



**SALINAN**

**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 19 TAHUN 2024

TENTANG

PERCEPATAN PENGEMBANGAN INDUSTRI GIM NASIONAL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa industri gim mempunyai potensi ekonomi yang perlu diperkuat dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam upaya penguatan ekonomi kreatif dan ekonomi digital;
  - b. bahwa untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi industri gim nasional, pemerintah perlu mendorong sinergi dalam mengembangkan industri gim nasional melalui percepatan pengembangan industri gim nasional;
  - c. bahwa untuk memberikan arah, landasan, dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan industri gim nasional perlu pengaturan percepatan pengembangan industri gim nasional; dan
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional;

Mengingat : Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

MEMUTUSKAN . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 2 -

**MEMUTUSKAN:**

Menetapkan : **PERATURAN PRESIDEN TENTANG PERCEPATAN  
PENGEMBANGAN INDUSTRI GIM NASIONAL.**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Presiden ini yang dimaksud dengan:

1. Gim adalah piranti lunak di mana penggunaannya dapat berinteraksi melalui piranti keras untuk bermain dan mendapat umpan balik audiovisual.
2. Gim Nasional adalah produk Gim yang dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia yang dibuktikan dengan surat pencatatan ciptaan atau sertifikat kekayaan intelektual.
3. Pelaku Industri Gim Nasional adalah orang perorangan atau kelompok warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum, yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan penciptaan, pembuatan, penerbitan, distribusi, dan/atau perdagangan produk Gim.
4. Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional adalah upaya yang dilakukan secara konvergen, holistik, integratif, dan berkualitas melalui program untuk mencapai target peningkatan industri Gim Nasional.
5. Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional adalah langkah yang disusun dalam bentuk kegiatan pengembangan industri Gim Nasional.
6. Pemerintah Pusat yang selanjutnya disebut Pemerintah adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia yang dibantu oleh Wakil Presiden dan menteri sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
7. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.

Pasal 2 . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 3 -

Pasal 2

Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sebagai pedoman bagi:

- a. Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk menetapkan kebijakan sektoral dan tindak lanjut Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sesuai dengan kewenangannya sebagaimana termuat dalam dokumen perencanaan pembangunan; dan
- b. pemangku kepentingan lainnya dalam menjalankan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional.

Pasal 3

- (1) Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional disusun dalam bentuk Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Presiden ini.
- (2) Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat:
  - a. latar belakang;
  - b. prinsip;
  - c. visi dan misi;
  - d. tujuan; dan
  - e. arah kebijakan, strategi, rincian program, dan pemangku kepentingan.

Pasal 4

Dalam pelaksanaan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat bekerja sama dengan:

- a. lembaga pendidikan;
- b. dunia usaha;
- c. dunia industri;
- d. jejaring komunitas; dan/atau
- e. media.

Pasal 5 . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

Pasal 5

- (1) Dalam pelaksanaan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional dibentuk tim Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional yang beranggotakan kementerian/lembaga.
- (2) Tim Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas pengarah dan pelaksana harian.
- (3) Susunan tim Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
  - a. Pengarah:
    1. Ketua : Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.
    2. Wakil Ketua :
      - a) Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan;
      - b) Menteri Koordinator Bidang Perekonomian;
      - c) Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan;
      - d) Kepala Staf Kepresidenan;
      - e) Gubernur Bank Indonesia; dan
      - f) Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan.
  - b. Pelaksana Harian:
    1. Ketua : Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
    2. Wakil Ketua : Menteri Komunikasi dan Informatika.
    3. Anggota :
      - a) Menteri Dalam Negeri;
      - b) Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia;
      - c) Menteri Keuangan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

- c) Menteri Keuangan;
  - d) Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi;
  - e) Menteri Ketenagakerjaan;
  - f) Menteri Perindustrian;
  - g) Menteri Perdagangan;
  - h) Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/  
Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional;
  - i) Menteri Pemuda dan Olahraga; dan
  - j) Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional.
- (4) Kedudukan Gubernur Bank Indonesia dan Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a angka 2 huruf e) dan huruf f) tidak mengurangi wewenang dan independensi pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Pasal 6**

Tim Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) mempunyai tugas:

- a. melakukan koordinasi dan sinkronisasi;
- b. mengarahkan langkah dan kebijakan untuk penyelesaian permasalahan dan hambatan;
- c. menyusun strategi dan implementasi komunikasi publik secara komprehensif;
- d. melakukan monitoring dan evaluasi; dan
- e. memberikan rekomendasi mengenai perubahan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional.

Pasal 7 . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 6 -

Pasal 7

Pengarah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf a mempunyai tugas:

- a. memberikan arahan, saran, dan pertimbangan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional; dan
- b. melaporkan pelaksanaan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional kepada Presiden secara berkala.

Pasal 8

Ketua pengarah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf a angka 1 membentuk kelompok kerja sesuai kebutuhan dengan melibatkan pemangku kepentingan.

Pasal 9

- (1) Dalam melaksanakan tugasnya, ketua pengarah dibantu oleh sekretaris yang dijabat oleh Pejabat Pimpinan Tinggi Madya yang menangani koordinasi bidang pariwisata dan ekonomi kreatif pada Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- (2) Sekretaris sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memimpin sekretariat dan mempunyai tugas memberikan dukungan substansi, teknis, dan administrasi berdasarkan pembagian kelompok kerja sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8.
- (3) Susunan organisasi dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan oleh ketua pengarah.

Pasal 10

Pelaksana harian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (3) huruf b mempunyai tugas:

- a. melaksanakan koordinasi, sinkronisasi, integrasi, dan sinergi pelaksanaan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional;

b. melaksanakan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 7 -

- b. melaksanakan arahan, saran, dan pertimbangan dalam Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional yang diberikan oleh pengarah berdasarkan tugas dan fungsi pelaksana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- c. menyampaikan laporan pelaksanaan program dan kegiatan kepada pengarah melalui ketua pelaksana harian.

Pasal 11

- (1) Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional dilakukan oleh ketua pengarah sesuai dengan kewenangannya.
- (2) Pemantauan dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan secara berkala 1 (satu) kali dalam 6 (enam) bulan.
- (3) Hasil pemantauan dan evaluasi dilaporkan secara berkala 1 (satu) kali dalam 6 (enam) bulan atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.

Pasal 12

- (1) Pendanaan dalam pelaksanaan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional bersumber dari:
  - a. anggaran pendapatan dan belanja negara;
  - b. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan/atau
  - c. sumber lain yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Pendanaan yang bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan anggaran pendapatan dan belanja daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b dilaksanakan sesuai dengan kemampuan keuangan negara dan kemampuan keuangan daerah.

Pasal 13

Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 8 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Presiden ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 12 Februari 2024

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

JOKO WIDODO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 12 Februari 2024

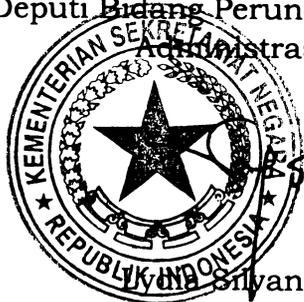
MENTERI SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

PRATIKNO

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 NOMOR 32

Salinan sesuai dengan aslinya  
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA  
Deputi Bidang Perundang-undangan dan  
Administrasi Hukum,



Sylvanna Djaman



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

LAMPIRAN  
PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 19 TAHUN 2024  
TENTANG  
PERCEPATAN PENGEMBANGAN INDUSTRI GIM  
NASIONAL

PROGRAM PERCEPATAN PENGEMBANGAN INDUSTRI GIM NASIONAL

A. LATAR BELAKANG

Sejalan dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, industri Gim merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang perlu dikembangkan dan diperkuat dalam rangka transformasi ekonomi, peningkatan daya saing bangsa, dan peningkatan kontribusi dalam perekonomian nasional, baik nilai tambah atau produk dalam negeri bruto, penyerapan tenaga kerja, maupun peningkatan nilai ekspor ekonomi kreatif dan ekonomi digital.

Perkembangan teknologi digital memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan Gim untuk aksesibilitas. Hal ini membuat perkembangan industri Gim semakin meningkat, baik di tingkat global maupun dalam negeri, bahkan dalam kondisi pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Berdasarkan data IBISWorld tahun 2020, perkembangan pengeluaran untuk Gim melalui telepon seluler, konsol, dan komputer pribadi mencapai US\$ 205.000.000.000 (dua ratus lima miliar dolar Amerika Serikat) pada tahun 2020, yang tumbuh dari US\$ 194.000.000.000 (seratus sembilan puluh empat miliar dolar Amerika Serikat) pada tahun 2019, dan diperkirakan akan terus tumbuh mencapai US\$ 246.000.000.000 (dua ratus empat puluh enam miliar dolar Amerika Serikat) pada tahun 2025.

Pasar Gim global melalui telepon seluler merupakan yang terbesar, pada tahun 2025 diperkirakan mencapai US\$ 125.000.000.000 (seratus dua puluh lima miliar dolar Amerika Serikat). Sedangkan berdasarkan data Newzoo tahun 2022, pasar Gim global pada tahun 2021 mencapai US\$ 180.300.000.000 (seratus delapan puluh miliar tiga ratus juta dolar Amerika Serikat) atau setara Rp2.563.000.000.000.000,00 (dua kuadriliun lima ratus enam puluh tiga triliun rupiah).

Berdasarkan data yang dihimpun Fortune Business Insight pada bulan Juli 2023 menyebutkan bahwa pasar Gim global pada tahun 2022 bernilai US\$ 249.550.000.000 (dua ratus empat puluh sembilan miliar lima ratus lima puluh juta dolar Amerika Serikat) dan pada tahun 2023 tumbuh

menjadi . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 2 -

menjadi US\$ 281.770.000.000 (dua ratus delapan puluh satu milyar tujuh ratus tujuh puluh juta dolar Amerika Serikat) dan akan terus meningkat hingga US\$ 665.770.000.000 (enam ratus enam puluh lima milyar tujuh ratus tujuh puluh juta dolar Amerika Serikat) pada tahun 2030. Hal ini menunjukkan industri Gim menjadi industri konten terbesar di dunia yang akan memimpin pertumbuhan seluruh industri konten yang terdiri dari Gim, film, komik, animasi, musik, dan mainan yang menciptakan peluang besar untuk pertumbuhan sumber ekonomi baru yang resilien terhadap krisis.

Berdasarkan platform, Gim dibagi menjadi 5 (lima) platform utama yaitu *Mobile Games*, *Personal Computer Games*, *Console Games*, *Web Games*, dan *Arcade Games*. Perkembangan industri Gim yang paling pesat adalah di platform *Mobile Games*. Major Device Group yang melakukan pendataan mengenai *worldwide consumer spending on games* mencatatkan laju pertumbuhan 170% (seratus tujuh puluh persen) lebih banyak dari platform lain (*personal computer/desktop*, konsol, dan web) di tahun 2022 atau setara dengan US \$136.000.000 (seratus tiga puluh enam juta dolar Amerika Serikat).

Berdasarkan genre, Gim terbagi menjadi banyak genre seperti *Action*, *Role Playing Game (RPG)*, *Horror*, *Puzzle*, *First Person Shooter (FPS)*, *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*, *Massively Multiplayer Online Role Playing Game (MMORPG)* dan sebagainya. Berdasarkan riset yang dihimpun oleh Niko Partners di tahun 2021, 90% (sembilan puluh persen) pemain Gim di Asia Tenggara dan Taiwan memainkan Gim bertema *esports*. Riset ini juga menggambarkan kondisi industri Gim Nasional. Berdasarkan data yang dihimpun Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi di tahun 2021, 85% (delapan puluh lima persen) pasar Gim Nasional dikuasai oleh 100 (seratus) Gim *multiplayer*, baik yang kooperatif maupun kompetitif (*esports*). Sedangkan 15% (lima belas persen) pasar Gim Nasional diperebutkan oleh 400.000 (empat ratus ribu) Gim kasual.

Posisi industri Gim Nasional juga relatif strategis dengan adanya tren pertumbuhan pendapatan setiap tahun yang dihasilkan oleh pasar Gim di Indonesia, sehingga menjadikan Indonesia menempati peringkat ke-16 pasar Gim dunia. Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi pasar potensial untuk industri Gim dengan pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data Newzoo tahun 2021, pada tahun 2020 penerimaan industri Gim dari Indonesia mencapai US\$ 1.740.000.000 (satu miliar tujuh ratus empat puluh juta dolar Amerika Serikat) atau setara Rp25.000.000.000.000,00 (dua puluh lima triliun rupiah).

Pada . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 3 -

Pada tahun 2025, pasar Gim di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta dolar Amerika Serikat) atau setara Rp36.000.000.000.000,00 (tiga puluh enam triliun rupiah). Potensi pasar Gim di Indonesia yang besar tersebut masih didominasi oleh industri Gim asing dengan persentase sekitar 99,51% (sembilan puluh sembilan koma lima puluh satu persen), dan sisanya yang hanya 0,49% (nol koma empat puluh sembilan persen) dimiliki oleh industri Gim Nasional.

Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2022, jumlah pemain Gim di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 174.100.000 (seratus tujuh puluh empat juta seratus ribu) orang dan diperkirakan akan terus meningkat mencapai 192.100.000 (seratus sembilan puluh dua juta seratus ribu) orang pada tahun 2025. Jumlah pemain Gim di Indonesia merupakan yang terbesar di Asia Tenggara mencapai 43% (empat puluh tiga persen) pada tahun 2022. Industri Gim di Indonesia pada tahun 2020 mampu berkontribusi sekitar 2,19% (dua koma sembilan belas persen) terhadap produk dalam negeri bruto nasional dan tumbuh 4,47% (empat koma empat puluh tujuh persen) pada tahun 2020, dimana secara umum pertumbuhan ekonomi Indonesia sedang mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19. Hal tersebut menjadikan industri Gim Nasional menjadi salah satu subsektor di bidang ekonomi kreatif dengan pertumbuhan positif tertinggi setelah subsektor usaha televisi dan radio.

Potensi ekonomi dan peluang pasar Gim yang besar dan semakin meningkat dengan pertumbuhan yang tinggi dari waktu ke waktu seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi dan informasi, baik di tingkat global maupun dalam negeri, belum mampu dimanfaatkan secara optimal oleh para Pelaku Industri Gim Nasional. Hal tersebut tidak terlepas dari banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh industri Gim Nasional, baik masalah internal industri Gim Nasional sendiri maupun masalah eksternal.

Masalah internal industri Gim Nasional antara lain:

1. ketersediaan sumber daya manusia belum sesuai dengan kebutuhan industri Gim;
2. pengembang Gim Nasional masih belum punya pengalaman dalam manajemen produksi dan aspek pengembangan bisnis Gim skala global;
3. kurikulum pendidikan vokasi yang dikembangkan tidak selaras dengan kebutuhan industri Gim; dan
4. minimnya skema beasiswa untuk talenta-talenta berprestasi di sektor pengembangan Gim.

Sedangkan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

Sedangkan masalah eksternal industri Gim Nasional antara lain:

1. belum adanya akses pendanaan dan pembiayaan, termasuk *matching fund*;
2. belum adanya kebijakan yang dapat memberikan fasilitas pajak bagi pengembang Gim dan penerbit Gim;
3. belum optimalnya akses pasar bagi gim nasional di dalam dan luar negeri dengan mendorong Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah sebagai *oftaker licensor* kekayaan intelektualnya;
4. belum optimalnya promosi penyelenggaraan kegiatan Gim Nasional di dalam negeri;
5. belum optimalnya kebijakan terkait penambahan nilai tingkat komponen dalam negeri industri perangkat seluler yang melibatkan Gim Nasional; dan
6. belum optimalnya pemanfaatan Gim Nasional sebagai alat diplomasi budaya dalam mendukung aspek ketahanan negara.

Terkait dengan hal tersebut, kehadiran negara sangat diperlukan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh industri Gim Nasional. Jika permasalahan yang dihadapi oleh industri Gim Nasional tidak segera diatasi, Indonesia dapat kehilangan manfaat ekonomi yang besar dari potensi ekonomi dan peluang dari industri Gim yang ada saat ini dan ke depan. Selain kehilangan manfaat ekonomi, banyak juga aspek kehidupan lain yang terdampak, baik aspek sosial, aspek budaya, maupun aspek keamanan yang berpotensi memburuk apabila tidak terdapat peraturan perundang-undangan yang terintegrasi dalam pengembangan industri Gim Nasional.

Dengan pertimbangan berbagai fakta di atas, industri Gim Nasional membutuhkan upaya percepatan pengembangan ekosistem usahanya, baik untuk meningkatkan penguasaan pangsa pasar di dalam negeri, maupun pangsa pasar global. Tentunya upaya Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional tersebut juga diperlukan untuk menyebarkan nilai-nilai kebangsaan dan melestarikan kearifan lokal secara menarik dan kreatif. Internalisasi nilai-nilai kebangsaan, yaitu Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika diperlukan untuk membentengi generasi muda Indonesia yang sudah terpapar dengan diplomasi budaya asing, industri Gim juga tercatat dalam kerangka kerja UNESCO di pilar E (audio, video, dan *interactive media*) dimana Gim termasuk di aspek pemajuan kebudayaan, yaitu untuk melindungi dan melestarikan warisan budaya nasional.

Industri . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

Industri Gim merupakan industri yang bergerak di bidang permainan interaktif. Permainan interaktif dapat didefinisikan secara tata bahasa sebagai aktivitas rekreasi dengan tujuan untuk bersenang-senang, mengisi waktu luang, atau berolahraga ringan dengan menggunakan alat yang melakukan aksi atau saling aktif satu dengan lainnya. Sementara itu, secara konseptual permainan interaktif memiliki dua pandangan yang berbeda, yakni pandangan naratologi yang mendefinisikan permainan interaktif sebagai suatu platform yang menjadikan pemain dapat berganti peran menjadi suatu tokoh dan berinteraksi di dunia yang lain, dan pandangan *ludologi* yang mendefinisikan permainan interaktif sebagai suatu bentuk rekreasi yang dijalankan dengan aturan main yang menentukan suatu tujuan yang harus dicapai serta cara yang diperbolehkan untuk mencapainya.

Industri Gim memiliki nilai yang sejalan dengan nilai yang dimiliki oleh industri kreatif yang didefinisikan sebagai industri yang memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasi ide atau kekayaan intelektual menjadi sesuatu yang bernilai ekonomi tinggi. Dengan demikian, industri Gim dapat dijadikan sebagai komoditas kreatif lainnya dan memiliki peluang ekonomi yang setara dengan film dan musik yang sudah terlebih dahulu berkembang.

Ruang lingkup pengembangan industri Gim banyak dipengaruhi oleh perkembangan platform dan teknologi baru. Industri Gim saat ini dapat dikelompokkan salah satunya berdasarkan media yang digunakan:

1. *Mobile Games*, merupakan Gim yang dapat dimainkan atau khusus dimainkan di telepon seluler;
2. *Personal Computer Games*, merupakan Gim yang dimainkan menggunakan komputer pribadi;
3. *Console Games*, merupakan Gim yang dimainkan menggunakan konsol tertentu yang diperuntukan khusus untuk bermain Gim;
4. *Web Games*, merupakan Gim yang dimainkan melalui web; dan
5. *Arcade Games*, merupakan Gim yang biasanya dimainkan pada mesin atau tempat khusus yang memang di desain untuk jenis permainan tertentu. Pemain dapat menggunakan peralatan tertentu seperti pistol, kursi khusus, sensor gerakan, sensor injakan, dan kemudi mobil untuk lebih dapat menikmati permainan.

Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2022, platform populer untuk bermain Gim di Indonesia terbesar meliputi:

1. telepon pintar sejumlah 84,3% (delapan puluh empat koma tiga persen);
2. komputer desktop sejumlah 43% (empat puluh tiga persen);

3. laptop . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 6 -

3. laptop sejumlah 20,3% (dua puluh koma tiga persen);
4. tablet sejumlah 14,8% (empat belas koma delapan persen);
5. konsol sejumlah 9,5% (sembilan koma lima persen); dan
6. *gaming box*/televise pintar sejumlah 1% (satu persen).

Data pemain Gim di Indonesia sampai dengan tahun 2021 sebagai berikut:

1. Berdasarkan lokasi
  - 38% (tiga puluh delapan persen) berlokasi di Pulau Jawa;
  - 25,4% (dua puluh lima koma empat persen) berlokasi di Pulau Sumatera; dan
  - 22,4% (dua puluh dua koma empat persen) berlokasi di Pulau Kalimantan.
2. Berdasarkan jenis kelamin
  - 82,4% (delapan puluh dua koma empat persen) berjenis kelamin laki-laki; dan
  - 17,6% (tujuh belas koma enam persen) berjenis kelamin perempuan.
3. Berdasarkan usia
  - 90% (sembilan puluh persen) berusia di bawah 36 (tiga puluh enam) tahun; dan
  - sekitar 50% (lima puluh persen) berusia anak.
4. Berdasarkan jumlah Gim yang dimainkan
  - 37,4% (tiga puluh tujuh koma empat persen) memainkan 3 (tiga) Gim per bulan;
  - 26,6% (dua puluh enam koma enam persen) memainkan 2 (dua) Gim per bulan; dan
  - 22% (dua puluh dua persen) memainkan 4 (empat) Gim per bulan.
5. Berdasarkan waktu bermain
  - menggunakan telepon pintar sekitar 11 (sebelas) jam per minggu;
  - menggunakan komputer desktop sekitar 8-9 (delapan sampai sembilan) jam per minggu; dan
  - menggunakan konsol sekitar 7 (tujuh) jam per minggu.
6. Berdasarkan metode pembayaran
  - Lebih dari 50% (lima puluh persen) membeli Gim atau barang/jasa dalam Gim menggunakan metode pembayaran tunai; dan
  - Sebanyak 32% (tiga puluh dua persen) memilih menggunakan metode pembayaran secara *online banking*.

Dengan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 7 -

Dengan semakin populernya Gim terutama *mobile games*, muncul beberapa tantangan bagi pemain Gim di Indonesia antara lain, mahalnya harga telepon pintar, sebagian besar Gim di Indonesia tidak tersedia pilihan dalam Bahasa Indonesia, serta visual dan jalan cerita dari Gim Nasional perlu diperbaiki. Tantangan tersebut mengakibatkan sebagian besar pemain Gim di Indonesia belum pernah mendengar nama Gim Nasional. Gim Nasional yang paling populer hanya pernah didengar oleh sekitar 25-30% (dua puluh lima sampai tiga puluh persen) dari pemain Gim di Indonesia.

Dalam ekosistem industri Gim, terdapat beberapa Pelaku Industri Gim Nasional antara lain:

1. Pengembang Gim, pelaku yang membuat, mengembangkan, dan menghasilkan produk industri Gim;
2. Penerbit Gim, pelaku yang memasarkan produk industri Gim dan dalam beberapa kasus peran ini dapat dilakukan oleh pengembang sekaligus;
3. Jaringan distributor, pelaku yang menghubungkan antara produk industri Gim dengan konsumen; dan
4. Penyedia layanan gerbang pembayaran, pelaku yang memberikan layanan pembayaran untuk produk industri Gim.

Berdasarkan hasil sampling yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2021:

1. Terdapat 73 (tujuh puluh tiga) perusahaan yang mayoritas berada di Pulau Jawa, khususnya di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
2. Jumlah perusahaan tersebut meningkat signifikan dari tahun 2010 yang sebelumnya hanya berjumlah 10 (sepuluh) perusahaan.
3. Dari 73 (tujuh puluh tiga) perusahaan tersebut:
  - 61% (enam puluh satu persen) berbadan hukum Perseroan Terbatas;
  - 29,3% (dua puluh sembilan koma tiga persen) tidak berbadan hukum;
  - 8,5% (delapan koma lima persen) berbadan usaha persekutuan komanditer; dan
  - 1,2% (satu koma dua persen) berbadan hukum lainnya.

4. Sekitar . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 8 -

4. Sekitar 72% (tujuh puluh dua persen) dari perusahaan tersebut bukan pengusaha kena pajak.
5. 67,1% (enam puluh tujuh koma satu persen) menyediakan jasa untuk pihak ketiga, termasuk:
  - jasa produk Gim lengkap sekitar 51,3% (lima puluh satu koma tiga persen); dan
  - jasa produk non-Gim sekitar 27,6% (dua puluh tujuh koma enam persen).
6. Sumber pendanaan:
  - 61,3% (enam puluh satu koma tiga persen) masih mengandalkan biaya personal; dan
  - sumber pendanaan terpopuler kedua dan ketiga melalui *angel investment* dan inkubator/akselerator.

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait sumber daya manusia perusahaan Gim di Indonesia sampai dengan tahun 2021 sebagai berikut:

1. Secara umum, rata-rata perusahaan Gim di Indonesia terbanyak diisi oleh pegawai tetap dengan jumlah 8 (delapan) orang dan rata-rata pegawai kontrak berjumlah 5 (lima) orang. Namun jumlah maksimal pegawai kontrak hampir mencapai dua kali lipat jumlah maksimal pegawai tetap.
2. Talenta di perusahaan Gim Nasional rata-rata didominasi oleh mereka yang memiliki pengalaman kerja di atas 5 (lima) tahun dan sebagian besar talenta desain memiliki pengalaman kerja kurang dari 1 (satu) tahun.
3. Dari sekitar 808 (delapan ratus delapan) orang tenaga kerja yang dilaporkan oleh perusahaan Gim, 542 (lima ratus empat puluh dua) orang diantaranya memiliki posisi di bagian developer.
4. Rekrutmen talenta
  - media sosial memainkan peranan kunci rekrutmen talenta oleh perusahaan, disusul oleh kenalan dan jaringan pribadi serta komunitas setempat; dan
  - talenta luar negeri umumnya direkrut dengan alasan lebih berkompeten.

Permainan interaktif di industri Gim memiliki banyak aliran atau genre bagi berbagai macam kalangan baik anak-anak, remaja maupun dewasa atau laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat menjadi modal bagi industri Gim dalam menargetkan pasar yang lebih luas sehingga mendukung peluang ekonomi yang lebih tinggi lagi.

Berdasarkan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 9 -

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait Pelaku Industri Gim Nasional sampai dengan tahun 2021 sebagai berikut:

1. Target pasar
  - sekitar 56,1% (lima puluh enam koma satu persen) menargetkan penjualan di pasar global; dan
  - 30,5% (tiga puluh koma lima persen) perusahaan yang secara khusus menargetkan pasar dalam negeri.
2. Target berdasarkan gender
  - sebagian besar studio Gim Nasional menargetkan produk mereka untuk semua gender; dan
  - 17,7% (tujuh belas koma tujuh persen) yang secara spesifik menargetkan pemain Gim laki-laki.
3. Target berdasarkan usia
  - 25% (dua puluh lima persen) menargetkan orang dewasa di atas 18 (delapan belas) tahun; dan
  - 26,5% (dua puluh enam koma lima persen) untuk semua usia.
4. Pengembang Gim yang bekerja di studio Gim Nasional
  - 47,2% (empat puluh tujuh koma dua persen) pengembang senior;
  - 37,6% (tiga puluh tujuh koma enam persen) pengembang junior; dan
  - 15,1% (lima belas koma satu persen) pengembang dari kalangan magang.

Bagi sebagian besar studio Gim Nasional, pengalaman mengembangkan Gim berbasis tim merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki pengembang, diikuti oleh pengalaman mengembangkan Gim secara individu. Pendidikan formal atau sertifikasi belum menjadi hal yang penting dalam perekrutan pengembang Gim.

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2021 terkait dengan produksi Gim sebagai berikut:

1. Sekitar 76,5% (tujuh puluh enam koma lima persen) studio Gim Nasional menerbitkan sendiri produk Gimnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesempatan untuk bekerja sama dengan penerbit Gim, khususnya untuk peluncuran secara global, masih terbuka lebar.
2. Rata-rata jumlah Gim yang diterbitkan selama 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan yaitu:
  - tahun 2019 terdapat 162 (seratus enam puluh dua) Gim;
  - tahun 2020 terdapat 133 (seratus tiga puluh tiga) Gim; dan
  - tahun 2021 terdapat 112 (seratus dua belas) Gim.

3. Sekitar . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 10 -

3. Sekitar 61,8% (enam puluh satu koma delapan persen) dari jumlah perusahaan Gim Nasional pernah mengalami kegagalan dalam menyelesaikan produk Gim.
4. Pembuatan Gim rata-rata dilakukan dalam waktu 11,4 (sebelas koma empat) bulan.
5. Biaya produksi Gim  
Pada tahun 2021 biaya produksi Gim yang dimiliki perusahaan:
  - sekitar 41,8% (empat puluh satu koma delapan persen) memiliki biaya produksi kurang dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah); dan
  - sekitar 3% (tiga persen) yang memiliki biaya sebesar Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan Rp20.000.000.000,00 (dua puluh miliar rupiah).
6. Permasalahan industri Gim di Indonesia  
Masalah utama studio Gim di Indonesia adalah biaya, yaitu sekitar 66,7% (enam puluh enam koma tujuh persen) dan selanjutnya adalah masalah kekurangan jumlah pengembang, yaitu sekitar 44,4% (empat puluh empat koma empat persen) serta rendahnya keterampilan, yaitu sekitar 36,1% (tiga puluh enam koma satu persen).
7. Pasar tujuan industri Gim
  - untuk pasar tujuan industri Gim Nasional, 61,8% (enam puluh satu koma delapan persen) dari jumlah perusahaan Gim, platform terbanyak yang digunakan berupa *personal computer* dengan sistem operasi Windows dan telepon pintar dengan sistem operasi Android.
  - secara keseluruhan, penjualan retail Gim *personal computer* dan konsol di Indonesia cukup rendah, dengan *personal computer* sedikit lebih tinggi dibandingkan konsol.
  - untuk *mobile games*, studio Gim Nasional memiliki jumlah unduhan dan pengguna aktif per bulan lebih baik di platform Android.
  - di sisi lain, 71,4% (tujuh puluh satu koma empat persen) perusahaan yang menerbitkan Gim di App Store melaporkan bahwa Gim mereka tidak memiliki pengguna aktif bulanan. Meskipun menargetkan pasar *personal computer* global, 56,4% (lima puluh enam koma empat persen) perusahaan tidak menerbitkan di Steam.
  - situs penerbit Gim, Xbox, dan Playstation juga bukan platform yang populer untuk perusahaan Gim Nasional, dimana hampir 90% (sembilan puluh persen) perusahaan tidak menerbitkan di platform tersebut.

8. Pendapatan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 11 -

8. Pendapatan

Pada tahun 2021 rata-rata perusahaan Gim Nasional menghasilkan pendapatan sekitar Rp140.000.000,00 (seratus empat puluh juta rupiah), baik di pasar global maupun pasar dalam negeri.

Sekitar 54,4% (lima puluh empat koma empat persen) perusahaan Gim Nasional menjalankan penyediaan produk atau jasa bagi pihak lain. Pendapatan dari penyediaan produk/jasa kepada pihak ketiga bervariasi, yaitu:

- 20,6% (dua puluh koma enam persen) menerima di bawah Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah);
- 14,7% (empat belas koma tujuh persen) menerima antara Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah);
- 10,3% (sepuluh koma tiga persen) menerima antara Rp200.000.000 (dua ratus juta rupiah) – Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah);
- 7,4% (tujuh koma empat persen) menerima antara Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) – Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah);
- 1,5% (satu koma lima persen) menerima antara Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) – Rp20.000.000.000 (dua puluh miliar rupiah); dan
- 45,6% (empat puluh lima koma enam persen) tidak ada penerimaan pendapatan.

Terkait distribusi pendapatan, pada tahun 2021 perusahaan yang menghasilkan pendapatan di bawah Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) umumnya merupakan perusahaan yang hanya menjual ke pasar dalam negeri, sedangkan untuk perusahaan yang menjual di pasar global mampu memperoleh pendapatan di atas Rp20.000.000.000,00 (dua puluh miliar rupiah).

Sebagian besar perusahaan Gim di Indonesia mendapatkan pendapatan dari beli putus yaitu sebanyak 50% (lima puluh persen) dan dari iklan sebesar 40,9% (empat puluh koma sembilan persen). Kekayaan intelektual merupakan pendapatan berdasarkan jenis pekerjaan yang dominan sekitar 58,8% (lima puluh delapan koma delapan persen), diikuti oleh jasa sekitar 28,3% (dua puluh delapan koma tiga persen).

Secara umum permasalahan utama industri Gim di Indonesia, belum terbentuknya ekosistem yang ideal untuk mendukung pengembangan industri Gim Nasional. Stagnasi perkembangan ini dapat dilihat dari penguasaan pasar dalam negeri oleh para Pelaku Industri Gim Nasional

dalam . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 12 -

dalam negeri yang berjalan relatif lambat. Secara teknis, stagnasi ini juga disebabkan oleh kegagalan produksi pengembang Gim.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh industri Gim Nasional saat ini yaitu:

1. aspek sumber daya manusia;
2. aspek bisnis;
3. aspek jaringan dan pemasaran;
4. aspek infrastruktur teknologi;
5. aspek peraturan perundang-undangan untuk penguatan ekosistem industri Gim;
6. aspek industri pendukung; dan
7. aspek aktivasi Gim Nasional di kawasan regional dan global.

Permasalahan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Aspek Sumber Daya Manusia

Terkait aspek sumber daya manusia, masalah utama yang dihadapi Pelaku Industri Gim Nasional adalah:

- terbatasnya jumlah sumber daya manusia yang terlatih dan bertalenta;
- belum adanya *link and match* antara pelaku bisnis dan penyedia tenaga kerja serta pendidikan;
- modul dan kurikulum yang belum sesuai dengan standar kompetensi yang dibutuhkan di industri Gim; dan
- belum adanya Klasifikasi Baku Jabatan Indonesia industri Gim Nasional.

2. Aspek Bisnis

Masalah yang dihadapi Pelaku Industri Gim Nasional dalam aspek bisnis adalah:

- rendahnya akses pendanaan/pembiayaan, investasi/permodalan, dan *business matchmaking*;
- pendanaan masih didominasi oleh biaya personal; dan
- untuk pendanaan dari pihak luar, didominasi oleh investasi dari luar negeri.

Permasalahan aspek bisnis yang lebih khusus adalah belum tersedianya skema pendanaan bagi perusahaan yang baru berdiri serta belum terdapat skema valuasi kekayaan intelektual dan skema penjaminan untuk pembiayaan industri Gim Nasional.

Pendanaan menjadi masalah yang banyak ditemui oleh pengembang skala mikro, kecil, dan menengah. Sementara investasi dan *business matchmaking* menjadi masalah yang biasa ditemui oleh pengembang

dengan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 13 -

dengan skala usaha yang lebih besar yang membutuhkan jaringan bisnis lain untuk memperluas usahanya.

Permasalahan tersebut antara lain disebabkan *business matchmaking* yang menghubungkan pengembang Gim dengan jaringan bisnis lain masih kurang.

3. Aspek Jaringan dan Pemasaran

Terkait dengan aspek jaringan dan pemasaran masalah yang dihadapi Pelaku Industri Gim Nasional:

- masih terbatasnya penerbitan, promosi, sosialisasi, pameran, akses pasar, komunitas, dan pengembangan industri Gim di daerah; dan
- belum adanya skema kebijakan terkait tingkat komponen dalam negeri untuk memasukkan Gim Nasional ke dalam gawai yang didistribusikan di Indonesia.

Untuk saat ini, pasar dalam negeri banyak didominasi oleh para pemain global. Sementara itu, ada peluang besar berupa pendapatan yang dihasilkan oleh industri Gim di pasar global. Namun sampai saat ini masih terkendala fasilitasi yang belum optimal, misalnya sinergi ekspor barang dan jasa serta kekayaan intelektual dan fasilitasi delegasi di berbagai kegiatan di luar negeri.

4. Aspek Infrastruktur Teknologi

Dalam aspek infrastruktur teknologi, masalah yang dihadapi ialah infrastruktur internet, studio, riset, dan data.

Kualitas internet menjadi salah satu penunjang penting bagi seluruh pengembang Gim dari skala usaha mikro, kecil, menengah, hingga besar, terutama bagi pengembang Gim yang berada di daerah yang kualitas internetnya tidak stabil.

Selain itu, keberadaan sarana fisik seperti *co-working space* dan *collective studio* belum banyak dan belum merata di seluruh daerah di Indonesia sehingga hal ini menjadi masalah karena sarana ini merupakan penunjang lainnya bagi pengembang Gim.

Selanjutnya, kegiatan riset dan data yang tersedia terkait industri Gim Nasional masih kurang sehingga menjadi masalah dalam perkembangan industri Gim ke depan.

5. Aspek Peraturan Perundang-Undangan untuk Penguatan Ekosistem Industri Gim

Dari aspek peraturan perundang-undangan, dibutuhkan pengaturan untuk memperkuat ekosistem industri Gim Nasional khususnya di pasar dalam negeri agar tercipta persaingan yang sehat.

Masih . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 14 -

Masih banyak dari Pelaku Industri Gim Nasional belum berbadan hukum dan bukan pengusaha kena pajak. Pentingnya pelaku usaha berbadan hukum adalah adanya beberapa fasilitas dukungan lebih besar yang dapat diperoleh jika mempunyai perusahaan yang berbadan hukum.

Selain itu, dibutuhkan kebijakan pemanfaatan fasilitas perpajakan untuk mendukung Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional, khususnya *tax holiday* untuk menarik investasi dan/atau usaha penerbitan Gim Nasional.

6. Aspek Industri Pendukung

Masalah yang dihadapi Pelaku Industri Gim Nasional terkait aspek industri pendukung ialah masih kurangnya dukungan dari industri pendukung perangkat keras, kolaborasi dengan industri manufaktur yang belum kuat, dan struktur industri pendukung yang juga masih lemah.

7. Aspek Aktivasi Gim Nasional di Kawasan Regional dan Global

Terkait dengan aspek aktivasi Gim Nasional di kawasan regional dan global, masalah yang dihadapi Pelaku Industri Gim Nasional ialah masih kurangnya skema aktivasi dan apresiasi untuk mendukung pertumbuhan industri Gim Nasional.

Industri Gim Nasional ke depan diharapkan dapat berkontribusi tinggi terhadap perekonomian Indonesia, baik terhadap *output* perekonomian, nilai tambah atau produk domestik bruto, pendapatan masyarakat, pendapatan negara, maupun penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut dapat dicapai jika industri Gim Nasional mampu meningkatkan kinerja dan pangsa pasar secara signifikan, baik pasar di dalam negeri maupun pasar global. Selain itu, industri Gim Nasional juga diharapkan dapat menyebarkan nilai kebangsaan dan melestarikan kearifan lokal secara menarik dan kreatif.

Untuk mencapai harapan tersebut, diperlukan upaya Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional, khususnya dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi industri Gim Nasional dengan kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari Pemerintah, Pemerintah Daerah provinsi dan kabupaten/kota, dan seluruh pemangku kepentingan.

B. PRINSIP . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 15 -

**B. PRINSIP**

Prinsip pengembangan industri Gim Nasional meliputi:

1. keterbukaan bagi semua pihak;
2. kepastian dan perlindungan hukum;
3. persaingan usaha yang sehat dan kemitraan yang sesuai dengan prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan;
4. pengutamaan Gim Nasional agar mampu bersaing dengan Gim asing; dan
5. peningkatan kompetensi sumber daya manusia Pelaku Industri Gim Nasional.

**C. VISI DAN MISI**

1. Visi

Terwujudnya industri Gim Nasional yang mandiri, berkualitas, berbudaya, berdaya saing, kreatif, adaptif, dan dinamis secara berkelanjutan.

2. Misi

- a. mengembangkan sumber daya manusia industri Gim Nasional dan mengoptimalkan sumber daya budaya;
- b. mempercepat pertumbuhan industri Gim Nasional; dan
- c. membangun ekosistem pendukung untuk mendorong pertumbuhan industri Gim Nasional.

**D. TUJUAN**

Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional bertujuan untuk:

1. meningkatkan rantai nilai industri Gim Nasional dengan menguasai paling sedikit 70% (tujuh puluh persen) dari pasar Gim Nasional dan 10% (sepuluh persen) dari pasar Gim global;
2. menanamkan nilai-nilai Pancasila dan wawasan kebangsaan secara menarik dan kreatif; dan
3. melestarikan nilai warisan budaya nasional.

**E. ARAH KEBIJAKAN, STRATEGI, RINCIAN PROGRAM, DAN PEMANGKU KEPENTINGAN**

1. Kebijakan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional diarahkan untuk:

a. mendorong . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 16 -

- a. mendorong seluruh aspek pengembangan Gim Nasional sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat Indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global;
  - b. menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara;
  - c. menciptakan pengembangan Gim Nasional yang berdaya saing global;
  - d. menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal;
  - e. mengoptimalkan potensi Pelaku Industri Gim Nasional;
  - f. melindungi hasil kreativitas Pelaku Industri Gim Nasional;
  - g. mengarusutamakan pengembangan industri Gim Nasional dalam rencana pembangunan nasional; dan
  - h. melindungi kepentingan umum dalam penyelenggaraan pengembangan industri Gim Nasional.
2. Strategi dalam pelaksanaan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional untuk mengembangkan industri Gim dilakukan melalui:
- a. pengembangan riset;
  - b. pengembangan pendidikan;
  - c. fasilitas pendanaan dan pembiayaan;
  - d. penyediaan infrastruktur;
  - e. pengembangan sistem pemasaran;
  - f. pemberian insentif;
  - g. fasilitasi kekayaan intelektual; dan
  - h. perlindungan hasil kreativitas.
3. Rincian program dalam melaksanakan Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional, yang didasarkan pada target pencapaian mulai dari hulu sampai hilir industri Gim Nasional, sebagai berikut:
- a. pengembangan sumber daya manusia untuk industri Gim Nasional;
  - b. pembukaan akses pembiayaan dan permodalan bagi industri Gim Nasional;
  - c. peningkatan promosi dan pembukaan akses pasar Gim Nasional;
  - d. penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai dan kompetitif untuk mendukung pengembangan industri Gim Nasional;
  - e. penyusunan peraturan perundang-undangan penguatan ekosistem industri Gim Nasional;
  - f. pembangunan industri perangkat keras untuk Gim Nasional; dan
  - g. aktivasi Gim Nasional di kawasan regional dan global.

4. Pemangku . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 17 -

4. Pemangku Kepentingan dalam penyelenggaraan Program Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional:
  - a. Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah;
  - b. lembaga pendidikan;
  - c. dunia usaha;
  - d. dunia industri;
  - e. jejaring komunitas; dan/atau
  - f. media.

PROGRAM . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 18 -

**PROGRAM PERCEPATAN PENGEMBANGAN INDUSTRI GIM NASIONAL**

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
1.	Pengembangan sumber daya manusia untuk industri Gim Nasional	1.1	Pelatihan dan pendampingan sumber daya manusia yang disesuaikan dengan kompetensi yang dibutuhkan	3.000 orang mengikuti pelatihan di bidang pengembangan Gim dan menciptakan 100 purwarupa Gim Nasional baru setiap tahun	2024	Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi	1. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia 2. Kementerian Komunikasi dan Informatika 3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 4. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim
		1.2		Terlatihnya 1.200 orang untuk terlibat dalam pengembangan 3-5 Gim <i>flagship</i> berbasis <i>multiplayer</i>	2024		
		1.3	Peningkatan sumber daya manusia di bidang Gim, antara lain, bisnis,	Terciptanya 100 talenta dalam bidang Gim	2024		

*marketing . . .*



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 19 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
			<i>marketing, branding, dan positioning, termasuk beasiswa</i>				Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 3. Kementerian Keuangan 4. Bank Indonesia 5. Badan Pembinaan Ideologi Pancasila 6. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim
		1.4	Penyelarasan kurikulum pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), lembaga pelatihan vokasi, dan perguruan tinggi untuk mempersiapkan sumber daya	Penyelarasan kurikulum di bidang pengembangan Gim	2024	Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi	1. Badan Pembinaan Ideologi Pancasila 2. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim

manusia . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 20 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
			manusia pada aktivitas pengembangan Gim				
		1.5	Membuat kebijakan untuk mempermudah sumber daya manusia asing berkompentensi tinggi ( <i>high skilled talent</i> ) di bidang aktivitas pengembangan video Gim untuk bekerja di Indonesia	Terdapat kebijakan bagi sumber daya manusia asing berkompentensi tinggi di bidang aktivitas pengembangan video Gim untuk bekerja di Indonesia dengan skema yang mudah untuk mendapatkan izin	2024	Menteri Ketenagakerjaan	1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi 2. Kementerian Komunikasi dan Informatika 3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 4. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim
		1.6	Menyusun Klasifikasi Baku Jabatan Indonesia industri Gim di	Terdapat Klasifikasi Baku Jabatan Indonesia industri Gim	2024	Menteri Ketenagakerjaan	Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim

Indonesia . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 21 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
			Indonesia yang dapat diduduki tenaga kerja asing				
2.	Pembukaan akses pembiayaan dan permodalan bagi industri Gim Nasional	2.1	<i>Piloting</i> pembiayaan industri Gim Nasional melalui Badan Layanan Umum (BLU) Pengelolaan Dana, konsep bergulir dengan dana serta risiko yang termitigasi	Terdapat penugasan kepada BLU terkait proses <i>piloting</i> pembiayaan industri Gim Nasional disertai penyesuaian peraturan perundang-undangan	2023-2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2. Kementerian Keuangan 3. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi 4. Kementerian Dalam Negeri
		2.2	Penyusunan skema pendanaan dari investor melalui <i>matching fund</i> dan <i>venture capital</i>	Terdapat skema pendanaan Indonesia <i>Game Fund</i> yang dapat mendanai pengembangan Gim Nasional minimal	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Komunikasi dan Informatika 2. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

sebesar . . .



PRESIDEN  
REPUBLIC INDONESIA

- 22 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
				sebesar 40 juta dolar Amerika Serikat/600 miliar rupiah per tahun			3. Kementerian Investasi/ Badan Koordinasi Penanaman Modal 4. Kementerian Badan Usaha Milik Negara 5. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim
		2.3	Penyusunan skema valuasi kekayaan intelektual dan mengembangkan program pemanfaatan kekayaan intelektual antara lain lisensi kekayaan intelektual	Terdapat sebuah skema valuasi kekayaan intelektual yang berfokus pada proses pemanfaatan kekayaan intelektual antara lain lisensi kekayaan intelektual	2023-2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Keuangan 2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia 3. Asosiasi Penilai Publik 4. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual

2.4 Penyusunan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIC INDONESIA

- 23 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
		2.4	Penyusunan skema pembiayaan industri Gim Nasional kepada perbankan	Terdapat skema pembiayaan untuk usaha berbasis kekayaan intelektual dari sektor perbankan	2023-2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Keuangan</li> <li>2. Himpunan Bank Negara</li> <li>3. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual</li> </ol>
		2.5	Penyusunan regulasi yang membuka sistem pembayaran secara inklusif di platform distribusi Gim (antara lain, Apple Store, Google Play Store, dan Steam) untuk memberi akses <i>third party payment</i>	Terdapat regulasi yang mewajibkan platform distribusi Gim untuk memberikan akses kepada sistem pembayaran elektronik lokal sebagai alternatif kanal pembayaran digital	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Keuangan</li> <li>2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia</li> <li>3. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual</li> </ol>

2.6 Menyusun . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 24 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
		2.6	Menyusun kebijakan yang dapat memberikan fasilitas pajak untuk pengembang Gim dan penerbit Gim	a. Memasukkan aktivitas pengembangan Gim dan penerbitan Gim sebagai industri pionir dan menambahkan industri Gim di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) b. Revisi peraturan perundang-undangan mengenai pemberian fasilitas pajak penghasilan badan	2024	Menteri Keuangan	1. Kementerian Perindustrian 2. Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal 3. Badan Pusat Statistik 4. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 5. Kementerian Komunikasi dan Informatika 6. Sekretariat Jenderal Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus 7. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual

2.7 Pembinaan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 25 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
		2.7	Pembinaan bagi pelaku usaha Gim Nasional untuk menerapkan standar nasional Indonesia dan/atau standar internasional ISO/IEC dalam peningkatan daya saing nasional	Tersedianya industri yang berkomitmen untuk menerapkan standar nasional Indonesia dalam mendukung daya saing industri Gim Nasional	2023-2024	Kepala Badan Standardisasi Nasional	1. Kementerian Komunikasi dan Informatika 2. Badan Siber dan Sandi Negara 3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
3.	Peningkatan promosi dan pembukaan akses pasar Gim Nasional	3.1	Penyediaan <i>captive market</i> bagi produk Gim Nasional	Tersedianya akses pasar oleh kementerian, lembaga, dan Badan Usaha Milik Negara dalam rangka mendukung pemanfaatan produk Gim Nasional (melalui	2023 – 2024	Menteri Perdagangan	1. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi 2. Kementerian Badan Usaha Milik Negara 3. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

koordinasi . . .



PRESIDEN  
REPUBLIC INDONESIA

- 26 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
				koordinasi maupun kegiatan lainnya)			4. Kementerian Dalam Negeri 5. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual
		3.2	Pelaksanaan substitusi impor lisensi kekayaan intelektual yang digunakan untuk kampanye pemasaran atau kegiatan aktivasi lainnya oleh perusahaan lokal, Badan Usaha Milik Negara, dan Pemerintah	Terjadi penyerapan kekayaan intelektual/Gim Nasional oleh kementerian/lembaga, Badan Usaha Milik Negara, dan swasta sebesar 25% dari jumlah kekayaan intelektual/Gim Nasional yang digunakan untuk kegiatan aktivasi dan kampanye pemasaran	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Perdagangan 2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia 3. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi 4. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual

3.3 Pembangunan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 27 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
		3.3	Pembangunan ekosistem bisnis kekayaan intelektual dari Gim yang sudah cukup <i>mature</i> untuk meningkatkan akses pasar, nilai tambah, model bisnis, <i>revenue stream</i> , dan <i>sustainability</i> dari kekayaan intelektual Gim tersebut	Pengembangan kekayaan intelektual Gim sebesar 25% dari Gim yang telah dicatatkan di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia ke sektor lainnya seperti komik, film, animasi, dan <i>merchandise</i>	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Perdagangan</li> <li>2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia</li> <li>3. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi</li> <li>4. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual</li> </ol>
		3.4	Promosi Gim Nasional dan pembukaan akses pasar di dalam negeri dan di luar negeri	a. Terdapat kegiatan yang mempromosikan 30 Gim Nasional ke luar negeri setiap tahun	2023	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Perdagangan</li> <li>2. Kementerian Pemuda dan Olahraga</li> <li>3. Kementerian Komunikasi dan Informatika</li> <li>4. Kementerian Luar Negeri</li> <li>5. Kementerian Dalam Negeri</li> </ol>

b. Terdapat . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 28 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
				b. Terdapat kegiatan yang mempromosikan 100 Gim Nasional ke dalam negeri setiap tahun			6. Badan Pembinaan Ideologi Pancasila 7. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual
		3.5	Sinergi promosi dengan <i>e-commerce</i> di Indonesia	Terdapat slot khusus untuk promosi Gim Nasional dan produk turunannya ( <i>merchandise</i> ) di dalam <i>e-commerce/ marketplace</i>	2023 - 2024	Menteri Perdagangan	1. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2. Kementerian Perindustrian 3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 4. Kementerian Komunikasi dan Informatika 5. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim dan Asosiasi Kekayaan Intelektual

6. Pelaku usaha . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 29 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
							6. Pelaku usaha <i>e-commerce/marketplace</i>
		3.6	Penyusunan skema tingkat komponen dalam negeri untuk memasukkan Gim Nasional ke dalam gawai yang didistribusikan di Indonesia	Terdapat Gim Nasional yang di <i>preload</i> pada gawai yang didistribusikan di Indonesia	2024	Menteri Perindustrian	1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim, Produk Telepon Seluler, Telepon Genggam, dan Komputer Tablet (HKT)
4.	Penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai dan kompetitif untuk mendukung	4.1	Fasilitasi penyediaan teknologi piranti keras atau piranti lunak untuk memudahkan proses produksi Gim oleh	Terdapat teknologi untuk pengembangan Gim yang dapat digunakan bersama oleh pengembang Gim di dalam negeri	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Badan Riset dan Inovasi Nasional 2. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim

pengembangan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 30 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
	pengembangan industri Gim Nasional		Pelaku Industri Gim Nasional				
		4.2	Pemetaan dan pendataan ekosistem industri Gim Nasional	Terdapat laporan pemetaan pelaku usaha Gim Nasional dan pasar Gim Nasional yang diperbarui setiap tahun	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</li> <li>2. Badan Pusat Statistik</li> <li>3. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim</li> </ol>
		4.3	Pengumpulan aset Gim dalam bentuk <i>asset store</i> untuk memudahkan proses produksi oleh Pelaku Industri Gim Nasional dan dapat dimanfaatkan	Terbentuk dan termanfaatkannya <i>asset store</i> yang berisi aset Gim untuk dapat digunakan dalam Gim Nasional. Aset yang ada dalam platform ini mengutamakan aset yang mencerminkan	2024	Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi</li> <li>2. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</li> <li>3. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim</li> </ol>

budaya . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 31 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
				budaya bangsa dan kekayaan bangsa Indonesia			
		4.4	Menciptakan pusat pengembangan teknologi dan akselerasi pengembangan Gim	Terdapat pusat kolaborasi riset yang melaksanakan riset dan pengembangan teknologi serta manajemen teknologi yang digunakan bersama	2024	Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional	1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi 2. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim
		4.5	Pengembangan jaringan dalam industri Gim	Mengembangkan infrastruktur digital yang akan berimbas ke industri Gim, seperti 5G dan pemerataan internet	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Kementerian Badan Usaha Milik Negara 2. Asosiasi Telekomunikasi

5. Penyusunan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIC INDONESIA

- 32 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
5.	Penyusunan peraturan perundang-undangan penguatan ekosistem industri Gim Nasional	5.1	Penyusunan peraturan perundang-undangan yang mendorong agar penerbit Gim asing dengan dampak ekonomi yang besar membuat badan hukum di Indonesia	<p>a. Terdapat Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia terpisah bagi penerbit Gim</p> <p>b. Terbentuknya peraturan untuk mewajibkan penerbit Gim asing agar memiliki badan hukum di Indonesia dan/atau bermitra dengan badan hukum/perusahaan dalam negeri</p>	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kementerian Perindustrian</li> <li>2. Kementerian Keuangan</li> <li>3. Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal</li> <li>4. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia</li> <li>5. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</li> <li>6. Kementerian Perdagangan</li> <li>7. Badan Pusat Statistik</li> </ol>

5.2 Penajaman . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 33 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
		5.2	Penajaman Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11 Tahun 2016 tentang Klasifikasi Permainan Interaktif Elektronik agar setiap Gim tidak bertentangan dengan unsur kebangsaan di Indonesia	a. Perubahan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11 Tahun 2016 tentang Klasifikasi Permainan Interaktif Elektronik agar setiap Gim tidak bertentangan dengan unsur kebangsaan di Indonesia	2023	Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia 3. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim
				b. Tersedianya kebijakan dan layanan yang mengatur, menjalankan, dan	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

mengawasi . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 34 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
				mengawasi pelaksanaan klasifikasi Gim di Indonesia			2. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim
				c. Mengusulkan penerimaan negara bukan pajak yang mendukung terlaksananya keberlangsungan layanan klasifikasi Gim di Indonesia yang mempertimbangkan muatan lokal dan/atau skala produksi dari produk Gim	2024	Menteri Komunikasi dan Informatika	1. Kementerian Keuangan 2. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim

5.3 Penguatan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 35 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
		5.3	Penguatan tingkat komponen dalam negeri sebagai perlindungan pasar domestik	Penguatan tingkat komponen dalam negeri untuk diterapkan pada produk Gim yang akan diedarkan di Indonesia	2024	Menteri Perindustrian	Kementerian Komunikasi dan Informatika
		5.4	Penciptaan dan pengawasan persaingan usaha yang sehat pada ekosistem digital	Terdapat Pedoman Persaingan Usaha dan Kemitraan di Industri Gim	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Komisi Pengawas Persaingan Usaha 2. Kementerian Komunikasi dan Informatika 3. Kementerian Perdagangan
		5.5	Penerapan pencegahan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam industri Gim Nasional	Laporan tindak pencegahan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat	2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Komisi Pengawas Persaingan Usaha 2. Kementerian Komunikasi dan Informatika 3. Kementerian Keuangan 4. Kementerian Perdagangan

6. Pembangunan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 36 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
6.	Pembangunan industri perangkat keras untuk Gim Nasional	6.1	Perluasan peraturan perundang-undangan tingkat komponen dalam negeri perangkat keras agar mengandung unsur aspek perangkat lunak (Gim) dalam perhitungannya	Tersusunnya peraturan perundang-undangan tingkat komponen dalam negeri perangkat keras yang mengandung unsur aspek perangkat lunak (Gim) dalam perhitungannya, agar Gim Nasional dapat di <i>preload</i> ke dalam perangkat keras sebagai metode perluasan pasar	2024	Menteri Perindustrian	1. Kementerian Komunikasi dan Informatika 2. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia
		6.2	Dorongan kolaborasi industri manufaktur dengan industri Gim Nasional dalam	Terlaksananya bisnis <i>matching</i> antara industri manufaktur	2024	Menteri Perindustrian	1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

rangka . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 37 -

<b>NO.</b>	<b>RINCIAN PROGRAM</b>	<b>NO.</b>	<b>KEGIATAN</b>	<b>TARGET</b>	<b>TAHUN PENYELESAIAN</b>	<b>PENANGGUNG JAWAB</b>	<b>PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT</b>
			rangka pengembangan bisnis berbasis kekayaan intelektual	dengan industri Gim Nasional			2. Kementerian Komunikasi dan Informatika
7.	Aktivasi Gim Nasional di kawasan regional dan global	7.1	Peningkatan aktivasi dan apresiasi terhadap produsen Gim Nasional dengan mengikutsertakan pada penyelenggaraan kegiatan tingkat nasional, regional, dan global	Diikutsertakannya Gim Nasional dalam berbagai kegiatan, termasuk kompetisi/turnamen olahraga berbasis elektronik tingkat nasional, regional, dan global	2023-2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1. Kementerian Komunikasi dan Informatika 2. Kementerian Pemuda dan Olahraga 3. Kementerian Perdagangan 4. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi 5. Asosiasi/Perusahaan/Komunitas Industri Gim 6. Korps Pegawai Republik Indonesia
		7.2	Penciptaan skema aktivasi reguler yang profesional dan	Terdapat kompetisi pembuatan Gim Nasional secara	2023-2024	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala	1. Kementerian Komunikasi dan Informatika

berkelanjutan . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 38 -

NO.	RINCIAN PROGRAM	NO.	KEGIATAN	TARGET	TAHUN PENYELESAIAN	PENANGGUNG JAWAB	PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT
			berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan Gim Nasional	berkala yang diselenggarakan oleh pelaku industri profesional sebagai insentif dan apresiasi bagi Gim terbaik buatan dalam negeri		Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	2. Kementerian Pemuda dan Olahraga 3. Kementerian Perdagangan 4. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi 5. Asosiasi/Perusahaan/ Komunitas Industri Gim

Salinan sesuai dengan aslinya  
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA

Deputi Bidang Perundang-undangan dan  
Administrasi Hukum,



Silvanna Djaman

SK No 078805 C

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

JOKO WIDODO