

ANALISIS EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK 2023

kerjasama:



**Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok**



**Departemen Statistika
FMIPA - IPB University**



Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2023

Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023

Ukuran Buku / *Book Size* : 14,8 cm × 21 cm

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

Naskah / *Manuscript* : Departemen Statistika, FMIPA,
IPB University

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

Diterbitkan Oleh / *Published By* : Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok

Boleh mengutip dengan menyebut sumbernya

May be cited with the reference to the sources

KATA SAMBUTAN

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, buku Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok 2023 dapat diterbitkan.

Buku Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok 2023 ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan arah dan kebijakan pembangunan di Kota Depok, khususnya untuk bahan perencanaan dan evaluasi pembangunan di kecamatan. Buku ini juga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan berbagai pihak, baik masyarakat maupun institusi pemerintah dan swasta.

Penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Departemen Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Pertanian Bogor (FMIPA-IPB) yang telah menyusun Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2023, begitu juga kepada semua pihak yang sudah berperan dalam penerbitan buku ini.

Wassalamu alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh.

Depok, September 2024
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 2023 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, September 2024
Ketua Departemen Statistika
FMIPA – IPB University



Dr. Bagus Sartono
NIP. 19780411 200501 1 002

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB 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)	4
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	6
BAB II METODOLOGI	7
2.1. Data	7
2.2. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif	7
2.3. Pendekatan Perhitungan Unit Sektor Ekonomi Kreatif	8
2.4. Pendekatan Perhitungan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif	8
2.5. Penyajian Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif	9
2.6. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kreatif	9
BAB III LINGKUP SEKTORAL EKONOMI KREATIF	11
3.1. Subsektor Arsitektur	12

3.2. Subsektor Desain Interior.....	12
3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual	13
3.4. Subsektor Desain Produk	13
3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video	14
3.6. Subsektor Fotografi.....	15
3.7. Subsektor Kriya	16
3.8. Subsektor Kuliner.....	17
3.9. Subsektor Musik	17
3.10. Subsektor Fesyen	18
3.11. Subsektor Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	19
3.12. Subsektor Penerbitan.....	19
3.13. Subsektor Periklanan	20
3.14. Subsektor Televisi dan Radio Televisi	21
3.15. Subsektor Seni Pertunjukan	21
3.16. Subsektor Seni Rupa	22
BAB IV STRUKTUR DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK TAHUN 2023	24
4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif	24
4.2. Struktur Ekonomi Kreatif.....	26
4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif	29
4.4. Karakteristik Usaha Ekonomi Kreatif dan Dukungan Pemerintah.....	31
4.4.1. Subsektor Kuliner	31
4.4.2. Subsektor Kriya.....	32
4.4.3. Subsektor Fesyen.....	33
BAB V KESIMPULAN	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2019 - 2023 (Rp Juta)	24
Tabel 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2019 - 2023 (Rp Juta)	25
Tabel 3 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2019 – 2023 (Persen)	26
Tabel 4 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2019 – 2023 (Persen)	28
Tabel 5 Jumlah Tenaga Kerja di Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2019 – 2023 (Orang)	29
Tabel 6 Jumlah Unit Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023	30

DAFTAR GAMBAR

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

BAB 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 Pusat 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) Fesyen; (11) Aplikasi dan *Game developer*; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Televisi dan Radio; (15) Riset dan Pengembangan; dan (16) Seni Rupa.

Adanya disrupsi 4.0 yang terjadi di berbagai sektor, maka tantangan pembangunan ekonomi ke depan menjadi semakin ketat. Untuk itu kreatifitas dan inovasi menjadi kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah dan meningkatkan daya saing. Produk dan jasa di sektor ekonomi kreatif yang merupakan hasil inovasi dan kreativitas berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing output wilayah.

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 bertanggung jawab untuk mengembangkan ekonomi kreatif dalam mendukung pembangunan. Untuk itu, Pemerintah Daerah Kota Depok terus berupaya membangun Ekonomi Kreatif di wilayahnya melalui berbagai kebijakan.

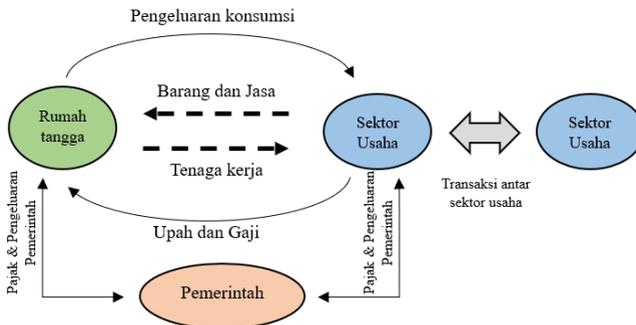
Serangkaian kebijakan yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota Depok antara lain melakukan penelitian mengenai Prioritas Kebijakan yang perlu dilakukan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Depok pada tahun 2010. Hasil kajian telah dituangkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan.

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 konsumsi rumah tangga 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 ditunjukkan oleh Gambar 1.



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 PDRB 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:

1.4.2.1. 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 :

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

1.4.2.2. Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut di dalam 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 neto (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.

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

1.4.2.3. 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 Ekonomi Kreatif = Konsumsi akhir untuk Ekonomi Kreatif (rumah tangga, pemerintah dan lembaga nirlaba) + Pembentukan modal tetap bruto Ekonomi Kreatif + Perubahan stok Ekonomi Kreatif + 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).

BAB II METODOLOGI

2.1. Data

Data yang digunakan untuk menyusun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok tahun 2023 ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer bersumber dari hasil survei kepada pelaku usaha ekonomi kreatif di Kota Depok. Data sekunder bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Depok, BPS Provinsi Jawa Barat, BPS Jakarta, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok, dan pustaka lainnya yang terkait dengan ekonomi kreatif. Data sekunder yang digunakan antara lain PDRB Kota Depok dan Provinsi Jawa Barat Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dan Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Menurut Lapangan Usaha, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas), Kota Depok Dalam Angka, Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok, dan referensi lainnya.

2.2. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif

Pendekatan penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 dihitung melalui pendekatan produksi (*production approach*). Pendekatan tersebut menghitung nilai tambah dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh sektor ekonomi kreatif. Nilai tambah yang dihasilkan oleh sektor-sektor usaha ekonomi kreatif tercermin dari produktivitas tenaga kerjanya, yaitu output per tenaga kerja tiap sektor ekonomi kreatif.

Tahapan penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sinkronisasi 16 sektor ekonomi kreatif dengan sektor ekonomi menurut lapangan usaha berdasarkan KBLI
2. Menghitung nilai tambah sektor ekonomi kreatif Kota Depok yang dikalibrasi dengan nilai tambah sektor ekonomi kreatif nasional dan provinsi.
3. Menghitung pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif yang dikalibrasi berdasarkan pertumbuhan sektor ekonomi menurut lapangan usaha.

4. Menghitung PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok.

2.3. Pendekatan Perhitungan Unit Sektor Ekonomi Kreatif

Pendekatan perhitungan jumlah unit sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 dilakukan melalui pendekatan produktivitas output per unit sektor Ekonomi Kreatif. Adapun tahapan perhitungan jumlah unit sektor PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 adalah sebagai berikut:

1. Menghitung produktivitas output per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun 2023 yang didasarkan pada produktivitas output per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun sebelumnya.
2. Menghitung jumlah unit sektor Ekonomi Kreatif yang diperoleh dengan cara membagi nilai tambah (PDRB) tiap sektor Ekonomi Kreatif dengan produktivitas output per unit setiap sektor Ekonomi Kreatif. Perhitungan jumlah unit setiap sektor Ekonomi Kreatif dituliskan sebagai berikut:

$$U_i = Q_i / \partial_i$$

dimana:

U_i = Jumlah unit sektor ekonomi kreatif ke- i

Q_i = Nilai tambah sektor ekonomi kreatif ke- i

∂_i = Produktivitas output sektor ekonomi kreatif ke- i

i = sektor ekonomi kreatif 1 s.d 16

2.4. Pendekatan Perhitungan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif

Pendekatan perhitungan jumlah tenaga kerja sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 dihitung melalui pendekatan rata-rata penggunaan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif. Adapun tahapan perhitungan jumlah tenaga kerja tiap sektor PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 adalah sebagai berikut:

1. Menghitung rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun 2023 hasil survei lapangan.
2. Menghitung rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun 2023 yang dikalibrasi berdasarkan rata-rata

penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun sebelumnya, tingkat penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif di tingkat nasional, dan penyerapan tenaga kerja per sektor menurut Data Sakernas Kota Depok Tahun 2023.

3. Menghitung jumlah penyerapan tenaga kerja sektor Ekonomi Kreatif yang diperoleh dengan cara mengalikan jumlah unit setiap sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2023 dengan rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif. Adapun perhitungan penyerapan jumlah tenaga kerja setiap sektor Ekonomi Kreatif dituliskan sebagai berikut:

$$L_i = U_i \times \bar{L}_i$$

dimana:

- L_i = Jumlah tenaga kerja sektor ekonomi kreatif ke- i
- U_i = Jumlah unit sektor ekonomi kreatif ke- i
- \bar{L}_i = rata-rata tenaga kerja sektor ekonomi kreatif ke- i
- i = sektor ekonomi kreatif 1 s.d 16

2.5. Penyajian Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif

PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok 2023 disajikan dalam Harga Dasar Tahun 2010 atau PDRB Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dan Harga Berlaku atau PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB). PDRB ADHK Ekonomi Kreatif bertujuan untuk melihat perkembangan PDRB Ekonomi Kreatif atau perekonomian secara riil yang kenaikannya/pertumbuhannya tidak dipengaruhi oleh adanya perubahan harga atau inflasi/deflasi. Sementara PDRB ADHB Ekonomi Kreatif yaitu PDRB berdasarkan harga berlaku atau tahun berjalan, dalam hal ini adalah tahun 2023.

2.6. 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.

BAB III LINGKUP SEKTORAL 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 2020 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 2020. 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
- 2) Desain Interior
- 3) Desain Komunikasi Visual
- 4) Desain Produk
- 5) Film, Animasi, Video
- 6) Fotografi
- 7) Kriya
- 8) Kuliner
- 9) Musik
- 10) Fesyen
- 11) Aplikasi dan *Game developer*
- 12) Penerbitan
- 13) Periklanan
- 14) Televisi dan Radio

- 15) Seni Pertunjukkan
- 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 berlindung, 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 Fesyen

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

Kata kunci definisi Mode/Fesyen:

- 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 berumpun 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, nilaiseni.

3.13. Subsektor Periklanan

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarnya 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.

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.

BAB IV STRUKTUR DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK TAHUN 2023

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 menunjukkan tren peningkatan selama periode 2019-2023, kecuali pada tahun 2020 yang mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2019, Nilai PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp 10.934,66 miliar, sementara itu pada tahun 2020 mengalami kontraksi akibat pandemi Covid-19 menjadi sebesar Rp 10.925,43 miliar, dan kembali meningkat pada tahun 2021 hingga 2023 seiring dengan pemulihan ekonomi. Pada tahun 2023 nilai PDRB Ekonomi Kreatif sebesar Rp 12.999,99 miliar (Tabel 1).

Tabel 1 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2019 - 2023 (Rp Juta)

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
1	Arsitektur	27.862	26.643	27.258	30.992	33.526
2	Desain Interior	1.576	1.507	1.542	1.753	1.896
3	Desain Komunikasi Visual	1.002	958	981	1.115	1.206
4	Desain Produk	4.701	4.495	4.599	5.229	5.656
5	Film. Animasi. Video	40.518	37.286	40.856	46.597	50.356
6	Fotografi	31.577	30.196	30.893	35.125	37.996
7	Kriya	1.735.453	1.733.590	1.849.632	1.998.581	2.153.408
8	Kuliner	6.920.778	6.928.636	6.966.685	7.525.592	8.153.165
9	Musik	23.528	23.503	25.076	25.280	27.319
10	Fesyen	1.700.715	1.698.890	1.812.609	1.853.714	1.999.231
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	149.157	142.634	145.924	165.916	179.480
12	Penerbitan	199.203	198.989	212.309	214.037	231.299
13	Periklanan	20.087	18.485	20.255	23.101	25.794
14	Televisi dan Radio	12.705	16.699	17.737	18.956	20.485

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
15	Seni Pertunjukkan	44.093	42.164	43.137	49.047	53.057
16	Seni Rupa	21.706	20.756	21.235	24.145	26.118
PDRB Ekonomi Kreatif		10.934.662	10.925.433	11.220.727	12.019.180	12.999.992

Sementara itu nilai PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) pada tahun 2023 juga mengalami peningkatan seiring dengan adanya pemulihan ekonomi wilayah akibat pandemi Covid-19 di tahun 2020 (Tabel 2). PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2023 sebesar Rp 8.218, 14 miliar meningkat dibanding tahun 2022 yang tercatat sebesar Rp 7.770,09 miliar atau tumbuh sebesar 5,77 persen. Sementara itu PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2019 sebesar Rp 7.385,20 milyar. Kondisi ini menggambarkan prospek perkembangan sektor ekonomi kreatif di Kota Depok cukup menjanjikan, meski mengalami kontraksi tahun 2020 akibat pandemi Covid-19.

Tabel 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2019 - 2023 (Rp Juta)

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
1	Arsitektur	22.330	21.083	21.560	23.629	25.474
2	Desain Interior	1.224	1.156	1.182	1.295	1.396
3	Desain Komunikasi Visual	763	720	737	807	870
4	Desain Produk	3.730	3.522	3.602	3.947	4.256
5	Film. Animasi. Video	41.026	36.538	39.669	43.003	46.436
6	Fotografi	24.990	23.594	24.129	26.444	28.509
7	Kriya	1.222.388	1.205.890	1.186.299	1.206.551	1.208.645
8	Kuliner	4.477.465	4.415.287	4.439.534	4.706.587	5.063.860
9	Musik	18.300	18.053	18.100	18.643	20.132
10	Fesyen	1.215.292	1.198.891	1.279.141	1.360.591	1.410.214
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	130.697	123.395	126.191	138.299	149.098
12	Penerbitan	147.107	145.121	145.500	149.863	161.830

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
13	Periklanan	16.099	14.338	15.567	16.875	18.079
14	Televisi dan Radio	13.244	17.266	18.593	20.078	21.682
15	Seni Pertunjukan	34.610	32.676	33.416	36.623	39.482
16	Seni Rupa	15.935	15.045	15.385	16.862	18.178
	PDRB Ekonomi Kreatif	7.385.202	7.272.576	7.368.604	7.770.098	8.218.141
	PDRB Ekonomi Kreatif	7.385.202	7.272.576	7.368.604	7.770.098	8.218.141

4.2. Struktur Ekonomi Kreatif

Sektor Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi cukup besar terhadap pembentukan PDRB wilayah. Pada tahun 2023, sektor Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi terhadap pembentukan PDRB ADHB Kota Depok sebesar 14,85% atau relatif sama dibanding tahun 2022 yang mencapai 14,80%. Hal ini disebabkan proporsi peningkatan PDRB Sektor Ekonomi Kreatif relatif sama dibanding peningkatan PDRB sektor ekonomi lainnya. Untuk itu, Pemerintah Daerah Kota Depok perlu memberikan perhatian lebih pada sektor Ekonomi Kreatif untuk terus tumbuh dan berkembang sebagai sektor andalan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Tabel 3 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2019 – 2023 (Persen)

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
1	Arsitektur	0,25	0,24	0,24	0,26	0,27
2	Desain Interior	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
3	Desain Komunikasi Visual	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
4	Desain Produk	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
5	Film. Animasi. Video	0,37	0,34	0,36	0,39	0,39
6	Fotografi	0,29	0,28	0,28	0,29	0,29
7	Kriya	15,87	15,87	16,48	16,63	16,56

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
8	Kuliner	63,29	63,42	62,09	62,61	62,72
9	Musik	0,22	0,22	0,22	0,21	0,21
10	Fesyen	15,55	15,55	16,15	15,42	15,38
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	1,36	1,31	1,30	1,38	1,38
12	Penerbitan	1,82	1,82	1,89	1,78	1,78
13	Periklanan	0,18	0,17	0,18	0,19	0,20
14	Televisi dan Radio	0,12	0,15	0,16	0,16	0,16
15	Seni Pertunjukan	0,40	0,39	0,38	0,41	0,41
16	Seni Rupa	0,20	0,19	0,19	0,20	0,20
	PDRB Ekonomi Kreatif	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Secara umum, struktur Ekonomi Kreatif berdasarkan komposisinya terhadap pembentukan PDRB relatif tidak mengalami perubahan selama periode 2019-2023. Tiga sub sektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok ADHB adalah sub sektor Kuliner, sub sektor Kriya dan sub sektor Fesyen.

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa sub sektor kuliner adalah sub sektor yang paling mendominasi di Kota Depok, berkontribusi sekitar 62,72 persen dari total PDRB Sektor Ekonomi Kreatif ADHB tahun 2023. Sub sektor 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 sub sektor kriya dan fesyen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga sub sektor tersebut yaitu kuliner, kriya, dan fesyen perlu mendapatkan perhatian khusus karena terjadinya fluktuasi pada ketiga sub sektor ini akan memberikan dampak besar terhadap ekonomi kreatif bahkan perekonomian Kota Depok secara umum.

Tabel 4 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2019 – 2023 (Persen)

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
1	Arsitektur	0,30	0,29	0,29	0,30	0,31
2	Desain Interior	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
3	Desain Komunikasi Visual	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
4	Desain Produk	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
5	Film. Animasi. Video	0,56	0,50	0,54	0,55	0,57
6	Fotografi	0,34	0,32	0,33	0,34	0,35
7	Kriya	16,55	16,58	16,10	15,53	14,71
8	Kuliner	60,63	60,71	60,25	60,57	61,62
9	Musik	0,25	0,25	0,25	0,24	0,24
10	Fesyen	16,46	16,49	17,36	17,51	17,16
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	1,77	1,70	1,71	1,78	1,81
12	Penerbitan	1,99	2,00	1,97	1,93	1,97
13	Periklanan	0,22	0,20	0,21	0,22	0,22
14	Televisi dan Radio	0,18	0,24	0,25	0,26	0,26
15	Seni Pertunjukkan	0,47	0,45	0,45	0,47	0,48
16	Seni Rupa	0,22	0,21	0,21	0,22	0,22
	PDRB Ekonomi Kreatif	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Selanjutnya dilihat berdasarkan harga konstan 2010, kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap pembentukan PDRB ADHK Kota Depok secara umum tidak jauh berbeda dengan keadaan pada harga berlaku baik nilai maupun strukturnya. Sub sektor Kuliner pada tahun 2023 memberikan kontribusi terhadap pembentukan PDRB Ekonomi Kreatif ADHK Kota Depok mencapai 61,62 persen, begitu juga kontribusi sub sektor kriya dan fesyen yaitu masing-masing sebesar 14,71 persen dan 17,16 persen (Tabel 4). Dengan demikian, Pemerintah Kota Depok perlu mengembangkan sub sektor kuliner ini mengingat potensi dari sub sektor ini masih cukup besar. Pemerintah bisa menyediakan tempat- tempat khusus sebagai pusat wisata kuliner agar kuliner di Kota Depok semakin berkembang.

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 2023 sejumlah 120.722 orang lebih tinggi dibanding tahun 2022 yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 114.992 orang (Tabel 5). Peningkatan penyerapan jumlah tenaga kerja ini disebabkan adanya pemulihan ekonomi di Kota Depok akibat pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal 2020, 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 fesyen.

Tabel 5 Jumlah Tenaga Kerja di Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2019 – 2023 (Orang)

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
1	Arsitektur	118	111	114	120	126
2	Desain Interior	115	108	111	117	123
3	Desain Komunikasi Visual	119	112	115	123	131
4	Desain Produk	148	140	143	147	150
5	Film. Animasi. Video	1.089	911	991	1.075	1.162
6	Fotografi	1.679	1.584	1.619	1.703	1.778
7	Kriya	13.543	12.540	12.335	12.840	12.893
8	Kuliner	80.195	57.645	57.961	60.489	63.871
9	Musik	846	783	786	826	936
10	Fesyen	26.086	24.154	25.771	27.900	29.198
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	1.221	1.152	1.178	1.239	1.294
12	Penerbitan	3.051	2.825	2.833	2.976	3.369
13	Periklanan	361	302	330	359	385
14	Televisi dan Radio	189	136	146	158	171

No	Uraian	2019	2020	2021	2022	2023
15	Seni Pertunjukkan	3.059	2.886	2.951	3.105	3.242
16	Seni Rupa	1.787	1.686	1.723	1.813	1.893
Jumlah Tenaga Kerja		133.606	107.075	109.108	114.992	120.722

Sementara itu, jumlah unit usaha Ekonomi Kreatif pada tahun 2023 sebanyak 48.204 unit usaha lebih banyak dibanding tahun 2022 sebanyak 45.807 unit usaha (Tabel 6). Adanya kebijakan pelonggaran terhadap mobilitas penduduk dan *social distancing* untuk mengurangi dampak covid-19 pada tahun 2021 dibanding periode awal Covid-19 di tahun 2020, bahkan di tahun 2022 tidak ada lagi pembatasan mobilitas penduduk berdampak cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi wilayah khususnya peningkatan aktivitas usaha di Sektor Ekonomi Kreatif terutama sub sektor kuliner dan fesyen yang memiliki jumlah unit usaha paling banyak dalam struktur Ekonomi Kreatif di Kota Depok. Secara keseluruhan daya serap tenaga kerja usaha sektor ekonomi kreatif di Kota Depok tahun 2023 menyerap sekitar 3-5 orang tenaga kerja per unit usaha.

Tabel 6 Jumlah Unit Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023

No	Uraian	Jumlah Unit
1	Arsitektur	42
2	Desain Interior	41
3	Desain Komunikasi Visual	43
4	Desain Produk	50
5	Film, Animasi, Video	232
6	Fotografi	556
7	Kriya	2.579
8	Kuliner	31.936
9	Musik	312
10	Fesyen	9.732

No	Uraian	Jumlah Unit
11	Aplikasi dan <i>Game developer</i>	647
12	Penerbitan	842
13	Periklanan	55
14	Televisi dan Radio	33
15	Seni Pertunjukkan	648
16	Seni Rupa	456
Jumlah		48,204

4.4. Karakteristik Usaha Ekonomi Kreatif dan Dukungan Pemerintah

Berdasarkan analisis perhitungan PDRB ekonomi kreatif, Kota Depok memiliki tiga subsektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap pembentukan PDRB ekonomi kreatif baik ADHB, maupun ADHK. Ketiga subsektor tersebut adalah subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor fesyen. Oleh karena itu, berikut dipaparkan karakteristik usaha dan persepsi terhadap dukungan pemerintah untuk ketiga sektor.

4.4.1. Subsektor Kuliner

Bidang usaha sektor ekonomi kreatif Kota Depok disumbang oleh sektor kuliner dengan kontribusi antara 60% - 65% dari seluruh sektor usaha kreatif. Berdasarkan hasil survei, sektor usaha kuliner tersebar di seluruh kecamatan Kota Depok. Usaha-usaha kuliner tersebut banyak dimulai sekitar tahun 2017 hingga 2020 (total 60,71% dari seluruh usaha). Sektor usaha kuliner di Kota Depok rata-rata mampu menyerap seorang karyawan dengan rata-rata upah per bulan sebesar Rp1.281.452,-.

Bentuk usaha kuliner di Kota Depok dominan berbentuk produk makanan kreatif (71,30%), diikuti katering (16,67%), produk minuman kreatif (7,41%), restoran (3,70%), dan kafe (0,93%). Jenis kuliner yang diujakan sektor usaha ini juga beragam, mulai dari masakan lokal (49,55%), kudapan (39,64%), makanan cepat saji (23,42%), makanan internasional (3,60%), makanan organik/vegan (2,70%), hingga hidangan laut (0,90%). Keragaman jenis kuliner ini dapat

menjadi pilihan bagi masyarakat, lebih khusus jika ingin cenderung untuk jenis kuliner tertentu. Sebagai contoh, apabila ingin mengonsumsi hidangan organik/vegan, masyarakat dapat membeli produk dari Moms Happy dan Dapoerniajaya di Kecamatan Cilodong, serta Deazka Kitchen & Pastry di Kecamatan Bojongsari.

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar pelaku usaha menilai kualitas dukungan pemerintah saat ini sangat baik (30,36%) dan baik (65,18%). Namun, masih terdapat 4,46% pelaku usaha yang menilai kurang kualitas dukungan pemerintah sehingga sektor usaha kuliner ini memerlukan perhatian dari pemerintah. Pelaku-pelaku usaha sektor ini mayoritas mengharapkan dukungan pemerintah berupa pelatihan dan pengembangan (67,86%) serta akses ke modal (66,96%). Pelatihan dan pengembangan sektor kuliner yang dapat dilakukan berupa pelatihan teknik pengolahan makanan, pengembangan menu, dan pengemasan kreatif. Selain itu, terdapat 4,46% yang memberikan harapan lain seperti diadakannya sosialisasi, pelibatan usaha, dan perizinan lanjut dari pemerintah Kota Depok.

4.4.2. Subsektor Kriya

Bidang usaha sektor ekonomi kreatif Kota Depok disumbang oleh sektor kriya dengan kontribusi antara 16% - 17% dari seluruh sektor usaha kreatif. Usaha-usaha kriya tersebut banyak dimulai sekitar tahun 2017 hingga 2020 (70% dari keseluruhan total usaha). Sektor usaha kriya di Kota Depok telah mampu menyerap seorang karyawan dengan rata-rata upah per bulan sebesar Rp. 1.473.077,-.

Bentuk usaha kriya di Kota Depok didominasi dengan produk berupa kain (80%), diikuti kertas, kayu/bambu dan bahan sejenis, logam/besi/perak dan bahan sejenis, serta plastik dan bahan sejenis sebesar 5%. Berdasarkan informasi dari situs resmi Kemenparekraf, sektor usaha kriya mengalami kemajuan yang pesat semenjak pandemi Covid-19 yang ditunjukkan dengan meningkatnya penjualan *E-Commerce* produk kesenian berbahan kain serta usaha di bidang dekorasi rumah dan penataan ulang desain rumah juga

mempengaruhi perkembangan sektor usaha kriya di Kota Depok.

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar pelaku usaha menilai kualitas dukungan pemerintah saat ini sangat baik (45%) dan baik (50%). Namun, masih terdapat 5% pelaku usaha yang menilai kurang kualitas dukungan pemerintah sehingga sektor usaha kriya ini memerlukan perhatian dari pemerintah. Pelaku-pelaku usaha sektor ini mayoritas mengharapkan dukungan pemerintah berupa pelatihan dan pengembangan (90%), promosi (55%), akses ke modal (35%), dan kejelasan regulasi (25%). Selain itu, terdapat 4,46% yang memberikan harapan lain seperti diadakannya Tempat untuk memasarkan produk baik *online* maupun *offline* serta Gerai Dekranasda dari pemerintah Kota Depok.

4.4.3. Subsektor Fesyen

Bidang usaha sektor ekonomi kreatif Kota Depok disumbang oleh sektor fesyen dengan kontribusi sebesar 15% dari seluruh sektor usaha kreatif. Usaha-usaha fesyen tersebut banyak dimulai sekitar tahun 2015 hingga 2020 (64,71% dari keseluruhan total usaha). Sektor usaha kriya di Kota Depok telah mampu menyerap seorang karyawan dengan rata-rata upah per bulan sebesar Rp2.164.286,-.

Bentuk usaha fesyen di Kota Depok didominasi dengan produk berupa pakaian (82,35%), aksesoris (23,53%), dan diikuti jasa sebesar 5.88%. Berdasarkan informasi dari laporan berita dan beberapa situs resmi Pemerintah Kota Depok masyarakat memiliki minat yang positif terhadap perkembangan fesyen terutama pakaian serta aksesoris yang cukup pesat selama 3 tahun terakhir, selain itu pemerintah Kota Depok juga menyediakan program “satu kecamatan satu sentra industri” untuk memperkuat industri kreatif dengan menarik minat pembeli dari dalam dan luar kota seperti Bogor dan Sukabumi di bidang fesyen.

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar pelaku usaha menilai kualitas dukungan pemerintah saat ini sangat baik (35,29%) dan baik (58,82%). Namun, masih terdapat 5,88% pelaku usaha yang menilai kurang kualitas dukungan pemerintah sehingga sektor usaha fesyen ini memerlukan perhatian dari

pemerintah. Pelaku-pelaku usaha sektor ini mayoritas mengharapkan dukungan pemerintah berupa pelatihan dan pengembangan (82,35%), promosi (47,06%) serta akses ke modal (41,18%). Selain itu, terdapat 5,88% yang memberikan harapan lain seperti kejelasan regulasi produk fesyen dari pemerintah Kota Depok.

BAB V KESIMPULAN

- 1) PDRB Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023 meningkat setelah mengalami kontraksi pada tahun 2020 sebagai dampak Pandemi Covid-19. Pada tahun 2023, PDRB Ekonomi kreatif atas dasar harga berlaku meningkat dari Rp 12.019.18 milyar di tahun 2022 menjadi sebesar Rp 12.999,9 milyar. Selanjutnya PDRB Ekonomi kreatif atas dasar harga konstan meningkat dari Rp 7.770.09 milyar di tahun 2022 menjadi sebesar Rp 8.218,14 milyar.
- 2) PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok didominasi oleh sub sektor kuliner, kriya dan fesyen. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif ADHB yang dihasilkan oleh ketiga sub sektor kuliner, kriya dan fesyen sebesar 94,6% dari keseluruhan PDRB ekonomi kreatif di Kota Depok.
- 3) Industri Kreatif di Kota Depok tahun 2023 menyerap lebih dari 120.722 tenaga kerja di mana lebih dari 101 ribu diantaranya bekerja pada sub sektor kuliner, kriya dan fesyen.
- 4) Pada tahun 2023, diperkirakan terdapat 48.204 lebih unit usaha sektor ekonomi kreatif, dimana 105.962 orang di antaranya bekerja pada sub sektor kuliner, kriya dan fesyen.



**Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok**

**Gedung Dibaleka II
Komplek Balaikota Depok Lantai 7
Jalan Margonda Raya No.54 Depok
Telp: (021) 29402276 dan (021) 7764410
Email: diskominfo@depok.go.id**