

Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2020

kerjasama



Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok



IPB University
— Bogor Indonesia —

Departemen Statistika - FMIPA
Institut Pertanian Bogor

Analisis Ekonomi Kreatif

Kota Depok

2020

Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok

Tahun 2020

Ukuran Buku / *Book Size* : 28 Cm × 21.5 Cm

Jumlah Halaman / *Total Size* : 35 Halaman / *page*

Naskah / *Manuscript* : Departemen Statistika IPB, Bogor

Gambar Kulit dan Setting / : Departemen Statistika IPB, Bogor
Cover Design and Setting

Diterbitkan Oleh / *Published By.*

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok

Kata Sambutan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020 dapat diterbitkan.

Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020 ini memuat Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok baik Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) maupun Atas Dasar Harga Konstan (ADHK). Buku ini juga memuat kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDRB Lapangan Usaha tingkat Kota serta memberikan gambaran mengenai jumlah tenaga kerja dan unit usaha sektor ekonomi kreatif di Kota Depok. Harapannya buku ini dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan arah dan kebijakan pembangunan ekonomi kreatif di Kota Depok, mengingat bahwa Kota Depok memiliki keterbatasan sumberdaya alam sehingga pembangunan ekonomi daerah sudah seharusnya bertumpu pada kreatifitas sumber daya manusianya. Buku ini juga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan berbagai pihak, baik masyarakat maupun institusi pemerintah dan swasta.

Kepada Departemen Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Pertanian Bogor yang sudah banyak membantu dalam penyusunan buku ini disampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih, juga kepada semua pihak yang telah berperan dalam penerbitan Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020 disampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Depok, 21 Oktober 2021

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika

Kota Depok,



Drs. Manto, M.Si

NIP. 19670504 198612 1 002

Kata Pengantar

Assalamu alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Dalam berbagai kajian, telah dihasilkan kesimpulan bahwa ekonomi kreatif saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian secara signifikan. Sumber-sumber perekonomian yang dihasilkan dari kreativitas berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi semakin hari menunjukkan tren yang terus meningkat baik dari sisi penyediaan dan kebutuhan di masyarakat. Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2020 ini dimaksudkan untuk dapat memberikan gambaran mengenai perkembangan ekonomi kreatif Kota Depok beserta kontribusinya kepada perekonomian secara agregat.

Kami berterima kasih kepada Pemerintah Kota Depok, khususnya Dinas Komunikasi dan Informatika yang memberikan kepercayaan kepada Departemen Statistika - FMIPA, Institut Pertanian Bogor, untuk bekerjasama menyusun buku ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak-pihak lain, khususnya Badan Pusat Statistik yang menjadi sumber data utama.

Atas nama Departemen Statistika - FMIPA IPB, kami menghaturkan permohonan maaf apabila ada kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan dan hasil yang diperoleh. Mudah-mudahan buku ini dapat memberikan kontribusi dalam perencanaan pembangunan secara umum di Kota Depok.

Wassalamu alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh.

Bogor, Oktober 2021

Ketua Departemen Statistika - FMIPA

Institut Pertanian Bogor

Dr. Anang Kurnia

NIP. 197308241997021001

Daftar Isi

Kata Sambutan	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	vii
I. Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Maksud dan Tujuan.....	3
1.3.Kegiatan Ekonomi	3
1.4.Konsep dan Definisi.....	4
1.4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)	5
1.4.2. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif.....	5
1.4.3. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku	6
1.4.4. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan.....	6
1.4.5. Laju Pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif.....	7
II. Metodologi.....	8
2.1. Data.....	8
2.2. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif.....	8
2.2.1. Pendekatan Produksi.....	8
2.2.2. Pendekatan Pendapatan.....	9
2.2.3. Pendekatan Pengeluaran.....	9
2.3. Penyajian Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif.....	10
2.3.1. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku	10
2.3.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan 2010	10
2.4. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kreatif.....	11
III. Lingkup Sektoral Ekonomi Kreatif.....	12
3.1. Subsektor Arsitektur	13
3.2. Subsektor Desain Interior	14
3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual	15
3.4. Subsektor Desain Produk	15
3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video	15

3.6. Subsektor Fotografi	17
3.7. Subsektor Kriya	18
3.8. Subsektor Kuliner	19
3.9. Subsektor Musik	20
3.10. Subsektor <i>Fashion</i>	21
3.11. Subsektor Aplikasi dan Game Developer	21
3.12. Subsektor Penerbitan	22
3.13. Subsektor Periklanan	23
3.14. Subsektor Televisi dan Radio Televisi	23
3.15. Subsektor Seni Pertunjukan	24
3.16. Subsektor Seni Rupa	25
IV. Struktur Dan Perkembangan Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2019	27
4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif	27
4.2. Struktur Ekonomi Kreatif	29
4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif	32

Daftar Tabel

Tabel 1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016 - 2019 (Rp Juta)	28
Tabel 2. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 - 2019 (Rp Juta)	29
Tabel 3. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016 - 2019.....	30
Tabel 4. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 - 2018.....	32
Tabel 5. Jumlah Tenaga Kerja dan Unit Usaha di Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2016 – 2019.....	33
Tabel 6. Produktivitas Tenaga Kerja dan Jumlah Unit Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2019	35

Daftar Gambar

Gambar 1. Interaksi Antar Pelaku Ekonomi dalam Perekonomian	4
--	---

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan konsep perpaduan inovasi, kreatifitas, budaya dan ilmu pengetahuan yang diwujudkan dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai tambah. Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Menurut UNDP dalam laporannya mengenai Creative Economy Report 2008, *economic creativity is a dynamic process leading towards innovation in technology, business practices, marketing, etc., and is closely linked to gaining competitive advantages in the economy*. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dijelaskan bahwa Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Ekonomi kreatif di berbagai negara di dunia saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Banyak studi telah dilakukan untuk melihat perkembangan serta kiprah ekonomi kreatif dalam perekonomian di dunia. Indonesia pun mulai melihat bahwa ekonomi kreatif ini merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan, karena jika dilihat dari sumber daya yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia, kreativitas masyarakat Indonesia dapat disejajarkan dengan bangsa-bangsa lainnya di dunia. Hal ini terbukti dengan banyak sekali karya anak bangsa yang diakui oleh komunitas internasional.

Indonesia memiliki kekayaan warisan budaya yang perlu dimanfaatkan menjadi produk yang menciptakan nilai tambah melalui pengembangan ekonomi

kreatif untuk memajukan kesejahteraan umum sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Untuk itu maka Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan.

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan mengingat sektor ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. Tentunya karakteristik sektor ini sangatlah berbeda dengan karakteristik sektor lain yang sarat akan kebutuhan Sumber Daya Alam (SDA) sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan/kebijakan yang berbeda dari sektor ekonomi lainnya.

Pemerintah melalui Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015, telah menetapkan 16 subsektor ekonomi kreatif secara nasional, yaitu meliputi: (1) Arsitektur; (2) Desain Interior; (3) Desain Komunikasi visual; (4) Desain Produk; (5) Film, animasi, dan video; (6) Fotografi; (7) Kriya; (8) Kuliner; (9) Musik; (10) *Fashion*; (11) Aplikasi dan *Game Developer*; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Televisi dan Radio; (15) Riset dan Pengembangan; dan (16) Seni Rupa.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini diperlukan kolaborasi aktif dari cendekiawan (intelektual), bisnis, dan pemerintah. Tanpa adanya kolaborasi ketiga elemen ini, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien, dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap elemen memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari elemen lainnya.

Pemerintah Kota Depok melalui Dinas Komunikasi dan Informatika

menyusun buku Indikator Ekonomi Kreatif untuk mendukung perencanaan, memonitor dan mengevaluasi perkembangan sektor ekonomi kreatif yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian Kota Depok.

1.2. Maksud dan Tujuan

Sesuai amanat Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif bahwa pemerintah dan/atau pemerintah daerah bertanggungjawab untuk mengembangkan ekonomi kreatif dalam mendukung pembangunan. Untuk itu, Pemerintah Daerah Kota Depok terus berupaya membangun Ekonomi Kreatif di wilayahnya melalui berbagai kebijakan.

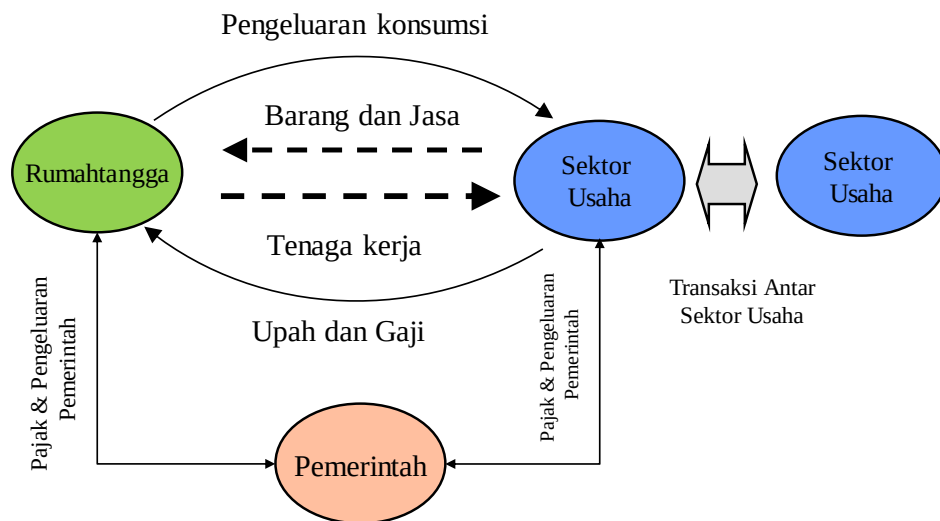
Serangkaian kebijakan yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota Depok antara lain melakukan penelitian mengenai Prioritas Kebijakan yang perlu dilakukan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Depok pada tahun 2010. Hasil kajian telah dituangkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan

Dalam rangka mendukung perencanaan, monitoring dan evaluasi perkembangan sektor ekonomi kreatif, Pemerintah Kota Depok memerlukan dukungan berbagai macam Indikator Ekonomi Kreatif. Salah satu indikator yang dapat digunakan adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif. Melalui penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif ini dapat diketahui besarnya peran masing-masing sektor dalam ekonomi kreatif dalam roda perekonomian Kota Depok, sehingga dapat ditentukan skala prioritas pengembangan ekonomi kreatif di Kota Depok.

1.3. Kegiatan Ekonomi

Aktivitas kegiatan ekonomi secara umum dapat digambarkan melalui interaksi antar pelaku ekonomi, yaitu individu atau kelompok baik rumah tangga, pemerintah dan sektor usaha. Rumah tangga merupakan pemilik faktor produksi

tenaga kerja yang digunakan oleh sektor usaha untuk menghasilkan barang dan jasa. Balas jasa faktor produksi tenaga kerja berupa upah dan gaji. Sementara sektor usaha memperoleh penerimaan dari konsumis rumahtangga atas barang dan jasa yang dihasilkan. Transaksi antar sektor usaha merupakan berupa pengolahan lebih lanjut *intermediate input* dalam menghasilkan barang dan jasa. Pemerintah berperan sebagai regulator melalui instrumen pajak dan pengeluaran pemerintah sebagai penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Jumlah dari balas jasa atau penerimaan dan pengeluaran dari seluruh aktivitas dalam perekonomian disebut nilai tambah (*value added*). Siklus kegiatan ekonomi ini secara sederhana digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Interaksi Antar Pelaku Ekonomi dalam Perekonomian

1.4. Konsep dan Definisi

Beberapa penjelasan mengenai pengertian PDRB, PDRB Ekonomi Kreatif, PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku, PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan, dan lainnya diuraikan di bawah ini:

1.4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu adalah data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDRB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu wilayah tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi.

PDRB atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada setiap tahun, sedangkan PDB atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai dasar.

1.4.2. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif

PDRB Ekonomi Kreatif dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori menurut model perhitungannya, yaitu:

a) Pendekatan Produksi (*Production Approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah nilai produk barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi Ekonomi Kreatif dalam suatu wilayah/*region* pada suatu jangka waktu tertentu, biasanya setahun. Formulasi penghitungan nilai tambah bruto pendekatan produksi sebagai berikut :

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} =$$

$$\text{Nilai Produksi Ekonomi Kreatif} - \text{Biaya Antara Ekonomi Kreatif}$$

b) Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh

faktor-faktor produksi yang ikut didalam proses produksi Ekonomi Kreatif di suatu wilayah/*region* pada jangka waktu tertentu (setahun). Balas jasa faktor produksi tersebut adalah upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal, dan keuntungan. Dalam pengertian PDRB termasuk pula penyusutan barang modal dan pajak tidak langsung netto (Pajak tak langsung – subsidi). Jumlah semua komponen pendapatan per sektor disebut sebagai nilai tambah bruto sektoral. PDRB Ekonomi Kreatif merupakan jumlah dari nilai tambah bruto seluruh sektor Ekonomi Kreatif.

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} = \text{Upah/gaji} + \text{Surplus usaha} + \text{Penyusutan} + \text{Pajak tak langsung netto}$$

c) Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure Approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah semua pengeluaran untuk konsumsi Ekonomi Kreatif yang dilakukan oleh rumah tangga dan lembaga swasta yang tidak mencari untung (lembaga nirlaba), konsumsi pemerintah untuk Ekonomi Kreatif, pembentukan modal tetap domestik bruto Ekonomi Kreatif, perubahan stok Ekonomi Kreatif, ekspor netto Ekonomi Kreatif di suatu wilayah/*region*. Ekspor netto disini adalah ekspor dikurangi import.

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} = \text{Konsumsi akhir untuk Ekonomi Kreatif (rumah tangga, pemerintah dan lembaga nirlaba)} + \text{Pembentukan modal tetap bruto Ekonomi Kreatif} + \text{Perubahan stok Ekonomi Kreatif} + \text{ekspor netto Ekonomi Kreatif}$$

1.4.3. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku

PDRB Ekonomi Kreatif yang dinilai berdasarkan harga pada tahun berjalan, baik pada saat menilai produksi, biaya antara maupun komponen nilai tambah.

1.4.4. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan

PDRB Ekonomi Kreatif yang dinilai berdasarkan harga pada tahun tertentu atau tahun dasar, baik pada saat menilai produksi, biaya antara maupun komponen nilai tambah.

1.4.5. Laju Pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif

Besarnya persentase kenaikan PDRB pada tahun berjalan terhadap PDRB pada tahun sebelumnya. Laju Pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan biasanya disebut Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE).

II. Metodologi

2.1. Data

Data yang digunakan untuk menyusun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok tahun 2020 ini menggunakan jenis data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Depok, Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat, Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok, dan pustaka lainnya yang terkait dengan ekonomi kreatif. Data yang digunakan antara lain Survey Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2020, Survey Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2020, Kota Depok Dalam Angka 2016-2021, Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok 2019, dan referensi lainnya.

2.2. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif

Pendekatan penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif dapat dihitung melalui tiga pendekatan yaitu: pendekatan produksi (*Production Approach*), pendekatan pendapatan (*Income Approach*), dan pendekatan pengeluaran (*Expenditure Approach*). Ketiga pendekatan tersebut semua untuk menghitung nilai tambah dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sektor ekonomi kreatif.

2.2.1. Pendekatan Produksi

Pendekatan dari sisi produksi yaitu menghitung nilai tambah dengan cara mengurangi biaya antara dari masing-masing nilai produksi bruto tiap-tiap sektor. Nilai tambah yang dihasilkan oleh sektor-sektor usaha ekonomi kreatif juga tercermin dari produktivitas tenaga kerjanya, yaitu output per tenaga kerja tiap sektor ekonomi kreatif. Pada penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok 2020 untuk sektor tertentu menggunakan pendekatan produktivitas dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Q_i = \partial_i \times L_i$$

Dimana :

Q_i = Nilai tambah sektor ekonomi kreatif ke-i

∂_i = Produktivitas tenaga kerja sektor ekonomi kreatif ke-i

L_i = Jumlah tenaga kerja sektor ekonomi kreatif ke-i

i = sektor ekonomi kreatif 1 s.d 16

2.2.2. Pendekatan Pendapatan

PDRB pendekatan pendapatan, yaitu nilai tambah dari setiap kegiatan ekonomi kreatif dihitung dengan jalan menjumlahkan semua balas jasa faktor produksi yaitu upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal dan keuntungan; semuanya sebelum dipotong pajak penghasilan dan pajak langsung lainnya. Dalam definisi ini, PDRB mencakup juga penyusutan dan pajak tidak langsung neto (pajak tak langsung dikurangi subsidi).

2.2.3. Pendekatan Pengeluaran

Pendekatan dari sisi pengeluaran mencakup semua konsumsi akhir dari barang dan jasa di dalam suatu wilayah. Jadi dalam hal ini, PDRB ekonomi kreatif Kota Depok diperoleh dengan cara menghitung berbagai komponen pengeluaran akhir yang membentuk produk domestik regional tersebut. Secara umum pendekatan pengeluaran dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai berikut:

- a) Melalui pendekatan penawaran yang terdiri dari metode arus barang, metode penjualan eceran dan metode penilaian eceran.
- b) Melalui pendekatan permintaan yang terdiri dari pendekatan survei pendapatan dan pengeluaran rumah tangga, metode data anggaran belanja, metode balance sheet dan metode statistik luar negeri.

2.3. Penyajian Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif

PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok 2020 disajikan dalam Harga Dasar Tahun 2010 dan Harga Berlaku Tahun 2020.

2.3.1. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku

Dalam melakukan penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku atau tahun berjalan, dalam hal ini adalah tahun 2020. Metode perhitungannya dapat dilakukan dengan cara menghitung PDRB yang didasarkan pada data yang tersedia di lapangan yaitu antara lain dengan pendekatan Pendekatan sisi produksi, sisi pendapatan maupun sisi pengeluaran.

2.3.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan 2010

PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan bertujuan untuk melihat perkembangan PDRB Ekonomi Kreatif atau perekonomian secara riil yang kenaikannya/pertumbuhannya tidak dipengaruhi oleh adanya perubahan harga atau inflasi/deflasi. Dalam penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok ini menggunakan pendekatan deflasi.

Pendekatan deflasi yaitu nilai tambah bruto atas dasar harga konstan 2010 diperoleh dengan cara membagi nilai tambah atas dasar harga yang berlaku masing-masing tahun dengan indeks harga. Indeks harga yang digunakan sebagai deflator biasanya merupakan indeks harga konsumen (IHK), indeks harga perdagangan besar (IHPB) dan sebagainya. Indeks harga di atas dapat pula dipakai sebagai inflator dalam keadaan dimana nilai tambah atas dasar harga yang berlaku justru diperoleh dengan mengalikan nilai tambah atas dasar harga konstan dengan indeks harga tersebut.

$$NTB_{t0} = \frac{100 \times NTB_t}{IH_t}$$

Dimana:

NTB_t = Nilai tambah bruto tahun *t*

IH_t = Indeks harga tahun *t*

2.4. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Ekonomi Kreatif atau *Creative Economic Growth* merupakan indeks berantai dari masing-masing kegiatan ekonomi Kreatif. Angka indeks yang dihasilkan bisa didasarkan atas dasar harga berlaku maupun harga konstan. Pada umumnya yang sering digunakan atau dianalisis oleh para ekonom adalah LPE harga konstan, karena menggambarkan pertumbuhan produksi riil dari masing-masing sektor.

Laju pertumbuhan ekonomi diperoleh dengan cara membagi selisih nilai PDRB Ekonomi Kreatif sektor tahun berjalan dan tahun sebelumnya dengan PDRB Ekonomi Kreatif sektor tahun sebelumnya dikalikan 100.

III. Lingkup Sektor Ekonomi Kreatif

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dijelaskan bahwa Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Subsektor Ekonomi Kreatif yang tercantum berdasarkan nomenklatur resmi pada Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015, terdiri dari 16 subsektor ekonomi kreatif. Lapangan-lapangan usaha yang membentuk 16 subsektor tersebar pada KBLI 2015 menurut definisi yang digunakan BPS. Lapangan-lapangan usaha yang tersebar tersebut, dikelompokkan ke dalam 16 subsektor ekonomi kreatif, pada klasifikasi lapangan usaha tingkat 5 digit KBLI 2015. Kontribusi ekonomi untuk setiap indikator-indikator, selanjutnya dihitung dengan melihat kontribusi ekonomi di tingkat lapangan usaha 5 digit tersebut.

Lingkup sektoral yang disajikan pada bagian ini mencakup ruang lingkup dari masing-masing subsektor kegiatan Ekonomi Kreatif. Berdasarkan konsep Ekonomi kreatif yang telah dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, secara makro perekonomian kreatif diklasifikasikan menjadi 16 subsektor yaitu:

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1) Arsitektur | 9) Musik |
| 2) Desain Interior | 10) Fashion |
| 3) Desain Komunikasi Visual | 11) Aplikasi dan Game Developer |
| 4) Desain Produk | 12) Penerbitan |
| 5) Film, Animasi, Video | 13) Periklanan |
| 6) Fotografi | 14) Televisi dan Radio |
| 7) Kriya | 15) Seni Pertunjukan |
| 8) Kuliner | 16) Seni Rupa |

3.1. Subsektor Arsitektur

Wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

Kata kunci definisi Arsitektur:

- a) Wujud adalah struktur fisik dan bangunan yang dihasilkan melalui proses perancangan;
- b) Pengetahuan adalah kemampuan, keterampilan, dan pemahaman mengenai merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan;
- c) Ilmu adalah pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan yang disusun secara sistematis dan disepakati sebagai teori melalui penelitian dan eksperimen;
- d) Teknologi adalah metodologi, alat, dan mesin yang digunakan untuk mengimplementasikan seni, ilmu, dan pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan;
- e) Seni adalah kemampuan dalam merancang dan membangun struktur dan bentuk yang indah;
- f) Lingkungan binaan adalah gubahan manusia terhadap tempat aktivitas kehidupannya;
- g) Lingkungan ruang. Pada skala mikro, lingkungan ruang mencakup bagian dalam ruangan (interior), bagian luar ruangan (eksterior), dan lanskap pada area sekeliling ruangan tersebut.

3.2. Subsektor Desain Interior

Desain interior adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang-ruang interior dalam bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana untuk bernaung dan berindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Kata kunci definisi Desain:

- a) Proses pemecahan masalah objektif adalah upaya dalam mengidentifikasi, mengeksplorasi, menganalisis, dan mengambil kesimpulan dari suatu permasalahan dengan tujuan untuk mengambil suatu keputusan.
- b) Manusia dan lingkungan, yaitu terkait dengan permasalahan yang terjadi dalam pemenuhan kebutuhan manusia dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kehidupan, yang merupakan dasar dari proses desain.
- c) Kolaborasi ilmu dan kreativitas adalah proses dalam desain yang membutuhkan berbagai bidang ilmu yang terkait, di antaranya adalah psikologi, informatika, arsitektur, dan teknik.
- d) Nilai identitas budaya adalah kearifan lokal sebagai sumber inspirasi yang merupakan hasil dari dinamika budaya masyarakat setempat nilai identitas budaya dapat berubah dan berbeda sesuai dengan lokasi 5 dan waktu 6 sehingga desain dapat berfungsi sebagai media preservasi dengan menjadikan nilai identitas budaya sebagai inspirasi yang kemudian disesuaikan dengan kondisi kekinian.

3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual

Seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga mengubah perilaku target audiens sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya.

3.4. Subsektor Desain Produk

Desain produk adalah salah satu unsur dalam memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya.

3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video

Film merupakan karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

Video adalah sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing, dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

Kata kunci definisi Perfilman:

- a) Karya seni adalah objek yang merupakan hasil dari ekspresi seorang pencipta melalui kegiatan berkesenian;
- b) Gambar bergerak adalah serangkaian gambar yang berurutan lalu diproyeksikan dengan kecepatan tinggi sehingga menghasilkan ilusi gerak;

- c) Ide atau gagasan adalah konsep mengenai sesuatu yang dapat disampaikan lewat berbagai cara dan bentuk kepada orang lain;
- d) Audio visual adalah pandang-dengar, karya yang memiliki elemen gambar sekaligus suara;
- e) Sinematografi adalah seni dan ilmu pengetahuan menyangkut teknologi gambar bergerak.

Kata kunci definisi Animasi:

- a) Frame ke frame adalah pembacaan sequence animasi berdasarkan satu gambar ke gambar lainnya sehingga gambar yang ada terlihat seolah-olah bergerak;
- b) Waktu yang dimaksudkan bahwa animasi merupakan objek yang mempunyai durasi tertentu dalam penayangannya sehingga dalam menonton atau menikmatinya diperlukan waktu khusus sesuai durasi dari film animasi tersebut;
- c) Ilusi gerakan adalah gambar yang tampil dan terlihat seolah-olah bergerak oleh mata kita. Gambar tersebut sebenarnya banyak dan tampil berurutan dalam waktu tertentu (frame rate);
- d) Mempunyai nyawa adalah penggambaran sifat-sifat makhluk hidup yang bernyawa dalam sebuah adegan animasi dengan tingkatan sifat tertentu. Bisa dengan hanya bergerak, berubah bentuk, berperasaan, berekspresi, atau sifat makhluk hidup bernyawa lainnya.

Kata kunci definisi Video:

- a) Aktivitas kreatif adalah kumpulan aktivitas yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi untuk melahirkan gagasan dan konsep baru maupun pembaharuan dari konsep dan gagasan yang sudah ada sebelumnya.
- b) Eksplorasi dan inovasi adalah aktivitas eksperimental untuk memperoleh

- hal yang baru dari berbagai situasi permasalahan, serta penemuan hal-hal baru baik dari sesuatu yang sudah ada maupun belum ada sebelumnya untuk diaktualisasikan dalam karya kreatif video;
- c) Capture adalah proses perekaman gambar bergerak melalui media penyimpanan data seperti pita rekam elektronik, *memory card/hardisk*, CD/DVD, dan media rekam lainnya;
 - d) Gambar bergerak adalah objek yang dapat direkam maupun ditampilkan secara dinamis, yaitu susunan kumpulan gambar diam yang diolah untuk ditampilkan secara hidup dalam suatu karya kreatif video;
 - e) Media presentasi adalah sarana pertunjukan bagi khalayak untuk menonton suatu karya kreatif video;
 - f) Berdaya saing adalah suatu kondisi ketika orang kreatif (videografer) dan karya kreatif video yang dihasilkannya mampu berkompetisi secara adil, jujur, dan menjunjung tinggi etika;
 - g) Nilai tambah adalah keunggulan dan manfaat baru dari suatu karya kreatif video bagi penontonnya, misalkan pada karya video untuk kepentingan ekspresi, edukasi, dan informasi.

3.6. Subsektor Fotografi

Sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

Kata kunci definisi Fotografi:

- a) Kreativitas, dalam hal ini adalah kemampuan mengolah ide untuk menghasilkan karya kreatif, termasuk di dalamnya keterampilan dan bakat.

- b) Objek foto merupakan benda atau situasi yang ingin direproduksi dalam bentuk gambar atau citra dengan bantuan alat atau media perekam cahaya, atau kamera.
- c) Media perekam cahaya merupakan media yang sensitif terhadap cahaya sehingga dapat menduplikasi gambar atau citra dari objek foto yang memancarkan cahaya.
- d) Media penyimpan berkas (informasi) merupakan media atau alat yang menyimpan berkas (dalam hal ini adalah informasi gambar).
- e) Media yang menampilkan gambar atau citra merupakan media yang memperlihatkan hasil akhir fotografi dari objek foto.

3.7. Subsektor Kriya

Bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga tematik produknya.

Kata kunci definisi Kerajinan/Kriya:

- a) Seni rupa terapan adalah berupa bentuk gabungan dari berbagai aspek yang melingkupi seni, desain, dan kerajinan (kriya);
- b) Warisan tradisi adalah sesuatu yang yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun (sering kali) lisan;
- c) Kontemporer adalah memiliki nilai kekinian dan adanya pengaruh modernisasi;
- d) Fungsional adalah memiliki fungsi khusus dan memberikan solusi atas kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat;

- e) Dekoratif adalah memiliki efek dekorasi;
- f) Material dan eksplorasi alat teknik adalah bahan baku yang digunakan serta teknik produksi dari bahan baku yang digunakan tersebut, misalnya: ukiran kayu; pahat logam; anyaman bambu, eceng gondok, atau tenun;
- g) Tematik produk adalah jenis produk yang dihasilkan, misalnya: perhiasan, furniture, tekstil, produk dekorasi interior, table ware, dan sebagainya.

3.8. Subsektor Kuliner

Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kata kunci definisi Kuliner:

- a) Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru baik melalui kreasi resep, kreasi cara pengolahan, maupun kreasi cara penyajian yang memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman
- b) Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya;
- c) Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman.
- d) Kearifan Lokal. Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah.

3.9. Subsektor Musik

Segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

Kata kunci Definisi Musik:

- a) Jenis usaha adalah jenis kegiatan atau lembaga usaha yang berhubungan dengan pemberdayaan karya musik untuk memberikan manfaat kepada pelakunya, baik dari segi ekonomi maupun dari segi lainnya;
- b) Kegiatan kreatif adalah kegiatan yang berhubungan dengan pemanfaatan akal manusia untuk mencipta atau mengembangkan karya, dalam hal ini adalah karya musik;
- c) Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan mengembangkan pengetahuan dan kemampuan manusia baik itu formal, nonformal, dan informal;
- d) Kreasi atau komposisi adalah proses penciptaan karya musik yang berbentuk penuangan buah pikiran atau kecerdasan, serta realisasi ide dan gagasan, sehingga menjadi sebuah karya musik yang utuh;
- e) Rekaman adalah pemindahan suara dari alat musik atau vokal manusia ke dalam media perekam seperti pita rekaman, dan menggunakan alat perekam;
- f) Promosi adalah upaya memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen;
- g) Distribusi adalah penyaluran produk musik ke berbagai saluran penjualan produk musik;
- h) Penjualan adalah pengalihan kepemilikan produk musik dengan timbal balik tertentu;
- i) Pertunjukan musik adalah kegiatan mempertunjukkan atau menampilkan karya musik secara langsung ke khalayak ramai;

- j) Karya seni musik adalah hasil daya cipta yang merupakan buah pikiran atau kecerdasan manusia, dalam hal ini yang berbentuk kreasi musik, baik itu dalam bentuk suara maupun cetak.

3.10. Subsektor *Fashion*

Suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

Kata kunci definisi Mode/ *Fashion*:

- a) Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang yang dapat dilihat dari bahasa, kebiasaan hingga cara berbusana. Mode juga dapat menjadi medium yang digunakan untuk menyatakan sikap dan perasaan dengan memadukan berbagai desain, yang akan menjadi penentu terhadap nilai yang dianut oleh individu atau kelompok tersebut;
- b) Berpenampilan yaitu bukan lagi hanya suatu hal yang dilihat dalam berbusana, tetapi juga gaya berbusana atau berperilaku yang sekaligus merupakan lambang identitas;
- c) Identitas diri atau kelompok adalah representasi ciri khas individu atau kelompok yang dapat berkembang menjadi sebuah budaya. Lebih kompleks lagi, mode dapat berperan sebagai strata pembagian kelas, status, pekerjaan, dan kebutuhan terhadap tren yang sedang berlaku.

3.11. Subsektor Aplikasi dan Game Developer

Suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

Kata kunci definisi Aplikasi dan *Game Developer*:

- a) Media merupakan medium penyajian karya permainan interaktif, bisa

berupa elektronik, daring, fisik, kartu, meja, atau lainnya;

- b) Aktivitas merupakan kegiatan tertentu yang memiliki tujuan, dalam permainan interaktif biasanya mencapai kesenangan;
- c) Tujuan (*objective*) merupakan target yang harus diselesaikan oleh pemain terhadap sebuah permainan interaktif;
- d) Aturan (*rules*) merupakan suatu mekanisme yang mengatur pemain untuk mencapai tujuan dalam sebuah permainan interaktif.

3.12. Subsektor Penerbitan

Suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, ataupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

Kata kunci definisi Penerbitan:

- a) Konten kreatif adalah suatu informasi yang dikelola melalui proses kreativitas;
- b) Keunikan adalah karya kreatif yang memiliki kekhususan atau keistimewaan, berbeda dari yang lain;
- c) Diproduksi untuk konsumsi publik adalah karya kreatif yang langsung memenuhi keperluan hidup masyarakat (produk massal);
- d) Media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi, meliputi media cetak, media daring;
- e) Nilai, yaitu manfaat yang diperoleh, meliputi nilai ekonomi, nilai sosial, nilai seni.

3.13. Subsektor Periklanan

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasaran agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

Kata kunci definisi Periklanan:

- a) Konten Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh pihak pengirim (sender) kepada target penerima pesan (receiver) yang dimaksudkan untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik yang bersifat personal maupun nonpersonal ataupun satu arah dan dua arah;
- b) Media merupakan alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima baik secara langsung maupun tidak langsung, meliputi: media cetak, media elektronik, dan media digital;
- c) Produk merupakan segala sesuatu yang diiklankan, meliputi barang, jasa, ide, peristiwa, fasilitas, atau orang;
- d) Merek adalah tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa;
- e) Pemrakarsa adalah pihak yang ingin menyampaikan sesuatu kepada penerima pesan, meliputi: perusahaan, pemerintah, individu, lembaga nirlaba, dan lembaga-lembaga lainnya.

3.14. Subsektor Televisi dan Radio Televisi

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur

dan berkesinambungan.

Radio

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Kata kunci definisi Televisi dan Radio:

- a) Proses pengemasan yang dimaksud adalah kegiatan pemrograman informasi atau gagasan yang diajukan sebagai ide agar menjadi konten acara televisi dan radio.
- b) Gagasan yang dimaksud adalah rancangan yang tersusun di pikiran para pencetus ide kreasi konten acara yang kemudian dapat dituangkan dalam bentuk konsep akhir atau naskah;
- c) Informasi yang dimaksud merupakan penerangan, pemberitahuan, kabar atau berita terkait suatu kejadian yang nantinya akan dikemas menjadi suatu konten acara yang sifatnya informatif;
- d) Berkualitas dalam hal ini merupakan konten acara yang memiliki standar estetika dan teknis yang baik dengan konten yang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, baik sebagai sumber informasi, hiburan, pendidikan, serta unsur persuasi, sehingga dapat memberikan hiburan, pengetahuan, ataupun dampak sosial dan budaya yang positif bagi masyarakat.

3.15. Subsektor Seni Pertunjukan

Cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tarian; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam

ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).

Kata kunci definisi Seni Pertunjukan:

- a) Gagasan adalah struktur pemikiran yang berasal dari perumusan atau perenungan tentang sesuatu yang dapat dituangkan atau memandu pengolahan serta pembentukan suatu wujud atau pementasan karya seni pertunjukan;
- b) Perancang adalah pelaku seni yang menggagas dan merancang konsep awal dan kerangka penciptaan seni pertunjukan;
- c) Penampil adalah pelaku seni yang mewujudkan gagasan pertunjukan dalam bentuk-bentuk yang dapat disaksikan (didengar dan ditonton) oleh pemirsa dalam pementasan karya seni pertunjukan;
- d) Pekerja teknis adalah pekerja seni yang mewujudkan rancangan pertunjukan yang bersifat teknis dalam sebuah produksi seni pertunjukan;
- e) Penonton adalah orang yang secara sadar dan aktif datang menyaksikan suatu karya seni pertunjukan;
- f) Langsung (*live*) adalah keadaan dimana peristiwa pertunjukan berlangsung di dalam ruang dan waktu yang sama di mana penonton dan penampil berada, di sini dan kini (*hic et nunc*).

3.16. Subsektor Seni Rupa

Penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

Kata kunci definisi Seni Rupa:

- a) Penciptaan karya adalah proses perwujudan gagasan/ide menjadi sebuah bentuk karya seni. Penciptaan karya adalah inti dan pusat dari seni rupa;

- b) Saling berbagi pengetahuan. Pengetahuan dan kajian seni rupa menjadi faktor penting untuk hadir bersama dengan karya tersebut. Termasuk juga pengetahuan dan kajian tentang konteks sosial, budaya, dan politik di mana karya tersebut diciptakan;
- c) Manifestasi intelektual merupakan dasar dari penciptaan karya adalah perwujudan dari gagasan pikiran intelektual penciptanya;
- d) Keahlian kreatif adalah perwujudan karya terjadi dengan menggunakan keahlian di bidang kreatif;
- e) Mendorong perkembangan budaya. Perkembangan seni rupa mendorong perkembangan budaya nasional melalui gagasan kreatif yang baru dan segar, pada saat yang bersamaan, perkembangan seni rupa menunjukkan dan merekam kemajuan budaya nasional;
- f) Perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistem. Perkembangan industri yang memberi timbal balik ekonomi bagi pelaku dan sistemnya diperlukan untuk keberlanjutan ekosistem.

IV. Struktur Dan Perkembangan Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020

4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif

Sektor ekonomi kreatif di Kota Depok mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini terlihat dari nilai PDRB setiap sub sektor ekonomi kreatif yang mengalami peningkatan selama periode 2016 hingga 2019, meski mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020 akibat pandemi covid-19. Pada tahun 2019, Nilai PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) terlihat mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp 10.934,66 Miliar dibanding tahun 2018 yaitu sebesar Rp 9.895,59 Miliar dan tahun 2016 sebesar Rp 8.000,99 Miliar, namun mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020 menjadi sebesar Rp 10.925,43 Miliar.

Sementara itu Nilai PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan 2010 (ADHK) juga mengalami penurunan pada tahun 2020. PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2020 sebesar 7.272,57 Miliar lebih rendah dibanding tahun 2019 tercatat sebesar Rp 7.385,20 Miliar. PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2018 dan 2016 masing-masing sebesar Rp 6.675,26 Miliar dan Rp 5.743,96 Miliar. Kondisi ini menggambarkan prospek perkembangan sektor ekonomi kreatif di Kota Depok cukup menjanjikan, meski mengalami kontraksi tahun 2020 akibat pandemi Covid-19.

Tabel 1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota
Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016 - 2020 (Rp Juta)

No	Uraian	2016	2018	2019	2020
1	Arsitektur	21,933	25,756	27,862	26,643
2	Desain Interior	1,202	1,457	1,576	1,507
3	Desain Komunikasi Visual	725	896	1,002	958
4	Desain Produk	3,848	4,564	4,701	4,495
5	Film, Animasi, Video	29,960	37,456	40,518	37,286
6	Fotografi	24,201	29,191	31,577	30,196
7	Kriya	1,413,746	1,580,125	1,735,453	1,733,590
8	Kuliner	4,982,981	6,397,743	6,920,778	6,928,636
9	Musik	17,713	21,422	23,528	23,503
10	Fashion	1,158,116	1,386,586	1,700,715	1,698,890
11	Aplikasi dan Game Developer	115,175	137,884	149,157	142,634
12	Penerbitan	156,735	181,374	199,203	198,989
13	Periklanan	15,813	18,569	20,087	18,485
14	Televisi dan Radio	9,430	11,745	12,705	16,699
15	Seni Pertunjukkan	33,232	40,761	44,093	42,164
16	Seni Rupa	16,185	20,065	21,706	20,756
PDRB Ekonomi Kreatif		8,000,997	9,895,595	10,934,662	10,925,433

Tabel 2. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok
Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 - 2020 (Rp Juta)

No	Uraian	2016	2018	2019	2020
1	Arsitektur	18,572	20,643	22,330	21,083
2	Desain Interior	1,007	1,132	1,224	1,156
3	Desain Komunikasi Visual	603	682	763	720
4	Desain Produk	3,247	3,622	3,730	3,522
5	Film, Animasi, Video	30,565	37,925	41,026	36,538
6	Fotografi	20,371	23,102	24,990	23,594
7	Kriya	1,037,185	1,112,981	1,222,388	1,205,890
8	Kuliner	3,457,941	4,139,083	4,477,465	4,415,287
9	Musik	14,604	16,662	18,300	18,053
10	Fashion	871,001	990,823	1,215,292	1,198,891
11	Aplikasi dan Game Developer	104,201	120,820	130,697	123,395
12	Penerbitan	120,844	133,940	147,107	145,121
13	Periklanan	13,390	14,883	16,099	14,338
14	Televisi dan Radio	9,818	12,244	13,244	17,266
15	Seni Pertunjukkan	27,863	31,994	34,610	32,676
16	Seni Rupa	12,755	14,731	15,935	15,045
PDRB Ekonomi Kreatif		5,743,967	6,675,265	7,385,202	7,272,576

4.2. Struktur Ekonomi Kreatif

Nilai Tambah Sektor Ekonomi Kreatif pada tahun 2020 mengalami penurunan, namun demikian selama periode tahun 2016 – 2019 terus meningkat. Pemerintah Kota Depok perlu memberikan perhatian lebih pada sektor Ekonomi Kreatif untuk terus tumbuh dan berkembang sebagai sektor andalan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Pada tahun 2020

Ekonomi Kreatif telah mampu memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Depok mencapai 15,52% meningkat dari yang sebelumnya 15,39% pada tahun 2019. Tiga subsektor utama yang memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB ekonomi kreatif Kota Depok adalah subsektor Kuliner, subsektor Kriya dan subsektor Fashion.

Tabel 3. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar
Harga Berlaku Tahun 2016 - 2020

No	Uraian	2016	2018	2019	2020
1	Arsitektur	0.27	0.26	0.25	0.24
2	Desain Interior	0.02	0.01	0.01	0.01
3	Desain Komunikasi Visual	0.01	0.01	0.01	0.01
4	Desain Produk	0.05	0.05	0.04	0.04
5	Film, Animasi, Video	0.37	0.38	0.37	0.34
6	Fotografi	0.30	0.29	0.29	0.28
7	Kriya	17.67	15.97	15.87	15.87
8	Kuliner	62.28	64.65	63.29	63.42
9	Musik	0.22	0.22	0.22	0.22
10	Fashion	14.47	14.01	15.55	15.55
11	Aplikasi dan Game Developer	1.44	1.39	1.36	1.31
12	Penerbitan	1.96	1.83	1.82	1.82
13	Periklanan	0.20	0.19	0.18	0.17
14	Televisi dan Radio	0.12	0.12	0.12	0.15
15	Seni Pertunjukkan	0.42	0.41	0.40	0.39
16	Seni Rupa	0.20	0.20	0.20	0.19
	PDRB Ekonomi Kreatif	100.00	100.00	100.00	100.00

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa subsektor kuliner adalah subsektor yang paling mendominasi perekonomian kreatif di Kota Depok, berkontribusi sekitar 63,42% dari total PDRB sektor ekonomi kreatif tahun 2020. Subsektor Kuliner merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Sektor lainnya yang berkontribusi besar adalah subsektor kriya dan fashion. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga subsektor tersebut yaitu kuliner, kriya dan fashion perlu mendapatkan perhatian yang lebih khusus, karena terjadinya fluktuasi pada ketiga subsektor ini akan memberikan dampak besar terhadap ekonomi kreatif bahkan perekonomian Kota Depok secara umum.

Selanjutnya dilihat berdasarkan harga konstan 2010, kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian kota Depok secara umum tidak jauh berbeda dengan keadaan pada harga berlaku baik nilai maupun strukturnya. Subsektor Kuliner pada tahun 2020 memberikan kontribusi terhadap pembentukan Ekonomi Kreatif di Kota Depok mencapai 60,71%. Dengan demikian, Pemerintah Kota Depok perlu mengembangkan subsektor kuliner ini mengingat potensi dari subsektor ini masih cukup besar. Pemerintah bisa menyediakan tempat- tempat khusus sebagai pusat wisata kuliner agar kuliner di Kota Depok semakin berkembang.

Tabel 4. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 - 2020

No	Uraian	2016	2018	2019	2020
1	Arsitektur	0.32	0.31	0.30	0.29
2	Desain Interior	0.02	0.02	0.02	0.02
3	Desain Komunikasi Visual	0.01	0.01	0.01	0.01
4	Desain Produk	0.06	0.05	0.05	0.05
5	Film, Animasi, Video	0.53	0.57	0.56	0.50
6	Fotografi	0.35	0.35	0.34	0.32
7	Kriya	18.06	16.67	16.55	16.58
8	Kuliner	60.20	62.01	60.63	60.71
9	Musik	0.25	0.25	0.25	0.25
10	Fashion	15.16	14.84	16.46	16.49
11	Aplikasi dan Game Developer	1.81	1.81	1.77	1.70
12	Penerbitan	2.10	2.01	1.99	2.00
13	Periklanan	0.23	0.22	0.22	0.20
14	Televisi dan Radio	0.17	0.18	0.18	0.24
15	Seni Pertunjukkan	0.49	0.48	0.47	0.45
16	Seni Rupa	0.22	0.22	0.22	0.21
	PDRB Ekonomi Kreatif	100.00	100.00	100.00	100.00

4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif

Salah satu tujuan utama pembangunan ekonomi di Kota Depok adalah mengatasi pengangguran disamping pencapaian pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Jumlah tenaga kerja yang terserap oleh sektor ekonomi kreatif pada tahun 2020 sejumlah 107.075 orang menurun dibanding tahun 2019 yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 133.606 orang.

Penurunan ini sebagai dampak pandemi covid-19, dimana seluruh sub sektor Ekonomi Kreatif mengalami penurunan, khususnya penurunan pada tiga sub sektor yang berkontribusi paling besar dalam penyerapan tenaga kerja yaitu sub sektor kuliner, kriya dan fashion.

Tabel 5. Jumlah Tenaga Kerja dan Unit Usaha di Sektor Ekonomi Kreatif
Kota Depok Tahun 2016 – 2020

No	Uraian	2016	2018	2019	2020
1	Arsitektur	98	109	118	111
2	Desain Interior	95	106	115	108
3	Desain Komunikasi Visual	95	106	119	112
4	Desain Produk	129	144	148	140
5	Film, Animasi, Video	901	1,007	1,089	911
6	Fotografi	1,389	1,552	1,679	1,584
7	Kriya	11,037	12,331	13,543	12,540
8	Kuliner	66,356	74,134	80,195	57,645
9	Musik	689	770	846	783
10	Fashion	21,259	23,751	26,086	24,154
11	Aplikasi dan Game Developer	1,011	1,129	1,221	1,152
12	Penerbitan	2,487	2,778	3,051	2,825
13	Periklanan	299	334	361	302
14	Televisi dan Radio	157	175	189	136
15	Seni Pertunjukkan	2,531	2,828	3,059	2,886
16	Seni Rupa	1,479	1,652	1,787	1,686
Jumlah Tenaga Kerja		110,012	122,906	133,606	107,075

Sementara itu, jumlah unit usaha ekonomi kreatif pada tahun 2020

sebanyak 42.812 unit usaha, turun dibanding tahun 2019 yang berjumlah 61.769 unit usaha. Adanya kebijakan pembatasan mobilitas penduduk dan *social distancing* untuk mengurangi dampak covid-19 berdampak cukup besar terhadap seluruh sub sektor Ekonomi Kreatif, terutama sub sektor kuliner dan fashion. Disisi lain jumlah unit usaha ekonomi kreatif yang paling banyak adalah sub sektor kuliner dan fashion. Secara keseluruhan daya serap tenaga kerja per unit usaha sektor ekonomi kreatif di Kota Depok rata-rata menyerap 1-2 orang tenaga kerja.

Selanjutnya dari sisi produktivitas tenaga kerja, terlihat tenaga kerja yang bekerja di sektor ekonomi kreatif meningkat dibanding tahun 2019, yaitu rata-rata menghasilkan output atau nilai tambah produk sebesar Rp 67,92 juta per tenaga kerja. Sektor yang memiliki produktivitas tenaga kerja tinggi adalah sub sektor arsitektur yaitu menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 189,54 juta per tenaga kerja.

Tabel 6. Produktivitas Tenaga Kerja dan Jumlah Unit Sektor
Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020

No	Uraian	Produktivitas	Jumlah Unit
		(Rp Juta/TK)	Unit
1	Arsitektur	189.54	37
2	Desain Interior	10.68	36
3	Desain Komunikasi Visual	6.44	37
4	Desain Produk	25.17	47
5	Film, Animasi, Video	40.11	182
6	Fotografi	14.90	495
7	Kriya	96.16	2,508
8	Kuliner	76.59	28,823
9	Musik	23.05	261
10	Fashion	49.64	8,051
11	Aplikasi dan Game Developer	107.10	576
12	Penerbitan	51.37	706
13	Periklanan	47.45	43
14	Televisi dan Radio	127.35	26
15	Seni Pertunjukkan	11.32	577
16	Seni Rupa	8.92	406
Jumlah		67.92	42.812



Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Depok

Gedung Dibaleka II Komplek Balaikota Depok Lantai 7 Jl. Margonda Raya No. 54 Depok

Telp. (021) 29402276 dan (021) 7764410

Email: diskominfo@depok.go.id