

PETA JALAN TRANSFORMASI DIGITAL EKONOMI KREATIF

SUB-SEKTOR
KULINER



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Republik Indonesia



Universitas Sebelas Maret
Surakarta

2022

ROADMAP TRANSFORMASI DIGITAL

Sub-sektor Kuliner

PENGARAH

Selliane Halia Ishak, S.Kom., M.Si

Dr. Mardiyana, M.Si

M. Azhar Iskandar Zainal, BA (Hons), MBA

Neli Yana, S.Sos., M.Si

PENGEMBANG

Khresna Bayu Sangka, S.E, M.M., Ph.D., CMILT

Dr. Karsono, S.Sn., M.Sn

Dr. Djono, M.Pd

Prof. Dr. Slamet Subiyantoro, M.Si

Jalu Aji Prakoso, S.E., M.Ec.Dev

Muhammad Yudha Faizal, S.T., M.URP

Rochman Hadi Mustofa, S.Pd., M.Pd.

Agus Tri Haryanto, S.Kom., M.Cs



Daftar Isi Laporan

- 01** Kondisi Masyarakat Saat Ini
- 02** Karakteristik Responden
- 03** Permasalahan dan Kesiapan
- 04** Roadmap Transformasi Digital



KONDISI MASYARAKAT SAAT INI

"Kondisi masyarakat Indonesia yang saat ini sudah mulai memasuki era teknologi digital adalah pasar besar bagi produk-produk yang juga dikemas secara digital."

Hal ini dikuatkan oleh kenyataan bahwa masyarakat Indonesia sudah mampu dan terbiasa beradaptasi dalam ekosistem ekonomi digital di beberapa sektor. Misalnya di sektor transportasi, banyak layanan produk jasa yang dikonsumsi masyarakat setiap hari. Selain itu, pada sektor finansial, produk-produk jasa layanan keuangan dan perbankan juga banyak tersedia dan dikonsumsi secara aktif oleh masyarakat dengan berbagai platform serta aplikasi. Pada sektor kebutuhan primer mencakup sandang, pangan, dan papan, banyak juga produk-produk yang dikemas dan didistribusikan memanfaatkan platform digital, bahkan berpeluang mendisrupsi pasar tradisional. Artinya, masyarakat Indonesia dengan jumlah yang besar dan tersebar di berbagai wilayah adalah konsumen berbagai produk digital, menyamping produk tersebut mampu memberikan kontribusi, dibutuhkan bagi kehidupan, dan atau menawarkan kebaruan dalam mengadaptasi perkembangan zaman.

"Kondisi masyarakat yang mulai memasuki ekosistem digital tersebut dalam kenyataannya tidak beriringan dengan perkembangan ekosistem digital dalam industri kreatif di Indonesia."

Realitas ini dapat ditemui misalnya dalam industri kreatif pada subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor musik. Indikator belum terbentuknya ekosistem digital yang komprehensif pada ketiga subsektor di atas dapat dilihat dalam proses produksi, distribusi, maupun tata kelola pendapatan yang diperoleh dari kegiatan ekonomi yang dilakukan. Dalam proses produksi dapat ditemukan kenyataan bahwa pada ketiga subsektor tersebut pengemasan produk yang berbasis teknologi digital masih terbangun secara parsial dan fragmentatif baik dalam konteks kewilayahan, jenis produk, hingga kualitas produksinya. Pada beberapa kenyataan memang sudah terdapat produk-produk kriya, kuliner, maupun musik yang sepenuhnya memasuki ekosistem digital, namun produk-produk tersebut umumnya merupakan produk mutakhir yang berbasis pada kultur modern. Sementara produk kreatif berbasis warisan dan potensi budaya lokal Indonesia masih belum dikemas dalam standar industri yang baku.

Kondisi fragmentatif dan parsial tersebut terjadi juga dalam aktivitas distribusi produk industri kreatif berbasis budaya, di mana dapat dilihat kenyataan bahwa belum banyak produk digital dari ketiga subsektor di atas yang terdistribusi dengan memanfaatkan teknologi digital. Padahal jika dicermati, teknologi digital menyediakan peluang dan potensi yang besar untuk dimanfaatkan sebagai sarana distribusi karena karakteristiknya yang lentur dan dapat menjangkau masyarakat secara luas. Selain itu, produk kreatif berbasis budaya sesungguhnya memiliki potensi yang besar untuk didistribusikan meluas, baik secara lokal, nasional, bahkan internasional. Keragaman budaya suku bangsa dan komunitas di Indonesia adalah sumber produk kreatif yang melimpah dan memiliki daya tarik karena keunikan bentuk dan tentunya keunikan ide, gagasan, serta aspek filosofis yang melingkupinya.



Ekosistem digital yang belum sepenuhnya dapat terbangun dalam aktivitas ekonomi kreatif disebabkan oleh faktor ketimpangan literasi digital pelaku ekonomi kreatif yang dalam perspektif Hobbs (2010: 19) mencakup: peluang akses, kemampuan analisis dan evaluasi, keterampilan penciptaan konten (content create), kemauan merefleksi, dan semangat melakukan aksi. Untuk mengatasi permasalahan ketimpangan tersebut maka perlu disusun peta jalan transformasi digital aktivitas ekonomi kreatif, terutama pada subsektor kriya, kuliner, dan musik.

"Penyusunan peta jalan didasarkan pada realitas kondisi eksisting aktivitas ekonomi kreatif digital yang sudah saat ini mulai terbentuk di Indonesia."

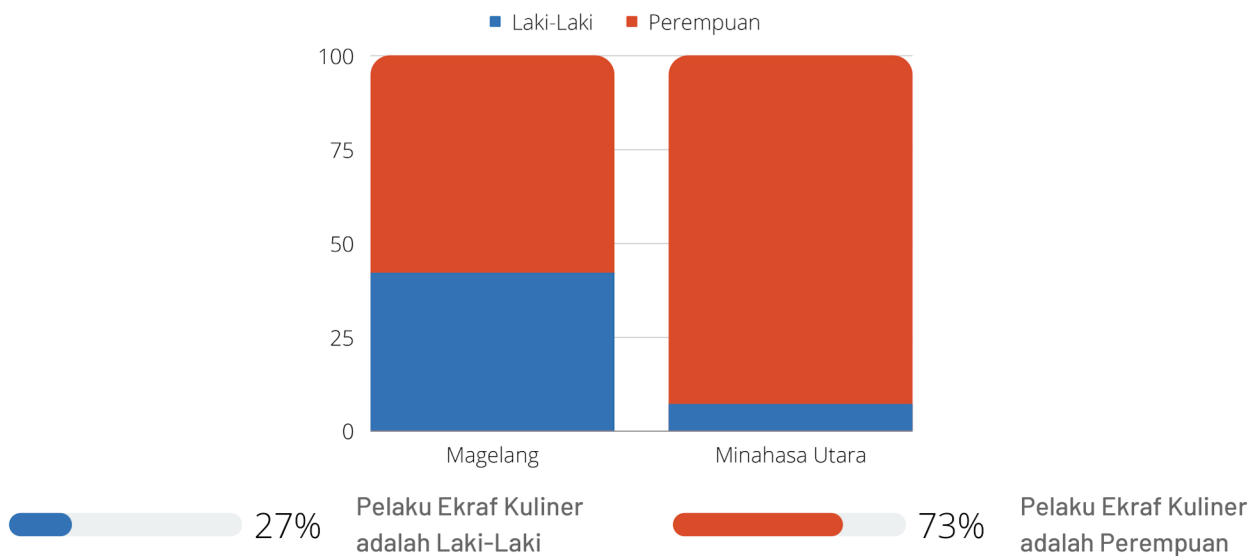
Secara khusus, pada bagian selanjutnya diuraikan hasil analisis terhadap kondisi eksisting aktivitas ekonomi digital pada subsektor musik di dua wilayah daerah pariwisata super prioritas yaitu Magelang dan Minahasa Utara. Hasil analisis tersebut dapat menjadi acuan dasar penyusunan peta jalan transformasi digital ekonomi kreatif, khususnya pada subsektor musik.

Karakteristik Responden

Bagian ini akan menjelaskan secara umum gambaran persebaran atau distribusi data yang diperoleh. Informasi yang akan dijabarkan ke dalam bentuk infografis pada bagian ini meliputi Gender, Lama Berbisnis, Omset, Tingkat Pendidikan, dan Jangkauan Pemasaran. Dengan memberikan gambaran dasar mengenai karakter responden yang ada, diharapkan mampu memberikan sebuah *baseline* kondisi yang akan dihadapi kedepannya.

Gender Pelaku Ekraf

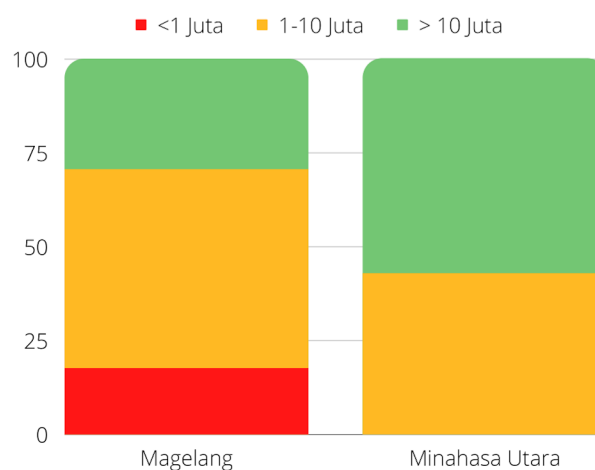
Distribusi gender pelaku ekraf sub-sektor kuliner dalam persen (%)



Berdasarkan data yang masuk, di kedua wilayah menunjukkan dominasi gender laki-laki yang menjalankan usaha ekonomi kreatif di sub-sektor kuliner.

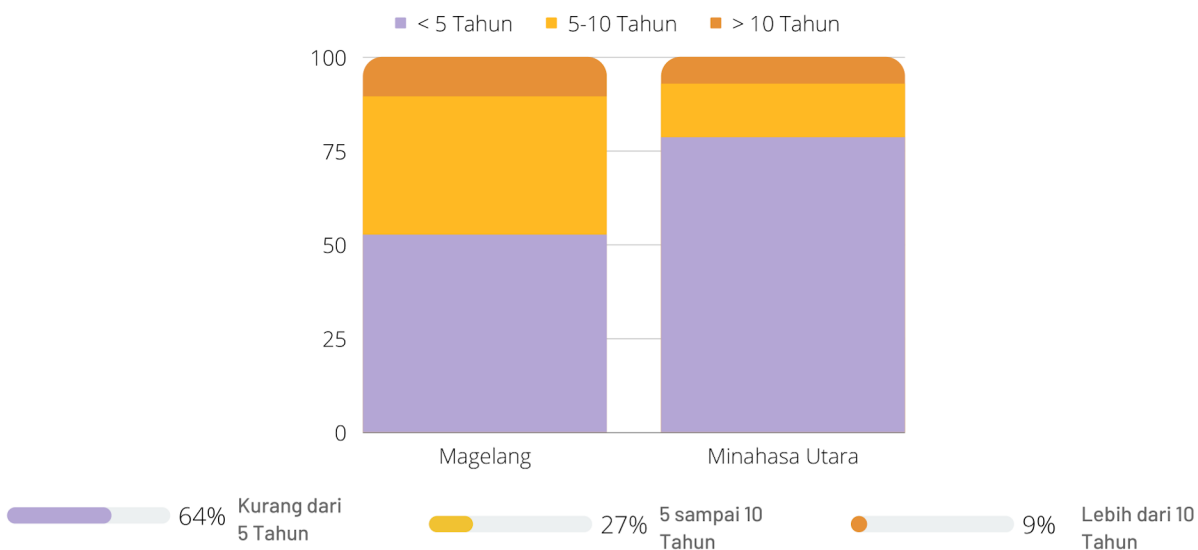
Omset Bulanan

Distribusi omset bulanan di sub-sektor kuliner dalam persen (%)



Lama Berbisnis

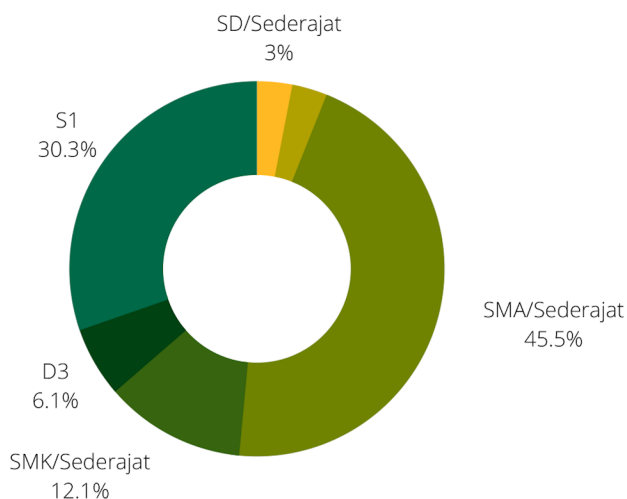
Lama pengalaman pelaku ekraf sub-sektor kriya dalam menjalankan bisnisnya



Lama berbisnis di sub-sektor kuliner sebagian besar masih cenderung baru, hal ini menandakan bisnis yang berjalan masih sangat memungkinkan untuk menjalankan sebuah transformasi digital

Tingkat Pendidikan

Distribusi omset bulanan di sub-sektor kuliner

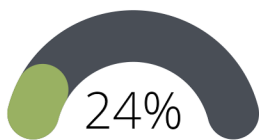
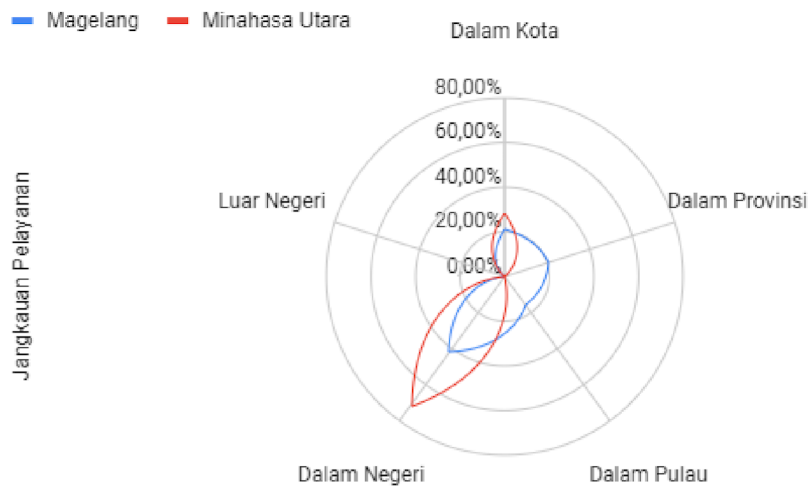


Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif di sub-sektor kuliner didominasi oleh lulusan SMA/SMK dan SMP. Pada sub-sektor kuliner, jumlah lulusan S1 tergolong besar jika dibandingkan dengan sub-sektor lain.

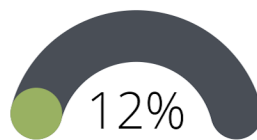
Jangkauan Pemasaran

Jangkauan pemasaran menjadi penting ketika membicarakan mengenai tingkat penetrasi pasar produk ekonomi kreatif. Hal ini menjadi indikator penting sebagai acuan dasar untuk terus dikembangkan.

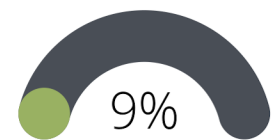
Diagram Radar untuk Jangkauan Pemasaran



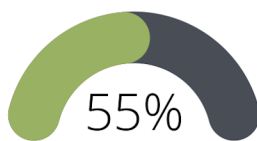
Dalam Kota



Dalam Provinsi



Dalam Pulau



Dalam Negeri



Luar Negeri

55%

Pelaku Ekraf Kuliner yang mampu memasarkan karyanya di dalam negeri.

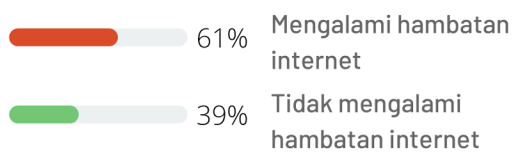
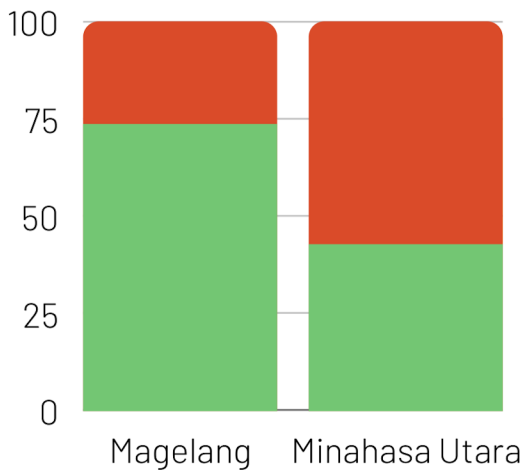
PERMASALAHAN DAN KESIAPAN



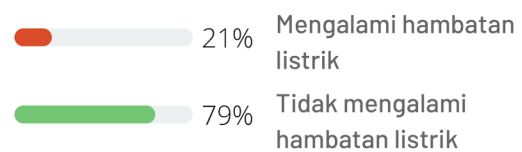
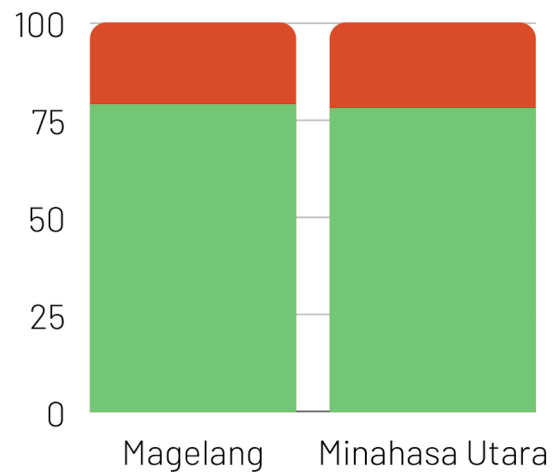
Permasalahan Infrastruktur yang Dialami oleh Pelaku Ekraf Kuliner

Permasalahan infrastruktur menjadi permasalahan yang selalu muncul dalam pembahasan mengenai transformasi digital. Dalam pembahasan ini, infrastruktur yang menjadi penting adalah mengenai pelayanan akses internet dan jaringan listrik.

Jaringan Internet



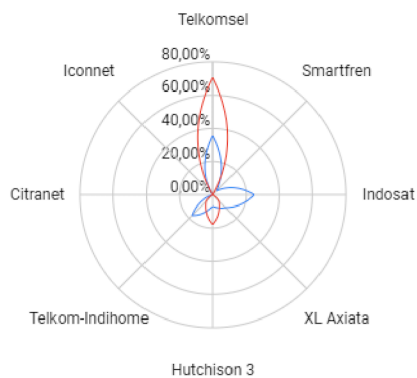
Jaringan Listrik



Provider Internet

Pengguna Layanan Sub-Sektor Kuliner

— Magelang — Minahasa Utara



Penyedia layanan internet di Magelang bagi pelaku ekraf kriya cenderung lebih variatif

30%

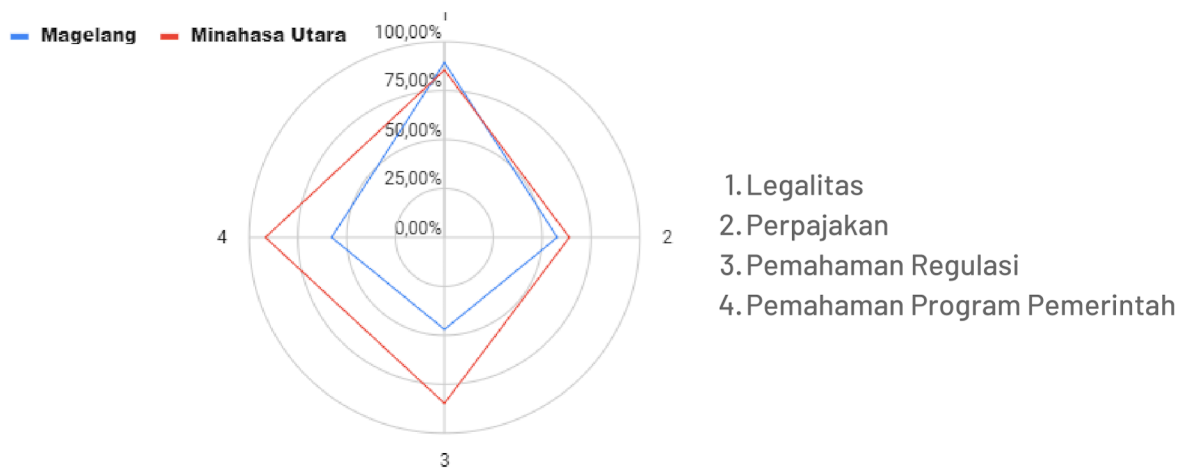
Pelaku ekonomi kreatif di sub-sektor kuliner masih menemui hambatan infrastruktur dalam menjalankan usaha

Aspek Kesiapan Bisnis

Kesiapan bisnis merupakan aspek yang menggambarkan tingkat kedewasaan sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Aspek ini akan mempertimbangkan mengenai legalitas, perpajakan, pemahaman regulasi, dan pemahaman terhadap program yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Kesiapan Bisnis

Diagram Radar Kesiapan Bisnis



88% Usaha yang sudah memiliki legalitas

62% Kesadaran akan Perpajakan

60% Pemahaman atas Regulasi

71% Pemahaman atas Program Pemerintah

Pola yang terbentuk menunjukkan bahwa pelaku ekraf kriya di Minahasa Utara memiliki kesiapan bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku ekraf kuliner di Magelang.

Unsur legalitas usaha sudah memiliki capaian yang baik, namun masih perlu sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman kepada pelaku ekraf terkait dengan regulasi, perpajakan, dan program-program yang diselenggarakan oleh pemerintah.

70%

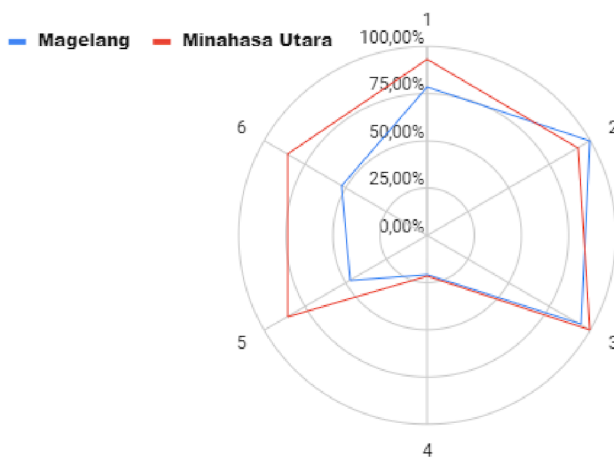
Ketercapaian kesiapan bisnis untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor kuliner

Aspek Kesiapan SDM

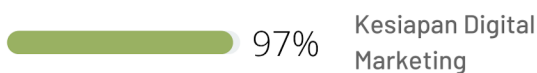
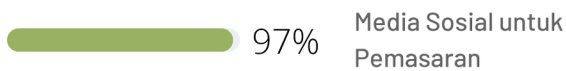
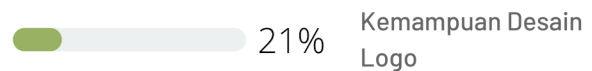
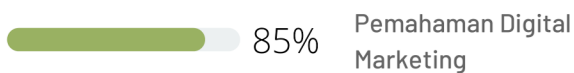
Kesiapan SDM adalah aspek yang membahas mengenai tingkat kemampuan sumber daya manusia yang ada saat ini dalam menghadapi era digital yang sudah berkembang. Khususnya terkait dengan kemampuan-kemampuan yang berkaitan erat dengan tujuan pemasaran di dunia digital.

Kesiapan SDM

Diagram Radar Kesiapan SDM



1. Digital Marketing
2. Media Sosial untuk Pemasaran
3. Kesiapan Digital Marketing
4. Kemampuan Desain Logo
5. Kemampuan Pengoperasian Aplikasi
6. Wawasan Program Pemerintah



Pola yang terbentuk menunjukkan bahwa pelaku ekraf sub-sektor kuliner masih lemah pada kemampuan desain, khususnya terkait branding. Hal ini menunjukkan masih perlunya program pemerintah terkait pelatihan ataupun pendampingan yang diadakan untuk subsektor kuliner. Selain terkait desain, kemampuan pengoperasian aplikasi yang terkait dengan subsektor kriya juga masih perlu untuk ditingkatkan.

72%

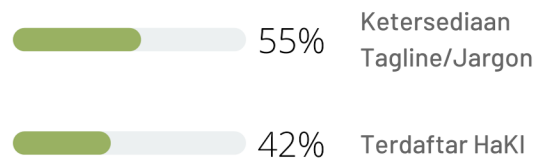
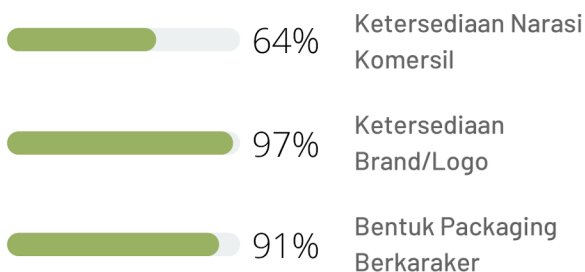
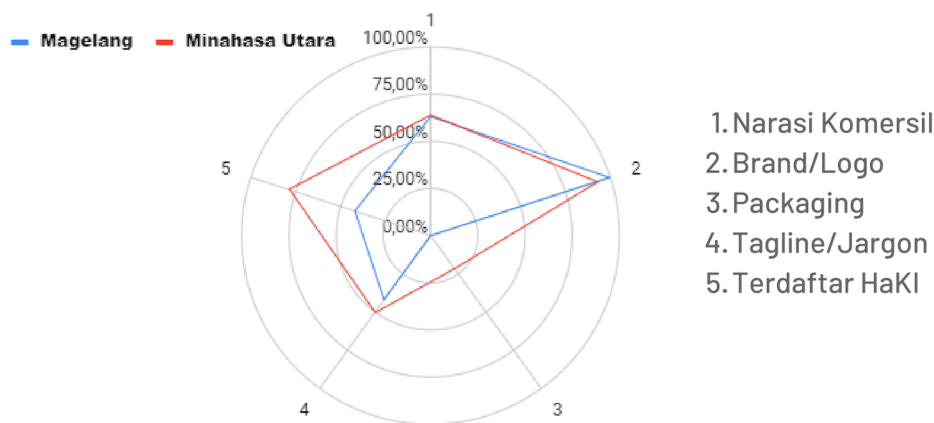
Ketercapaian kesiapan SDM untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor kuliner

Aspek Kesiapan Produk

Kesiapan SDM adalah aspek yang membahas mengenai produk yang akan dipasarkan dalam ekosistem ekonomi digital. Produk yang dimiliki oleh pelaku ekraf akan dilihat berdasarkan *branding* dan kesiapan mengenai aset intelektual yang melekat di dalamnya.

Kesiapan Produk

Diagram Radar Kesiapan Produk



Produk Kuliner yang terdaftar ke dalam Kekayaan Intelektual terhitung masih sangat sedikit, hal ini perlu didorong melalui program maupun sosialisasi untuk para pelaku ekraf kuliner.

Kemampuan packaging dan jargon/tagline dapat ditingkatkan sebagai materi pelengkap produk menuju pemasaran di dalam ekosistem digital.

70%

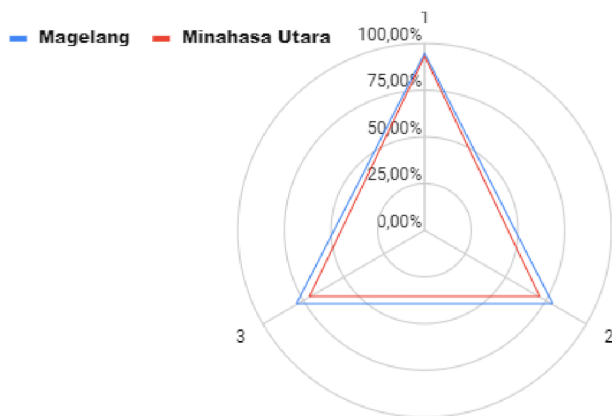
Ketercapaian kesiapan produk untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor kuliner

Aspek Digital Citizenship

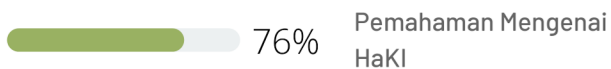
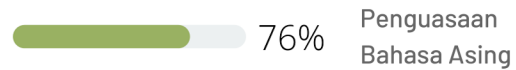
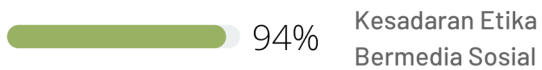
Digital citizenship merupakan kesadaran atas hal-hal yang baik ataupun hal yang salah ketika berinteraksi secara digital. Konsep ini menunjukkan kecerdasan perilaku teknologi, dan kemampuan untuk membuat pilihan yang tepat ketika menggunakan teknologi digital. Melalui aspek ini, diharapkan kedepannya masyarakat mampu memanfaatkan secara optimal teknologi informasi untuk membangun komunitas, bekerja, dan berekreasi.

Digital Citizenship

Diagram Digital Citizenship



1. Etika Bermedia Sosial
2. Pemahaman Pentingnya HaKI
3. Penguasaan Bahasa Asing



Sosialisasi mengenai pentingnya Properti Intelektual masih perlu dilakukan.

Penguasaan Bahasa Asing juga dapat dioptimalkan melalui berbagai program pelatihan, khususnya pada bahasa asing yang sering digunakan pada pasar pariwisata yang ada di daerah terkait.

82%

Ketercapaian digital citizenship untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor kuliner

ROADMAP TRANSFORMASI DIGITAL



Pentahelix

"Sebuah referensi dalam pengembangan sinergitas antar instansi untuk mencapai tujuan"

Peran kolaborasi pentahelix memiliki tujuan untuk berinovasi dan berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi sebuah daerah. Konsep ini akan menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, menciptakan pengalaman, serta nilai manfaat demi memberikan keuntungan pada masyarakat dan lingkungan sekitar



Akademisi

Meliputi para dosen di perguruan tinggi, sarjana, peneliti mandiri, dan pendidik di berbagai jenjang yang bersedia melakukan pengkajian atas realitas kondisi yang ada di sekitar.



Bisnis

Pelaku bisnis dalam konteks transformasi digital ekonomi kreatif adalah para pemilik modal yang terbiasa melakukan transaksi ekonomi dengan tujuan mendapatkan keuntungan.



Komunitas

Komunitas dalam sebagai elemen pendukung transformasi digital merujuk pada masyarakat sebagai produsen dan masyarakat yang peduli terhadap sektor ekonomi kreatif.



Pemerintah

Dalam konteks transformasi digital ekraf adalah para pengambil kebijakan baik di tingkat daerah maupun di tingkat pusat.



Media

Media dalam transformasi ekosistem digital merujuk pengertiannya pada sarana pengirim pesan yang berpotensi mempublikasikan dan mendistribusikan produk secara digital.

Peran Akademisi

Peran Sosialisasi dan Pendampingan

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Pembekalan Etika dan Strategi Digital Marketing	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Ekonomi, Bisnis, dan Digital Marketing			
Mengembangkan dan memfasilitasi kerjasama pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif dengan lembaga pendidikan formal dan informal	Penelitian Potensi Pasar Digital Kuliner	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Teknologi Pangan, dan Ekonomi			
mendorong penguasaan teknologi dalam rangka pengisian kanal digital berupa katalog nasional produk ekonomi kreatif	Pendampingan Pengemasan dan Pemasaran Kuliner	Perguruan Tinggi Jurusan Teknologi Pangan			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Pengembangan Pedoman HaKI dan Negosiasi Bagi Hasil	Perguruan Tinggi Jurusan Teknologi Pangan dan Hukum			



Peran Akademisi

Kajian dan Pembuatan Invensi

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menyusun regulasi terkait upaya peningkatan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Penciptaan Inovasi Pengemasan dan Inovasi Penciptaan Kuliner Turunan	Perguruan Tinggi Jurusan Teknologi Pangan			
Memberikan pedoman pemanfaatan teknologi informasi yang mampu mendukung digitalisasi produk ekonomi kreatif	Pendampingan Produksi Kuliner	Perguruan Tinggi Jurusan Teknologi Pangan			
melakukan pemetaan terhadap penguasaan teknologi informasi subsektor ekonomi kreatif	Penelitian Originalitas Kuliner dan Turunannya	Perguruan Tinggi Jurusan Teknologi Pangan			



Peran Akademisi

Monitoring dan Evaluasi



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Melakukan penilaian secara berkala terhadap capaian literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Evaluasi Transformasi Digital pada Sub-Sektor Kuliner dari Peran Komunitas	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Teknologi Pangan, dan Ekonomi			
Membentuk studi komparasi dari aktivitas ekonomi kreatif dengan negara lain	Evaluasi Transformasi Digital pada Sub-Sektor Kuliner dari Peran Pemerintah dan Bisnis	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Teknologi Pangan, dan Ekonomi			

Peran Bisnis

Penyediaan Platform dan Fasilitas - 1



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menyusun regulasi terkait upaya peningkatan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Penyediaan Data Potensi Bisnis Kuliner Melalui Layanan Digital	Penyedia Marketplace dan Food Delivery			
memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif dalam mendigitalisasi produk yang dihasilkan	Pembiayaan dengan Bunga Rendah untuk Produksi Kuliner	Perbankan			
membentuk ekosistem pasar produk ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Pemetaan Kebutuhan Pasar Digital sub-sektor Kuliner	Penyedia Marketplace dan Food Delivery			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Pendampingan Proses Produksi dengan Mengacu pada Standar Kualitas Pasar	Penyedia Marketplace dan Food Delivery			
Meningkatkan penyediaan dan performa jaringan infrastruktur internet di seluruh wilayah hingga ke tingkat perdesaan guna memfasilitas pelaku ekonomi kreatif di daerah	Penyediaan Platform untuk Mendorong Pemasaran Digital Produk Kuliner	Penyedia Marketplace dan Food Delivery			

Peran Bisnis

Penyediaan Platform dan Fasilitas - 2



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan layanan infrastruktur logistik keseluruhan penjurur wilayah di Indonesia	Pengembangan Bisnis Logistik dan Bisnis Penyedia Internet	Penyedia Internet dan Logistik			
mendorong perkembangan pasar digital dengan segmentasi produk ekonomi kreatif di Indonesia	Pengembangan Kerjasama Pengiriman Ekspor	Perusahaan Produk Kuliner			
mewujudkan pasar digital yang aksesible bagi pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia	Pengembangan Planogram untuk Penjualan Kuliner	Penyedia Marketplace dan Food Delivery			
memberikan fasilitasi kepada pelaku ekonomi kreatif terkait perkembangan permintaan atas produk ekonomi kreatif secara global	Memberikan Informasi Mengenai Tren dan Arah Perkembangan Kuliner di Dunia	Penyedia Marketplace, Food Delivery, dan Perusahaan Produk Kuliner			
memberikan fasilitasi terhadap inovasi produk digital kontemporer antar subsektor.	Menyediakan Platform Penggabungan dan Kolaborasi Antar Sub-Sektor	Event Organizer dan Perusahaan Produk Kuliner			

Peran Komunitas

Penguatan Individu dan Kelompok

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Melakukan penilaian secara berkala terhadap capaian literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Pembentukan Kelompok Kerja Transformasi Digital Kuliner	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Menciptakan kelompok peduli literasi digital dari kalangan pelaku ekonomi kreatif	Mengadakan Kegiatan Rutin Pokja Transformasi Digital	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Menetapkan peta sebaran pelaku ekonomi kreatif dalam rangka pembentukan database ekosistem ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Identifikasi Komunitas dan Pelaku Kuliner	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Festivalisasi Kuliner	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Memfasilitasi sertifikasi penguasaan teknologi digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif	Melakukan Proses Penciptaan Kuliner Individual dan Kolektif	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			



Peran Pemerintah

Fasilitas Kolaborasi



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Mengembangkan dan memfasilitasi kerjasama pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif dengan lembaga pendidikan formal dan informal	Pengoptimalan Program Kerjasama Pendidikan Ekonomi dan Pariwisata	Kememparekrak dan Kemendikbud			
memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif dalam mendigitalisasi produk yang dihasilkan	Pengembangan Pusat Layanan Pengemasan dan Branding Kuliner	Kememparekrak dan Pemerintah Daerah			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Pengembangan Program Kolaborasi antar Pelaku Ekonomi Kreatif dan Industri Besar	Kememparekrak dan Pemerintah Daerah			
Meningkatkan sinergi, koordinasi dan kolaborasi secara pentahelix dalam pengembangan	Peningkatan Sinergi, Koordinasi, Antar Lembaga	Kememparekrak dan Pemerintah Daerah			
Mewujudkan terbentuknya lembaga yang mendukung percepatan pengembangan ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Penetapan Kelompok Kerja Transformasi Digital Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten/Kota	Pemerintah Daerah			

Peran Pemerintah

Penguatan Database



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menetapkan peta sebaran pelaku ekonomi kreatif dalam rangka pembentukan database ekosistem ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Pengembangan Database dalam Koridor Satu Data mengenai Pelaku Ekonomi Kreatif khususnya di Sub-Sektor Kuliner	Kemenparekraf, KemenpanRB, dan Kemenkominfo			
melakukan pemetaan terhadap penguasaan teknologi informasi subsektor ekonomi kreatif	Identifikasi Aktor Pelaku Sub-Sektor Kuliner	Kemenparekraf			
melakukan pemetaan terhadap jaringan distribusi produk ekonomi kreatif baik di pasar dalam negeri dan luar negeri	Identifikasi Jaringan Distribusi Produk Ekonomi Kreatif Digital	Kemenparekraf dan Kemendag			

Peran Pemerintah

Penyediaan Infrastruktur



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan penyediaan dan performa jaringan infrastruktur internet di seluruh wilayah hingga ke tingkat perdesaan guna memfasilitas pelaku ekonomi kreatif di daerah	Perluasan Coverage Area Jaringan Internet	Kemenkominfo			
Meningkatkan layanan infrastruktur logistik keseluruhan penjurur wilayah di Indonesia	Perluasan Jangkauan Layanan Logistik secara Efisien	Kemendag dan Kemenhub			
Mempermudah akses layanan promosi digital yang difasilitasi pemerintah	Pengembangan E-Catalog Ekonomi Kreatif yang terpadu	Kemenparekraf			
memberikan fasilitas terhadap inovasi produk digital kontemporer antar subsektor.	Pembangunan Creative Hub	Kemenparekraf dan BUMN			

Peran Pemerintah

Penyediaan Kebijakan dan Anggaran



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan anggaran pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif konvensional	Perencanaan Pembiayaan Infrastruktur dan Fasilitas Kolaborasi Lintas Aktor dalam Sub-Sektor Kuliner	Kemenparekraf			
Membentuk studi komparasi dari aktivitas ekonomi kreatif dengan negara lain	Pelaksanaan Studi Banding ke Negara dengan Iklim Ekonomi Kreatif yang Sudah Maju	Kemenparekraf			
Memberikan pedoman pemanfaatan teknologi informasi yang mampu mendukung digitalisasi produk ekonomi kreatif	Pengembangan Buku Pintar Pemanfaatan TIK untuk Digitalisasi Produk Ekonomi Kreatif	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			
Terwujud regulasi yang mampu menghasilkan ruang kreativitas bagi pelaku ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Pengembangan Rancangan Kebijakan Percepatan Transformasi Digital Ekonomi Kreatif	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			
Tersedia regulasi yang mengutamakan pengembangan ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Penetapan Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Sub-Sektor Kuliner	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			

Peran Pemerintah

Sosialisasi dan Pendampingan

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Sosialisasi dan Pendampingan Peningkatan Literasi Digital	Kememparekraf dan Kemenkominfo			
mendorong penguasaan teknologi dalam rangka pengisian kanal digital berupa katalog nasional produk ekonomi kreatif	Sosialisasi dan Pendampingan Peningkatan Penggunaan Perangkat Digital untuk Bisnis	Kememparekraf dan BUMN			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Sosialisasi dan Pendampingan Pemanfaatan Kanal Digital	Kememparekraf dan BUMN			
memberikan pelatihan dan pengembangan produk ekonomi kreatif yang memiliki keterbaruan dan terdigitalisasi	Sosialisasi dan Pendampingan Produksi dan Pemasaran Kuliner	Kememparekraf			
Memfasilitasi sertifikasi penguasaan teknologi digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif	Pelaksanaan Sertifikasi terkait Penguasaan Teknologi	BSSN			



Peran Media

Publikasi dan Pelatihan



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Publikasi Program Percepatan Transformasi Digital di Sub-Sektor Kuliner	Media Online Lokal dan Nasional			
Menciptakan kelompok peduli literasi digital dari kalangan pelaku ekonomi kreatif	Publikasi Program Kelompok Peduli Literasi Digital	Media Online Lokal dan Nasional			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Pelatihan Penggunaan Internet untuk Pemasaran	Media Online Lokal dan Nasional			
memberikan pelatihan dan pengembangan produk ekonomi kreatif yang memiliki keterbaruan dan terdigitalisasi	Pelatihan Penggunaan Internet untuk Riset Pasar	Media Online Lokal dan Nasional			

