

ANALISIS EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK 2024

Kerjasama:



Sekolah
Sains Data, Matematika,
dan Informatika



Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok

Analisis Ekonomi Kreatif
Kota Depok
Tahun 2024

Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024

Ukuran Buku / <i>Book Size</i>	: 28 cm × 21.5 cm
Jumlah Halaman / <i>Total Size</i>	: 35 Halaman / 35 <i>pages</i>
Naskah / <i>Manuscript</i>	: Statistika dan Sains Data IPB, Bogor
Gambar Kulit dan Setting / <i>Cover Design and Setting</i>	: Statistika dan Sains Data IPB, Bogor
Diterbitkan Oleh / <i>Published By</i>	: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok

Boleh mengutip dengan menyebut sumbernya

May be cited with the reference to the sources

KATA SAMBUTAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2024 dapat diterbitkan.

Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2024 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 Sekolah Statistika dan Sains Data, Matematika, dan Informatika Institut Pertanian Bogor (SSMI-IPB) yang telah menyusun Buku Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok 2024, begitu juga kepada semua pihak yang sudah berperan dalam penerbitan buku ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Depok, November 2025

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika

Kota Depok,

Drs. Manto, M. Si

NIP. 196705041986121002

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 2024 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 Sekolah Statistika dan Sains Data, Matematika, dan Informatika Institut Pertanian Bogor (SSMI-IPB) untuk bekerja sama menyusun buku ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak-pihak lain, khususnya Badan Pusat Statistik yang menjadi sumber data utama.

Atas nama SSMI-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, November 2025

**Dekan Sekolah Sains Data, Matematika, dan
Informatika, IPB University**

Prof. Dr. Ir. Agus Bueno, M.Si., M.Kom.

NIP. 196607021993011001

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
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 Perhitungan 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.....	10
BAB III LINGKUP SEKTORAL EKONOMI KREATIF.....	11
3.1. Subsektor Arsitektur	12
3.2. Subsektor Desain Interior	13
3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual.....	13
3.4. Subsektor Desain Produk.....	14
3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video	14
3.6. Subsektor Fotografi	16
3.7. Subsektor Kriya	16
3.8. Subsektor Kuliner	17
3.9. Subsektor Musik.....	18
3.10. Subsektor <i>Fesyen</i>	19

3.11. Subsektor Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	20
3.12. Subsektor Penerbitan.....	20
3.13. Subsektor Periklanan.....	21
3.14. Subsektor Televisi dan Radio Televisi.....	22
3.15. Subsektor Seni Pertunjukan	22
3.16. Subsektor Seni Rupa.....	23
BAB IV STRUKTUR DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK	
TAHUN 2024.....	25
4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif.....	25
4.2. Struktur Ekonomi Kreatif.....	27
4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif.....	29
BAB V PENUTUP	32
5.1. Kesimpulan.....	32
5.2. Tim Kajian	33
DAFTAR PUSTAKA.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2020 - 2024 (Rp Juta)	25
Tabel 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2020 - 2024 (Rp Juta)	26
Tabel 3 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2020 – 2024 (Persen)	27
Tabel 4 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2020 – 2024 (Persen).....	28
Tabel 5 Jumlah Tenaga Kerja di Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020 – 2024 (Orang)	30
Tabel 6 Jumlah Unit Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023-2024	31

DAFTAR GAMBAR

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan konsep perpaduan inovasi, kreativitas, 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 kreativitas 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 kreatifitas 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.

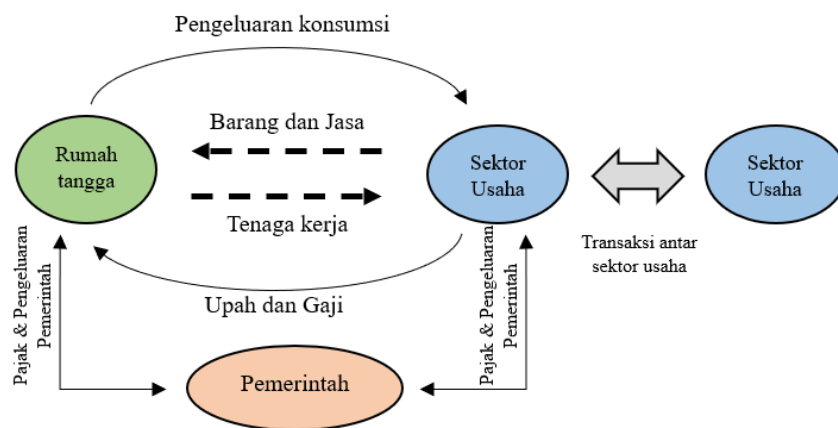
Serangkaian kebijakan yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota Depok antara lain melakukan penelitian mengenai Prioritas Kebijakan yang perlu dilakukan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Depok pada tahun 2010. Hasil kajian telah dituangkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan.

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 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:

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 neto Ekonomi Kreatif di suatu wilayah/*region*. Ekspor neto disini adalah ekspor dikurangi Impor.

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

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 2024 ini menggunakan jenis data sekunder. 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 Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dan Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Menurut Lapangan Usaha, Data pelaku UMKM Kota Depok, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas), Kota Depok Dalam Angka, Indikator Ekonomi Kreatif Kota lain di Jabotabek, dan referensi lainnya.

2.2. Pendekatan Perhitungan PDRB Ekonomi Kreatif

Perhitungan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024 dihitung melalui pendekatan 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 2024 adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sinkronisasi 16 sektor ekonomi kreatif dengan sektor ekonomi menurut lapangan usaha berdasarkan KBLI
2. Menghitung pertumbuhan sektor ekonomi Kota Depok menurut lapangan usaha tahun 2024 dan sinkronisasi pertumbuhan sektor ekonomi menurut lapangan usaha dengan sektor ekonomi kreatif berdasarkan KBLI.
3. Menghitung nilai tambah sektor ekonomi kreatif Kota Depok yang dikalibrasi dengan nilai tambah dan pertumbuhan sektor ekonomi

menurut lapangan usaha tahun 2024.

4. *Benchmarking* hasil perhitungan PDRB dengan kota-kota lain, Selanjutnya menghitung PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024.

2.3. Pendekatan Perhitungan Unit Sektor Ekonomi Kreatif

Pendekatan perhitungan jumlah unit sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024 dilakukan melalui pendekatan produktivitas output per unit sektor Ekonomi Kreatif. Adapun tahapan perhitungan jumlah unit sektor PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024 adalah sebagai berikut:

1. Melakukan studi pustaka jumlah unit subsektor Ekonomi Kreatif tahun 2024 (khusus subsektor arsitektur dan subsektor televisi dan radio) melalui penelusuran website asosiasi dan referensi lainnya.
2. Untuk subsektor lain, menghitung produktivitas output per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun sebelumnya.
3. Menghitung jumlah unit sektor Ekonomi Kreatif yang diperoleh dengan cara membagi nilai tambah (PDRB) tiap sektor Ekonomi Kreatif tahun 2024 dengan produktivitas output per unit setiap sektor Ekonomi Kreatif tahun 2023. 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 tahun 2024

Q_i = Nilai tambah sektor ekonomi kreatif ke-I tahun 2024

∂_i = Produktivitas output sektor ekonomi kreatif ke-i tahun 2023

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 2024 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 2024 adalah sebagai berikut:

1. Menghitung rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif berdasarkan informasi data dinas, hasil survei lapangan tahun sebelumnya dan referensi lainnya.
2. Menghitung rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun 2024 yang dikalibrasi berdasarkan rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekonomi Kreatif tahun sebelumnya, dan penyerapan tenaga kerja per sektor menurut Data Sakernas Kota Depok Tahun 2024.
3. Menghitung jumlah penyerapan tenaga kerja sektor Ekonomi Kreatif yang diperoleh dengan cara mengalikan jumlah unit setiap sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2024 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 tahun 2024

U_i = Jumlah unit sektor ekonomi kreatif ke-I tahun 2024

\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 2024 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.

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 penyimpanan 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 penyimpanan 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, tableware, 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 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 non personal 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 2024

4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif

Sektor ekonomi kreatif di Kota Depok mengalami kemajuan yang cukup pesat pasca pandemi Covid-19 tahun 2020. Hal ini terlihat dari nilai PDRB setiap subsektor ekonomi kreatif menunjukkan tren peningkatan selama periode 2020-2024. Pada saat pandemi tahun 2020, Nilai PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) sebesar Rp 10.925,4 miliar, terus meningkat setiap tahunnya seiring dengan pemulihan ekonomi hingga mencapai Rp 13.540,7 miliar di tahun 2024. Besarnya PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Depok selama periode 2020-2024 disajikan Tabel 1.

Tabel 1 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2020 - 2024 (Rp Juta)

No	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1	Arsitektur	26.643	27.258	30.992	33.526	35.691
2	Desain Interior	1.507	1.542	1.753	1.896	2.019
3	Desain Komunikasi Visual	958	981	1.115	1.206	1.289
4	Desain Produk	4.495	4.599	5.229	5.656	6.046
5	Film, Animasi, Video	37.286	40.856	46.597	50.356	53.822
6	Fotografi	30.196	30.893	35.125	37.996	40.612
7	Kriya	1.733.590	1.849.632	1.998.581	2.153.408	2.339.357
8	Kuliner	6.928.636	6.966.685	7.525.592	8.153.165	8.308.581
9	Musik	23.503	25.076	25.280	27.319	29.419
10	Fesyen	1.698.890	1.812.609	1.853.714	1.999.231	2.147.553
11	Aplikasi dan Game Developer	142.634	145.924	165.916	179.480	191.835
12	Penerbitan	198.989	212.309	214.037	231.299	249.078
13	Periklanan	18.485	20.255	23.101	25.794	27.795
14	Televisi dan Radio	16.699	17.737	18.956	20.485	22.943
15	Seni Pertunjukkan	42.164	43.137	49.047	53.057	56.860
16	Seni Rupa	20.756	21.235	24.145	26.118	27.991
PDRB Ekonomi Kreatif		10.925.433	11.220.727	12.019.180	12.999.992	13.540.761

Sementara itu nilai PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) pada tahun 2024 juga mengalami peningkatan seiring dengan adanya pemulihan ekonomi akibat pandemi Covid-19 di tahun 2020 (Tabel 2). PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2021 sebesar Rp 7.368,60 miliar meningkat dibanding tahun 2020 yang tercatat sebesar Rp 7.272,57 miliar atau tumbuh sebesar 1,32 persen. Sementara itu PDRB Ekonomi Kreatif tahun 2022 hingga 2024 terus tumbuh positif sekitar 5 persen. 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 2020 - 2024 (Rp Juta)

No	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1	Arsitektur	21.083	21.560	23.629	25.474	26.974
2	Desain Interior	1.156	1.182	1.295	1.396	1.479
3	Desain Komunikasi Visual	720	737	807	870	880
4	Desain Produk	3.522	3.602	3.947	4.256	4.305
5	Film. Animasi. Video	36.538	39.669	43.003	46.436	46.972
6	Fotografi	23.594	24.129	26.444	28.509	28.837
7	Kriya	1.205.890	1.186.299	1.206.551	1.208.645	1.269.098
8	Kuliner	4.415.287	4.439.534	4.706.587	5.063.860	5.359.658
9	Musik	18.053	18.100	18.643	20.132	21.099
10	Fesyen	1.198.891	1.279.141	1.360.591	1.410.214	1.460.794
11	Aplikasi dan Game Developer	123.395	126.191	138.299	149.098	150.816
12	Penerbitan	145.121	145.500	149.863	161.830	169.604
13	Periklanan	14.338	15.567	16.875	18.079	18.947
14	Televisi dan Radio	17.266	18.593	20.078	21.682	22.115
15	Seni Pertunjukkan	32.676	33.416	36.623	39.482	40.944
16	Seni Rupa	15.045	15.385	16.862	18.178	18.851
PDRB Ekonomi Kreatif		7.272.576	7.368.604	7.770.098	8.218.141	8.641.374

4.2. Struktur Ekonomi Kreatif

Sektor Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi cukup besar terhadap pembentukan PDRB wilayah. Pada tahun 2024, sektor Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi terhadap pembentukan PDRB ADHB Kota Depok sebesar 14,4% atau relatif sama dibanding tahun 2023 yang mencapai 14,8%. 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 2020 – 2024 (Persen)

No	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1	Arsitektur	0,24	0,24	0,26	0,27	0,26
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	0,34	0,36	0,39	0,39	0,40
6	Fotografi	0,28	0,28	0,29	0,29	0,30
7	Kriya	15,87	16,48	16,63	16,56	17,28
8	Kuliner	63,42	62,09	62,61	62,72	61,36
9	Musik	0,22	0,22	0,21	0,21	0,22
10	Fesyen	15,55	16,15	15,42	15,38	15,86
11	Aplikasi dan Game Developer	1,31	1,30	1,38	1,38	1,42
12	Penerbitan	1,82	1,89	1,78	1,78	1,84
13	Periklanan	0,17	0,18	0,19	0,20	0,21
14	Televisi dan Radio	0,15	0,16	0,16	0,16	0,17
15	Seni Pertunjukkan	0,39	0,38	0,41	0,41	0,42
16	Seni Rupa	0,19	0,19	0,20	0,20	0,21
	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 2020-2024. Tiga subsektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok ADHB adalah subsektor Kuliner, subsektor Kriya dan subsektor Fesyen.

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa subsektor kuliner adalah subsektor yang paling mendominasi di Kota Depok, berkontribusi sekitar 61,36 persen dari total PDRB Sektor Ekonomi Kreatif ADHB tahun 2024. 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.

Tabel 4 Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2020 – 2024 (Persen)

No	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1	Arsitektur	0,29	0,29	0,30	0,31	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	0,50	0,54	0,55	0,57	0,54
6	Fotografi	0,32	0,33	0,34	0,35	0,33
7	Kriya	16,58	16,10	15,53	14,71	14,69
8	Kuliner	60,71	60,25	60,57	61,62	62,02
9	Musik	0,25	0,25	0,24	0,24	0,24
10	Fesyen	16,49	17,36	17,51	17,16	16,90
11	Aplikasi dan Game Developer	1,70	1,71	1,78	1,81	1,75
12	Penerbitan	2,00	1,97	1,93	1,97	1,96
13	Periklanan	0,20	0,21	0,22	0,22	0,22
14	Televisi dan Radio	0,24	0,25	0,26	0,26	0,26
15	Seni Pertunjukan	0,45	0,45	0,47	0,48	0,47
16	Seni Rupa	0,21	0,21	0,22	0,22	0,22
	PDRB Ekonomi Kreatif	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sektor lainnya yang berkontribusi besar adalah subsektor kriya dan fesyen.

Hal ini menunjukkan bahwa ketiga subsektor tersebut yaitu kuliner, kriya dan fesyen perlu mendapatkan perhatian 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 pembentukan PDRB ADHK Kota Depok secara umum tidak jauh berbeda dengan keadaan pada harga berlaku baik nilai maupun strukturnya. Subsektor Kuliner pada tahun 2024 memberikan kontribusi terhadap pembentukan PDRB Ekonomi Kreatif ADHK Kota Depok mencapai 62,02 persen, begitu juga kontribusi subsektor kriya dan Fesyen yaitu masing-masing sebesar 14,69 persen dan 16,90 persen (Tabel 4). 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.

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 2024 sejumlah 126.859 orang lebih tinggi dibanding tahun 2023 yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 120.722 orang.

Peningkatan penyerapan jumlah tenaga kerja ini disebabkan adanya pemulihan ekonomi di Kota Depok akibat pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal 2020, dimana seluruh subsektor Ekonomi Kreatif mengalami penurunan, khususnya penurunan pada tiga subsektor yang berkontribusi paling besar dalam penyerapan tenaga kerja yaitu subsektor kuliner, kriya dan fesyen. Kontribusi ketiga sektor tersebut terhadap penyerapan tenaga kerja di Kota Depok sangat besar. Penyerapan jumlah tenaga kerja setiap sektor ekonomi kreatif di Kota Depok disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Jumlah Tenaga Kerja di Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020 – 2024 (Orang)

No	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1	Arsitektur	111	114	120	126	159
2	Desain Interior	108	111	117	123	129
3	Desain Komunikasi Visual	112	115	123	131	136
4	Desain Produk	140	143	147	150	152
5	Film, Animasi, Video	911	991	1.075	1.162	1.176
6	Fotografi	1.584	1.619	1.703	1.778	1.686
7	Kriya	12.540	12.335	12.840	12.893	13.540
8	Kuliner	57.645	57.961	60.489	63.871	67.601
9	Musik	783	786	826	936	981
10	Fesyen	24.154	25.771	27.900	29.198	30.244
11	Aplikasi dan Game Developer	1.152	1.178	1.239	1.294	1.308
12	Penerbitan	2.825	2.833	2.976	3.369	3.529
13	Periklanan	302	330	359	385	407
14	Televisi dan Radio	136	146	158	171	180
15	Seni Pertunjukkan	2.886	2.951	3.105	3.242	3.361
16	Seni Rupa	1.686	1.723	1.813	1.893	1.892
Jumlah Tenaga Kerja		107.075	109.108	114.992	120.722	126.481

Sementara itu, jumlah unit usaha Ekonomi Kreatif pada tahun 2024 sebanyak 50.681 unit usaha, lebih banyak dibanding tahun 2023 sebanyak 48.204 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 subsektor 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 2024 menyerap sekitar 3-5 orang tenaga kerja per unit usaha.

Tabel 6 Jumlah Unit Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2023-2024

No	Uraian	2023	2024
1	Arsitektur	42	53
2	Desain Interior	41	43
3	Desain Komunikasi Visual	43	45
4	Desain Produk	50	51
5	Film Animasi Video	232	235
6	Fotografi	556	562
7	Kriya	2.579	2.708
8	Kuliner	31.936	33.801
9	Musik	312	327
10	Fesyen	9.732	10.081
11	Aplikasi dan Game Developer	647	654
12	Penerbitan	842	882
13	Periklanan	55	58
14	Televisi dan Radio	33	36
15	Seni Pertunjukkan	648	672
16	Seni Rupa	456	473
Jumlah		48.204	50.681

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

- 1) PDRB Sektor Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2024 meningkat setelah mengalami kontraksi pada tahun 2020 sebagai dampak Pandemi Covid-19. Pada tahun 2024, PDRB Ekonomi kreatif Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) meningkat dari Rp 12.999,9 milyar di tahun 2023 menjadi sebesar Rp 13.540,89 milyar. Selanjutnya PDRB Ekonomi kreatif Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) meningkat dari Rp 8.218,14 milyar di tahun 2023 menjadi sebesar Rp 8.641,37milyar di tahun 2024.
- 2) Kontribusi PDRB ADHB Sektor Ekonomi Kreatif terhadap PDRB ADHB Kota Depok Tahun 2024 sebesar 14,8 persen. Sementara Kontribusi PDRB ADHK Sektor Ekonomi Kreatif terhadap PDRB ADHK Kota Depok Tahun 2024 sebesar 14,4 persen.
- 3) PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok didominasi oleh subsektor kuliner, kriya dan Fesyen. Proporsi PDRB Ekonomi Kreatif ADHB yang dihasilkan oleh ketiga subsektor kuliner, kriya dan Fesyen sebesar 94,5% dari keseluruhan PDRB ekonomi kreatif di kota Depok.
- 4) Ekonomi Kreatif di kota Depok tahun 2024 menyerap lebih dari 126.481 tenaga kerja di mana lebih dari 111 ribu diantaranya bekerja pada subsektor kuliner, kriya dan fesyen.
- 5) Pada tahun 2024, diperkirakan terdapat 50.681 unit usaha sektor ekonomi kreatif, dimana 111.385 orang di antaranya bekerja pada subsektor kuliner, kriya dan fesyen.

5.2. Tim Kajian

- Ketua : Dr. Kusman Sadik , S.Si., M.Si.
- Anggota : 1. Dr. Adi Hadiano, S.Si., M.Si.
2. Dr. Yenni Angraini, S.Si., M.Si.
3. Aam Alamudi, S.Si., M.Si.
4. Akbar Rizki, S.Si, M.Si
5. Dinna Yuliani, S.Pi.
6. Nabil Naufal, S.Stat.
7. Angga Fathan Rofiqy

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2025). Kota Depok dalam Angka 2025.
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2025). Produk Domestik Regional Bruto Kota Depok Menurut Lapangan Usaha 2020-2024.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Analisis PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi di Indonesia*. Jakarta: BPS RI.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto menurut Lapangan Usaha Provinsi Indonesia 2018–2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus: Ekonomi Kreatif Outlook 2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik & Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2022*. Jakarta: BPS & Kemenparekraf RI.
- Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. (2004). *Economic Growth* (2nd ed.). Cambridge, MA: MIT Press.
- Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics* (6th ed.). Boston: Pearson Education.
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2018). *Macroeconomics* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Kemenparekraf. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia 2023*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2018). *International Economics: Theory and Policy* (11th ed.). Boston: Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2019). *Ekonomi Industri dan Daya Saing: Dalam Era Ekonomi Kreatif dan Digital*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Macroeconomics* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Romer, D. (2019). *Advanced Macroeconomics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Suryana. (2018). *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Inovasi Menjadi Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *Perekonomian Indonesia: Kajian Teoritis dan Analisis Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2022). *Creative Economy Outlook 2022: Overview of International Trade in Creative Industries*. Geneva: United Nations.
- World Bank. (2024). *World Development Indicators: GDP and Regional Economic Growth*. Washington, DC: World Bank Publications.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021). *World Intellectual Property Report 2021: The Direction of Innovation*. Geneva: WIP



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**