인도네시아 콘텐츠산업 동향

(인도네시아 스타트업 산업 현황과 콘텐츠 부문별 주요 스타트업)

2025년 12호

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

인도네시아 콘텐츠산업 동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2025년 12호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	**인도네시아 스타트업 산업 현황과 콘텐츠 부문별 주요 스타트업**	스타트업, 벤처캐피털, 투자, 스타트업 생태계, 콘텐츠 스타트업, 유니콘

1. 배경

2. 인도네시아 스타트업 산업 현황

2.1 인도네시아 스타트업 생태계

2.2 2024년 스타트업 투자 현황

2.3 2025년 상반기 스타트업 투자 현황

3. 인도네시아 콘텐츠 부문별 주요 스타트업

3.1 OTT

3.2 게임

3.3 패션

3.4 애니메이션/캐릭터

3.5 웹툰

3.6 음악·오디오·크리에이터

4. 결론 및 함의

작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

배포 | 2025.09.29.

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

심층이슈

I. 인도네시아 스타트업 산업 현황과 콘텐츠 부문별 주요 스타트업

작성 순서

1. 배경
2. 인도네시아 스타트업 산업 현황
3. 인도네시아 콘텐츠 부문별 주요 스타트업
4. 결론 및 함의

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 배경

- **인도네시아는 국내 콘텐츠 및 투자 기업에 동남아시아에서 가장 매력적인 시장으로 부상하고 있음**
  - 2억 8천 5백만 명의 인구와 2억 1천만 명 이상의 인터넷 사용자를 보유한 인도네시아는 한국 시장의 5배가 넘는 규모임. 인터넷 보급률 79%, 하루 평균 7시간의 온라인 사용 시간은 K-콘텐츠와 디지털 플랫폼에 대한 폭발적 수요를 뒷받침함
  - 특히 인구 절반 이상이 30세 미만의 젊은 층으로 구성되어 있어, K-드라마, K-POP, 게임, 웹툰 등 K-콘텐츠에 높은 친화성을 보인다는 것이며, 실제 K-콘텐츠에 대한 현지 수요는 지속해서 증가하고 있음
- **인도네시아 콘텐츠 시장의 독특함**
  - 인도네시아 콘텐츠 시장은 엔터테인먼트와 커머스의 경계가 모호하다는 점임. 라이브스트링 쇼핑, 소셜 커머스, 게임 내 결제 등이 활발하게 이루어지고 있어, 국내 기업들이 콘텐츠를 통한 다양한 수익화 모델을 실험할 수 있는 테스트베드(test bed) 역할을 함. 이는 단순한 콘텐츠 수출을 넘어 통합적 비즈니스 모델 구축의 기회를 의미함
- **콘텐츠 스타트업 투자 환경 변화**
  - 스타트업 투자 관점에서도 상당한 변화가 감지되고 있음. 인도네시아 스타트업 투자 규모는 2021년 약 69억 달러에서 2024년 약 11억 달러로 투자금이 축소되며 기업의 가치평가(valuation)가 합리화되고 있어, 국내 투자회사들에 진입 기회를 제공하고 있음
  - 특히 현지 콘텐츠 스타트업들이 글로벌 플랫폼 대비 현지화와 문화적 적응력에서 우위를 보여, 국내 기업과의 파트너십을 통한 시너지 창출 가능성이 큼
- **본 보고서는 인도네시아의 스타트업 산업 현황과 콘텐츠 부문별 스타트업을 조사·정리하여 국내 콘텐츠 기업들의 인도네시아 진출 및 확장 시에 유용한 정보로 제공하고자 함**

2 인도네시아 스타트업 산업 현황

2.1 인도네시아 스타트업 생태계

2024 년 기준 인도네시아 스타트업 생태계, 전년 대비 약 10% 성장

- 인도네시아는 동남아시아에서 가장 역동적인 스타트업 시장을 형성하고 있으며, 2024 년 기준 스타트업 수는 약 2,400~2,800 개로 추산됨
- 2024 년 스타트업 생태계는 2023 년 대비 약 10% 성장했으나, 단순한 수적 팽창보다는 수익성과 지속가능성에 초점을 맞추는 방향으로 구조적 전환이 진행되고 있음
- 이러한 변화는 과거 유니콘(Unicorn)[1] 탄생에 집중하던 성장기에서 최근에는 현금흐름 안정, 규제 적합성, 지역 확산 등 보다 내실 있는 발전으로 무게 중심이 옮겨가고 있음을 알 수 있음

스타트업 분야별 분포

- 2024 년 현재 활동 중인 스타트업 중 50% 이상이 시드(Seed) 단계임
- StartupBlink 의 '2025 년 인도네시아 스타트업 생태계' 보고서에 따르면, 스타트업의 분야별 분포는 핀테크 약 15%, 소매·전자상거래 14%, 기업 SaaS 11%, 물류 7%, 교육 5%, 헬스테크 5%, 그리고 기타로 나뉨
- 기술 인력은 2023 년 기준 개발자 약 11 만 명(전 세계 0.5% 수준)으로 빠르게 증가하는 추세지만, 숙련 인력은 여전히 수요 대비 부족함

스타트업 지역별 분포

- 인도네시아 스타트업 활동은 지역적으로 매우 집중되어 있음. 인도네시아의 수도인 자카르타에는 전체 스타트업의 약 60%와 벤처캐피털 자금의 70% 이상이 집중되어 있으며, 기술 인력, 투자회사, 정부 네트워크가 집중되어 '자카르타 중심(Jakarta-centric)' 생태계로 불림
- 자카르타는 2024 년 '글로벌 스타트업 생태계 도시' 순위에서 27 위를 차지함. 한편 동남아시아 주요 도시 중에서는 싱가포르 16 위, 쿠알라룸푸르 73 위, 방콕 80 위 등임
- 반면 반둥(Bandung)은 IT 명문인 반둥공과대학(ITB, Institut Teknologi Bandung)과 창업 커뮤니티 영향으로 게임, IoT 스타트업 배출이 활발한 허브로 알려져 있으며, 족자카르타(Yogyakarta)는 상대적으로 낮은 인건비와 창의적인 문화로 인해 게임, 교육, 크리에이티브 스타트업이 성장해 '족자 밸리(Yogja Valley)'라는 별칭이 있음
- 이외에 수라바야(Surabaya), 발리의 덴파사르(Denpasar), 메단(Medan) 등이 지역 거점으로 꼽히나, 투자 유치 실적에서는 미미함

정부 정책 및 규제 동향

- 인도네시아는 유가증권시장의 상장 요건은 다중 상장위원회 제도를 운용하여 기업 성장 단계에 맞춰 상장을 허용함
- 전통적으로는 '메인 보드(Main Board)'와 '개발 보드(Development Board)' 등 두 가지로 구분됨. 메인 보드는 순이익 등 엄격한 요건을 충족한 대기업용이며, 개발 보드는 수익 미달의

1) 유니콘은 기업 가치 10억 달러 이상이고 창업한 지 10년 이하인 비상장 스타트업을 의미함

중견기업용임

- 2019 년 신설된 '가속화 보드(Acceleration Board)'는 중소 스타트업의 초기 상장 트랙으로 자본금 요건을 대폭 낮춰 기술 기업의 상장을 독려하기 위함임
- 2022 년에는 '신경제 보드(New Economy Board)'가 도입되어 기술·디지털 기업을 별도로 분류하지만, 상장 요건은 메인 보드에 따름. 인도네시아 유니콘 기업인 고투(GoTo), 부칼라팍(Bukalapak) 등이 메인 보드에서 신경제 보드로 이전함
  ·· 각 보드의 요건 참조: https://gopublic.idx.co.id/en/#how-to-ipo
- 2021 년 금융감독청(OJK)은 스타트업 창업자의 지배권 유지를 지원하기 위해 복수의결권(Multiple Voting Shares)을 허용함. 시가총액 등 일정 기준을 충족하는 기술 기업은 상장 시 최대 10 년간(연장 시 20 년) 보통주 대비 최대 10 배 의결권이 있는 주식 발행이 가능함. 이를 통해 창업자는 상장 후 지분 희석에도 경영권을 안정적으로 행사할 수 있으나, 10 년 경과 후에는 자동으로 보통주로 전환됨
- 인도네시아 정부는 유니콘들의 해외 SPAC(Special Purpose Acquisition Company, 기업인수목적회사)으로 가는 것을 막고 자국 증시 활성화를 위해 인센티브를 도입함. 2020 년대 초 기술평가를 통한 적자기업 상장이 허용되어, 순손실이더라도 미래 성장성을 평가해 상장이 가능해짐
- 또한, IPO 시 인센티브 세율 적용(법인세 3%p 추가감면)과 상장 비용 일부 지원 프로그램이 있음. 인도네시아증권거래소(IDX)는 2022~2023 년 Pre-IPO 프로그램을 가동하여 후보 기업에 자문을 제공했고, 2023 년 74 개 기업 신규상장으로 역대 최다 기록을 세움

벤처캐피털(Venture Capital) 현황

- 인도네시아 벤처캐피털 생태계는 현지 벤처캐피털의 성장과 해외 벤처캐피털의 투자 심리 위축이라는 상반된 흐름이 교차하고 있음
- 2021 년까지는 Sequoia Capital(인도네시아 지사), SoftBank Vision Fund 등 글로벌 벤처캐피털들이 대규모 자금을 공급하며 유니콘 배출을 이끌었으나, 2022 년 이후 이들 상당수가 신흥시장 투자를 축소 또는 중단함
- 이러한 공백을 현지 벤처캐피털과 기업형 벤처캐피털(CVC, Corporate Venture Capital)[2)]이 메우고 있음. 알토스 벤처스(Altos Ventures)의 파트너는 "거시환경이 어렵지만, 현지 투자자들은 초기 스타트업에 꾸준히 배팅 중"이라고 언급함
- East Ventures, AC Ventures, Alpha JWC Ventures 등 인도네시아 기반 벤처캐피털들은 2022~2023 년에 신규 펀드를 결성하여 시드/시리즈 A(Series A) 라운드를 주도함

벤처캐피털(설립연도)	운용자산	주요 투자 단계	대표 포트폴리오 (2024~25 년)
East Ventures (2009)	15억 달러 이상	전 단계	Traveloka, Xendit, GoTo 등

2) 대기업이 전략적 목적(신규 시장, 기술 확보, 시너지 창출 등)과 재무적 투자(투자 수익) 모두를 고려하여 직접 스타트업에 투자하는 형태의 벤처캐피털

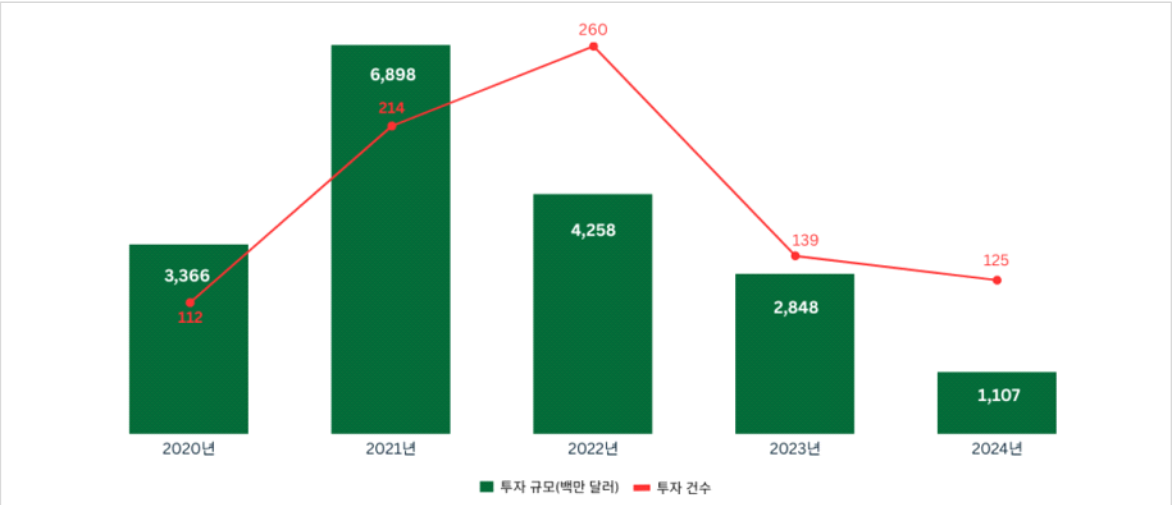
AC Ventures (2020, 합병)	5억 달러 이상	시드~시리즈 B	Carsome, Xendit, Fore Coffee, Astro 등
Alpha JWC Ventures (2016)	6.5억 달러	시드~시리즈 B	Kredivo, Carro, Ajaib, Kopi Kenangan 등
Intudo Ventures (2017)	3.5억 달러	시드~시리즈 A	Pintar, Xurya, eFishery, Halodoc 등
MDI Ventures (2016)	8~12억 달러	시리즈 A~C (CVC)	Kredivo, KoinWorks, Qoala, PrivyID 등
BRI Ventures (2019)	3.2억 달러	시드~시리즈 B (CVC)	Modalku, Payfazz, Investree 등
Mandiri Capital (2016)	2.5억 달러	시드~시리즈 A (CVC)	GoTo, Koinworks, Investree, Ajaib 등
Venturra Capital (2015)	2억 달러	시리즈 A~C	Carro, Sociolla, Klinik Pintar, Ruangguru 등

| 표 1 | 2024년 주요 벤처캐피털 현황 (출처: 각 사 웹사이트 및 주요 미디어)

2.2 2024년 스타트업 투자 현황

2024 년 인도네시아 스타트업 투자 규모는 팬데믹 이후 최저치를 기록

- 인도네시아 리서치·컨설팅 기업인 Discovery/Shift 의 '2025 년 인도네시아 스타트업 보고서(Indonesia Startup Report 2025)'에 따르면, 인도네시아의 스타트업 투자는 2021 년에 투자 건수 214 건에 약 69 억 달러로 정점을 찍었으며 호황기를 누림
- 그러나 2022 년 이후 감소 추세를 보이며 2024 년에는 125 건에 약 11 억 달러에 불과해 팬데믹 이후 최저 수준을 기록함
- 이러한 감소는 금리 상승, 러시아-우크라이나 사태를 포함한 지정학적 긴장, 인플레이션 등 글로벌 거시경제의 영향으로 투자자들이 견고한 성장 가능성을 가진 스타트업에 집중하게 됨



| 그림 1 | 인도네시아 스타트업 투자 현황 (출처: DailySocial, Discovery/Shift)

2024 년 산업 분야별 투자 현황

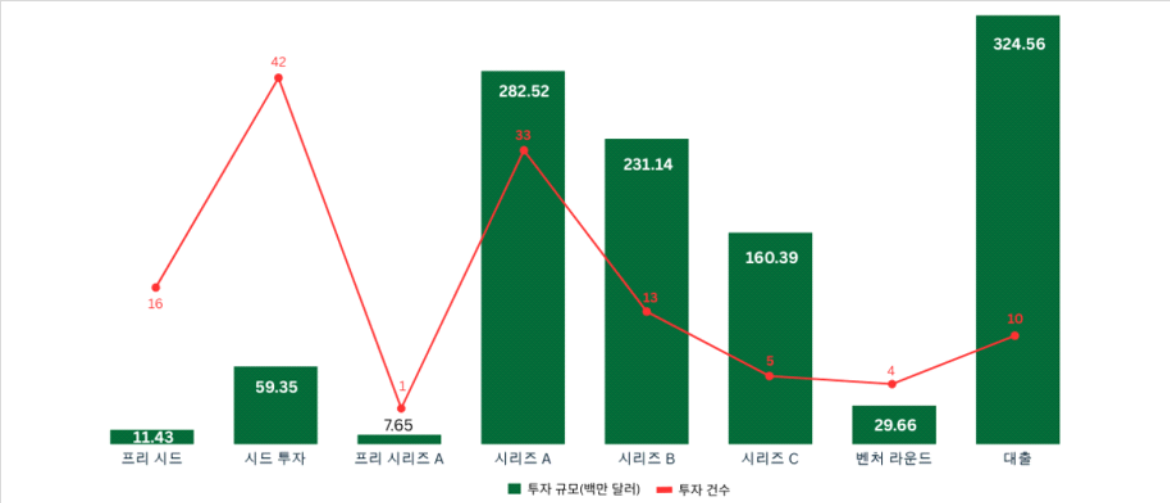
- 2024 년 인도네시아 산업 분야별 스타트업 투자는 핀테크 분야가 거래 건수 28 건에 4 억

5,950 만 달러로 압도적인 1 위를 차지함

- 또한, 물류 분야(1 억 1,109 만 달러, 4 건), 전자상거래 분야(9,252 만 달러, 4 건), 지속가능성 분야(8,536 만 달러, 9 건), 온라인 미디어(6 천만 달러, 2 건), 보험기술(Insuretech)(5,390 만 달러, 3 건) 등이 많은 자금이 몰림
- 한편 B2B 상거래(4,018 만 달러), 농업기술(Agritech)(2,230 만 달러), D2C(1,766 만 달러) 등은 각각 9 건의 거래를 성사시키며 투자자의 관심이 높은 것으로 나타남
- 반면 바이오테크, OTA(Online Travel Agency, 여행중개플랫폼), 폐기물 관리 등과 같은 분야는 가장 적은 투자를 유치해 투자 활동이 제한적이라는 신호를 보냄
- 2024 년 인도네시아 스타트업 투자가 핀테크 분야와 몇몇 고부가가치 분야에 자금이 집중된 것은 스타트업 투자사들이 성장 잠재력이 강하고 확장 가능한 사업 모델을 가진 산업을 선호한다는 것을 시사함

단계별 투자 현황

- 2024 년 스타트업 자금 조달은 급격히 위축됐음에도 불구하고, 초기 단계인 프리 시드(Pre-Seed)부터 시리즈 A 스타트업에 대한 투자 건수(92 건)가 후기 단계(32 건)보다 상대적으로 높게 나타남
- 이는 스타트업 창업자에 대한 투자자의 신뢰가 여전히 높다는 것을 보여줌. 투자자들은 대규모 후속 투자에 대해 더욱 신중한 접근 방식을 가지고 있으나, 초기 단계 스타트업을 육성하는 데 있어 높은 잠재력을 보고 있음을 시사함



| 그림 2 | 2024년 인도네시아 스타트업 단계별 투자 현황 (출처: DailySocial, Discovery/Shift)

2024 년 주요 스타트업 투자 유치 현황

- 인도네시아에서 옥외 태양광 임대와 이를 위한 설계, 설치, 운영유지보수까지 제공하는 원스톱 솔루션을 제공하고 있는 스타트업인 Xurya(회사명 PT Xurya Daya Indonesia)는 2024 년 노르웨이 기후 투자 기금(Norwegian Climate Investment Fund), 영국 국부 펀드(British International Investment) 등 해외 펀드와 인도네시아 유력 투자사인 AC Ventures 가 주도한 시리즈 B 에서 5,500 만 달러 규모의 자금을 유치하며 현재까지 총 9,000 만 달러 이상의 투자를 유치함

- 인도네시아 기반 옴니채널 보험(Insurtech) 플랫폼 스타트업인 Qoala는 2024년 페이팔 벤처스(Paypal Ventures)와 매스뮤추얼 벤처스(MassMutual Ventures)가 주도한 4,700만 달러 규모의 시리즈 C 투자 라운드를 완료하며 현재까지 총 투자 금액은 1억 3,400만 달러임
- 인도네시아 핀테크 스타트업인 Yup은 2024년 기존 주주들인 홍콩 기반의 벤처캐피털인 마인드웍스 캐피털(MindWorks Capital), XVC, SWC Global 등이 참여한 시리즈 B 라운드에서 3,000만 달러를 투자 유치했으며, 현재까지 총 7,700만 달러를 투자 유치함
- 이외에 중고차 거래 플랫폼 Broom(시리즈 A), 중소상공인 핀테크 AwanTunai(시리즈 B), 프롭테크 Rukita(시리즈 B1), 금융 웰니스 GajiGesa(프리 시리즈 A) 등은 초기 단계에서 큰 규모의 투자를 유치하며 세간의 관심을 받음
- 한편 2020년 설립된 GajiGesa는 인도네시아의 선도적인 급여 선지급(EWA) 플랫폼으로 빠르게 성장했으며, 2024년 2월 인도네시아의 주요 핀테크 기업인 Kredivo 그룹에 인수되어 Kredivo 그룹의 새로운 사업 부문으로 편입됨

스타트업	사업 부문	투자 단계	2024년 투자 유치(달러)
Xurya	옥외 태양광 임대 서비스	시리즈 B	55,000,000
Qoala	옴니채널 보험 플랫폼	시리즈 C	47,000,000
Yup	소비자 금융 플랫폼	시리즈 B	30,000,000
Broom	중고차 거래 플랫폼	시리즈 A	24,900,000
AwanTunai	중소상공인 핀테크	시리즈 B	27,500,000
Amartha	여성·소상공인 중심 핀테크	시리즈 C	17,500,000
Rukita	프롭테크	시리즈 B1	15,000,000
GajiGesa	급여 선지급 플랫폼	프리 시리즈 A	11,100,000

| 표 2 | 2024년 주요 스타트업 투자 유치 현황 (1천만 달러 이상 기준)
(출처: 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터 자체조사)

2024년 스타트업 인수합병(M&A) 현황

- 2024년 인도네시아 스타트업 시장은 약 20건의 인수합병(M&A)이 진행됨. 이는 시장의 불확실성 증가와 새로운 기회 창출에 대응하기 위한 통합을 지향하는 전략적 변화에 기인함
- 2024년 주요 인수합병 사례
  - ·· 전자상거래 플랫폼 BliBli는 오프라인 매장도 운용하는 옴니채널 전략을 추구해옴. Dekoruma는 온라인 플랫폼과 오프라인 매장을 결합한 사업 모델을 성공적으로 구축하고 있으므로, BliBli는 Dekoruma 인수를 통해 홈앤리빙(Home & Living) 분야에서 옴니채널을 강화할 수 있게 됨

‥ 인도네시아의 대표적인 재벌 그룹인 자룸 그룹(Djarum Group)은 이미 Global Digital Prima(GDP) Venture를 통해 Blibli, Tiket.com 등 여러 디지털 기업에 투자해옴. 디지털 미디어 기업인 Kumparan 인수를 통해 자룸 그룹은 미디어 분야에서 영향력을 더욱 강화하고, 디지털 생태계 내에서 다양한 시너지를 창출할 수 있는 기반을 마련함

인수 기업	피인수 기업	금액	비고
Blibli	Dekoruma	7,100만 달러	전략적 인수 (홈리빙·리노베이션)
Lamudi	IDEAL	6,000만 달러	디스트레스 상황. 부채→지분 전환 포함
Djarum Group	Kumparan	6,000만 달러	-
Bundamedik(DGNS)	Asa Ren	2,400만 달러	DGNS가 지분 97.97% 취득(현금+주식)
BPRS Attaqwa	Tamasia	비공개	자산/사업 이전 형태
Kitabisa	Asuransi Amanah Githa	비공개	생명보험사 지분 인수 후 리브랜딩
Danacita	Doyobi	비공개	싱가포르 기반 에듀테크 인수
eFishery	DycodeX	비공개	인력 흡수(acqui-hire) 성격
Mekari	Jojonomic	비공개	노코드/OOS[3] 플랫폼 인수
Volta	Infi Asia E-Mobility (싱가포르)	비공개	Volta 모회사(ESB)가 Infi Asia 지분 50% 취득
beehiiv	Typedream	비공개	웹사이트 빌더 팀/자산 인수
Grab	Chope	비공개	싱가포르·인도네시아·태국 사업 인수
Privy	AyoPajak	비공개	세무 플랫폼 인수
Runchise	Gula	비공개	-
Happy5	SugarOKR	비공개	OKR 툴 인수
PINTAR	Gredu, Kerja.io, Hiringmaps	비공개	3개사 동시 인수로 포트폴리오 확장
Sunday	KSK Insurance Indonesia	비공개	현지 손해보험사 인수 (브랜드 통합)
Komerce	RajaOngkir	비공개	배송요금 API·라스트마일 역량 보강
WhiteCoat Global	Good Doctor Technology Indonesia	비공개	Grab 계열 원격의료 자회사 매각
Amartha	Bosowa Multi Finance	비공개	다중금융사 인수(라이선스 확보 목적)

| 표 3 | 2024년 인도네시아 스타트업 인수합병 현황 (출처: DailySocial 및 자체 보완 조사)

2024 년 인도네시아 스타트업 산업 주요 이슈

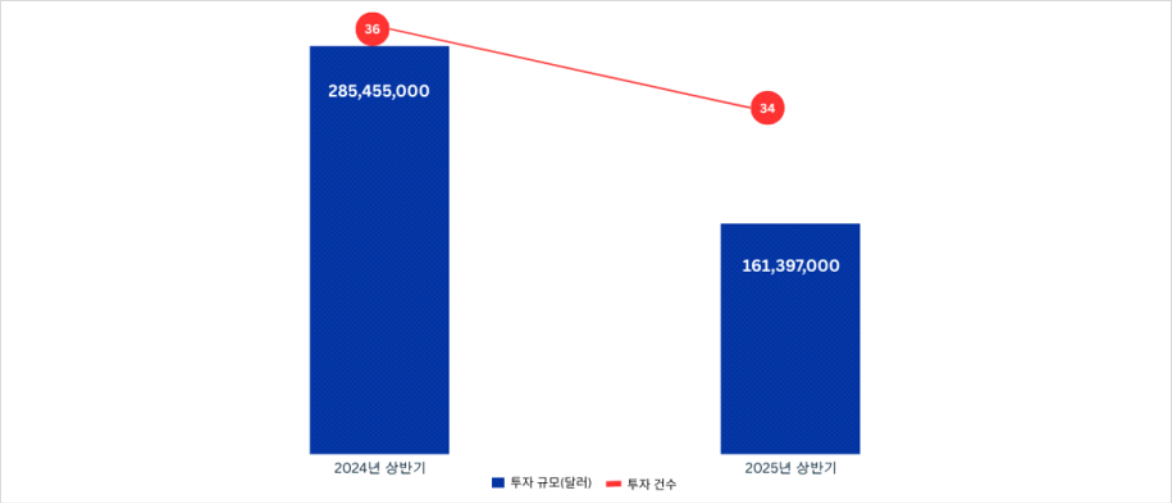
- 인도네시아 주요 유니콘 기업은 기업공개 이후 시가총액이 급격히 감소했는데, 이는 고평가, 수익 모델 부재, 투자자 기대 변화 등에 기인함
- 부칼라팍(Bukalapak)은 2021 년 공모(IPO) 당시 인도네시아 자본시장 역사상 최대 규모인 15 억 달러를 기록하며 큰 화제를 모았으나 2025 년 2 월 현재 87% 하락했으며, 고젝(Gojek)과 토코페디아(Tokopedia)의 합병으로 탄생한 GoTo 는 2022 년 공모 당시 11 억 달러 규모였으나 2025 년 2 월 현재 81% 하락하는 등 여러 기업이 처음에는 성장 잠재력을 기준으로 가치를 평가함. 그러나 상장 후에는 수익성과 현금 흐름으로 초점을 옮겨 지속 불가능한 비즈니스 모델을 드러냄
- 금리 상승과 시장 불확실성 등과 같은 거시경제 요인으로 인해 투자자들은 재무적으로 탄탄한 기업을 우선시하게 되어 기술 가치평가 기준이 더욱 섬세해짐. 전자상거래 및 차량 호출 서비스와 같은 부문의 경쟁 심화와 시장 포화로 인해 수익성이 압박을 받음
- 2024 년에는 주요 스타트업 실패 사례
  - ·· 농업기술(Agritech) 스타트업인 TaniHub 와 Pitik(양계업 자동화)은 무리한 사업 확장, 비효율적인 운영 모델, 그리고 외부적인 자금 조달의 어려움이 복합적으로 작용하며 운영이 중단되며 성장 위주 전략의 위험성을 보여주는 사례로 평가됨
  - ·· 2024 년 말 인도네시아의 대표적인 양식업 스타트업 eFishery 는 매출과 이익 수치를 부풀리는 등 재무제표 조작과 관련된 대규모 사기 스캔들에 직면함. 이 사건은 투자자 신뢰와 양식어업인에 대한 지원 등 여러 측면에서 매우 큰 부정적 이미지를 끼쳤으며, 향후 수산업 투자가 위축될 수 있다는 우려도 제기됨. 그 결과 CEO 인 지브란 후자이파(Gibran Fuzaifah)는 2025 년 7 월 횡령 혐의로 구금됨
  - ·· 인도네시아 금융감독청(OJK)은 TaniFund 와 Investree 를 포함한 P2P 대출업체 4 곳에 대해 규제 위반을 이유로 면허를 취소함. 97 개 기업 중 22 개 기업이 부실채권 비율이 5%를 초과했으나, 업계 이익은 108% 증가하여 75 조 6 천억 루피아(약 6 조 4,335 억 원)의 대출을 집행함. 불법 대출 문제는 여전히 심각한 문제로 남아 있음
  - ·· 한편 코인웍스(KoinWorks)의 자회사인 코인 P2P(KoinP2P)는 3,650 억 루피아(약 311 억 원)의 손실을 초래한 사기 혐의로 조사를 받고 있음
  - ·· 아마존의 창업자인 제프 베조스(Jeff Bezos)의 투자회사로부터 투자받은 B2B 플랫폼인 Ula 는 2024 년 4 월 사업을 종료함. Ula 는 폐쇄 전 총 1 억 1,750 만 달러를 조달함
  - ·· 또 다른 B2B 전자상거래 플랫폼인 GudangAda 는 폐쇄설이 제기되었으나 이를 부인하며 운영 지속 의지를 재확인함. GudangAda 는 현재까지 총 3,600 만 달러의 자금을 확보함

3) OOS: Online Operating System

2.3 2025년 상반기 스타트업 투자 현황

2025 년 상반기 스타트업 투자 규모

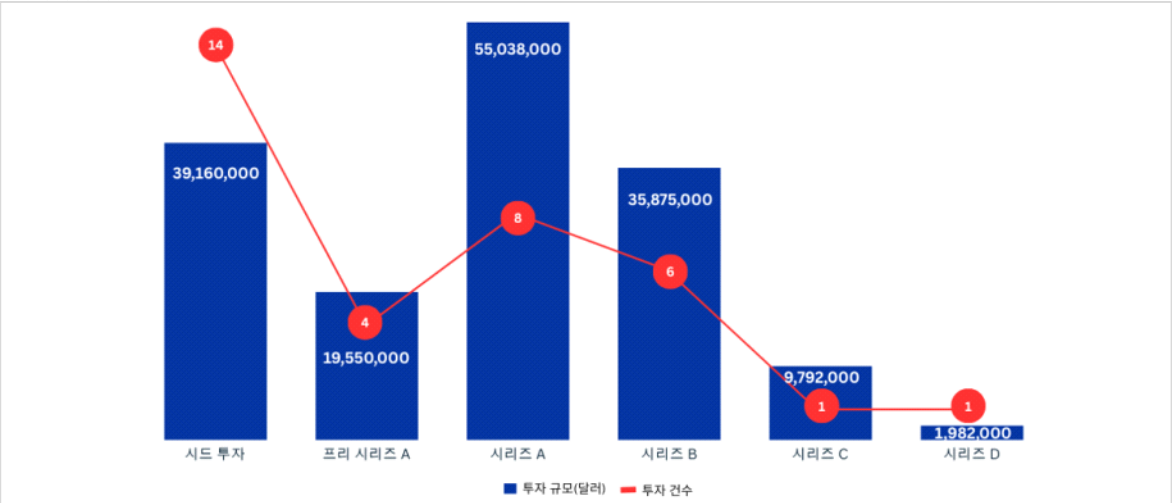
- 인도네시아의 디지털 미디어 플랫폼인 DailySocial.id 에 따르면, 2025 년 상반기 인도네시아 스타트업 투자 건수는 34 건이며, 총 자금 조달 규모는 약 1 억 6,139 만 달러를 기록함. 이는 2024 년 상반기 36 건의 거래에서 약 2 억 8,545 만 달러에 비해 43.5% 감소한 수치임



| 그림 3 | 2024/2025년 상반기 인도네시아 스타트업 투자 규모 (출처: DailySocial.id)

단계별 투자 현황

- 경기 침체에도 불구하고 2025 년 상반기 인도네시아 스타트업 투자는 초기 단계(시드 투자부터 시리즈 A)가 압도적으로 높은 비율을 보임
- 투자 건수는 시드 투자 단계가 14 건(3,916 만 달러)으로 가장 많았으며, 이어 시리즈 A 8 건(5,503 만 달러), 시리즈 B 6 건(3,587 만 달러), 프리 시리즈 A 4 건(1,955 만 달러) 등임
- 이는 잠재력이 큰 초기 투자에 대한 탄력적인 수요를 나타냄



| 그림 4 | 2025년 상반기 기준 투자 단계별 투자 규모 (출처: DailySocial.id)

산업 분야별 투자 현황

- 투자 규모에서는 신유통 분야(예: D2C 음식 체인, 패션 애그리게이터 등)가 약 4,440 만 달러로

가장 많았으며, 투자 건수로는 기후기술과 농업기술은 각각 8 건과 7 건을 기록하며 활발한 행보를 보임

- 한편 인도네시아 스타트업 투자 시장에서 가장 큰 비중을 차지해온 핀테크 분야는 투자 건수 5 건에 약 1,752 만 달러로 4 위에 자리했으며, 뒤를 이어 프롭테크(약 1,164 만 달러), 온라인 미디어(약 1,118 만 달러) 등임

분야	투자 금액(달러)	투자 건수
신유통(New Retail)	44,404,000	6
농업기술(Agritech)	22,685,000	7
기후기술(Climatetech)	18,181,000	8
핀테크(Fintech)	17,525,000	5
프롭테크(Proptech)	11,645,000	2
온라인 미디어	11,182,000	4
제조	9,775,000	1
물류	9,500,000	1
SaaS	5,000,000	2
웹3(Web3)	5,000,000	1
보험기술(Insuretech)	4,000,000	2
헬스테크(Healthtech)	1,500,000	3
전자상거래(E-commerce)	1,000,000	3
전기자동차(EV)	-	1

| 표 4 | 2025년 상반기 인도네시아 스타트업 산업별 투자 현황 (출처: DailySocial.id)

2025 년 유니콘 스타트업 현황

기업명	분야	유니콘 진입 연도	기업 가치
Traveloka	온라인 여행 에이전트	2017	30억 달러 (2022년 5월)
Xendit	결제 게이트웨이	2021	30억 달러 (2020년 7월)

Akulaku	후불결제, 대출	2017	18억 달러 (2022년 12월)
Kredivo	후불결제, 대출	2022	17.8억 달러 (2023년 3월)
OVO	디지털 결제	2018	17.3억 달러 (2021년 10월)
eFishery	수산기술 (Aquatech)	2023	14.2억 달러 (2023년 7월)
Dana	디지털 결제	2022	10.4억 달러 (2022년 8월)
Kenangan	커피 프랜차이즈	2021	10억 달러 (2021년 12월)
Ajaib	자산관리 플랫폼	2021	10억 달러 (2021년 10월)

| 표 5 | 2025년 현재 인도네시아 유니콘 스타트업 현황 (출처: Alternatives.pe)

3 인도네시아 콘텐츠 부문별 주요 스타트업

3.1 OTT

콘텐츠 제작 부문

- 콘텐츠 제작 주요 기업으로는 영화·시리즈 제작사인 Visinema Pictures, 최대 드라마 제작사인 MD Entertainment, 유튜브 IP 기반 콘텐츠 제작사인 RANS Creative 등이 있음
- 주요 스타트업으로는 글로벌 합작 영화 제작사인 BASE Entertainment, MZ 세대 대상 뉴미디어 및 OTT 시리즈 제작 기업인 IDN Media 등이 있음

플랫폼/유통 부문

- 주요 스타트업으로는 인도네시아 OTT 시장 1 위를 차지하고 있는 현지 플랫폼인 Vidio, 프리미어 리그 등 국내외 스포츠 중계로 인기를 끈 Mola(구 Mola TV) 등이 있음

주요 기업 사례

- Vidio
  - Vidio 는 2025 년 5 월 기업 가치 10 억 달러 이상을 달성하며 유니콘 기업으로 등극함
  - 2025 년 1 분기 현재 유료 가입자 수 480 만 명으로 2024 년에 이어 가입자 기준 1 위를 유지하고 있음(2024 년 말 기준 넷플릭스 동남아 5 개국 통합 가입자 수 약 1,200 만 명)
  - Vidio 는 단순한 콘텐츠 제공을 넘어 독점 스포츠 중계권과 오리지널 시리즈 등 현지 맞춤형 콘텐츠로 차별화된 비즈니스 모델을 구축함
  - 이는 넷플릭스(Netflix)와 디즈니 플러스(Disney+) 등 글로벌 경쟁사들을 제치고 인도네시아 시장에서 1 위 OTT 플랫폼으로 자리 잡는 데 결정적인 역할을 함
  - 2021 년 11 월 싱가포르 테크 대기업 그랩(Grab), 아시아태평양 지역의 사모펀드인 Affinity Equity Partners, 인도네시아 미디어 기업인 엠텍(Emtek) 등으로부터 총 1 억 5 천만 달러의 투자를 유치함

- IDN Media
  - ·· 2014 년 설립된 IDN Media(회사명: PT Media Putra Nusantara)는 설립 1 년 만인 2015 년 East Ventures 가 주도하는 시드 투자를 유치하며 투자자들의 관심을 끎
  - ·· 주요 서비스로는 ① 디지털 미디어 네트워크(IDN Times, Popbela, Popmama, Yummy, Fortune Indonesia 등), ② IDN App/IDN Live(뉴스, 숏폼 드라마, 라이브 스트리밍), ③ ICE[4](인플루언서 마케팅 에이전시), ④ 엔터테인먼트 제작(영화) 등 4 축으로 되어 있음
  - ·· IDN Media 의 보도자료에 따르면 4 개 서비스 전체에서 월간 활성 이용자(MAU, Monthly Active User)가 7 천만 명에 이르며, 2024 년 리브랜딩의 목적을 "젊은 세대 중심의 소비자 플랫폼 전환"으로 발표함
  - ·· 이 회사의 콘텐츠 자산 확장은 인수합병을 통해 가속화됨. 2019 년 e 스포츠 미디어 GGWP.ID 인수, 2020 년 영화사 Demi Istri Production 인수 후 IDN Pictures 출범, 2022 년 여성 아이돌 그룹 JKT48 운영 편입, 2023 년 스트리머 후원결제 플랫폼 Saweria 인수, 2023 년 대형 페스티벌 운영사 Boss Creator 편입 등임
  - ·· 2022 년 시리즈 D 에서 초기 투자자인 East Ventures 를 비롯해 여러 투자사로부터 2,300 만 달러를 유치함(시리즈 A~C 는 투자 금액 비공개)

3.2 게임

개발사(Studio) 부문

- 2009 년 설립된 인도네시아 최대 종합 게임사인 Agate 와 인디 게임 'Coffee Talk'로 글로벌 흥행을 주도한 Toge Productions, 현지 MOBA[5] 게임 'Lokapala'를 개발해 e 스포츠 리그도 개최한 Ananparupa 등이 있음
- 중소 스튜디오로는 공포 퍼즐 게임을 개발한 GameChanger Studio, 캐주얼 게임 개발사인 Kredit Pintar Games 등 다수가 있음

퍼블리셔/플랫폼 부문

- 인도네시아의 글로벌 게임은 대부분 싱가포르 Sea 그룹의 Garena 인도네시아 지사와 중국 텐센트(Tencent) 인도네시아 지사가 배급함
- 현지 퍼블리싱 회사로는 Lyto, BolehGame 등이 있으나 영향력은 미미한 수준임
- 플랫폼으로는 인도네시아 스타트업이자 게임 쿠폰 충전 플랫폼인 UniPin(Universal Pin), 동남아시아 기반 충전 플랫폼인 Codashop(본사 싱가포르) 등이 매출 상위 기업임
- 게임 마켓플레이스로는 국내 기업인 파이브잭(Fivejack)의 인도네시아 법인인 PT Five Jack 이 출시한 Itemku 가 유명함(아래 사례 참조)

e 스포츠 부문

- 인도네시아에서 가장 유명한 e 스포츠 프로팀인 EVOS Esports, RRQ(Rex Regum Qeon),

4) Indonesia Creator Economy
5) MOBA: Multiplayer Online Battle Arena의 약어로 게임 장르 중 하나

Onic 등이 있으며, 이들은 게임 하우스 운영, 굿즈 판매, 라이브방송 수익으로 영리 활동을 함

- 플랫폼으로는 Nimo TV(중국 Huya 소유), Booyah!(Garena 소유) 등 스트리밍 서비스가 있었으나 수익성 감소로 Nimo TV 는 2022 년에 철수함
- 현재는 유튜브 게이밍(YouTube Gaming)이 최대 플랫폼으로 자리하고 있으며, 인도네시아 OTT 플랫폼인 Vidio 도 e 스포츠를 중계하고 있음

주요 기업 사례

- Itemku
  - ·· 국내 기업인 파이브잭(Fivejack)의 인도네시아 법인(2014 년 설립)이 개발·운영하는 게임 마켓플레이스인 Itemku 는 분류 광고 및 게임 아이템 비교 플랫폼으로 시작해, 운영 초기에는 MMORPG 비디오 게임 화폐 거래에 집중함
  - ·· 현재는 게임 아이템, 계정, 비디오 게임 화폐, 다양한 유형의 상품권 등 가상 제품의 거래에 중점을 둔 고객 간 온라인 마켓플레이스임(www.itemku.com)
  - ·· 2021 년 5 월 11 일 인도네시아 전자상거래 플랫폼인 부칼라팍(Bukalapak)이 Itemku 를 공식 인수했으며, Itemku 는 별도 법인으로 운영되고 있음
  - ·· Itemku 는 2015 년 시드 단계에서 국내 벤처캐피털인 본엔젤스 벤처파트너스로부터 365,000 달러를 유치한 후, 2016 년 글로벌 벤처캐피털인 500 Startups 과 이들의 하위 펀드인 500 Kimchi, 500 Durians 등으로부터 225,000 달러를 유치함. 이후 2017 년 시리즈 A 에서 500 Startups 와 국내의 케이런벤처스(K-Run Ventures) 등으로부터 120 만 달러 규모의 투자를 유치함
- EVOS Esports
  - ·· 2016 년 인도네시아에서 설립된 e 스포츠 팀 운영 스타트업(www.evos.gg)
  - ·· 인도네시아를 비롯해 동남아시아 6 개국에 프로 게임 팀 15 개 이상을 보유하고 있으며, 모바일레전드(MLBB, Mobile Legends: Bang Bang) 세계대회 2 회 우승, Free Fire 월드 시리즈 우승 등과 같은 성과로 팬덤 구축
  - ·· 수익 사업으로는 팀 후원(아디다스 등 브랜드), 라이브 스트리밍(유튜브 등), 굿즈 판매, 이벤트 개최 등으로 다각화되어 있으며, 인도네시아 외에도 베트남, 싱가포르서도 리그 운영
  - ·· EVOS 는 2025 년 3 월 Esports World Cup Foundation 의 Club Partner Program 에 참여하는 전 세계 40 개 e 스포츠 조직 중 하나로 공식 선정됨
  - ·· 투자 유치 현황은 2019 년 시리즈 A 에서 싱가포르의 Insignia Ventures Partners 로부터 440 만 달러, 2020 년 시리즈 B 에서는 한국투자파트너스(Korea Investment Partners), 우아한 형제들(배달의 민족), 미래에셋 벤처투자 등 국내 투자사를 포함한 여러 기관으로부터 1,200 만 달러 규모의 자금을 유치함
- Agate(PT Agate International)
  - ·· Agate 는 2009 년 반둥(Bandung)의 대학 동아리 출신 18 명의 공동 창업한 인도네시아 최대 게임 개발사 중 하나임(www.agate.id)
  - ·· 첫 10 년간 자체 모바일게임 20 여 종을 출시, 몇몇 작품(예: Roll Spike, Valthirian Arc)이

인기를 끌며 다운로드 수천만을 달성했지만, 세계 시장에서의 큰 성공은 없었음

·· 2018 년 인력을 200 명으로 확충하고, B2B 사업 다각화를 시작하며 기업 대상 게이미피케이션 솔루션(교육/훈련용 게임)을 개발하여 마이크로소프트, 삼성, 코카콜라, 인도네시아 국영은행 BNI(Bank Negara Indonesia), 대기업 자룸(Djarum) 등 여러 대기업의 프로젝트를 수주해 수익을 내면서 전환점을 마련함

·· 주요 IP 로는 프랜차이즈 누적 매출 100 만 달러 이상을 기록한 'Valthirian Arc 시리즈'와 인도네시아 신화를 테마로 한 'Code Atma' 등 다수가 있음

·· 투자 유치 현황: 2016 년 Maloekoe Ventures 등으로부터 100 만 달러 유치(프리: 시리즈 A)했으며, 2024 년부터 글로벌 확장을 위한 신규 라운드(약 1,000 만 달러 규모) 준비 중. 2025 년 9 월 현재 투자 유치에 대한 공시 정보 없음

- Toge Productions

·· 2009 년 설립된 인디 게임 개발 및 퍼블리싱 스튜디오(www.togeproductions.com)

·· 주요 IP 로는 세계적으로 인기를 끈 'Coffee Talk 시리즈(멀티 플랫폼)', 'Infectonator 시리즈(웹/PC)'를 비롯해 다수의 고유 IP 보유

·· 2017 년 Discovery Nusantara Capital(DNC)로부터 시드 단계 투자 유치(금액 비공개)

·· 2022 년 Tahoe Games 40 억 루피아에 인수해 'Rising Hell(PC/콘솔)' IP 권리를 확보함

·· 인도네시아 게임 개발사인 Mojiken Studio 에 지분 투자 후 Mojiken Studio 가 개발한 여러 게임의 퍼블리셔 역할을 함

·· 2021 년 인디 비디오 게임 개발자를 지원하기 위한 'Toge Game Fund Initiative' 설립. 이 프로그램은 동남아시아 게임 개발자들을 중심으로 운영되며, 최대 10 만 달러의 자금을 지원받을 수 있음

- Digital Happiness

·· 2013 년 반둥에서 설립된 이 회사는 인도네시아 게임 개발사 최초로 국제 펀딩 캠페인을 통해 목표 금액인 29,000 달러 이상을 성공적으로 유치함(www.digitalhappiness.net)

·· 첫 번째 고유 IP 인 'DeadOut(PC)'은 인도네시아 신화를 바탕으로 한 공포 게임으로 전 세계에서 사용자 100 만 명 이상을 기록하며 큰 성공을 거둠. 이는 현지 문화 IP 의 성공 가능성을 보여준 대표적인 사례로 꼽힘. 이외에 'Keepers of The Dark(PC)', 'DreadEye VR(PC)' 등이 있음

·· 투자 유치 현황: 공개 자료 없음

- UniPin(Universal Pin)

·· 2011 년 출시된 UniPin 은 인도네시아 기반 게임 결제 및 디지털 아이템 충전 서비스로 게임 사용자들이 게임 아이템이나 아이템 포인트를 쉽게 결제할 수 있도록 다양한 결제 채널, 바우처 등을 제공하고 있음(www.unipin.com)

·· 2011 년 출시와 동시에 인도네시아의 최대 편의점 중 하나인 인도마렛(Indomaret)과 파트너십을 체결하고, 인도네시아 전역의 인도마렛 매장에서 온라인 게임 쿠폰을 제공하며 성장의 기반을 닦음. 이후 국내외 여러 전자상거래, 대형 유통업체 등과 파트너십을 체결하며

성장해옴

‥ UniPin 의 웹사이트에 따르면, 이 서비스는 32 개 국가에서 사용 가능하며, 월간 활성 사용자 수 2,790 만 명 이상, 일일 거래 건수 350 만 건, 유통 채널 310 만 개, 그리고 연간 사용자 증가율 32.39% 등임

‥ 투자 유치에 대한 공개 자료는 없음

3.3 패션

D2D 브랜드 및 제조 부문

- 인도네시아 패션은 예로부터 다수의 중소 브랜드가 있었고, 2010 년대 디지털 네이티브 브랜드(Digital Native Brand)[6]들이 등장함. 예를 들어 Brodo(남성화), Wearenas(히잡 패션), CottonInk(여성 캐주얼) 등이 인스타 통해 유명해졌고 현재까지 자카르타의 "스타트업 패션"으로 자리 잡음
- 또한, Satz(맞춤 정장 스타트업) 등과 같은 틈새시장을 위한 브랜드도 있음. 이들은 외부의 투자보다는 자체이익을 통한 성장을 선호해 스타트업 벤처캐피털과는 거리가 있음

전자상거래/마켓플레이스 부문

- 전자상거래 주요 스타트업으로는 무슬림 패션 온라인몰인 HijUp, 국내외 브랜드를 판매하는 온라인 쇼핑몰로 시작해 2015 년 자체 브랜드인 'Berrybenka Label'을 런칭하며 패션 브랜드로서의 입지를 다진 Berrybenka 등이 있음
- 한편 2014 년 족자카르타(Yogyakarta)에서 설립된 Sorabel(舊 Sale Stock)은 여성 패션 직판매 전자상거래로 AI 추천 등 기술을 접목해 한때 월매출 1 백만 달러를 넘었으나, 2020 년 수익 악화와 팬데믹 등으로 인해 파산한 스타트업 중 하나임
- 마켓플레이스 주요 스타트업으로는 무슬림 제품(히잡, 의류, 생활용품 등) 소셜 커머스 플랫폼인 Evermos, 패션 전문은 아니지만 많은 패션 중소 브랜드가 입점해있는 옴니채널(D2D+마켓플레이스) 커머스 지원 기업인 SIRCLO, 명품 중고패션(루이뷔통, 구찌, 샤넬 등) 거래 플랫폼인 Tinkerlust 등이 있음

주요 기업 사례

- Evermos
  - ‥ 2018 년 반둥의 명문대학 ITB 졸업생들이 창업한 스타트업으로, 제한된 경제 활동과 자본·기술 부족으로 어려움을 겪고 있는 무슬림 주부들을 리셀러로 영입하여 전국 각지의 중소 무슬림 패션과 할랄 상품 제조사들의 제품을 판매하는 소셜 커머스 플랫폼
  - ‥ 2019 년 리셀러 5 천 명으로 시작해, 2023 년 현재 인도네시아 500 개 도시에 리셀러 160,000 이며, 판매 상품은 히잡, 할랄 화장품, 할랄식품, 이슬람 서적 등 1 만 종 이상
  - ‥ 여성 리셀러 중 80%가 월평균 250 만 루피아(약 21 만 원) 수익 창출. 이러한 성과로

6) 디지털 네이티브 브랜드: 디지털 환경에서 탄생한 브랜드라는 뜻으로 온라인 채널 기반 소비자와 직접 소통하며 제품을 판매하는 D2C(Direct-to-Consumer) 모델이라는 특징이 있음

2021 년 정부로부터 사회기업상 수상

·· 수익 구조는 제조사로부터 20~30% 마진 받아, 리셀러에 커미션 50%를 지급하고 Evermos 가 50%를 취하는 형태임

·· Evermos 는 2019 년 Jungle Ventures 가 주도하고 Alpha JWC Ventures 등이 참여한 시리즈 A 에서 825 만 달러, 2021 년 UOB Venture Management 가 주도하고 MDI Ventures 등이 참여한 시리즈 B 에서 3,000 만 달러, 2023 년 International Finance Corporation(IFC) 주도하고 기존 주주와 신규 주주가 참여한 시리즈 C 에서 3,900 만 달러 등을 유치함

·· 2024 년 6 월 Evermos 는 2026 년까지 인도네시아증권거래소(IDX) 또는 나스닥에 상장을 추진할 계획이라고 밝힘

- SIRCLO

·· 2013 년 설립된 SIRCLO 는 스포티파이(Spotify)처럼 템플릿형 온라인몰 제작 SaaS 를 제공하여 코딩 인력이 없는 기업도 자사 몰을 구축할 수 있으며, 옴니채널 주문 관리 기능, 한 대시보드에서 쇼피(Shopee), 틱톡(TikTok), 자사 몰 주문의 통합 처리가 가능함

·· 2017 년 인도네시아 국영 통신사인 텔콤(Telkom)과 파트너십을 맺어 텔콤 고객을 대상으로 서비스하면서 수백 개 중소기업을 고객으로 확보했으며, 팬데믹을 기점으로 기업들의 온라인 전환 붐이 일어나며 유니레버(Unilever), 라바이스(Levi's) 등 대기업들이 SIRCLO 솔루션을 도입해 공식 온라인몰을 런칭함

·· 2023 년 기준 직원 1,500 명, 브랜드 고객 1,000 여 개, 연간 처리 주문 건수 3,400 만 건, 거래 상품 총액(GMV, Gross Merchandise Value) 7 억 달러 등임

·· SIRCLO 는 2020 년 시리즈 B 에서 East Ventures 외 다수의 투자사로부터 600 만 달러, 2021 년 5 월 시리즈 B3 에서 시나르 마스(Sinar Mas)의 벤처캐피털 회사인 SMDV 와 East Ventures 에서 4,500 만 달러, 2021 년 9 월 시리즈 B 에서 East Ventures 와 다수의 투자사로부터 3,600 만 달러, 2023 년 Vertex Ventures 가 주도한 시리즈 C 에서 1,050 만 달러 등을 유치했으며, 가장 최근에는 2025 년 7 월 기존 투자자(East Ventures, SMDV, Vertex Ventures)로부터 3,800 만 달러 규모의 자금을 유치함

3.4 애니메이션/캐릭터

애니메이션/캐릭터 사례

- Si Juki

·· Si Juki 는 2011 년 만화가 Faza Meonk 가 창작한 인도네시아 인기 코믹 스트립 캐릭터로, 국내의 '마조앤새디'(정철연 작가)와 같은 4 컷 만화로 소셜미디어에서 큰 인기를 얻어 2013 년 단행본으로 출시해 누적 20 만 부가 팔린 베스트셀러

·· 2015 년 Faza Meonk 는 PIONICON[7]을 설립해 Si Juki IP 의 사업화에 나섬. 이후

7) https://pionicon.com/

소셜미디어 팬(약 100 만 명)을 기반으로 각종 기업 광고(통신사, 음료) 콜라보 콘텐츠 제작, Juki 캐릭터 티셔츠/피규어 출시, 웹툰 확장 등으로 수익화 실현

·· 2017 년 인도네시아 영화 제작사인 MNC Pictures 로부터 투자를 받아 장편 극장 애니 'Si Juki: Panitia Hari Akhir'를 제작해 관객 70 만 명을 동원하며 큰 성공을 거둠. 인도네시아 정부도 Juki 를 인도네시아 청년의 상징으로 홍보에 활용함

·· Si Juki 는 창작자 1 인의 개인 IP 를 스타트업이 체계적으로 키운 사례로 인도네시아에서 거의 유일한 사례임

- Nussa

·· Nussa 는 2018 년부터 유튜브에 단편 애니 시리즈로 인기를 끈 이슬람 교육용 캐릭터임. 3 분 내외의 어린이 무슬림 남매 Nussa 와 Rara 의 일상 이야기로, 하루 평균 조회수 50 만 회를 기록하며 폭발적인 인기 끌어 2019 년 인도네시아 유튜브 올해의 채널에 선정됨

·· 인도네시아 영화 제작사인 Visinema Pictures[8]가 2020 년 크리에이터로부터 IP 를 인수한 후 장편 영화 'Nussa: The Movie' 제작해 2021 년 말 개봉함. 관객 21 만 명에 그쳤으나 팬데믹 시국임을 감안하면 적지 않은 성과로 평가됨

·· Visinema Pictures 는 Nussa 굿즈(인형, 동화책 등)와 테마 체험 전시장도 운영하며 어린이 시장을 공략 중

3.5 웹툰

제작/스튜디오

- 인도네시아 작가들과 협력하여 다양한 장르의 웹툰을 제작하는 Kosong Studio, 4 컷 연재만화로 가장 많은 팔로워(인스타그램 614.7 만 명)를 보유한 웹툰 중 하나인 'Tahilalats (Mindblow 로도 알려짐)'을 제작하는 Tahilalats Team 등이 있음

기타

- re:ON Comics 는 2013 년 설립된 만화 잡지 및 만화 플랫폼으로 인도네시아 만화 시장의 선구자로 평가받음. 2022 년 팬데믹 이후 공식 활동에 대한 정보가 없음
- 2017 년 설립한 Ciayo Comics 는 현지 웹툰 플랫폼으로 100 여 편의 작품을 연재했으나, 라인 웹툰과 카카오 웹툰의 공세로 인해 트래픽이 급감함. 2021 년 NFT 마켓 'NEFTIPEDIA'로 전환했으나 2022 년 운영 중단

주요 기업 사례

- Tahilalats

·· 2014 년 고등학생 Ahmad Rizaldi 가 소셜미디어에 올린 4 컷 만화에서 출발했으며, 황당하고 블랙코미디 결말이 특징으로 젊은 층에 선풍적인 인기를 얻음

·· 2016 년 라인 웹툰에 정식 연재됐으며, 2017 년 코믹 단행본도 5 만 부가 팔림

·· 이후 Komasan Studio 를 설립해 굿즈, 애니메이션 GIF, 밈 템플릿 등 사업을 다각화했고,

8) 인스타그램 @visinemaid (홈페이지는 현재 개편 중)

2019 년 혼다(Honda) 오토바이, 그랩(Grab) 등 기업 광고 콜라보 콘텐츠를 연재해 수익을 창출함. 2021 년 NFT 붐이 일어나자 'NFTea'라는 캐릭터 NFT 를 발행해 80 만 달러의 매출 올리기도 함

·· 인스타그램(@tahilalats) 팔로워 614.7 만 명, 틱톡(@Tahilalats) 팔로워 250 만 명, 유튜브(@TahilalatsTV) 구독자 59.9 만 명

3.6 음악·오디오·크리에이터

✔ 주요 기업 사례

- NOICE (open.noice.id)
  - ·· NOICE 는 PT Mahaka Radio Integra[9]와 PT Quatro Kreasi Indonesia[10]의 합작투자법인인 PT Mahaka Radio Digital 이 2018 년 출시한 주문형 오디오 플랫폼
  - ·· 주요 서비스로는 ① 팟캐스트·라디오·오디오북(인도네시아어 중심 오디오 플랫폼으로 다수의 오리지널 및 독점 콘텐츠 보유), ② 라이브 오디오(NOICE Live)와 노이스 코인(NOICE Coin)(크리에이터 실시간 소통, 노이스 코인으로 가상 선물을 구매해 크리에이터에게 선물 증정), ③ 비디오 포맷(2023 년 비디오 팟캐스트와 비디오 라이브 스트리밍 공식 도입), ④ 크리에이터 플랫폼 'NOICE Studio'(크리에이터가 콘텐츠를 판매할 수 있는 공간) 등
  - ·· 2023 년 하반기 기준 약 200 만 명(자사 보도자료). 2025 년 3 월 기준 월간 활성 이용자(MAU, Monthly Active Users) 40 만 명 이상(자사 보도자료)
  - ·· 투자 유치 현황은 ① Pre-Series A: 2021 년 9 월 Alpha JWC, Go-Ventures, Kinesys Group, Kenangan Fund 등 여러 벤처캐피털 회사 참여. 투자 금액은 7 자리 수 규모, ② Series A: 2022 년 4 월 Northstar Group 이 주도하고 기존 투자자인 Alpha JWC, Go-Ventures, Kinesys 가 참여. 투자 금액 2,200 만 달러, ③ 전략 투자: 2022 년 2 월 NOICE 애플리케이션 개발을 위해 엔터테인먼트 미디어 기업인 RANS Entertainment 로부터 357 억 5 천만 루피아(약 30 억 원) 투자 유치
- KaryaKarsa (karyakarsa.com)
  - ·· 2019 년 PT Karya Karsa Indonesia 가 출시한 인도네시아형 크리에이터 커머스로 소설, 만화, 일러스트, 애니메이션, 오디오·비디오 형태로 작품을 제공하는 애플리케이션 및 웹사이트 기반의 디지털 플랫폼
  - ·· 주요 서비스로는 ① 창작물 유료 판매, ② 전용 코인('Kakoin')을 활용한 수수료 거래, ③ AI 글쓰기 보조 기능, ④ 세로형 미니드라마 'Sinemini' 등
  - ·· 2025 년 8 월 현재 누적 사용자 400 만 명(자사 보도자료)
  - ·· 2021 년 11 월 Accelerating Asia 외 다수의 투자자로부터 50 만 달러 투자 유치

9) 인도네시아 청소년체육부 장관인 에릭 토히르(Erick Thohir)가 설립한 미디어 그룹. 인도네시아증권거래소에 상장됨(IDX: MARI)
10) Musica, Aquarius, My Music, Trinity 등 인도네시아 내 4개 음반사로 구성된 컨소시엄

기타

- 뮤지션·공연 프로젝트 크라우드펀딩 특화 플랫폼인 Kolase, 팁/후원 기반 창작자 수익화 플랫폼인 Trakteer, 크리에이터/인플루언서 멤버십·후원·디지털상품 판매 플랫폼인 SocialBuzz 등이 있음

4 결론 및 함의

투자 패러다임의 전환

- 2024 년 인도네시아 스타트업 생태계는 팬데믹 이후 최저 수준의 투자 실적을 기록했지만, 이는 단순 침체가 아닌 근본적인 질적 전환을 의미함. 스타트업 투자 규모는 2021 년 대비 급격히 감소했음에도 불구하고 초기 단계 투자의 건수 비중은 높게 유지되고 있으며, 투자가 더욱 선별적으로 집행되고 있다는 점이 주목할 만함
- 특히 핀테크, 신유통, 보험기술, 기후·에너지 등 확장성과 규제 친화성을 동시에 갖춘 분야로 투자가 집중되는 현상은 투자자들이 이제는 단순한 성장성보다는 지속 가능한 비즈니스 모델을 우선시한다는 것을 보여줌. 이러한 변화는 기업 상장(IPO) 시장에서도 반영되고 있음. 인도네시아증권거래소(IDX)의 다중 보드 체계와 복수의결권 허용은 성장성 있는 기업의 상장 기회를 높였지만, 실제 시장 평가는 수익성과 현금흐름을 중심으로 이루어지고 있음
- 과거 총상품거래액(GMV, Gorss Merchant Value) 중심의 평가 방식이 단위경제와 지속 가능한 이익 구조로 바뀌면서, 여러 유니콘 기업의 시가총액 하락이 이러한 패러다임 변화를 뒷받침하고 있음. 지역적으로는 여전히 자카르타에 집중되어 있지만, 반둥과 족자카르타를 중심으로 게임, 크리에이티브, 에듀테크 분야의 하부 생태계가 의미 있는 성장을 보임

콘텐츠 부문의 구조적 변화

- 콘텐츠 부문에서는 현지화, 팬덤, 멀티포맷이 성패를 좌우하는 핵심 요소로 부상함. OTT 시장에서 Vidio 가 현지 스포츠 독점 중계권과 오리지널 콘텐츠를 혼합하여 구독 기반을 다지는 사례는 글로벌 플랫폼과의 경쟁에서 현지 수요가 큰 콘텐츠를 통해 경쟁우위를 확보하는 전략의 효과성을 보여주는 사례임
- 뉴미디어 영역에서는 IDN Media 와 같은 스타트업들이 라이브, 숏폼, 오프라인 페스티벌을 연결하여 광고, 스폰서, 결제, 티켓 등 수익원을 다변화하며 경기 변동을 흡수하는 모델을 구축하고 있음. 게임 분야에서는 퍼블리싱의 주도권이 Garena, Tencent 등 해외기업에 있으나, 결제·충전, e 스포츠 팀, 마켓플레이스 등 주변 인프라 부문에서 인도네시아 현지 기업들이 경쟁력을 확보해옴
- 애니메이션/캐릭터 부문에서는 PIONICON 과 같은 기업들이 IP 와 팬덤을 활용한 커머스로 수익화를 높이며, 제작보다는 IP 사업 역량이 핵심 경쟁요소로 부상하고 있음. 그러나 전반적으로 콘텐츠 단가의 상승, 광고 경기 민감성, 플랫폼 수수료와 알고리즘 의존이라는 구조적 제약이 여전히 과제로 남아 있음

국내 기업을 위한 제언

- 인도네시아 스타트업 및 콘텐츠 시장에 진출하려는 국내 기업에 가장 중요한 요소는 '현지화(Localization)'를 위한 전략적 접근임. 과거에는 국내에서 성공한 모델을 그대로 인도네시아에 이식하거나, 단순히 자본을 투입해 빠르게 점유율을 확보하려는 시도가 많았음. 그러나 인도네시아 시장은 문화, 소비 패턴, 규제 체계가 국내와 크게 달라 이러한 방식은 높은 비용 구조와 낮은 정착률을 초래해옴. 따라서 국내 기업은 먼저 현지 소비자의 특성과 규제 환경을 깊이 이해하고, 초기에는 소규모 파일럿 프로젝트로 시장 적합성을 검증한 뒤 점진적으로 확대하는 단계적 진출 방식이 필요함
- 콘텐츠산업의 경우에는 단순히 국내 드라마나 예능을 수출해 배급하는 방식은 글로벌 OTT 플랫폼으로 인해 더 이상 실현 가능성이 없음. 국내 기업이 인도네시아에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 현지 포맷 리메이크나 합작 제작을 통해 진정성 있는 현지 콘텐츠를 만들어야 함. 일례로 국내에서 검증된 드라마 포맷을 현지 배우·감독·제작사와 협업해 제작하거나, 무슬림 소비자 기반이 탄탄한 인도네시아 문화에 맞는 콘텐츠를 현지 파트너와 공동 개발하는 방식이 효과적임. 이는 단순히 비용 절감 차원이 아니라, 규제 리스크를 최소화하고 소비자 친밀도를 높이는 핵심 요소임
- 패션 분야에서는 국내의 D2C 모델과 인도네시아의 소셜 커머스, 리셀러 생태계를 접목할 필요가 있음. 예를 들어, Evermos 와 같은 무슬림 여성 리셀러 플랫폼과 협업해 국내 화장품, 패션 브랜드를 현지 네트워크를 통해 판매하거나, SIRCLO 의 옴니채널 솔루션을 활용해 국내 브랜드의 온라인몰–마켓플레이스–소셜미디어 채널을 통합 관리할 수 있음. 이를 통해 국내 브랜드는 빠르게 전국적인 유통망을 확보할 수 있으며, 리스크를 최소화할 수 있음
- 게임·e 스포츠 분야에서는 국내 기업이 가진 IP 와 개발력을 인도네시아 기업이 보유한 퍼블리싱·유통·결제 인프라를 결합하는 방식이 이상적일 수 있음. 또한, EVOS 와 같은 현지 e 스포츠 조직과의 파트너십을 통해 브랜드 노출, 팬덤 기반 마케팅, 굿즈 판매 등으로 부가 매출을 창출할 수 있음. 국내 기업은 단순히 게임 수출에서 그치지 않고, 현지 결제, 커뮤니티, e 스포츠 리그를 아우르는 가치사슬 내에서 다각적 수익 모델을 만들어야 함
- 국내 기업의 성공적인 인도네시아 시장 진출을 위해서는 단기적인 매출 성과를 서두르기보다, 최소 1~2 년의 조사·분석, 적응 기간을 거쳐 단계적으로 시장에 진입하는 것이 중요함. 이 기간에는 소규모 파일럿 프로젝트를 운영하면서 고객획득비용(CAC, Customer Acquisition Cost)과 고객 생애 가치(LTV, Life Time Value) 등을 꼼꼼히 검증해야 하며, 이와 동시에 인도네시아의 데이터, 광고, 결제 관련 규제를 충족하고, 현지 소비자 커뮤니티와 신뢰 관계 구축이 필수임

인도네시아비즈니스센터 담당자 연락처		
이지환 센터장	+62-21-252-3151	koccaindonesia@kocca.kr
전주희 대리	+62-21-252-3151	koccaindonesia@kocca.kr

인도네시아 콘텐츠산업 동향

2025년

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	이지환 (인도네시아비즈니스센터장) 전주희 (인도네시아비즈니스센터 대리)
집필자	이현석 (PT EPIN 팀장) 이수연 (PT EPIN 매니저)
발행인	유현석 (한국콘텐츠진흥원장 직무대행)
발행일	2025년 09월 29일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

• 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락