

LAMPIRAN
PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR PM.55/HK.PEK/2012
TENTANG INDIKATOR KINERJA UTAMA DI LINGKUNGAN
KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

1. Nama Unit Organisasi : Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif
2. Tugas : Menyelenggarakan urusan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pemerintahan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara
3. Fungsi :
 - a. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
 - b. Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
 - c. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
 - d. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
 - e. Pelaksanaan kegiatan teknis yang berskala nasional.

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
1	Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional	Kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional	Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) yang diolah dari tabel I/O, Produk Domestik Bruto (PDB), serta kompilasi data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal. Data ini dipublikasikan oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif satu tahun sekali yang	Indikator yang digunakan untuk mengukur meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional adalah rasio persentase antara total dampak Produk Domestik Bruto (PDB) nominal tahunan yang terbentuk sebagai akibat aktivitas kepariwisataan dibandingkan dengan Produk	Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			merupakan hasil kerjasama dengan pihak Badan Pusat Statistik.	Domestik Bruto (PDB) nominal tahunan nasional. Produk Domestik Bruto (PDB) nasional merupakan nilai nominal barang dan jasa yang diproduksi oleh Indonesia selama satu tahun	
2	Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap kualitas dan kuantitas tenaga kerja nasional	1. Jumlah tenaga kerja langsung, tidak langsung, dan ikutan sektor pariwisata	Hasil penghitungan Badan Pusat Statistik, Direktorat Jenderal Imigrasi, Pusat Data dan Informasi dan Direktorat PPIP Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata	Pariwisata merupakan sektor yang memberikan dampak yang luas bagi sektor-sektor lainnya, termasuk terhadap penyerapan tenaga kerja baik itu tenaga kerja langsung (<i>direct</i>), tenaga kerja tidak langsung (<i>indirect</i>), maupun tenaga kerja ikutan (<i>induce</i>) di sektor pariwisata. Tenaga kerja langsung mencakup tenaga kerja yang bekerja pada 14 (empat belas) sektor kepariwisataan, tenaga kerja tidak langsung merupakan tenaga kerja diluar 14 (empat belas) sektor kepariwisataan yang terkait dengan sektor	Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				pariwisata, misalnya tenaga kerja pada sektor transportasi, sedangkan tenaga kerja ikutan merupakan tenaga kerja yang terserap di sektor-sektor ikutan akibat pengaruh langsung maupun tidak langsung aktivitas sektor pariwisata.	
		2. Kontribusi sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja nasional		Kontribusi sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja nasional merupakan rasio persentase antara dampak pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja, dibandingkan dengan jumlah pekerja nasional. Jumlah pekerja nasional adalah jumlah angkatan kerja yang bekerja. Indikator ini merupakan cerminan dukungan Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif dalam penciptaan lapangan kerja (penurunan tingkat	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				pengangguran) dan pengurangan kemiskinan nasional, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata, dimana semakin tinggi nilai kontribusi, maka semakin tinggi pula peran sektor pariwisata dalam penurunan tingkat pengangguran dan kemiskinan nasional, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.	
		3. Produktivitas tenaga kerja langsung, tidak langsung, dan ikutan sektor pariwisata		Kualitas dampak sektor pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja dapat diukur salah satunya berdasarkan produktivitas tenaga kerja langsung, tidak langsung, dan tenaga kerja ikutan sektor pariwisata. Produktivitas yang dimaksudkan merupakan rasio antara dampak upah yang terbentuk melalui mekanisme efek pengganda di seluruh sektor	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				ekonomi yang terkait pariwisata sebagai akibat aktivitas kepariwisataan dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja langsung, tidak langsung, dan tenaga kerja ikutan sektor pariwisata.	
3	Meningkatnya investasi di sektor pariwisata	Kontribusi investasi bidang pariwisata terhadap total investasi nasional	Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) yang diolah dari tabel I/O, Produk Domestik Bruto (PDB), serta kompilasi data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal. Data ini dipublikasikan oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 1 (satu) tahun sekali yang merupakan hasil kerjasama dengan pihak Badan Pusat Statistik.	Pengembangan sektor pariwisata memerlukan investasi yang memadai. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk meningkatnya investasi di sektor pariwisata adalah kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap total investasi nasional. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif memiliki peran sentral untuk mendorong investasi di sektor pariwisata dengan melakukan: identifikasi dan perancangan profil investasi destinasi pariwisata, koordinasi dengan instansi pemerintah	Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				terkait baik di tingkat pusat maupun daerah, serta melakukan promosi investasi pariwisata Indonesia. Semakin besar kontribusi investasi sektor pariwisata terhadap total investasi nasional, maka diharapkan tercipta destinasi-destinasi pariwisata yang memiliki fasilitas yang baik sehingga dapat meningkatkan aktivitas perekonomian di destinasi tersebut.	
4	Meningkatnya devisa dan pengeluaran wisatawan di Indonesia	1. Jumlah penerimaan devisa wisatawan mancanegara	Data Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas)	Jumlah penerimaan devisa dipengaruhi oleh jumlah serta pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia. Dalam mengembangkan kepariwisataan nasional, peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia diupayakan sejalan dengan peningkatan jumlah pengeluaran	Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				wisatawan mancanegara di Indonesia, sehingga penerimaan devisa negara dari kegiatan kepariwisataan pun meningkat.	
		2. Jumlah pengeluaran wisatawan nusantara		Jumlah pengeluaran wisatawan nusantara dipengaruhi oleh jumlah serta pengeluaran wisatawan nusantara di Indonesia. Semakin besar belanja wisatawan nusantara terkait dengan pariwisata, maka aktivitas ekonomi semakin meningkat dan semakin meningkat pula kesejahteraan masyarakat.	
		3. Jumlah pengeluaran per wisatawan mancanegara per kunjungan	Hasil <i>Passenger Exit Survey</i> yang dilakukan 2 (dua) tahun sekali oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif dengan sampling di pintu keluar.	Jumlah pengeluaran per wisatawan mancanegara per kunjungan merupakan rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia pada setiap kunjungan ke Indonesia. Yang dimaksudkan sebagai	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				kunjungan adalah seluruh kegiatan perjalanan wisatawan sejak tiba di Indonesia hingga kembali ke negara asal wisatawan tersebut, sehingga walaupun wisatawan melakukan perjalanan ke seluruh wilayah di Indonesia selama selang waktu kedatangan dan keberangkatan, wisatawan tersebut akan terhitung sebagai satu kunjungan. Semakin besar rata-rata jumlah pengeluaran per wisatawan mancanegara di Indonesia per kunjungan, maka semakin besar pula potensi devisa yang akan diperoleh negara.	
		4. Jumlah pengeluaran per wisatawan nusantara per kunjungan	Hasil Survei Rumah Tangga (modul perjalanan) yang dilakukan sejalan dengan pelaksanaan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas). Data hasil survei ini	Jumlah pengeluaran per wisatawan nusantara per kunjungan merupakan rata-rata pengeluaran wisatawan nusantara dalam setiap perjalanan wisata yang dilakukan.	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			kemudian diolah dan dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik yang kemudian diolah kembali oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.	Semakin besar rata-rata jumlah pengeluaran per wisnus per kunjungan, maka semakin besar pula potensi pendapatan negara dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat di lokasi destinasi pariwisata.	
5	Meningkatnya kuantitas wisatawan mancanegara ke Indonesia dan wisatawan nusantara	1. Jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia	Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berasal dari pintu masuk utama dan <i>cross border</i> , dengan melakukan pendataan ke pintu-pintu masuk tersebut dengan bekerjasama dengan Direktorat Jenderal Imigrasi dan dengan pihak Badan Pusat Statistik serta Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif yang diolah dan dipublikasikan setiap bulannya. Data kunjungan dikeluarkan Satu bulan setelah bulan terhitung	Jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sangat berpengaruh terhadap potensi devisa yang akan diperoleh oleh negara. Wisman ke Indonesia adalah setiap orang yang berasal dari wilayah luar Indonesia, yang mengunjungi Indonesia, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi, dengan lama tinggal minimal 24 (dua puluh empat) jam dan maksimal 6 (enam) bulan, dengan tujuan: (a) berlibur,	Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>rekreasi, dan olah raga; (b) bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan. Jumlah wisman dihitung melalui pengumpulan kartu Embarkasi/Dise mbarkasi yang dilakukan di 73 (tujuh puluh tiga) pintu masuk Indonesia berdasarkan negara tempat tinggal wisatawan tersebut. Pengumpulan kartu E/D dilakukan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang kemudian diolah dan dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik dalam buku <i>Number of Foreign Visitor Arrivals to Indonesia</i> setiap tahunnya.</p>	
		2. Jumlah perjalanan wisatawan	Data jumlah wisatawan nusantara	Jumlah wisatawan nusantara sangat	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
		nusantara	diperoleh dari hasil Survei Rumah Tangga (Modul Perjalanan) yang dilakukan sejalan dengan pelaksanaan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas). Data hasil survei ini kemudian diolah dan dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik setiap 3 (tiga) bulan sekali dengan selang waktu perbedaan data adalah 3 (tiga) bulan sejak bulan publikasi, yang kemudian diolah kembali oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.	berpengaruh terhadap potensi pendapatan negara dan penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat setempat di mana destinasi berada. Wisnus adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan dalam wilayah geografis Indonesia secara sukarela kurang dari 6 (enam) bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/gaji), serta sifat perjalanannya bukan rutin, dengan kriteria: a. mereka yang melakukan perjalanan ke obyek wisata komersial tidak memandang apakah menginap atau tidak menginap di hotel/penginapan komersial ataupun perjalanannya lebih/kurang dari 100 km (PP); b. mereka yang melakukan perjalanan	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>bukan ke obyek wisata komersial tetapi menginap dihotel/penginapan komersial, walaupun jarak perjalanannya kurang dari 100 km (PP); dan</p> <p>c. mereka yang melakukan perjalanan bukan ke obyek wisata komersial dan tidak menginap dihotel/penginapan komersial tetapi jarak perjalanannya lebih dari 100 km (PP).</p>	
6	Meningkatnya citra kepariwisataan Indonesia	1. Daya saing kepariwisataan Indonesia	Data <i>global competitiveness report</i> yang dipublikasikan oleh <i>World Economic Forum (WEF)</i>	<i>World Economic Forum (WEF)</i> setiap tahunnya mengeluarkan <i>The Travel and Tourism Competitiveness Report</i> yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing kepariwisataan Indonesia dibandingkan dengan 138 (seratus tiga puluh delapan) negara-negara lain di dunia, yang dihitung	Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				melalui rata-rata kinerja kepariwisataan suatu negara berdasarkan 14 (empat belas) pilar yang digunakan sebagai dasar penilaian. Semakin tinggi nilai daya saing kepariwisataan Indonesia (skala maksimum 7 (tujuh)), maka diharapkan dapat meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia yang akhirnya dapat berdampak kepada peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.	
		2. Jumlah lokasi Kawasan Strategis Nasional (KSPN) yang difasilitasi untuk meningkatkan kualitas tata kelola Destinasi <i>Destination Management Organization (DMO)</i>	Laporan Tahunan dan Rencana Kerja Direktorat Perencanaan dan Investasi Pariwisata	Jumlah lokasi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang difasilitasi untuk meningkatkan kualitas tata kelola destinasi dihitung melalui lokasi yang difasilitasi dengan skema peningkatan gerakan kesadaran kolektif <i>stakeholders</i> , pengembangan manajemen	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>destinasi, pengembangan bisnis, dan penguatan organisasi pengelolaan destinasi pariwisata. Peningkatan kualitas tata kelola destinasi <i>Destination Management Organization (DMO)</i> dilakukan dengan prinsip partisipatif, keterpaduan, kolaboratif, dan berkelanjutan melalui pendekatan proses, sistematis, dan manajerial. Indikator lokasi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang difasilitasi menunjukkan upaya Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif untuk mewujudkan peningkatan aktivitas untuk fasilitas dan pemberdayaan kepada pemangku kepentingan sehingga mewujudkan penerapan konsep tata kelola destinasi</p>	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				yang berkualitas di lokasi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN). Semakin banyak lokasi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang difasilitasi maka semakin besar masyarakat yang terlibat dalam pengembangan destinasi wisata dengan tata kelola yang baik.	
7	Terciptanya diversifikasi destinasi pariwisata	1. Jumlah lokasi daya tarik di Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang dikembangkan menjadi destinasi pariwisata	Laporan Tahunan dan Rencana Kerja Direktorat Pengembangan Daya Tarik Wisata	Jumlah Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) adalah sebanyak 50 (lima puluh) Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di setiap Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) terdapat Kawasan Strategis Nasional (KSPN)/Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang didalamnya terdapat beberapa daya tarik yang dapat dikembangkan. Setiap tahunnya Kementerian Pariwisata Dan	Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				Ekonomi Kreatif akan mengembangkan daya tarik wisata baik yang bersifat rintisan, pemeliharaan maupun revitalisasi dari daya tarik wisata yang ada.	
		2. Jumlah desa yang difasilitasi untuk dikembangkan sebagai desa wisata	Laporan Tahunan dan Rencana Kerja Direktorat Pemberdayaan Masyarakat di Destinasi Wisata dan Laporan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri	Desa wisata yang difasilitasi dihitung melalui jumlah desa yang dikembangkan melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri. Pengembangan desa wisata dilakukan sebagai penerapan prinsip <i>community based tourism</i> untuk melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata setempat. Semakin banyak desa yang dapat difasilitasi maka diharapkan desa tersebut dapat menjadi alternatif tujuan wisata dan dapat meningkatkan lama tinggal serta pengeluaran wisatawan di Indonesia.	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
		3. Jumlah pola perjalanan yang dikembangkan	Laporan Tahunan dan Rencana Kerja Direktorat Industri Pariwisata dan laporan <i>travel pattern</i>	Pola perjalanan pariwisata adalah struktur, kerangka, dan alur perjalanan wisata dari satu titik destinasi ke titik destinasi lainnya yang saling terkait yang berisi informasi tentang fasilitas, aktivitas, dan pelayanan yang memberikan berbagai pilihan perjalanan wisata bagi industri maupun individu wisatawan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dalam melakukan perjalanan wisata. Semakin bervariasi pola perjalanan yang ditawarkan maka diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata di Indonesia.	
8	Terciptanya pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien	1. Rasio konsentrasi pasar wisatawan mancanegara ke Indonesia	Hasil studi atau penghitungan yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata terkait jumlah rasio konsentrasi 5 (lima) negara pasar wisman (CR5), terhadap	Rasio konsentrasi yang akan digunakan sebagai indikator adalah rasio konsentrasi 5 (lima) negara pasar wisatawan mancanegara (CR5), yang mengandung makna bahwa persentase jumlah	Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			jumlah total kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia.	wisatawan mancanegara dari 5 (lima) pasar utama wisman dibandingkan dengan seluruh jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Semakin besar nilai CR5, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan mancanegara Indonesia berasal dari 5 (lima) pasar tersebut. Hal ini beresiko terhadap kepariwisataan Indonesia, karena jika terjadi permasalahan terhadap 5 (lima) pasar tersebut, maka akan mengakibatkan jumlah wisatawan mancanegara Indonesia akan mengalami kontraksi yang signifikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk mendiversifikasi pasar wisatawan mancanegara sehingga nilai CR5 semakin menurun.	
		2. Jumlah Visit Indonesia	Laporan pelaksanaan	Visit Indonesia Tourism Officer	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
		<i>Tourism Officer</i> (VITO) di mancanegara	<i>Visit Indonesia Tourism Officer</i> (VITO) di mancanegara yang menjadi target utama pasar wisman ke Indonesia	(VITO) akan dikembangkan di 12 (dua belas) negara yang menjadi target utama pasar wisman ke Indonesia, yaitu: Australia (Sydney), China (Beijing, Guangzho), Jepang (Tokyo), Jerman (Munich), India (New Delhi), Singapura, Malaysia (Kuala Lumpur), UAE (Dubai), Perancis (Paris), Belanda (Amsterdam), Rusia (Moskow), Korea (Busan). <i>Visit Indonesia Tourism Officer</i> (VITO) memiliki tugas dan fungsi sebagai sumber informasi kepariwisataan Indonesia dan melakukan promosi penjualan pariwisata di negara bersangkutan.	
		3. Produktivitas investasi pemasaran luar negeri	Hasil studi atau penghitungan yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata terkait Efisiensi pelaksanaan kegiatan pemasaran	Efisiensi pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata di luar negeri salah satunya dapat dinilai berdasarkan produktivitas investasi untuk kegiatan	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			pariwisata di luar negeri salah satunya dapat dinilai berdasarkan produktivitas investasi untuk kegiatan pemasaran luar negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Produktivitas ini dapat diukur melalui rasio jumlah devisa dibandingkan dengan nilai investasi pemasaran luar negeri	pemasaran luar negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Produktivitas ini dapat diukur melalui rasio jumlah devisa dibandingkan dengan nilai investasi pemasaran luar negeri. Semakin besar devisa yang dihasilkan dari setiap rupiah yang diinvestasikan untuk kegiatan pemasaran luar negeri, maka Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif semakin efisien dalam memanfaatkan nilai investasi tersebut untuk mempromosikan destinasi pariwisata Indonesia di luar negeri. Fokus utama pasar pariwisata Indonesia hingga tahun 2014 adalah: Singapura, Malaysia, Australia, China, Jepang, Korea Selatan, Filipina, Taiwan, Amerika Serikat, Inggris, Perancis, India, Belanda, Timur	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				Tengah, Jerman, dan Rusia, yang tentunya akan dievaluasi setiap tahunnya dan disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi setiap tahunnya.	
		4. Produktivitas investasi pemasaran dalam negeri	Hasil studi atau penghitungan yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata terkait Efisiensi pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata di dalam negeri salah satunya dapat dinilai berdasarkan produktivitas investasi untuk kegiatan pemasaran dalam negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Produktivitas pemasaran dalam negeri yang dilakukan dapat diukur melalui rasio jumlah pengeluaran wisatawan nusantara dibandingkan dengan	Efisiensi pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata di dalam negeri salah satunya dapat dinilai berdasarkan produktivitas investasi untuk kegiatan pemasaran dalam negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Produktivitas pemasaran dalam negeri yang dilakukan dapat diukur melalui rasio jumlah pengeluaran wisatawan nusantara dibandingkan dengan investasi pemasaran dalam negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Semakin besar jumlah pengeluaran wisatawan nusantara yang dihasilkan dari	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			investasi pemasaran dalam negeri oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	setiap rupiah yang diinvestasikan untuk kegiatan pemasaran dalam negeri, maka Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif semakin efisien dalam memanfaatkan nilai investasi tersebut untuk mempromosikan destinasi pariwisata Indonesia di dalam negeri.	
		5. Peningkatan persepsi positif masyarakat dunia mengenai kepariwisataan Indonesia	Hasil studi yang dilaksanakan oleh Direktorat Pencitraan Indonesia Untuk menilai efektivitas pemasaran yang dilakukan di dalam maupun di luar negeri, salah satunya dapat dianalisis berdasarkan persepsi masyarakat dunia mengenai kepariwisataan Indonesia.	Untuk menilai efektivitas pemasaran yang dilakukan di dalam maupun di luar negeri, salah satunya dapat dianalisis berdasarkan persepsi masyarakat dunia mengenai kepariwisataan Indonesia. Masih banyak masyarakat di dunia yang tidak mengetahui keberadaan Indonesia sehingga kegiatan pemasaran yang efektif sangatlah ditentukan oleh strategi komunikasi yang diimplementasikan. Kejelasan pesan yang ingin disampaikan,	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				pemilihan media yang digunakan, konten dan desain sarana promosi yang digunakan, serta kesesuaiannya dengan target pasar sangatlah berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran pariwisata yang akhirnya akan berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang berwisata di Indonesia.	
9	Meningkatnya Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif	Kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional	Data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya yang berasal dari masing-masing subsektor industri kreatif.	Produk Domestik Bruto (PDB) adalah nilai pasar dari seluruh <i>final goods and services</i> , yang diproduksi di dalam suatu negara, pada suatu periode waktu tertentu. Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif merupakan bagian dari nilai Produk Domestik Bruto (PDB) nasional yang diperoleh dari nilai tambah yang dihasilkan industri kreatif, yang terdiri dari 14 (empat belas) kelompok usaha industri kreatif, yaitu:	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Media Desain dan Iptek

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<ol style="list-style-type: none"> 1. Arsitektur; 2. Desain; 3. Fesyen (Mode); 4. Film, Video, dan Fotografi; 5. Kerajinan; 6. Musik; 7. Pasar Barang Seni; 8. Penerbitan dan Percetakan; 9. Periklanan; 10. Permainan Interaktif; 11. Penelitian dan Pengembangan; 12. Seni Pertunjukan ; 13. Teknologi Informasi dan Piranti Lunak; dan 14. Televisi dan Radio. <p>Kontribusi ekonomi kreatif adalah persentase rasio Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihasilkan industri kreatif terhadap nilai Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Semakin besar persentase kontribusi ekonomi kreatif, maka semakin besar pula kontribusi</p>	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				industri kreatif terhadap perekonomian nasional, dengan kata lain, semakin penting peranan industri kreatif dalam struktur produksi nasional.	
10	Meningkatnya kualitas dan kuantitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif	1. Tingkat partisipasi tenaga kerja sektor ekonomi kreatif	Data ketenagakerjaan industri dapat diestimasi dari data statistik ketenagakerjaan yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik setiap tahunnya.	Tenaga kerja sektor ekonomi kreatif adalah pekerja di industri kreatif, yaitu penduduk usia produktif yang sudah bekerja di industri kreatif. Tingkat partisipasi tenaga kerja sektor ekonomi kreatif adalah rasio jumlah pekerja di kelompok industri kreatif terhadap jumlah pekerja di seluruh industri di Indonesia. Angka ini akan semakin memperkuat indikasi apakah industri kreatif memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia.	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Media Desain dan Iptek
		2. Pertumbuhan produktivitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif	Data ketenagakerjaan industri dapat diestimasi dari data statistik ketenagakerjaan yang	Pertumbuhan rata-rata pendapatan perkapita tenaga kerja di industri kreatif. Semakin tinggi	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik setiap tahunnya.	pertumbuhannya , maka produktivitas pekerja kreatif semakin meningkat yang menunjukkan bahwa pendapatan pekerja kreatif semakin baik pula.	
11	Meningkatkan unit usaha sektor ekonomi kreatif	Kontribusi unit usaha di sektor ekonomi kreatif terhadap unit usaha nasional	Dari Laporan Kegiatan: Pemberdayaan masyarakat melalui <i>Live in Desainer</i> bidang desain dan arsitektur, Sayembara reka baru desain Indonesia, Fasilitas Pengembangan Pusat Kreatif, Sentra Inovasi dan Inkubator Bisnis. dan Penyelenggaraan Inkubator Bisnis.	Semakin besar kontribusi unit usaha di sektor ekonomi kreatif ini menunjukkan bahwa pasar bagi produk dan jasa kreatif semakin meluas, sehingga jumlah pelaku usaha yang ingin bergerak di sektor ekonomi kreatif pun semakin meningkat.	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Media Desain dan Iptek
12	Meningkatnya konsumsi produk dan jasa kreatif lokal oleh masyarakat Indonesia	1. Jumlah pelaku kreatif yang mengalami peningkatan akses pasar	Data dari Badan Pusat Statistik dan data-data lainnya yang berasal dari organisasi/asosiasi bidang ekonomi kreatif	Fasilitasi pelaku kreatif untuk mengikuti pameran, memfasilitasi penyelenggaraan pertunjukan karya kreatif, fasilitasi penggandaan film untuk mengikuti berbagai festival, atau fasilitasi pengembangan sarana promosi bagi karya	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Seni dan Budaya

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>kreatif. Semakin banyak pelaku kreatif yang difasilitasi, maka diharapkan dapat meningkatkan penetrasi dan memperluas akses pasar untuk produk dan jasa kreatif di dalam dan di luar negeri</p>	
		2. Pertumbuhan konsumsi karya kreatif lokal di dalam negeri	Data dari Badan Pusat Statistik dan data-data lainnya yang berasal dari organisasi/asosiasi bidang ekonomi kreatif	<p>Persentase peningkatan tahunan konsumsi karya-karya kreatif dalam negeri oleh masyarakat Indonesia. Konsumsi meliputi konsumsi oleh individu, pemerintah, maupun perusahaan. Peningkatan pertumbuhan konsumsi ini merupakan salah satu dampak dari upaya peningkatan apresiasi terhadap pelaku dan karya kreatif, serta peningkatan akses pasar.</p>	
13	Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap ekonomi kreatif	Tingkat pemahaman masyarakat terhadap ekonomi kreatif	Laporan kegiatan dari masing-masing satker di lingkungan Direktorat Jenderal	Ekonomi kreatif merupakan terminologi baru di Indonesia, walaupun sektor yang ada di dalam ekonomi	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Seni dan Budaya

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya	<p> kreatif bukanlah sektor yang baru di dalam masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat terhadap ekonomi kreatif merupakan hal yang penting untuk dijadikan tolok ukur dari kinerja Kemenparekraf. Pemahaman masyarakat terhadap sektor ekonomi kreatif tidaklah terbatas pada tahu atau mengenal ekonomi kreatif, tetapi lebih mengukur sejauh mana masyarakat dapat menjelaskan dengan baik apa itu ekonomi kreatif baik dari aspek perkembangan ekonomi kreatif, sektor ekonomi kreatif di Indonesia, mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan dan sentra/zona kreatif, dan informasi lainnya yang terkait dengan ekonomi kreatif. </p>	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
14	Terciptanya ruang publik bagi masyarakat	Jumlah pengembangan zona kreatif di Indonesia	Laporan kegiatan dari masing-masing satker di lingkungan Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya	Ruang publik yang berfungsi sebagai ruang ekspresi, eksperimen produksi, diseminasi, dan apresiasi, sangat dibutuhkan untuk menciptakan modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, serta modal kreativitas. Keempat modal ini merupakan modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, oleh karena itu semakin banyak ruang publik yang dapat diciptakan dan diaktivasi sebagai ruang ekspresi, eksperimen produksi, diseminasi, dan apresiasi maka diharapkan lebih banyak pelaku kreatif yang akan menciptakan karya-karya kreatif yang berkualitas.	Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Seni dan Budaya
15	Meningkatnya kualitas dan kuantitas lulusan pendidikan tinggi pariwisata	Jumlah lulusan pendidikan tinggi kepariwisataan yang terserap di pasar kerja	Laporan Monev Badan Pengembangan Sumber Daya, Job Tracer, Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi	Banyaknya lulusan pendidikan tinggi, yaitu: Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Bandung, Sekolah Tinggi	Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
			Pemerintah (LAKIP), Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) dan Akademi Pariwisata (Akpar).	Pariwisata (STP) Bali, Akpar Medan, Akpar Makasar, yang terserap di pasar tenaga kerja. Semakin besar jumlah lulusan yang terserap di pasar tenaga kerja, maka semakin baik kualitas dan kuantitas lulusan pendidikan tinggi pariwisata yang saat ini dikelola oleh Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.	
16	Meningkatnya profesionalisme pelaku sektor pariwisata dan ekonomi kreatif	1. Jumlah standar kompetensi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP), Puskom, Laporan Monev	Untuk dapat melakukan sertifikasi, maka diperlukan standar kompetensi kerja yang akan dijadikan referensi. Identifikasi unit kompetensi dan penyusunan standar kompetensi akan berpengaruh terhadap kualitas sertifikasi yang akan dilakukan. Oleh karena itu, penyusunan standar kompetensi membutuhkan waktu yang relatif panjang dan melibatkan pelaku di bidangnya. Kementerian	Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif secara konsisten akan mengembangkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) dengan jumlah yang terus meningkat, sehingga semakin banyak profesi yang dapat disertifikasi, yang akhirnya dapat meningkatkan profesionalisme tenaga kerja di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.	
		2. Jumlah tenaga kerja pariwisata dan ekonomi kreatif yang disertifikasi	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP), Puskom, Laporan Monev	Sertifikasi sangat penting dilakukan untuk menciptakan kompetensi yang unggul dan meningkatkan daya saing Sumber Daya Manusia di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di dalam dan luar negeri, sehingga dapat lebih bersaing dan profesional di bidangnya. Khususnya di sector ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif akan memulai sertifikasi pada	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>tahun 2014 karena pada tahun 2012-2013 merupakan inisiasi identifikasi unit kompetensi serta penyusunan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) sektor ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif menargetkan jumlah pelaku yang akan disertifikasi cenderung meningkat, sehingga dengan semakin banyak pelaku yang disertifikasi, maka daya saing tenaga kerja di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif semakin meningkat.</p>	
17	Meningkatnya kualitas penelitian dan kajian bidang pariwisata dan ekonomi kreatif	1. Jumlah penelitian dan pengembangan yang dimanfaatkan dalam mendukung kebijakan disektor pariwisata	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Puslitbang, Kebijakan Kepariwisata, Laporan Monev	Jumlah penelitian dan pengembangan yang dapat dijadikan rujukan dalam perumusan, implementasi, dan evaluasi kebijakan di sektor pariwisata. Ruang lingkup industri pariwisata yang dikelola oleh Kementerian	Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif sangatlah luas, sehingga fokus kajian yang dilakukan akan ditentukan berdasarkan permasalahan yang mendesak dan penting untuk segera diselesaikan. Setiap tahun jumlah kajian yang dilakukan semakin meningkat sehingga semakin banyak permasalahan yang dapat dievaluasi dan dianalisis untuk dapat disikapi dengan kebijakan yang lebih efektif.	
		2. Jumlah penelitian dan pengembangan yang dimanfaatkan dalam mendukung kebijakan disektor ekonomi kreatif	Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Puslitbang Kebijakan Ekonomi Kreatif, Laporan Monev	Jumlah penelitian dan pengembangan yang dapat dijadikan rujukan dalam perumusan, implementasi, dan evaluasi kebijakan di sektor ekonomi kreatif. Sama halnya dengan sektor pariwisata, maka sektor ekonomi kreatif pun memiliki ruang lingkup yang luas. Oleh karena itu strategi untuk melakukan	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				kajian kebijakan terkait industri kreatif sama dengan strategi untuk melakukan kajian kebijakan terkait dengan pariwisata.	
18	Meningkatnya kualitas konten dan jejaring pelaku di sektor ekonomi kreatif	1. Jumlah pelaku kreatif yang mengalami peningkatan kemampuan kreasi dan produksi	Laporan Kegiatan: Pengembangan jejaring dan pelaku sektor periklanan, Peningkatan kualitas kota pusaka, Partisipasi pengembangan untuk <i>desainer komvis</i> , Pendukung komunikasi forum desain dan arsitektur, Pelaksanaan <i>Business Connect.</i> , Pasar untuk Pelaku Ekonomi Kreatif/Promosi Teknologi, Pendukung Pameran Kreatif, dan Penyelenggaraan event Wirausaha Kreatif	Proses kreasi dan produksi di industri kreatif merupakan proses penciptaan nilai tambah yang berbeda. Dalam proses kreasi, ide merupakan modal utama dalam menciptakan karya kreatif, sedangkan produksi memiliki tantangan bagaimana menjadikan ide menjadi sebuah karya komersial yang dapat dijadikan bisnis untuk menciptakan nilai ekonomi. Bentuk kegiatan untuk mengembangkan kreasi dan produksi kreatif antara lain melalui: kompetisi, <i>coaching</i> kreasi dan produksi, seminar, lokakarya, fasilitasi	Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<i>internship</i> , fasilitasi kolaborasi produksi karya kreatif, fasilitasi eksperimen penciptaan karya kreatif atau kegiatan lainnya yang dapat meningkatkan kemampuan untuk berkreasi dan berproduksi.	
		2. Jumlah pelaku kreatif yang mengalami penguatan jejaring		Untuk dapat terus meningkatkan kreativitasnya, pelaku kreatif ini perlu membentuk jejaring untuk saling berbagi mengenai ide atau hal lainnya yang terkait dengan proses kreasi, produksi, distribusi maupun komersialisasi. Bentuk kegiatan untuk mengembangkan jejaring kreatif antara lain melalui: forum, <i>gathering</i> , festival, diskusi, <i>talkshow</i> , atau kegiatan lainnya yang dapat mempertemukan pelaku kreatif untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan.	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
19	Meningkatnya Kualitas Pengelolaan Keuangan	Opini laporan keuangan Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Badan Pemeriksa Keuangan	Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 Tentang Pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggungjawab Keuangan Negara dinyatakan bahwa untuk mendukung keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan negara, keuangan negara wajib dikelola secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan bertanggung jawab dengan memperhatikan rasa keadilan dan kepatutan. Oleh karena itu, Kemenparekraf selaku instansi pemerintah yang menggunakan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) berkewajiban untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan negara. Indikator yang digunakan untuk mengukur peningkatan kualitas	Sekretariat Jenderal

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>pengelolaan keuangan adalah opini keuangan Kemenparekraf yang diberikan oleh Badan Pemeriksa Keuangan, yaitu secara berurutan dari penilaian yang paling rendah, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disclaimer; 2. Wajar Dengan Pengecualian (WDP); dan 3. Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) <p>terhadap Laporan Keuangan Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif berkewajiban untuk mencapai Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) dan mempertahankan predikat tersebut hingga akhir tahun 2014 mendatang.</p>	
20	Meningkatnya kualitas pelaksanaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP)	Predikat Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Hasil Evaluasi Kinerja Kementerian oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi	Perbaikan tata kelola pemerintahan dan penerapan sistem manajemen pemerintahan yang berfokus pada peningkatan akuntabilitas dan sekaligus	Sekretariat Jenderal

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>peningkatan kinerja berorientasi pada hasil (<i>outcome</i>) merupakan agenda penting dalam reformasi birokrasi di lingkungan pemerintahan, yang direalisasikan dengan diimplementasikannya Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP). Sasaran Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) adalah untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. menjadikan instansi pemerintah yang akuntabel sehingga dapat beroperasi secara efisien, efektif dan responsif terhadap aspirasi masyarakat dan lingkungannya; b. terwujudnya transparansi instansi pemerintah; c. terwujudnya partisipasi masyarakat 	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				<p>dalam pelaksanaan pembangunan nasional; dan</p> <p>d. terpeliharanya kepercayaan masyarakat kepada pemerintah.</p> <p>Meningkatnya kualitas pelaksanaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) di lingkungan Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif dapat diindikasikan dari perbaikan nilai Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) yang diberikan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi terhadap dokumen Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Hasil penilaian Sistem</p>	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) secara berurutan, dari urutan penilaian paling rendah, yaitu huruf D, C, CC, B, A, dan AA.	
21	Terselenggaranya Reformasi Birokrasi	Nilai <i>Quality Assurance</i> (QA) Reformasi Birokrasi	Biro Perencanaan dan Organisasi	Terselenggaranya reformasi birokrasi yang efektif dapat diindikasikan dari perbaikan nilai <i>Quality Assurance</i> pelaksanaan reformasi birokrasi yang diberikan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi kepada Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. Semakin tinggi nilai <i>Quality Assurance</i> , maka dapat dinyatakan bahwa semakin baik pula kualitas pelaksanaan reformasi birokrasi di Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.	Sekretariat Jenderal
22	Meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia	1. Jumlah Sumber Daya Manusia Kementerian Pariwisata		Jumlah Sumber Daya Manusia yang memiliki pendidikan lanjut yang mendalami	Sekretariat Jenderal

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
	Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Dan Ekonomi Kreatif yang difasilitasi untuk meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi		<p>sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Pendidikan lanjut yang dimaksud adalah pendidikan pascasarjana, untuk Strata 2 dan Strata 3. Saat ini, Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif memiliki 414 orang dengan pendidikan akhir S2 dan 15 (lima belas) orang S3 yang mendalami sektor pariwisata serta fokus untuk mendalami tata kelola dan kebijakan di sektor pariwisata. Saat ini, dengan adanya sektor ekonomi kreatif dan untuk memperkuat sektor kepariwisataan, maka Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif akan berupaya untuk memfasilitasi 80 (delapan puluh) orang dan 33 (tiga puluh tiga) orang untuk mengikuti jenjang pendidikan akhir S2 dan S3 selama periode 2012-2014.</p>	

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
		2. Jumlah Sumber Daya Manusia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif yang difasilitasi untuk mengikuti diklat manajemen dan teknis		Selain memfasilitasi sumber daya manusia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, maka Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif juga akan memperkuat sumber daya manusia untuk difasilitasi untuk mengikuti diklat manajemen dan teknis terkait dengan sektor kepariwisataan dan ekonomi kreatif, sejumlah 1.476 (Seribu empat ratus tujuh puluh enam) orang selama periode 2012-2014.	
23	Meningkatnya kuantitas Sumber Daya Manusia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Jumlah penambahan Sumber Daya Manusia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif yang akan mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif		Dengan perubahan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif, diperlukan Sumber Daya Manusia baru yang dapat mengisi posisi untuk sektor ekonomi kreatif	Sekretariat Jenderal

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	SUMBER DATA	PENJELASAN	UNIT ORGANISASI PELAKSANA
				khususnya, sehingga pengembangan ekonomi kreatif akan ditangani oleh Sumber Daya Manusia yang memiliki pengetahuan serta kompetensi yang sesuai dengan sektor yang akan dikembangkan	

MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
REPUBLIK INDONESIA,

MARI ELKA PANGESTU