasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah produk kreatif unggulan pada subsektor Aplikasi, Permainan, Televisi, dan Radio | Produk | - | 12 | 15 | 18 | 20 | 0 | 8.784.000 | 13.176.000 | 17.568.000 | | 21.960.000 |
| 30 | Pengembangan Kuliner, Kriya, Desain, dan Fesyen | | | | | | | | | 39.201 | 92.400 | 97.020 | 106.722 | Direktorat -Kuliner, Kriya, Desain, dan Fesyen | |
| | | 1 | Meningkatnya jumlah Produk kreatif unggulan sub sektor Kuliner, Kriya, Desain Interior, Arsitektur, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk dan Fesyen yang mendapat pendampingan dan inkubasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah produk kreatif unggulan sub sektor Kuliner, Kriya, Desain interior, Arsitektur, Desain komunikasi visual, Desain produk dan Fesyen yang mendapat pendampingan dan inkubasi (produk) | Produk | - | 13 | 40 | 50 | 50 | 12.767.619 | 28.860.789 | 31.351.197 | 37.621.436 | | 45.145.723 |
| 31 | Pengembangan Musik, Film, dan Animasi | | | | | | | | 18.055 | 27.834 | 47.906 | 50.301 | 55.331 | Direktorat Musik, Film, dan Animasi | |
| | | 1 | Meningkatnya jumlah Produk kreatif unggulan sub sektor Seni Musik, Film, Animasi, Video, Fotografi, Periklanan, Penerbitan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa yang mendapat pendampingan dan inkubasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah Produk kreatif unggulan sub sektor Seni Musik, Film, Animasi, Video, Fotografi, Periklanan, Penerbitan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa yang mendapat pendampingan dan inkubasi (produk) | Produk | - | 30 | 35 | 40 | 45 | 6.500.000 | 11.109.400 | 10.156.000 | 12.500.000 | | 15.000.000 |
| 32 | Peningkatan Pengembangan Kekayaan Intelektual Industri Kreatif | | | | | | | | - | - | 9.000 | 9.450 | 10.395 | Direktorat Pengembangan Kekayaan Intelektual Industri Kreatif | |
| | | 1 | Meningkatnya pengakuan Kekayaan Intelektual bidang ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Jumlah produk ekonomi kreatif yang mendapat fasilitasi pendaftaran Kekayaan Intelektual | Produk | - | 300 | 400 | 1.000 | 1.200 | 5.800 | 3.100 | 3.500 | 3.850 | | 4.235 |
| | | 2 | Jumlah pelaku ekonomi kreatif yang mendapat fasilitasi konsultasi Hak Kekayaan Intelektual | Orang | - | 60 | 460 | 490 | 800 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|-----|---|---|---|----|----|--|--|--|--|--|
| | 2 | Meningkatnya jumlah HKI yang dikomersialisasikan | | | | | | | | | | | |
| | 2 | Jumlah Kekayaan Intelektual yang dikomersialisasikan | HKI | - | - | - | 10 | 12 | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---|--|--------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| B | PROGRAM DUKUNGAN MANAJEMEN DAN PELAKSANAAN TUGAS TEKNIS LAINNYA KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF / BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF | | | | | | | | 846.097 | 827.111 | 800.355 | 849.565 | 932.104 | |
| | | 1 Terwujudnya Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Bersih di Sekretariat Kementerian / Sekretariat Utama | | | | | | | | | | | | SEKRETARIAT KEMENTERIAN / SEKRETARIAT UTAMA |
| | | 1 Nilai Reformasi Birokrasi | Nilai | - | 77 | 79 | 80 | 81 | | | | | | |
| | | 2 Nilai Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik | Nilai | - | 2,50 | n.a | 2,90 | n.a | | | | | | |
| | | 3 Nilai Maturitas Sistem Pengadaan Intern Pemerintah | Nilai | - | 3,34 | 3,4 | 3,5 | 3,6 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|----------------------|--|----------------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| | | 1 Terwujudnya Peran Pengawasan Internal untuk Peningkatan Akuntabilitas Pencapaian Tujuan Kemenparekraf/Baparekraf | | | | | | | 30.000 | 30.150 | 34.673 | 41.607 | 52.009 | INSPEKTORAT UTAMA |
| | | 1 Nilai Indeks Kualitas Pengawasan Akuntabilitas Keuangan | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 2 Nilai Indeks Kualitas Pengawasan Akuntabilitas Kinerja | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 3 Nilai Indeks Kualitas Pemberian Konsultasi Pengadaan Barang dan Jasa | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 81 | 82 | 83 | 84 | | | | | | |
| | | 4 Nilai Indeks Kuaitas Layanan Internal | Nilai (Bobot Maksimal 4) | - | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

* Sesuai dengan Peraturan Menteri PANRB N0 26 Tahun 2020 Tentang Pedoman Evaluasi Pelaksanaan Reformasi Birokrasi

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---|--------------------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 33 | Peningkatan Layanan Administrasi Umum, Hukum dan Pengadaan | | | | | | | | 209.432 | 185.989 | 200.912 | 210.957 | 232.053 | Biro Umum, Hukum dan Pengadaan |
| | | 1 | Meningkatnya layanan pengelolaan BMN, fasilitasi produk hukum dan Pengadaan | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Persentase penyelesaian deregulasi kebijakan | % | - | 65 | 70 | 75 | 80 | | | | | |
| | | 2 | Kualitas pengelolaan arsip | Skala (0-100) | - | 80 | 82 | 84 | 85 | | | | | |
| | | 3 | Persentase layanan pengadaan barang dan jasa secara elektronik | % | - | 91 | 92 | 93 | 95 | | | | | |
| | | 4 | Kualitas pengelolaan aset | Skala (0-100) | - | 80 | 81 | 83 | 85 | | | | | |
| | | 2 | Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Umum, Hukum dan Pengadaan | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Tingkat kepuasan satker terhadap layanan Biro Umum Hukum, dan Pengadaan | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---------------------------------------|---|--------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|-------------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 34 | Pengembangan Perencanaan dan Keuangan | | | | | | | | 258.237 | 232.164 | 256.589 | 269.418 | 296.360 | Biro Perencanaan dan Keuangan |
| | | 1 Meningkatkan pengelolaan perencanaan dan keuangan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Nilai penguatan akuntabilitas kinerja instransi pemerintah yang menjadi kewenangan Biro Perencanaan dan Keuangan | Skor (0-100) | - | 75,5 | 76 | 76,5 | 77 | | | | | | |
| | | 2 Nilai Kinerja Anggaran | Skor (0-100) | - | 89 | 90 | 91 | 92 | | | | | | |
| | | 3 Nilai Indeks pengendalian Internal atas Pelaporan Keuangan | Skor (0-100) | - | 90 | 91 | 92 | 93 | | | | | | |
| | | 4 Kualitas Pelaksanaan penilaian mandiri penyelenggaraan sistem pengendalian intern pemerintah | Skor (0-100) | - | 70 | 75 | 80 | 85 | | | | | | |
| | | 2 Meningkatkan kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Perencanaan dan Keuangan | | | | | | | | | | | | |
| | | 5 Tingkat kepuasan satker terhadap layanan Biro Perencanaan dan Keuangan | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|--|--|--------------------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 35 | Peningkatan Layanan Sumber Daya Manusia dan Organisasi | | | | | | | | 25.000 | 25.000 | 19.270 | 20.233 | 22.256 | Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi |
| | | 1 | Meningkatnya pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Organisasi | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Nilai Sistem Merit | Nilai (0-400) | - | 265 | 280 | 300 | 325 | | | | | |
| | | 2 | Nilai profesionalitas ASN | Nilai (0-100) | - | 65 | 70 | 75 | 82 | | | | | |
| | | 3 | Survey Internal Kapasitas Organisasi dan Integritas Jabatan | Skala (0-5) | - | 3,9 | 4,3 | 4,7 | 5 | | | | | |
| | | 2 | Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi | | | | | | | | | | | |
| | | 4 | Tingkat kepuasan satker terhadap layanan Biro SDM dan Organisasi | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---------------------------------------|---|--------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 36 | Peningkatan Layanan Komunikasi Publik | | | | | | | | 78.500 | 65.000 | 60.000 | 63.000 | 69.300 | Biro Komunikasi |
| | | 1 Meningkatnya kualitas layanan komunikasi publik | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Indeks kualitas layanan publik | Skala Likert (1-4) | - | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | | | | | | |
| | | 2 Indeks tingkat kepatuhan standar pelayanan | % | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 2 Terwujudnya citra positif Kemenparekraf/Baparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional | | | | | | | | | | | | |
| | | 3 Rasio berita positif terkait Kemenparekraf/Baparekraf terhadap total berita terkait Kemenparekraf/Baparekraf yang di publikasikan pada media cetak, elektronik dan online di nasional dan internasional | % | - | 78 | 83 | 87 | 90 | | | | | | |
| | | 3 Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf/Baparekraf | | | | | | | | | | | | |
| | | 4 Nilai keterbukaan informasi publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Skor (0-100) | 80 | 90 | 91 | 92 | 93 | | | | | | |
| | | 4 Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 5 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan Biro Komunikasi | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|----------------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 37 | Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas I | | | | | | | | 15.000 | 19.201 | 15.483 | 16.257 | 17.883 | Inspektorat I |
| | 1 | Terwujudnya peran pengawasan internal untuk peningkatan akuntabilitas pencapaian tujuan Kemenparekraf/Baparekraf / Baparekraf sesuai Tugas dan Fungsi Inspektorat I | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Nilai Indeks Reviu Laporan Keuangan Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 2 | Nilai Indeks Evaluasi Pertanggungjawaban Keuangan Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 3 | Nilai Indeks Audit Pengawasan Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 4 | Nilai Indeks Reviu Anggaran Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 5 | Nilai Indeks Reviu Laporan Kinerja Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 6 | Nilai Indeks Evaluasi SAKIP Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 7 | Nilai Indeks Penjaminan Kualitas SPIP Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | 8 | Nilai Indeks Konsultasi Pengadaan Barang dan Jasa Lingkup Inspektorat I | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 81 | 82 | 83 | 84 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---|---|--|----------------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| | | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 38 | Pengawasan dan Peningkatan Akuntabilitas II | | | | | | | | | 15.000 | 19.201 | 15.483 | 16.257 | 17.883 | Inspektorat II |
| | 1 | Terwujudnya peran pengawasan internal untuk peningkatan akuntabilitas pencapaian tujuan Kemenparekraf/Baparekraf sesuai Tugas dan Fungsi Inspektorat II | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Nilai Indeks Reviu Laporan Keuangan Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 2 | Nilai Indeks Evaluasi Pertanggungjawaban Keuangan Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 3 | Nilai Indeks Audit Pengawasan Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 4 | Nilai Indeks Reviu Anggaran Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 5 | Nilai Indeks Reviu Laporan Kinerja Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 6 | Nilai Indeks Evaluasi SAKIP Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 7 | Nilai Indeks Penjaminan Kualitas SPIP Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 80 | 81 | 82 | 83 | | | | | | |
| | | 8 | Nilai Indeks Konsultasi Pengadaan Barang dan Jasa Lingkup Inspektorat II | Nilai (Bobot Maksimal 100) | - | 81 | 82 | 83 | 84 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---|--|-----------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 39 | Peningkatan Layanan Data dan Informasi | | | | | | | | 93.500 | 72.000 | 44.387 | 46.606 | 51.266 | Pusat Data dan Sistem Informasi |
| | | 1 Tersedianya data dan informasi untuk mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Nilai Penilaian Mandiri SPBE Kemenparekraf/Baparekraf | Indeks Internal (1-5) | - | 2,5 | 2,75 | 3,0 | 3,25 | | | | | | |
| | | 2 Indeks Kualitas Layanan Jaringan Sistem Informasi | % | - | 80 | 85 | 90 | 95 | | | | | | |
| | | 3 Indeks Kualitas Layanan Data dan Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Skala Likert (1-4) | - | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | | | | | | |
| | | 2 Meningkatnya Kepuasan Unit Eselon I Terhadap Layanan Pusat Data dan Sistem Informasi | | | - | | | | | | | | | |
| | | 4 Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Layanan Pusata Data dan Sistem Informasi | Skala Likert (1-4) | - | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
| 40 | Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | 30.000 | 30.000 | 20.000 | 21.000 | 23.100 | Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif |
| | | 1 Meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Persentase Jumlah Lulusan Program Pelatihan Manajerial, Fungsional, Teknis dan Sosio Kultural bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | % | - | 80 | 85 | 85 | 85 | | | | | | |
| | | 2 Jumlah Program Lembaga Pelatihan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang Terakreditasi | Sertifikat | - | n.a | 3 | 3 | 3 | | | | | | |
| | | 3 Persentase Jumlah ASN Jabatan Fungsional Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | % | - | 80 | 85 | 85 | 85 | | | | | | |
| | | 4 Jumlah pedoman teknis Pengelolaan JF Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dihasilkan | Dokumen | - | 3 | 3 | 3 | 3 | | | | | | |
| | | 5 Jumlah pedoman teknis dalam penyelenggaraan dan peningkatan kualitas mutu pengelolaan PTNP Kemenparekraf/Baparekraf | Dokumen | - | 3 | 3 | 3 | 3 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--------------------|---|-----|-----|-----|-----|--|--|--|--|--|--|
| | 6 | Jumlah Layanan Pembinaan Pendidikan Tinggi Negeri Pariwisata | Kegiatan | - | 6 | 6 | 6 | 6 | | | | | | |
| | 2 | Meningkatnya Kepuasan Unit Eselon I terhadap Layanan Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Layanan Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Skala Likert (1-4) | - | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|---|---|--------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 41 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Kebijakan Strategis | | | | | | | | 18.215 | 28.971 | 24.180 | 24.180 | 24.180 | Sekretariat Deputi Bidang Kebijakan Strategis |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Kebijakan Strategis | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Kebijakan Strategis | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
| 42 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan | | | | | | | | 15.100 | 25.358 | 22.954 | 27.441 | 30.186 | Sekretariat Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
| 43 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur | | | | | | | | 19.000 | 29.500 | 24.668 | 27.400 | 30.140 | Sekretariat Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|--|--|--|--|
| | 1 | Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
|--|---|--|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|--|--|--|--|

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|--|--------------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|---|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 44 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Industri dan Investasi | | | | | | | | 18.052 | 22.450 | 20.592 | 21.621 | 23.783 | Setdep Bid. Industri dan Investasi |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Industri dan Investasi | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Setdep Bidang Industri dan Investasi | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
| 45 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Pemasaran | | | | | | | | 15.061 | 29.141 | 26.922 | 33.814 | 37.195 | Setdep Bid. Pemasaran |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Pemasaran | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Setdep Bidang Pemasaran | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |
| 46 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Events) | | | | | | | | 16.000 | 17.875 | 25.922 | 27.218 | 29.939 | Setdep Bid. Produk Wisata & Penyelenggara Kegiatan (Events) |
| | | 1 Meningkatkan kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Events) | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Setdep Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Events) | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| 47 | Dukungan Manajemen dan Dukungan Teknis Lainnya Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Ekonomi Kreatif | | | | | | | | 20.000 | 25.261 | 23.013 | 24.163 | 26.580 | Setdep Bid. Ekonomi Digital & Produk Ekonomi Kreatif |
| | 1 | Meningkatnya kepuasan Satker terhadap layanan internal Sekretariat Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan internal Setdep Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif | Skala Likert (1-4) | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|---|----------------------|---|---------------|--------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| C PROGRAM PENDIDIKAN DAN PELATIHAN VOKASI | | | | | | | | | 782,287 | 994,156 | 1,022,002 | 1,073,103 | 1,180,413 | |
| | 1 | Meningkatnya kapabilitas SDM Kepariwisataan | | | | | | | | | | | | Sekolah Tinggi dan Politeknik Pariwisata |
| | 1 | Jumlah lulusan perguruan tinggi vokasi pariwisata | Orang | 1.500 | 2.646 | 2.694 | 2.804 | 2.897 | | | | | | |
| 48 Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | | 115.323 | 79.337 | 195.639 | 205.421 | 225.963 | Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung |
| | 1 | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 70 | 70 | 80 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 90 | 90 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 93,20 | 94,10 | 95,20 | 95,50 | 96,30 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 504 | 504 | 670 | 670 | 670 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | 14 | 14 | 14 | 17 | 18 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 79 | 82 | 85 | 87 | 90 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---------------|--------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 49 | Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | 100.726 | 165.170 | 154.408 | 162.128 | 178.341 | Politeknik Pariwisata Makassar |
| | 1 | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 90 | 95 | 95 | 100 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 50 | 90 | 90 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiwa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 530 | 2.850 | 2.850 | 3.000 | 3.000 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | - | 6 | 6 | 7 | 8 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 85 | 85 | 95 | 95 | 100 | | | | | | |

| No | PROGRAM /KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|-----------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 50 | Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | 118.442 | 177.716 | 144.332 | 151.549 | 166.704 | Politeknik Pariwisata Medan |
| | 1 | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 52 | 60 | 66 | 70 | 75 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 85 | 85 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 90 | 90 | 91 | 92 | 93 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiwa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 447 | 380 | 390 | 390 | 400 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | - | 0 | 3 | 3 | 3 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 80 | 60 | 87 | 88 | 90 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 51 | Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | 179.928 | 164.351 | 138.673 | 145.607 | 160.167 | Politeknik Pariwisata Palembang |
| | 1 | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 6 | 9 | 9 | 9 | 9 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 85 | 50 | 50 | 80 | 80 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 50 | 50 | 80 | 80 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 99 | 99 | 99 | 99 | 99 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiwa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 146 | 260 | 259 | 307 | 346 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | - | 0 | 1 | 1 | 2 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 70 | 70 | 75 | 85 | 85 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|------------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 52 | Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | 111.689,67 | 215.973 | 138.560 | 145.488 | 160.037 | Politeknik Pariwisata Lombok |
| | | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 3 | 6 | 5 | 4 | 4 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 75 | 80 | 80 | 90 | 95 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 60 | 70 | 75 | 80 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 90 | 93 | 95 | 97 | 100 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiwa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 555 | 358 | 212 | 269 | 242 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | - | 1 | 2 | 4 | 4 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 71 | 75 | 79 | 83 | 89 | | | | | | |

| No | PROGRAM/ KEGIATAN | SASARAN PROGRAM (OUTCOME)/SASARAN KEGIATAN (OUTPUT)/INDIKATOR | SATUAN | TARGET | | | | | ALOKASI (dalam juta rupiah) | | | | | UNIT ORGANISASI PELAKSANA |
|----|--|---|---------------|--------|------|------|------|------|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------------------------------|
| | | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 53 | Pengembangan Pendidikan Tinggi Bidang Pariwisata | | | | | | | | 156.879 | 191.609 | 250.390 | 262.910 | 289.201 | Politeknik Pariwisata Bali |
| | 1 | Terwujudnya tri dharma perguruan tinggi di lingkup Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | Waktu tunggu maksimal lulusan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata untuk terserap di sektor pariwisata | Bulan | 2,95 | 6 | 5 | 4 | 3 | | | | | | |
| | 2 | Rasio penelitian kepariwisataan yang dimanfaatkan terhadap total penelitian yang dihasilkan | % | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | | | | | | |
| | 3 | Rasio pengabdian kepada masyarakat yang dimanfaatkan terhadap total pengabdian yang dihasilkan | % | - | 90 | 90 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 2 | Terwujudnya pelaksanaan program pendidikan yang produktif di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 4 | Rasio lulusan (output) terhadap mahasiswa baru (input) | % | 90 | 90 | 90 | 90 | 90 | | | | | | |
| | 3 | Meningkatnya kompetensi mahasiwa Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata sesuai dengan skema kualifikasi | | | | | | | | | | | | |
| | 5 | Jumlah mahasiswa pendidikan vokasi Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata yang tersertifikasi kompetensi sesuai skema kualifikasi | Mahasiswa | 3.000 | 650 | 650 | 600 | 600 | | | | | | |
| | 4 | Terwujudnya Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata menjadi perguruan tinggi yang bermutu | | | | | | | | | | | | |
| | 6 | Jumlah Program Studi Perguruan Tinggi yang terakreditasi | Program studi | - | 8 | 8 | 9 | 9 | | | | | | |
| | 5 | Terselenggaranya kerjasama kepariwisataan di Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata | | | | | | | | | | | | |
| | 7 | Rasio kerjasama yang ditindaklanjuti terhadap kerjasama yang disepakati | % | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | | | | | | |

Lampiran 2: Matriks Kerangka Regulasi

| No. | Arah Kerangka Regulasi dan/atau Kebutuhan Regulasi | Urgensi Pembentukan Berdasarkan Evaluasi Regulasi Eksisting, Kajian dan Penelitian | Unit Penanggungjawab | Unit Terkait/ Institusi | Target Penyelesaian |
|-----|--|--|--|---|---------------------|
| 1. | Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata | Rancangan Peraturan Pemerintah ini merupakan usulan perubahan dari PP Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata. | 1. Deputi Bidang Kebijakan Strategis; 2. Deputi Bidang Industri dan Investasi | 1. Kementerian Ketenagakerjaan 2. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi 3. Badan Nasional Sertifikasi Profesi | 2022 |
| 2. | Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2026 - 2045 | PP No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2025 akan berakhir masa berlakunya pada Tahun 2025. Di sisi lain, RIPPARNAS menjadi rujukan dalam penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah. Untuk itu diperlukan perubahan ataupun penyusunan kembali RIPPARNAS untuk periode berikutnya. | Deputi Bidang Kebijakan Strategis | 1. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi 2. Kementerian PPN/BAPPENAS | 2024 |

| | | | | | |
|----|---|---|-----------------------------------|--|-----------|
| 3. | Rancangan Peraturan Presiden (Rperpres) tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif | Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Pasal 25 menyatakan bahwa Ekonomi Kreatif dilaksanakan berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif yang merupakan bagian integral dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional. Pengembangan Ekonomi Kreatif dituangkan dalam Rencana Induk Ekonomi Kreatif dan dijadikan pedoman bagi Pemerintah. Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2018-2025 yang ditetapkan dengan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 ditetapkan lebih dahulu dari Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang EKonomi Kreatif sehingga Perpres tentang Rencana Induk Pengembangan Ekraf tersebut perlu dilakukan penyelarasan terhadap materi muatannya dengan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. | Deputi Bidang Kebijakan Strategis | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. 2. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan 3. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian 4. Kementerian PPN/BAPPENAS, 5. Kementerian Dalam Negeri. 6. Kementerian Ketenagakerjaan 7. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, | 2021-2022 |
|----|---|---|-----------------------------------|--|-----------|

| | | | | | |
|----|--|---|---|--|-----------|
| | | | | Riset dan Teknologi | |
| 4. | Rancangan Peraturan Presiden (RPerpres) tentang <i>Integrated Tourism Masterplan/RIDPN</i> | Rancangan Peraturan Pemerintah ini disusun sesuai dengan arahan Bapak Presiden mengenai 10 Destinasi Pariwisata Prioritas pada Rapat Terbatas tanggal 21 November 2019 dan 10 Desember 2019 mengenai 10 (sepuluh) Destinasi Pariwisata Prioritas yang telah dituangkan dalam Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Deputi Bidang Kebijakan Strategis 2. Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi 2. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat 3. Kementerian PPN/BAPPENAS | 2022-2024 |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|------|
| 5. | Rancangan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Tata Cara Pelibatan Pemangku Kepentingan, Pemantauan, Evaluasi, dan Pelaporan Pelaksanaan Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Tramena | Pada tanggal 9 September 2021, telah ditetapkan Peraturan Presiden Nomor 84 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Tramena Tahun 2020-2024 yang merupakan pedoman bagi Kementerian/Lembaga untuk mempercepat pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas Lombok-Gili Tramena secara terpadu dan menyeluruh maka perlu penguatan dalam Tata Cara Pelibatan Pemangku Kepentingan, Pemantauan, Evaluasi, dan Pelaporan Pelaksanaan Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Tramena. | Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi 2. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat 3. Kementerian PPN/BAPPENAS | 2022 |
|----|--|--|--|--|------|



wonderful
indonesia

