



BAPPERIDA  
KOTA BOGOR



IPB University  
— Bogor Indonesia —



# LAPORAN AKHIR

## KAJIAN KONTRIBUSI EKONOMI KREATIF DAN UMKM TERHADAP PDRB KOTA BOGOR

KERJASAMA

BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN RISET  
DAN INOVASI DAERAH - KOTA BOGOR  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
(FEM) - IPB UNIVERSITY

# TAHUN 2025

# DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
KATA PENGANTAR	v
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Maksud dan Tujuan	4
1.3. Target dan Sasaran	4
1.4. Ruang Lingkup Kajian	4
1.5. Lingkup Ekonomi Kreatif dan UMKM Kota Bogor	5
1.5.1. Lingkup Ekonomi Kreatif .....	5
1.5.2. Lingkup UMKM .....	16
2. GAMBARAN UMUM PEREKONOMIAN KOTA BOGOR	18
2.1. Kondisi Geografis	19
2.2. Pertumbuhan Ekonomi Kota Bogor	20
2.3. Struktur Ekonomi Kota Bogor	28
2.4. Penduduk Kota Bogor	32
2.5. Ketenagakerjaan Kota Bogor	33
3. METODOLOGI	35
3.1. Data	36
3.2. Metode Analisis Data	36
3.2.1. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif .....	36
3.2.2. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja .....	38
3.2.3. Perhitungan Kontribusi PDRB Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor.....	38
3.2.4. Perhitungan Produktivitas Sub Sektor Ekraf.....	39
3.2.5. Analisis Statistika Deskriptif.....	39
4. KONTRIBUSI DAN IDENTIFIKASI EKONOMI KREATIF TERHADAP PEREKONOMIAN KOTA BOGOR	40
4.1. Kontribusi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian di Kota Bogor	41
4.2. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian di Kota Bogor	49
5. IDENTIFIKASI POTENSI EKONOMI KREATIF DAN UMKM YANG DAPAT DIKEMBANGKAN	56

---

6. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN UNTUK MENINGKATKAN KONTRIBUSI SEKTOR EKRAF DAN UMKM	70
6.1. Kesimpulan	71
6.2. Rekomendasi	71
DAFTAR PUSTAKA	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Laju Pertumbuhan PDRB Kota Bogor Menurut 17 Lapangan Usaha (Persen) .....	24
Tabel 2. Distribusi PDRB Kota Bogor ADHB Menurut Lapangan Usaha (Persen) .....	30
Tabel 3. Data Kepadatan Penduduk dan Jenis Kelamin Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Bogor Tahun 2024 .....	32
Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bogor Tahun 2024 .....	33
Tabel 5. Jumlah Angkatan Kerja dan Bukan Angkatan Kerja menurut Jenis Kelamin di Kota Bogor.....	34
Tabel 6. Data yang digunakan dalam kajian.....	36
Tabel 7. PDRB Ekonomi Kreatif Kota Bogor Atas Dasar Harga Tahun 2023 ...	41
Tabel 8. Perbandingan Komposisi Sektor Ekonomi Kreatif Kota Bogor dengan Kota Lainnya terhadap PDRB ADHB Tahun 2023 .....	43
Tabel 9. Perbandingan Komposisi Sektor Ekonomi Kreatif Kota Bogor.....	44
Tabel 10. Produktivitas Sektor Ekonomi Kreatif Kota Bogor .....	45
Tabel 11. Sebaran Nilai Aset Usaha Ekonomi Kreatif (Rupiah).....	46
Tabel 12. Kontribusi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja .....	48
Tabel 13. Jumlah Unit Usaha UMKM Berdasarkan Sektor Dan Skala Usaha ..	51
Tabel 14. Sebaran Modal UMKM Berdasarkan Sektor Usaha (Rupiah) .....	53
Tabel 15. Sebaran Jumlah Tenaga Kerja Berdasarkan Skala Usaha .....	54
Tabel 16. Kondisi dukungan eksternal terhadap sektor Ekraft dan UMKM di Kota Bogor .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Kota Bogor (Persen).....	22
Gambar 2. Laju Pertumbuhan (y-on-y) PDRB Triwulanan Menurut Tiga Lapangan Usaha Kota Bogor (Persen).....	23
Gambar 3. Laju Pertumbuhan (y-on-y) PPDRB Triwulanan Menurut Pengeluaran Kota Bogor (Persen).....	27
Gambar 4. Perbandingan Laju Pertumbuhan PDRB ADHK 2010 Kota Bogor dengan Provinsi Jawa Barat 2020 – 2024.....	28
Gambar 5. Distribusi Ekonomi Kota Bogor Berdasarkan Sektor (Persen).....	29
Gambar 6. Laju Distribusi PDRB Triwulanan Kota Bogor (Persen).....	31
Gambar 7. Jumlah dan Distribusi Penduduk, Menurut Kecamatan di Kota Bogor tahun 2024.....	32
Gambar 8. Jumlah dan Skala UMKM Kota Bogor Tahun 2023.....	50
Gambar 9. Jumlah Unit Usaha UMKM berdasarkan Kecamatan.....	51

# KATA PENGANTAR

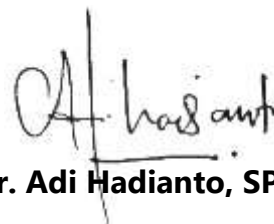
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, Laporan Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif dan UMKM terhadap PDRB Kota Bogor dapat diselesaikan. Laporan ini menggambarkan kondisi sektor Ekonomi Kreatif dan UMKM Kota Bogor dan kontribusinya terhadap perekonomian wilayah khususnya PDRB. Hasil kajian ini juga memuat rekomendasi dan program pengembangan sektor Ekonomi Kreatif dan UMKM Kota Bogor ke depan yang diharapkan dapat menjadi pedoman bagi Pemerintah Daerah Kota Bogor dan para pihak terkait. Laporan 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 Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah (Bapperida) Kota Bogor, Tim Pelaksana dari Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University, dan berbagai pihak yang telah mendukung pelaksanaan kajian sehingga Laporan Akhir ini dapat disusun.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**Ketua Tim Pelaksana Kajian**



**Dr. Adi Hadiano, SP, M.Si**



# 1. PENDAHULUAN

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

## 1.1. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi wilayah pada hakikatnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Upaya tersebut dapat diwujudkan melalui optimalisasi pemanfaatan sektor-sektor ekonomi yang berpotensi tumbuh dan berkembang, berdaya saing, menghasilkan nilai tambah tinggi, serta berbasis pada keunggulan wilayah.

Adanya disrupsi 4.0 di berbagai sektor membuat tantangan pembangunan ekonomi wilayah ke depan semakin ketat. Karena itu, kreativitas dan inovasi menjadi kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah sekaligus meningkatkan daya saing. Dalam konteks ini, pengembangan sektor Ekonomi kreatif (Ekraf) menjadi sangat penting. Produk dan jasa di sektor Ekraf, yang lahir dari inovasi dan kreativitas, berperan besar dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing perekonomian wilayah.

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

Kota Bogor adalah kota sejarah dan pendidikan yang memiliki kekayaan warisan budaya yang dapat dimanfaatkan menjadi produk bernilai tambah melalui pengembangan Ekraf. Untuk itu, Pemerintah Daerah Kota Bogor perlu menciptakan dan mengembangkan ekosistem Ekraf agar mampu memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian wilayah, meningkatkan daya saing, dan mendukung terwujudnya pembangunan Kota Bogor yang berkelanjutan.

Ekraf merupakan sektor yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Karakteristik sektor ini sangat berbeda dengan

sektor lain yang bergantung pada sumber daya alam (SDA) sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan atau kebijakan yang berbeda dari sektor ekonomi lainnya.

Dalam perkembangannya, pengembangan Ekraf di Kota Bogor menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut meliputi: (1) keterbatasan fasilitas untuk mempromosikan hasil karya, (2) akses yang masih rendah terhadap pelatihan dan pembiayaan, (3) hambatan dalam distribusi produk dan pemasaran, serta (4) belum adanya lembaga yang berafiliasi dengan pemerintah dan pelaku Ekraf untuk membantu mengoordinasikan pergerakan secara masif. Kondisi ini menyebabkan pelaku Ekraf sering kali berjuang sendiri-sendiri (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, 2021).

Diperlukan strategi untuk mengatasi berbagai tantangan agar pengembangan sektor Ekraf di Kota Bogor dapat tumbuh dan berkembang serta memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian wilayah. Upaya ini membutuhkan kolaborasi aktif antara pelaku usaha, pemerintah daerah, dan masyarakat. Melalui kolaborasi tersebut, diharapkan sektor Ekraf di Kota Bogor semakin maju dan mampu memberi kontribusi besar bagi perekonomian daerah.

Pengembangan sektor Ekraf harus selaras dengan sektor ekonomi lainnya, baik dari jenis maupun skala usahanya, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang jumlahnya cukup besar. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor (2024), jumlah UMKM di Kota Bogor mencapai 48.000 unit. Jumlah yang besar ini, apabila dipadukan dengan sektor Ekraf berbasis inovasi dan kreativitas sumber daya manusia (SDM), diharapkan dapat menjadi *source of growth* (sumber pertumbuhan) sekaligus kontributor penting bagi perekonomian daerah Kota Bogor di masa depan.

Informasi mengenai kontribusi sektor Ekraf dan UMKM di Kota Bogor sangat penting sebagai acuan dalam merumuskan strategi dan langkah-langkah pengembangan kedua sektor tersebut secara tepat oleh Pemerintah Daerah Kota Bogor. Untuk itu, diperlukan analisis data yang kredibel mengenai perkembangan sektor Ekraf dan UMKM, baik dari sisi jenis usaha, jumlah pelaku, maupun besarnya kontribusi terhadap perekonomian. Sehubungan dengan hal tersebut, Pemerintah Daerah Kota Bogor melalui Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah (Bapperida) Kota Bogor perlu melakukan Kajian Kontribusi Ekraf dan UMKM terhadap PDRB Kota Bogor.

## 1.2. Maksud dan Tujuan

Maksud dari kajian ini adalah mengetahui tingkat kontribusi sektor Ekraf dan UMKM dalam meningkatkan perekonomian daerah Kota Bogor. Adapun tujuan kajian ini meliputi:

1. Mengukur kontribusi Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor;
2. Mengukur kontribusi Ekraf dan UMKM terhadap perekonomian Kota Bogor;
3. Mengidentifikasi potensi Ekraf dan UMKM yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian Kota Bogor; dan
4. Memberikan rekomendasi kebijakan guna memperkuat kontribusi sektor Ekraf dan UMKM.

## 1.3. Target dan Sasaran

Target dan sasaran kajian ini adalah:

1. Peningkatan peran pemerintah dalam mendukung aktivitas Ekraf dan UMKM;
2. Peningkatan peran pemangku kepentingan dalam mendukung kebijakan pemerintah terhadap Ekraf dan UMKM;
3. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam penyediaan lapangan kerja dan pendapatan melalui Ekraf dan UMKM; dan
4. Penyediaan Infrastruktur yang memadai dan kompetitif untuk mendukung pengembangan Ekraf dan UMKM.

## 1.4. Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif dan UMKM terhadap PDRB Kota Bogor adalah sebagai berikut:

1. Menghitung kontribusi Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor tahun 2023
2. Identifikasi jumlah pelaku Ekraf dan UMKM tahun 2023
3. Identifikasi subsektor Ekraf dan sektor UMKM yang berpotensi besar dalam kontribusinya terhadap perekonomian;

4. Pemetaan peran pemerintah kota dan pemangku kepentingan dalam mendorong peningkatan kontribusi Ekraf dan UMKM terhadap perekonomian Kota Bogor
5. Analisis dampak Ekraf dan UMKM terhadap perekonomian daerah Kota Bogor; dan
6. Penyusunan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan kontribusi sektor Ekraf dan UMKM terhadap perekonomian daerah Kota Bogor.

## 1.5. Lingkup Ekonomi Kreatif dan UMKM Kota Bogor

### 1.5.1. Lingkup Ekonomi Kreatif

Lingkup sektor Ekraf yang dimaksud dalam kajian ini mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018, dimana Ekraf terdiri dari 17 subsektor. Lapangan-lapangan usaha yang membentuk 17 subsektor tersebar pada KBLI 2020 menurut definisi yang digunakan BPS. Lapangan-lapangan usaha yang tersebar tersebut, dikelompokkan ke dalam 16 subsektor Ekraf, 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 Ekraf. Berdasarkan konsep Ekraf yang telah dipublikasikan oleh Badan Ekraf Republik Indonesia, subsektor Ekraf terdiri dari subsektor sebagai berikut:

#### 1. 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.

## 2. 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 dan

waktu sehingga desain dapat berfungsi sebagai media preservasi dengan menjadikan nilai identitas budaya sebagai inspirasi yang kemudian disesuaikan dengan kondisi kekinian.

### **3. 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.

### **4. 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.

### **5. Film, Animasi, 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.

## 6. 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 yang merupakan media yang memperlihatkan hasil akhir fotografi dari objek foto.

## 7. 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.

## 8. 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.

## 9. 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.

## 10. 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.

## 11. Aplikasi

Suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*). Kata kunci aplikasi adalah media merupakan medium penyajian karya permainan interaktif, bisa berupa elektronik, daring, fisik, kartu, meja, atau lainnya.

## **12. Game Developer**

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

Kata kunci game developer

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

## **13. 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.

## **14. Periklanan**

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada

khalayak sasarannya 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.

## **15. Televisi dan Radio**

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.

## 16. 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 tari; 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*).

## 17. 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.

### 1.5.2. Lingkup UMKM

Lingkup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam kajian ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021. Menurut PP Nomor 7 tahun 2021 lingkup UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

---

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar.

UMKM dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan kriteria tertentu, yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah.

- **Usaha Mikro;** memiliki modal usaha paling banyak 1 miliar, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.
- **Usaha Kecil:** memiliki modal usaha antara Rp1 miliar hingga Rp5 miliar, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.
- **Usaha Menengah:** memiliki modal usaha antara Rp 5 miliar hingga Rp10 miliar.



## **2. GAMBARAN UMUM PEREKONOMIAN KOTA BOGOR**

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

## 2.1. Kondisi Geografis

Kota Bogor menempati posisi yang sangat strategis di wilayah Jabodetabek, menjadikannya salah satu kota penting di Provinsi Jawa Barat sekaligus di tingkat nasional. Terletak di sebelah selatan Jakarta, Kota Bogor berperan sebagai pintu gerbang menuju kawasan wisata dan pertanian di Jawa Barat. Selain itu, lokasinya berada di jalur penghubung strategis antara Ibu Kota Jakarta dan kota-kota di Priangan Barat serta Priangan Timur, seperti Sukabumi dan Cianjur.

Aksesibilitas Kota Bogor didukung oleh berbagai infrastruktur transportasi, mulai dari jalur kereta api *Commuter Line*, jalan tol Jagorawi, hingga jaringan jalan utama lain yang menghubungkannya dengan wilayah sekitar. Konektivitas ini memperkuat fungsi Kota Bogor sebagai kawasan penyangga (*buffer zone*) bagi Jakarta, sekaligus sebagai pusat pendidikan, penelitian, perdagangan, jasa, dan pariwisata.

Secara administratif, Kota Bogor memiliki luas sekitar 11.138 hektar, yang terbagi menjadi 6 kecamatan dan 68 kelurahan. Adapun batas wilayah Kota Bogor adalah:

- sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kemang, Bojong Gede, dan Sukaraja;
- sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja dan Ciawi;
- sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Darmaga dan Ciomas; serta
- sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Cijeruk dan Caringin, seluruhnya bagian dari Kabupaten Bogor.

Secara geografis, Kota Bogor terletak pada koordinat 106°48' BT dan 6°26' LS, dengan ketinggian 190–330 meter di atas permukaan laut. Posisi ini memberikan keunggulan tersendiri, baik dalam mendukung perekonomian maupun pengembangan sektor jasa. Iklim Kota Bogor ditandai oleh suhu rata-rata bulanan sekitar 26°C, kelembapan udara sekitar 70 persen, serta curah hujan tahunan mencapai 3.500–4.000 mm. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Desember hingga Januari, sehingga tidak mengherankan apabila Kota Bogor dikenal luas sebagai "Kota Hujan".

Selain keunggulan geografis, Kota Bogor juga memiliki akar sejarah dan budaya yang kuat, khususnya dalam kaitannya dengan peradaban Sunda. Jejak historisnya dapat ditelusuri hingga masa Kerajaan Tarumanegara pada abad

ke-4 Masehi, salah satu kerajaan tertua di Nusantara yang berpusat di Jawa Barat. Pada periode selanjutnya, wilayah Bogor berkembang menjadi pusat pemerintahan Kerajaan Pajajaran yang berdiri pada abad ke-13 hingga ke-15 Masehi. Kota Bogor diyakini sebagai lokasi ibu kota Pajajaran, penerus kejayaan Tarumanegara dan Kerajaan Galuh, sehingga menempatkannya sebagai simpul penting dalam sejarah politik dan kebudayaan Sunda klasik.

Warisan sejarah tersebut masih terasa dalam kehidupan masyarakat hingga kini. Identitas budaya Sunda tampak dalam penggunaan Bahasa Sunda sehari-hari, kekayaan kuliner tradisional, seni pertunjukan, kerajinan, serta berbagai tradisi adat yang tetap dilestarikan. Kedekatan nilai-nilai budaya di Kota Bogor dengan masyarakat Priangan Timur memperkuat citra kota ini sebagai salah satu pusat kebudayaan Sunda di Jawa Barat. Kehadiran elemen budaya tersebut tidak hanya memperkaya identitas lokal, tetapi juga memberikan daya tarik bagi pengembangan pariwisata berbasis budaya.

Disamping potensi budaya, Kota Bogor juga memiliki kekayaan sumber daya alam yang dapat diolah melalui kreativitas dan inovasi menjadi produk bernilai tambah. Warisan budaya dan sumber daya alam inilah yang menjadi fondasi pengembangan Ekraf. Produk-produk Ekraf di Kota Bogor secara keseluruhan terbagi ke dalam beberapa subsektor, yang mencakup kriya, kuliner, fesyen, seni pertunjukan, hingga film, animasi, dan video.

Potensi di Kota Bogor sangat terbuka untuk dikembangkan lebih jauh. Namun, upaya ini tidak dapat dilakukan secara parsial dan dicapai dalam jangka pendek. Diperlukan pembangunan ekosistem Ekraf yang berkelanjutan, dengan melibatkan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan. Hanya dengan cara demikian, Ekraf dapat memberikan kontribusi optimal bagi pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus memperkuat daya saing Kota Bogor di tingkat regional maupun nasional.

## 2.2. Pertumbuhan Ekonomi Kota Bogor

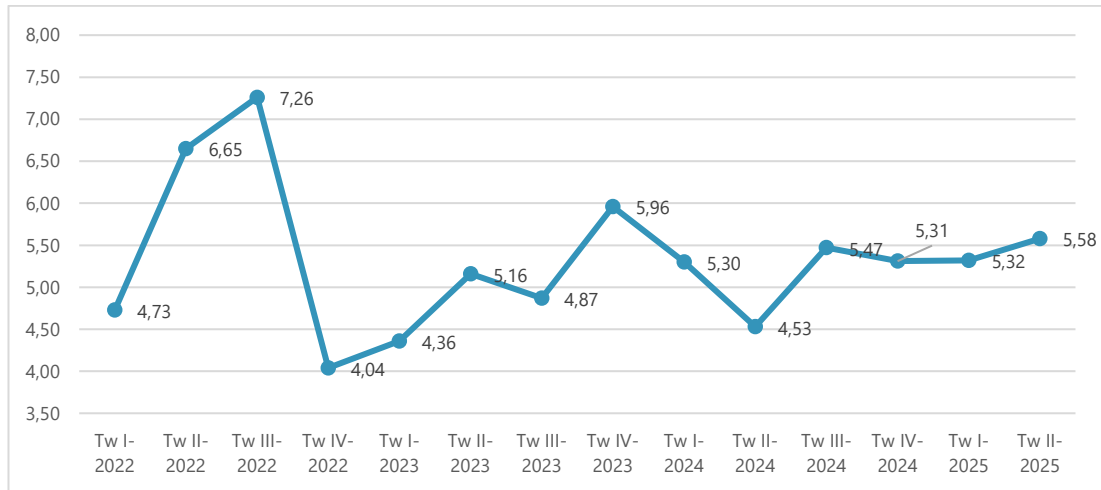
Perekonomian suatu wilayah diindikasikan dengan pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). PDRB dihitung dalam dua cara, yaitu Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dan Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB). PDRB atas dasar harga berlaku digunakan untuk melihat pergeseran struktur ekonomi, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi daerah.

Pertumbuhan ekonomi Kota Bogor mengalami fluktuasi selama periode triwulan I-2022 hingga triwulan II-2025. Pada awal tahun 2022, laju pertumbuhan ekonomi berada di angka 4,73 persen dan meningkat tajam hingga mencapai 7,26 persen pada triwulan III-2022. Namun demikian, pertumbuhan mengalami koreksi tajam hingga turun ke level 4,04 persen pada triwulan IV-2022 yang menunjukkan adanya guncangan ekonomi atau efek musiman yang berdampak cukup besar pada perekonomian Kota Bogor.

Memasuki tahun 2023, pertumbuhan ekonomi berangsur membaik, meskipun tidak setinggi pertumbuhan pada tahun sebelumnya. Angka pertumbuhan pada triwulan I-2023 sebesar 4,36 persen terus meningkat hingga mencapai 5,96 persen pada triwulan IV-2023, meskipun sempat mengalami sedikit penurunan pada triwulan III-2023. Kondisi ini mengindikasikan adanya pemulihan ekonomi, meski masih disertai fluktuasi triwulanan yang tampaknya merupakan ciri khas ekonomi lokal, dipengaruhi oleh faktor musiman, konsumsi domestik, serta aktivitas sektor utama perekonomian daerah.

Tahun 2024 memperlihatkan dinamika yang serupa dengan penurunan pada triwulan II di angka 4,53 persen sebelum akhirnya tumbuh kembali dan relatif stabil pada kisaran 5,3–5,47 persen pada triwulan selanjutnya dan awal 2025. Peningkatan bertahap hingga triwulan II-2025 yang mencapai 5,58 persen menunjukkan tren perbaikan dan stabilisasi ekonomi Kota Bogor. Stabilitas pertumbuhan pada kisaran 5 persen menandakan adanya faktor fundamental yang mulai menguat, didukung oleh penyesuaian pada struktur ekonomi daerah, efektivitas kebijakan lokal, dan pemulihan pasca pandemi.

Fluktuasi tajam yang terjadi, terutama pada tahun 2022 dan pertengahan tahun 2023, dapat diinterpretasikan sebagai dampak dari faktor eksternal seperti ketidakpastian global, perubahan harga komoditas, serta variabilitas konsumsi dan investasi lokal. Sementara itu, tren stabilisasi pada 2024 hingga 2025 menunjukkan perbaikan tata kelola ekonomi, peningkatan daya tahan sektor-sektor utama, dan adaptasi terhadap dinamika eksternal.



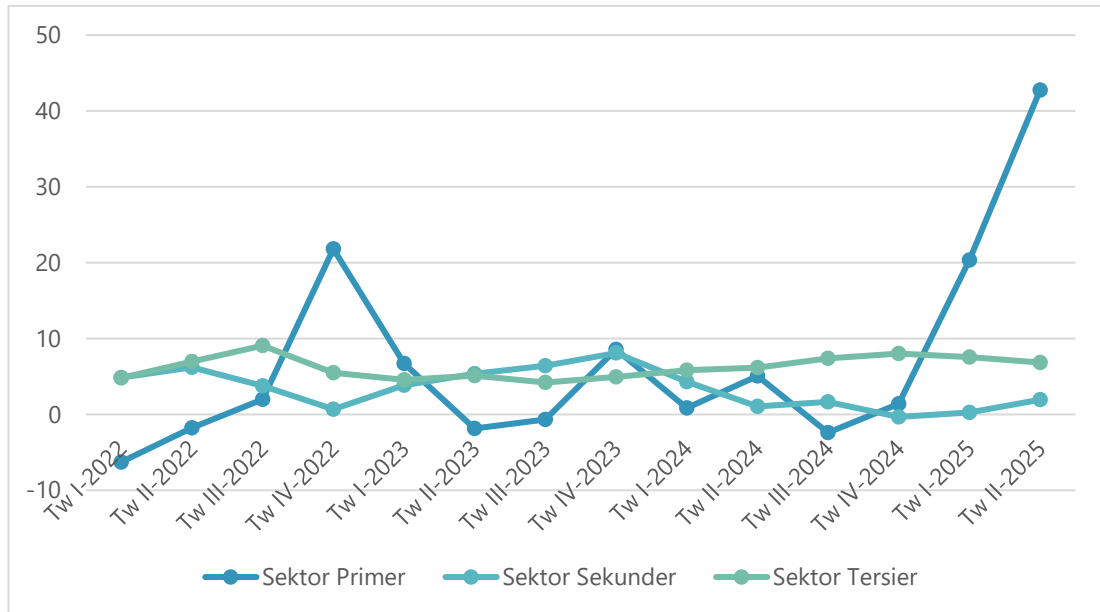
Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Kota Bogor (Persen)

Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

Fluktuasi pertumbuhan menunjukkan bahwa perekonomian Kota Bogor masih terlalu bergantung pada beberapa sektor utama, terutama perdagangan besar dan eceran serta sektor jasa, sebagaimana tercermin dalam kontribusi tinggi sektor-sektor tersebut terhadap PDRB daerah. Sebagai respons terhadap kerentanan tersebut dan agar pertumbuhan ekonomi dapat berjalan lebih stabil dan berkelanjutan Pemerintah Kota Bogor melalui dokumen-dokumen kebijakan seperti RPJPD 2025–2045 mendorong upaya diversifikasi ekonomi daerah.

Diversifikasi ini berarti memperluas basis ekonomi agar tidak hanya bertumpu pada satu atau dua sektor utama; melainkan juga mengembangkan sektor-sektor potensial lainnya, termasuk Ekraf, pariwisata, agribisnis, dan manufaktur berbasis UMKM. UMKM dipilih sebagai salah satu pilar karena punya daya serap tenaga kerja yang tinggi dan adaptif dalam menghadapi tekanan eksternal. Sementara itu, peningkatan investasi dan infrastruktur sangat penting untuk membuka peluang usaha baru, mempercepat pertumbuhan sektor-sektor potensial, serta menciptakan ekosistem usaha yang kompetitif dan inklusif.

Apabila dilihat lebih rinci berdasarkan lapangan usaha, sektor primer menunjukkan volatilitas yang sangat tinggi dengan fluktuasi ekstrim, termasuk lonjakan pertumbuhan yang tajam bahkan mencapai sekitar 43 persen pada triwulan I-2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor primer, yang mencakup pertanian, kehutanan, dan perikanan, masih sangat dipengaruhi oleh faktor alam dan musiman yang menyebabkan perubahan besar dalam output sektoral pada periode tertentu.



Gambar 2. Laju Pertumbuhan (y-on-y) PDRB Triwulanan Menurut Tiga Lapangan Usaha Kota Bogor (Persen)  
Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

Sementara itu, sektor sekunder yang meliputi industri dan konstruksi relatif lebih stabil dengan pertumbuhan yang konsisten berada di kisaran 5 hingga 10 persen sepanjang periode pengamatan. Hal ini mencerminkan stabilitas dan perkembangan yang relatif mantap pada sektor manufaktur dan kegiatan konstruksi yang mendukung infrastruktur serta aktivitas industri. Konsistensi ini menjadi indikator penting bagi perekonomian Kota Bogor karena sektor sekunder berperan sebagai penggerak nilai tambah dan penyerap tenaga kerja dalam proses industrialisasi daerah.

Sektor tersier, yang meliputi jasa dan perdagangan, juga menunjukkan pertumbuhan yang cenderung stabil dengan kecenderungan positif namun dengan fluktuasi yang lebih moderat dibandingkan sektor primer. Dengan pertumbuhan yang berkisar antara 0 hingga 10 persen, sektor ini menunjukkan peran penting dalam menopang aktivitas ekonomi Kota Bogor, terutama sebagai penyedia layanan yang mendukung kebutuhan masyarakat dan bisnis. Pertumbuhan stabil sektor tersier ini mendukung perekonomian daerah dengan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menyediakan produk serta layanan untuk konsumsi domestik yang luas.

Analisis kinerja ketiga sektor ini memberikan gambaran penting terkait struktur ekonomi Kota Bogor yang masih sangat mengandalkan keberlanjutan dan stabilitas sektor sekunder dan tersier, sementara sektor primer tetap berpotensi tinggi namun rentan terhadap fluktuasi tinggi. Oleh karena itu,

dalam konteks pengembangan ekonomi daerah, penting untuk memperkuat sektor sekunder dan tersier guna menjaga kestabilan pertumbuhan ekonomi, di samping mengelola risiko dan meningkatkan produktivitas sektor primer melalui teknologi dan diversifikasi produk. Hal ini sejalan dengan kebijakan pembangunan untuk menguatkan fondasi ekonomi yang beragam dan berkelanjutan sekaligus memitigasi volatilitas yang berasal dari sektor-sektor yang lebih sensitif terhadap perubahan eksternal seperti sektor primer.

Sektor primer yang mencakup pertanian, kehutanan, dan perikanan terlihat sangat volatil dengan fluktuasi besar sepanjang periode pengamatan, termasuk lonjakan signifikan hampir mencapai 43 persen pada triwulan I-2025. Ini menggambarkan ketergantungan sektor primer pada faktor musiman dan kondisi alam yang menyebabkan pertumbuhan sektoral cenderung tidak stabil.

Sektor primer berkontribusi relatif kecil terhadap pertumbuhan total yang ditunjukkan oleh angka pertumbuhan yang stagnan atau menurun terutama di tahun 2024. Hal ini menggambarkan tantangan dalam sektor alami Kota Bogor, seperti keterbatasan lahan, perubahan iklim, serta rendahnya inovasi teknologi pengelolaan sumber daya alam. Sebaliknya, sektor sekunder, yang mencakup industri pengolahan dan konstruksi, menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil dan konsisten berkisar antara 5-10 persen.

Stabilitas ini menandakan peran penting sektor sekunder sebagai penggerak ekonomi yang memberikan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja yang relatif mantap di Kota Bogor. Sektor tersier, meliputi jasa dan perdagangan, juga tumbuh secara stabil dengan pertumbuhan moderat antara 0 hingga 10 persen. Sektor ini berperan sebagai tulang punggung ekonomi dengan menyediakan layanan penting yang menunjang konsumsi domestik dan aktivitas bisnis.

Tabel 1. Laju Pertumbuhan PDRB Kota Bogor Menurut 17 Lapangan Usaha (Persen)

Kategori	2020	2021	2022	2023	2024
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2,25	5,53	3,36	3,20	1,19
2. Pertambangan dan Penggalian	0	0	0	0	0
3. Industri Pengolahan	-0,83	4,46	5,08	3,96	2,45
4. Pengadaan Listrik dan Gas	-5,99	12,09	9,82	-2,62	-2,86
5. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	10,16	10,32	6,72	10,87	8,65
6. Konstruksi	-5,86	1,51	0,36	11,49	1,17

Kategori	2020	2021	2022	2023	2024
7. Perdagangan Besar dan Eceran Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	-7,92	2,72	5,38	3,73	3,13
8. Transportasi dan Pergudangan	-2,12	2,9	9,86	9,90	12,20
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,81	1,33	11,83	5,26	7,43
10. Informasi dan Komunikasi	35,23	4,41	5,11	6,53	10,88
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	1,22	1,41	-0,97	1,04	3,59
12. Real Estat	-2,36	14,17	6,89	2,16	6,84
13. Jasa Perusahaan	-10,63	-3,05	11,3	1,01	3,08
14. Administrasi Pemerintahan. Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	-0,79	3,50	-2,10	2,03	8,27
15. Jasa Pendidikan	7,63	5,25	9,05	3,80	2,01
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,24	11,36	10,11	1,87	2,49
17. Jasa Lainnya	-3,01	8,87	11,87	3,83	9,08
<b>Jumlah</b>	<b>-0,41</b>	<b>3,76</b>	<b>5,65</b>	<b>5,10</b>	<b>5,15</b>

Sektor primer: 1-2; Sektor sekunder: 3-6, Sektor tersier: 7-17

Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

Sektor sekunder yang meliputi industri pengolahan, pengadaan listrik dan gas, pengelolaan air dan limbah, serta konstruksi, mengalami variasi pertumbuhan yang lebih besar namun dengan kontribusi stabil terhadap pertumbuhan total. Beberapa sub-sektor seperti industri pengolahan dan pengelolaan air menunjukkan tren positif, sedangkan listrik, gas, dan konstruksi mengalami kontraksi pada tahun-tahun tertentu. Dinamika sektor ini menandakan pentingnya peran industrialisasi dan infrastruktur dalam perekonomian, sekaligus menyoroti tantangan efisiensi dan investasi yang belum optimal di beberapa subsektor.

Sementara itu, sektor tersier yang terdiri atas 11 kategori usaha, mulai dari perdagangan, jasa akomodasi, informasi dan komunikasi, jasa keuangan, hingga pendidikan dan kesehatan, menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi Kota Bogor. Sektor ini menunjukkan laju pertumbuhan yang positif dan dominan sepanjang periode, terlihat dari angka pertumbuhan dua digit pada kategori informasi dan komunikasi, transportasi dan pergudangan, serta penyediaan akomodasi dan makan minum. Hal ini mencerminkan transformasi struktur ekonomi Kota Bogor menuju ekonomi berbasis jasa dan konsumsi, yang didorong oleh aktivitas perdagangan, kepariwisataan, dan inovasi digital di perkotaan.

Sektor-sektor lain seperti pendidikan, kesehatan, real estat, dan jasa perusahaan turut menunjukkan pertumbuhan moderat yang berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi kota. Di sisi lain, sektor administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib tumbuh 8,27 persen setelah sempat kontraksi dua tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan mulai optimalnya belanja pemerintah dalam mendorong pemulihan daerah. Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan berada di bawah 2 persen pada 2024, mencerminkan pergeseran struktur ekonomi ke sektor jasa dan perdagangan yang lebih dominan di wilayah perkotaan. Secara keseluruhan, pola pertumbuhan ini memperlihatkan transformasi ekonomi Kota Bogor yang semakin modern, dinamis, dan resilien berkat dukungan sektor transportasi, jasa kreatif, dan digitalisasi.

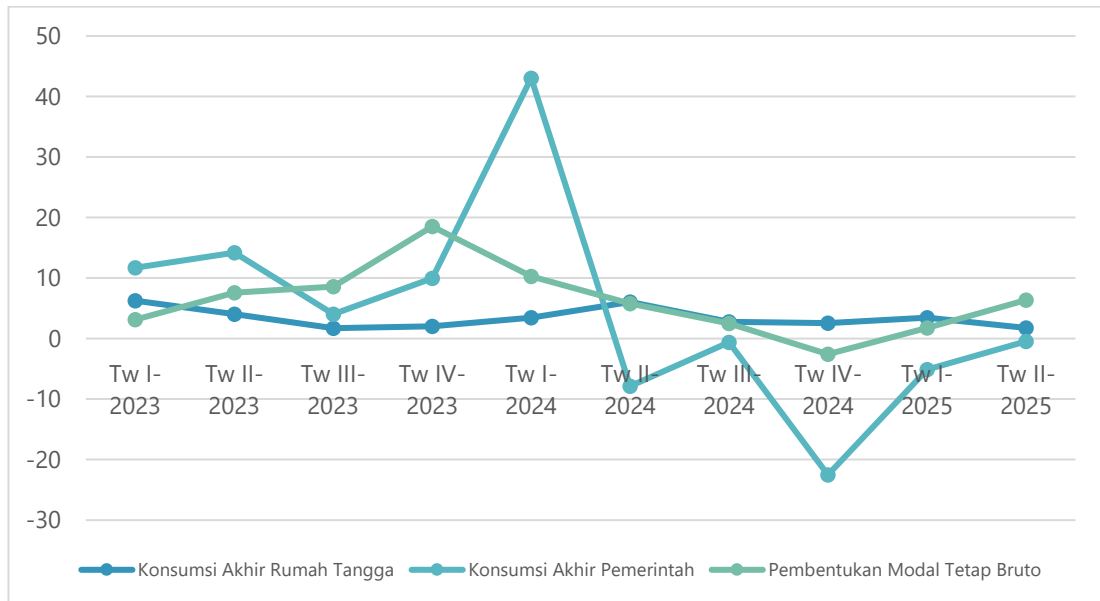
Apabila dilihat dari sisi pengeluaran berdasarkan tiga komponen utama: Konsumsi Akhir Rumah Tangga, Konsumsi Akhir Pemerintah, dan Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) dari triwulan I-2023 sampai triwulan II-2025. Secara umum, konsumsi rumah tangga menunjukkan tren pertumbuhan yang relatif stabil dan positif di kisaran 5-10 persen hampir di seluruh periode, menegaskan peran dominan konsumsi masyarakat dalam menopang perekonomian Kota Bogor.

Sebaliknya, komponen konsumsi pemerintah memperlihatkan fluktuasi sangat tajam. Ada lonjakan signifikan pada triwulan I-2024 dengan pertumbuhan melebihi 40 persen, tetapi kemudian mengalami penurunan tajam hingga negatif di beberapa triwulan berikutnya, khususnya pada triwulan IV-2024 yang mencapai hampir -30 persen. Fluktuasi konsumsi pemerintah seperti ini umumnya terkait dengan pola penyaluran anggaran, realisasi belanja proyek, serta siklus fiskal yang berkaitan dengan tahun anggaran berjalan dan tahun politik.

PMTB, sebagai indikator investasi, tampak mengalami variasi pertumbuhan yang cukup dinamis tetapi relatif lebih stabil dibanding konsumsi pemerintah. Grafik menunjukkan pertumbuhan investasi sempat positif pada awal periode, namun turun dan stagnan pada triwulan IV-2024 sebelum kembali tumbuh lebih baik di triwulan berikutnya hingga triwulan II-2025. Perkembangan PMTB ini menjadi cerminan penting dari tingkat kepercayaan pelaku usaha, keberlangsungan proyek infrastruktur, dan iklim investasi di Kota Bogor.

Analisis ini menegaskan bahwa perekonomian Kota Bogor didorong terutama oleh konsumsi rumah tangga yang stabil, sementara konsumsi pemerintah dan

investasi memberikan dampak besar namun bersifat sangat fluktuatif. Keberlanjutan pertumbuhan ekonomi akan sangat ditentukan oleh konsistensi konsumsi masyarakat dan intensitas investasi, di samping peran stimulus belanja pemerintah yang realisasinya perlu dijaga agar tidak terlalu volatil demi menjaga stabilitas pertumbuhan PDRB daerah.



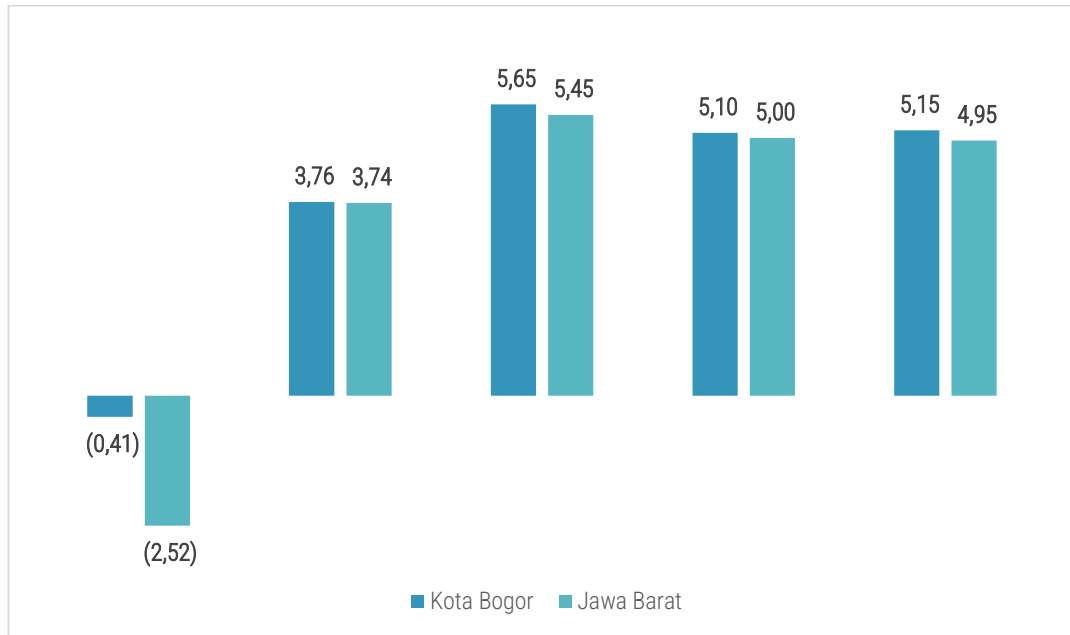
Gambar 3. Laju Pertumbuhan (y-on-y) PPDRB Triwulanan Menurut Pengeluaran Kota Bogor (Persen)

Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

Sebaliknya, konsumsi akhir pemerintah menunjukkan fluktuasi yang sangat tinggi, dengan pertumbuhan ekstrem yang melonjak hingga di atas 40 persen pada Triwulan I-2024 lalu turun drastis hingga bernilai negatif di periode selanjutnya (misal Triwulan IV-2024). Pola tersebut biasanya dipengaruhi oleh timing realisasi anggaran, percepatan belanja proyek strategis, serta faktor musiman fiskal seperti akhir atau awal tahun anggaran. Sementara itu, PMTB sebagai indikator investasi memperlihatkan kecenderungan cukup fluktuatif, tetapi tetap memberikan kontribusi positif dalam beberapa triwulan, yang menandakan kepercayaan dan aktivitas investasi di Kota Bogor mengalami dinamika sejalan dengan faktor eksternal dan kebijakan pembangunan.

Jika dibandingkan dengan laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Barat, maka pertumbuhan ekonomi Kota Bogor selama lima tahun terakhir (2020–2024) secara konsisten berada di atas rata-rata provinsi. Kota Bogor rutin mencatat laju pertumbuhan sedikit lebih tinggi daripada rata-rata Provinsi Jawa Barat setiap tahunnya.

Kondisi ini menunjukkan bahwa Kota Bogor merupakan salah satu daerah dengan kinerja ekonomi paling dinamis di Jawa Barat. Ketahanan dan pemulihan ekonomi Kota Bogor pasca pandemi lebih cepat dibandingkan rata-rata provinsi, didorong oleh kekuatan sektor perdagangan, transportasi, jasa kreatif, dan digitalisasi di perkotaan. Dominasi sektor-sektor ini menciptakan fondasi pertumbuhan yang lebih resilien dan agile dalam menghadapi tantangan global maupun regional.



Gambar 4. Perbandingan Laju Pertumbuhan PDRB ADHK 2010 Kota Bogor dengan Provinsi Jawa Barat 2020 – 2024

Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

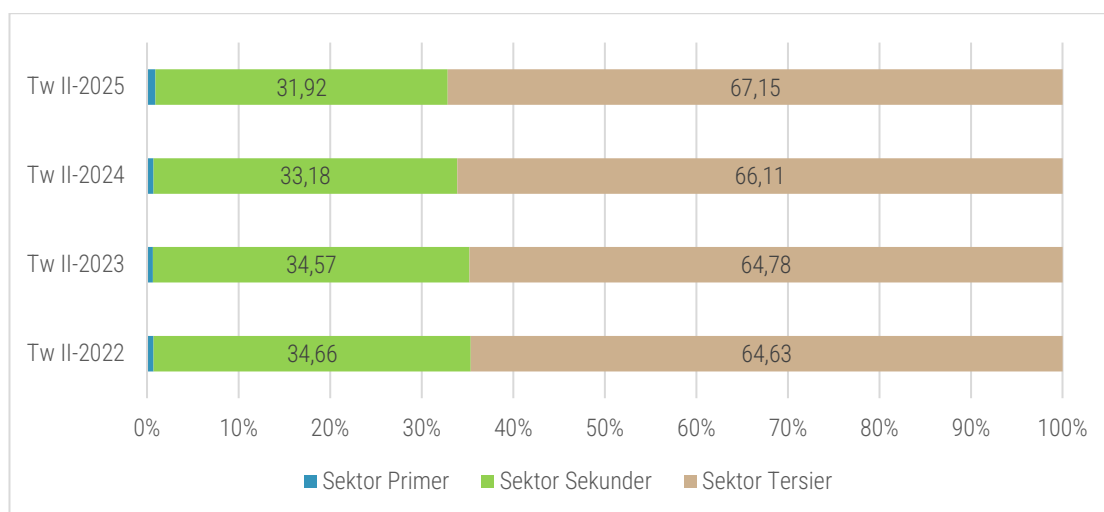
### 2.3. Struktur Ekonomi Kota Bogor

Struktur ekonomi Kota Bogor ditopang oleh sektor tersier. Pada Triwulan II-2022, sektor tersier menyumbang sekitar 64,63 persen dari total PDRB, dan persentasenya meningkat secara bertahap hingga mencapai 67,15 persen pada Triwulan II-2025. Kecenderungan ini menandakan transformasi struktur ekonomi daerah yang semakin berbasis jasa, perdagangan, transportasi, dan aktivitas ekonomi modern lainnya.

Sektor sekunder merupakan sektor ekonomi yang mencakup aktivitas pengolahan atau manufaktur, seperti industri dan konstruksi, yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi atau setengah jadi. Sumbangan sektor sekunder terhadap distribusi ekonomi Kota Bogor cenderung stabil dalam tiga tahun terakhir yaitu lebih dari 30 persen. Namun, terjadi penurunan dari 34,66

persen (Tw II-2022) menjadi 31,92 persen (Tw II-2025). Begitu pula yang terjadi pada sektor primer yang mengalami penurunan kontribusi dari 34,66 persen pada Triwulan II-2022 menjadi 31,92 persen di Triwulan II-2025. Fenomena ini umum terjadi di wilayah perkotaan yang semakin maju, di mana peran sektor pertanian berkurang seiring meningkatnya urbanisasi, pertumbuhan industri pengolahan, dan dominasi sektor jasa dalam perekonomian kota.

Distribusi seperti ini mencerminkan arah pembangunan ekonomi Kota Bogor yang makin modern, di mana aktivitas ekonomi tersier seperti perdagangan, pariwisata, pendidikan, layanan kesehatan, dan jasa keuangan semakin penting. Namun, agar pertumbuhan ekonomi tetap inklusif dan berkelanjutan, diperlukan strategi penguatan sektor sekunder dan transformasi sektor primer menjadi lebih modern dan produktif melalui diversifikasi serta adopsi teknologi. Struktur ekonomi dengan dominasi sektor tersier sekaligus menjadi tantangan bagi pemerintah daerah agar tidak meninggalkan sektor-sektor tradisional, serta mendorong pemerataan manfaat pembangunan di seluruh lapisan masyarakat.



Gambar 5. Distribusi Ekonomi Kota Bogor Berdasarkan Sektor (Persen)

Sumber: BPS Kota Bogor (2025)

Struktur ekonomi Kota Bogor didominasi oleh lima lapangan usaha utama, yaitu; (1) Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, (2) Industri pengolahan, (3) Transportasi dan pergudangan, (4) Konstruksi, serta (5) Informasi dan komunikasi. Kelima sektor tersebut secara konsisten memberikan kontribusi terbesar terhadap total PDRB Kota Bogor. Sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor menjadi penyumbang

utama, diikuti oleh sektor industri pengolahan, transportasi dan pergudangan, serta konstruksi dan informasi dan komunikasi. Dominasi sektor-sektor ini mencerminkan kekuatan ekonomi perkotaan serta pergeseran menuju industri berbasis jasa dan informasi di Kota Bogor selama periode 2020–2024.

Sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor merupakan sektor utama dalam perekonomian Kota Bogor karena memiliki nilai PDRB terbesar. Sektor kedua terbesar adalah industri pengolahan. Penetapan kedua sektor tersebut sebagai kontributor utama semakin jelas saat melihat share PDRB berdasarkan harga berlaku.

Tabel 2. Distribusi PDRB Kota Bogor ADHB Menurut Lapangan Usaha (Persen)

Kategori	2020	2021	2022	2023	2024
1. Pertanian, kehutanan, dan perikanan	0,69	0,70	0,71	0,68	0,68
2. Pertambangan dan penggalian	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Industri pengolahan	18,08	19,09	18,70	18,70	18,39
4. Pengadaan listrik dan gas	4,01	4,29	4,47	4,18	3,66
5. Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	0,13	0,13	0,13	0,15	0,15
6. Konstruksi	11,56	11,24	10,90	11,67	11,18
7. Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	19,43	19,22	19,11	19,23	19,09
8. Transportasi dan pergudangan	12,51	11,88	12,36	13,38	14,04
9. Penyediaan akomodasi dan makan minum	4,94	4,87	5,11	4,91	5,06
10. Informasi dan komunikasi	6,42	6,02	5,68	5,62	5,71
11. Jasa keuangan dan asuransi	7,24	7,21	7,04	6,71	6,75
12. Real estat	2,14	2,34	2,39	2,26	2,30
13. Jasa perusahaan	2,04	1,94	2,09	1,96	1,98
14. Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	2,62	2,63	2,35	2,24	2,32
15. Jasa Pendidikan	3,53	3,56	3,61	3,45	3,46
16. Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	1,44	1,62	1,63	1,57	1,53
17. Jasa lainnya	3,22	3,20	3,44	3,31	3,69
<b>Jumlah</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

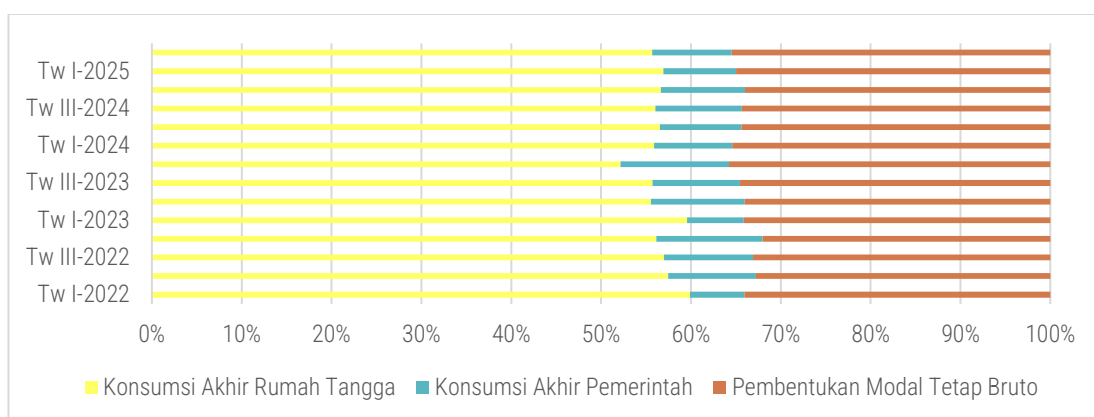
Sumber: BPS Kota Bogor, 2025

Berdasarkan data tahun 2024, sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor memiliki pangsa terbesar yaitu 19,09 persen, memperkuat karakter Kota Bogor sebagai kota perdagangan, distribusi dan jasa transportasi. Sementara itu, sektor industri pengolahan menempati posisi kedua dengan pangsa 18,39 persen, menunjukkan pentingnya manufaktur dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kedua sektor tersebut secara konsisten mendominasi perekonomian Kota Bogor selama lima tahun terakhir. Dominasi ini merefleksikan struktur ekonomi perkotaan yang berorientasi pada distribusi barang, perdagangan, serta aktivitas pengolahan sebagai tulang punggung utama pertumbuhan ekonomi Kota Bogor.

Selanjutnya, berdasarkan komponen pengeluaran dapat dilihat bahwa ada pola yang sangat stabil sepanjang waktu, di mana konsumsi rumah tangga selalu menjadi komponen terbesar dalam struktur pengeluaran PDRB Kota Bogor. Porsi konsumsi rumah tangga secara konsisten mendominasi, menempati sekitar separuh atau lebih dari total pengeluaran dalam PDRB. Stabilitas proporsi ini mengindikasikan bahwa sektor konsumsi masyarakat tetap menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah, merefleksikan karakteristik ekonomi perkotaan yang konsumtif dan berorientasi pasar domestik. Kontribusi konsumsi pemerintah dan PMTB juga terlihat stabil pada porsi yang jauh lebih kecil dibandingkan konsumsi rumah tangga, meskipun mereka berperan penting dalam memberikan stimulus fiskal dan investasi jangka panjang.

Distribusi yang relatif konstan ini mencerminkan struktur ekonomi Kota Bogor yang sangat bergantung pada konsumsi domestik, dengan kontribusi pemerintah dan investasi sebagai faktor penunjang. Kondisi ini memberikan gambaran penting bahwa upaya mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang harus tetap didukung oleh penguatan daya beli masyarakat, optimalisasi belanja pemerintah, serta inovasi dan keberlanjutan investasi agar struktur ekonomi semakin tangguh terhadap tantangan eksternal maupun dinamika siklus ekonomi.

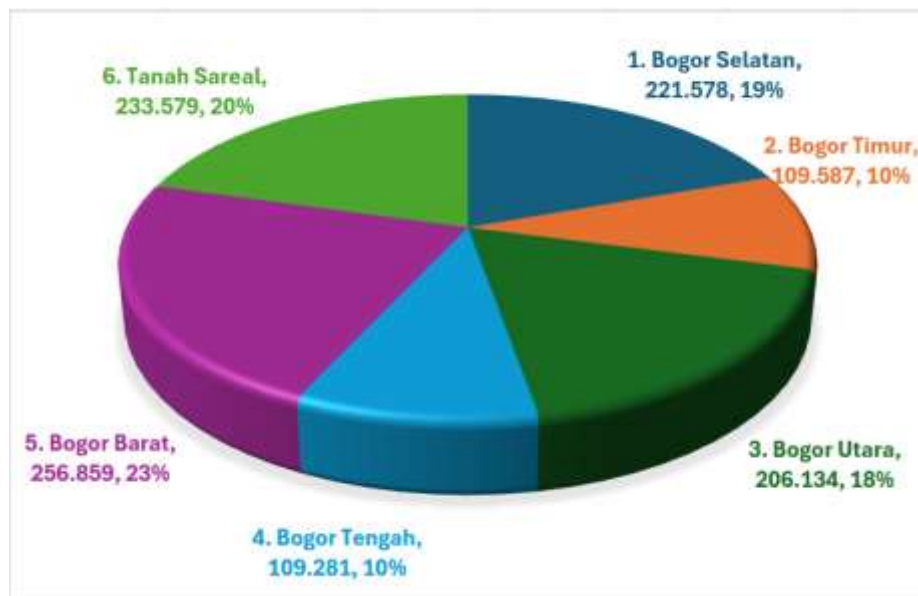


Gambar 6. Laju Distribusi PDRB Triwulanan Kota Bogor (Persen)

Sumber: BPS Kota Bogor, 2025

## 2.4. Penduduk Kota Bogor

Berdasarkan data tahun 2024, jumlah penduduk Kota Bogor tercatat sebesar 1.137.018 jiwa, terdiri atas 575.169 jiwa laki-laki dan 561.849 jiwa perempuan, sehingga rasio jenis kelamin mencapai 102 yang menunjukkan penduduk laki-laki masih sedikit lebih banyak dibandingkan perempuan. Jika melihat sebaran per wilayah, Kecamatan Bogor Barat tetap menjadi kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar yaitu 256.859 jiwa (sekitar 22,6%), diikuti oleh Kecamatan Tanah Sareal (233.579 jiwa) dan Bogor Selatan (221.578 jiwa). Sementara itu, Kecamatan Bogor Tengah menjadi wilayah dengan jumlah penduduk paling sedikit (109.281 jiwa), tetapi mencatat tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Kota Bogor karena luas wilayahnya yang relatif kecil yaitu sekitar 13.067 jiwa per km<sup>2</sup>.



Gambar 7. Jumlah dan Distribusi Penduduk, Menurut Kecamatan di Kota Bogor tahun 2024

Sumber: BPS Kota Bogor, 2025

Data kepadatan penduduk dan komposisi jenis kelamin tiap kecamatan di Kota Bogor tahun 2024 dapat dilihat pada Tabel 3. Kecamatan Bogor Tengah tercatat paling padat, sedangkan Kecamatan Bogor Barat jumlah penduduknya paling besar. Pola ini menunjukkan dinamika sebaran penduduk, urbanisasi, dan peranan pusat kota sebagai kawasan berdenstias tinggi di Kota Bogor tahun 2024.

Tabel 3. Data Kepadatan Penduduk dan Jenis Kelamin Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Bogor Tahun 2024

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Rasio	Kepadatan Penduduk (jiwa/km <sup>2</sup> )
Bogor Barat	130.159	126.700	103	8.228
Tanah Sareal	119.122	114.457	104	10.971
Bogor Selatan	112.820	108.758	104	6.902
Bogor Utara	105.607	100.527	105	9.227
Bogor Timur	55.325	54.262	102	7.521
Bogor Tengah	51.965	57.316	91	13.067
Total	574.998	562.020	102	-

Sumber: Disdukcapil Kota Bogor (2025)

Berdasarkan data tahun 2024, jumlah penduduk Kota Bogor paling besar berada pada kelompok usia produktif (15–59 tahun), yaitu sekitar 766.555 jiwa dengan rincian 390.473 laki-laki dan 376.081 perempuan. Berikut rekapitulasi jumlah penduduk Kota Bogor menurut kelompok umur dan jenis kelamin tahun 2024:

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bogor Tahun 2024

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
0–14 tahun	140.274	112.855	253.129
15–59 tahun	390.473	376.081	766.554
≥60 tahun	46.256	66.609	112.865
Jumlah	577.003	555.545	1.132.548

Sumber: Disdukcapil Kota Bogor (2025) dan BPS (2025)

Kelompok usia produktif mendominasi sekitar 67 persen total populasi, menunjukkan Kota Bogor memiliki potensi SDM yang besar untuk pembangunan ekonomi. Kelompok usia 0–14 tahun sebagai generasi muda penyumbang masa depan, sedangkan kelompok usia di atas 60 tahun mengindikasikan adanya kebutuhan intervensi bidang sosial dan kesehatan bagi lansia.

## 2.5. Ketenagakerjaan Kota Bogor

Pada tahun 2024, jumlah angkatan kerja Kota Bogor meningkat menjadi 542.980 orang, dengan total penduduk yang bekerja sebanyak 494.197 orang dan jumlah pengangguran 48.783 orang. Jumlah penduduk bekerja baik laki-laki maupun perempuan menunjukkan kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan angka pengangguran mengalami penurunan. Ini

menunjukkan pasar tenaga kerja di Kota Bogor semakin membaik, selaras dengan tren pemulihan ekonomi dan berkembangnya sektor jasa, pariwisata, dan industri kreatif.

Proporsi angkatan kerja perempuan juga terus meningkat, walaupun kontribusi laki-laki masih dominan. Penurunan jumlah bukan angkatan kerja menandakan semakin banyak penduduk usia produktif yang memasuki pasar kerja dan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi kota. Namun, pengangguran perempuan masih lebih tinggi dari laki-laki, sehingga penyerapan tenaga kerja perempuan perlu terus dioptimalkan melalui inovasi dan peluang di sektor Ekraf serta jasa modern. Berikut data jumlah angkatan kerja, bukan angkatan kerja, penduduk bekerja, dan pengangguran di Kota Bogor menurut jenis kelamin tahun 2023-2024:

Tabel 5. Jumlah Angkatan Kerja dan Bukan Angkatan Kerja menurut Jenis Kelamin di Kota Bogor

Kegiatan Utama	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
I Angkatan Kerja	283.214	286.812	251.318	256.168	534.532	542.980
a. Bekerja	259.799	265.645	219.923	228.552	479.722	494.197
b. Pengangguran	23.415	21.167	31.395	27.616	54.810	48.783
II Bukan Angkatan Kerja	119.756	114.234	170.481	164.091	290.237	278.325

Sumber: Disdukcapil Kota Bogor (2025) dan BPS (2025)

Pada tahun 2024, tercatat terjadi peningkatan jumlah angkatan kerja dan penduduk bekerja dibanding tahun sebelumnya, sedangkan jumlah pengangguran dan bukan angkatan kerja mengalami penurunan. Hal ini mencerminkan membaiknya pasar tenaga kerja Kota Bogor dan pulihnya sektor Ekraf, jasa, dan pariwisata. Jumlah pengangguran perempuan masih lebih tinggi daripada laki-laki, sehingga upaya peningkatan akses kerja untuk perempuan dan inovasi penciptaan lapangan kerja tetap menjadi prioritas. Struktur ini memperlihatkan perbaikan partisipasi dan serapan tenaga kerja di tengah pemulihan ekonomi Kota Bogor



## 3. METODOLOGI

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

### 3.1. Data

Data yang digunakan dalam kajian kontribusi Ekraf dan UMKM terhadap PDRB Kota Bogor adalah data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, Bapperida Kota Bogor, dan pustaka lainnya yang terkait dengan Ekraf dan UMKM.

Tabel 6. Data yang digunakan dalam kajian

No	Data	Sumber
1	Data Survei Ekraf Kota Bogor dan Dokumen Rencana Induk Pengembangan Ekraf Kota Bogor Tahun 2023	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor & Bapperida Kota Bogor
2	Data UKM Kota Bogor	Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor
3	PDRB Kota Bogor ADHK dan ADHB	BPS Kota Bogor
4	Statistik Ekraf Indonesia, Outlook Pariwisata dan Ekraf	Kementerian Pariwisata dan Ekraf
5	Indikator Ekraf Kota lain	Dinas terkait

### 3.2. Metode Analisis Data

#### 3.2.1. Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif

Pendekatan penyusunan PDRB Ekraf Kota Bogor dihitung melalui pendekatan pendapatan (*income approach*). PDRB Ekraf adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut di dalam proses produksi Ekraf 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. Dengan demikian, Nilai Tambah Bruto adalah PDRB Ekraf itu sendiri yang merupakan jumlah dari nilai tambah bruto seluruh sektor Ekraf.

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

Data diperoleh dari hasil survey Ekraf yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor Tahun 2023 dan Data sekunder dari BPS (2024). Pemilihan metode perhitungan PDRB ini juga didasarkan pada ketersediaan data yang ada. Pada studi ini, untuk menghitung PDRB Ekraf Kota Bogor dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan sinkronisasi 17 subsektor Ekraf dengan sektor ekonomi menurut lapangan usaha berdasarkan KBLI.
2. Melakukan disagregasi PDRB sektor ekonomi Kota Bogor menurut lapangan usaha yang disesuaikan dengan 17 subsektor Ekraf dan skala usaha.
3. Menghitung nilai tambah sektor Ekraf Kota Bogor berdasarkan data survey UMKM dan Ekraf Kota Bogor Tahun 2023 dari Dinkukmdagin (2024).

yakni:

- Menghitung output sektor Ekraf yang diperoleh dari data survey Dinkukmdagin (2024)
  - Menghitung besaran (persentase) input bahan baku (input antara) sektor usaha Ekraf terhadap output berdasarkan data survey Dinkukmdagin (2024) yang dikalibrasi dengan data Tabel Input-Output Nasional *terupdate*.
  - Menghitung nilai input primer sektor Ekraf yaitu selisih output dengan input antara.
  - Menghitung Nilai Tambah Bruto sektor Ekraf (seperti biaya upah/gaji TK, surplus usaha, pajak, dll) yaitu mengurangi nilai input primer dengan biaya impor bahan baku yang digunakan (jika ada). Sumber data diperoleh dari data survey Dinkukmdagin (2024) dan wawancara langsung dengan pelaku usaha Ekraf Kota Bogor.
  - Diperoleh Nilai Tambah Bruto sektor Ekraf atau PDRB sektor Ekraf
4. Nilai PDRB Ekraf yang diperoleh selanjutnya dikalibrasi dengan PDRB sektor Ekraf di tingkat nasional dan *benchmarking* terhadap PDRB sektor Ekraf di wilayah lain yang memiliki karakteristik yang relatif sama.

### 3.2.2. Perhitungan Jumlah Tenaga Kerja

Pendekatan perhitungan jumlah tenaga kerja sektor Ekraf (dan UMKM) Kota Bogor dihitung melalui pendekatan rata-rata penggunaan tenaga kerja per unit sektor Ekraf (dan UMKM). Adapun tahapan perhitungan jumlah tenaga kerja tiap sektor adalah sebagai berikut:

1. Menghitung penyerapan tenaga kerja per sektor ekonomi menurut skala usaha dan lapangan usaha serta jenis usaha kreatif Kota Bogor yang bersumber dari hasil survey UMKM dan Ekraf Tahun 2023 (Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian, 2024) dan Data BPS.
2. Menghitung rata-rata penyerapan tenaga kerja per unit sektor Ekraf (dan UMKM) hasil survey UMKM dan Ekraf oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian (Dinkukmdagin, 2024) dan Data BPS.
3. Menghitung jumlah unit usaha Ekraf dan UMKM Kota Bogor hasil survey UMKM dan Ekraf (Dinkukmdagin, 2024) dan data sekunder terkait lainnya.

Perhitungan jumlah penyerapan tenaga kerja setiap sektor Ekraf (dan UMKM) dituliskan sebagai berikut:

$$L_i = U_i \times \partial_i$$

dimana:

- $L_i$  = Jumlah tenaga kerja sektor Ekraf/UMKM ke-i  
 $U_i$  = Jumlah unit usaha sektor Ekraf/UMKM ke-i  
 $\partial_i$  = Rata-rata penyerapan tenaga kerja Ekraf/UMKM ke-i hasil survey UMKM dan Ekraf (Dinkukmdagin 2024)  
*i* = Subsektor/kategori sektor Ekraf/UMKM

### 3.2.3. Perhitungan Kontribusi PDRB Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor

Produktivitas usaha Ekraf menunjukkan nilai output yang dihasilkan per unit usaha Ekraf pada kurun waktu satu tahun. Perhitungan produktivitas per unit usaha Ekraf ini dihitung melalui pendekatan sebagai berikut:

$$\alpha = (PDRB_e / PDRB_b) \times 100\%$$

dimana:

- $\alpha$  = Kontribusi PDRB sektor Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor (%)  
 $PDRB_e$  = PDRB sektor Ekraf (Rupiah)  
 $PDRB_b$  = PDRB Kota Bogor (Rupiah)

### 3.2.4. Perhitungan Produktivitas Sub Sektor Ekraf

Kontribusi Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor menunjukkan total nilai output yang dihasilkan usaha Ekraf di Kota Bogor terhadap total output wilayah atau PDRB pada kurun waktu satu tahun. Perhitungan kontribusi PDRB sektor Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor ini dihitung melalui pendekatan sebagai berikut:

$$Y_i = NTB_i / U_i$$

dimana:

- $Y_i$  = Produktivitas sub sektor Ekraf ke-i
- $U_i$  = Jumlah unit usaha sub sektor Ekraf ke-i
- $NTB_i$  = Nilai Tambah Bruto sub sektor Ekraf ke-i
- $i$  = Subsektor Ekraf ke-i

### 3.2.5. Analisis Statistika Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dan informasi yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan mengenai perkembangan sektor Ekraf dan UMKM di Kota Bogor dan deskripsi hasil perhitungan kontribusi sektor Ekraf dan UMKM terhadap perekonomian wilayah. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang bersifat komunikatif dengan penjelasan serta justifikasi memadai untuk setiap aspek yang dikaji.



## **4. KONTRIBUSI DAN IDENTIFIKASI EKONOMI KREATIF TERHADAP PEREKONOMIAN KOTA BOGOR**

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

## 4.1. Kontribusi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian di Kota Bogor

### Kontribusi terhadap PDRB Wilayah

Sektor Ekraf di Kota Bogor merupakan sektor yang memiliki prospek baik. Barang dan jasa yang dihasilkan merupakan produk kreativitas dan inovasi yang sejalan dengan tren serta kebutuhan masyarakat perkotaan ke depan. Pada tahun 2023, nilai PDRB Ekraf atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai sekitar Rp3,26 triliun atau berkontribusi sebesar 5,72 persen terhadap pembentukan PDRB ADHB Kota Bogor.

Karena kontribusinya yang cukup besar terhadap pembentukan PDRB, Pemerintah Daerah Kota Bogor perlu memberikan perhatian khusus pada sektor Ekraf agar dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai salah satu sektor unggulan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Tabel 7. PDRB Ekraf Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Tahun 2023 (Rp Miliar)

No	Uraian	PDRB	Proporsi
1	Arsitektur	9,60	0,29%
2	Desain Interior	16,55	0,51%
3	Desain Komunikasi Visual	9,18	0,28%
4	Desain Produk	68,89	2,11%
5	Film, Animasi, Video	2,28	0,07%
6	Fotografi	2,72	0,08%
<b>7</b>	<b>Kriya</b>	<b>70,42</b>	<b>2,16%</b>
<b>8</b>	<b>Kuliner</b>	<b>2.254,51</b>	<b>69,13%</b>
9	Musik	1,16	0,04%
<b>10</b>	<b>Fesyen</b>	<b>783,12</b>	<b>24,01%</b>
11	Aplikasi	24,78	0,76%
12	Game Developer	0,86	0,03%
13	Penerbitan	5,74	0,18%
14	Periklanan	0,28	0,01%
15	Televisi dan Radio	3,14	0,10%
16	Seni Pertunjukkan	5,26	0,16%
17	Seni Rupa	2,67	0,08%
	<b>PDRB Ekraf (Rp Miliar)</b>	<b>3.261</b>	<b>100,00%</b>
	<b>PDRB ADHB Kota Bogor (Rp Miliar)</b>	<b>57.004</b>	
	<b>Kontribusi Ekraf terhadap PDRB (%)</b>	<b>5,72</b>	

Sumber: BPS Kota Bogor (2024)

Dilihat dari komposisinya, PDRB ADHB sektor Ekraf Kota Bogor tahun 2023 didominasi oleh tiga subsektor, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya. Subsektor kuliner merupakan yang paling dominan dengan kontribusi sekitar 69,13 persen terhadap total PDRB sektor Ekraf ADHB tahun 2023. Sementara itu, subsektor kriya dan fesyen juga memberikan kontribusi signifikan terhadap PDRB sektor Ekraf Kota Bogor.

Subsektor kuliner mencakup kegiatan persiapan, pengolahan, dan penyajian produk makanan serta minuman dengan mengutamakan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen utama dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk. Unsur-unsur tersebut berperan penting dalam menarik daya beli sekaligus memberikan pengalaman bagi konsumen. Perkembangan subsektor kuliner di Kota Bogor juga didorong oleh posisinya sebagai bagian dari aglomerasi Jabodetabek dengan jumlah penduduk sekitar 1,13 juta jiwa, yang mendorong tingginya permintaan terhadap produk kuliner.

Subsektor fesyen didorong tidak hanya oleh besarnya jumlah penduduk, tetapi juga oleh tingkat pendapatan per kapita masyarakat perkotaan yang relatif tinggi sehingga menjadi pasar potensial bagi produk fesyen. Perkembangan sektor jasa dan pendidikan di Kota Bogor turut meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap produk fesyen. Sementara itu, Kota Bogor yang memiliki banyak destinasi wisata juga mendorong subsektor kriya untuk berkembang. Produk kriya, seperti karya seni, produk fungsional, serta benda hias dan dekoratif, memiliki prospek pasar yang menjanjikan.

### **Perbandingan Antar Wilayah**

Jika dibandingkan dengan Kota Bekasi dan Kota Depok, kontribusi subsektor Ekraf Kota Bogor relatif sama. Subsektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB didominasi oleh kuliner, fesyen, dan kriya. Namun demikian, kontribusi subsektor fesyen di Kota Bogor lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Depok dan Kota Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa subsektor fesyen memiliki prospek yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang di Kota Bogor.

Tabel 8. Perbandingan Komposisi Sektor Ekraf Kota Bogor dengan Kota Lainnya terhadap PDRB ADHB Tahun 2023

No	Uraian	Kota Bogor	Kota Depok*	Kota Bekasi**
1	Arsitektur	0,29%	0,26%	3,40%
2	Desain Interior	0,51%	0,01%	0,24%
3	Desain Komunikasi Visual	0,28%	0,01%	0,09%
4	Desain Produk	2,11%	0,04%	0,36%
5	Film, Animasi, Video	0,07%	0,39%	0,26%
6	Fotografi	0,08%	0,29%	0,68%
7	Kriya	2,16%	16,56%	15,53%
8	Kuliner	69,13%	62,72%	42,98%
9	Musik	0,04%	0,21%	0,70%
10	Fesyen	24,01%	15,38%	18,32%
11	Aplikasi dan Game Developer	0,79%	1,38%	2,73%
12	Penerbitan	0,18%	1,78%	8,73%
13	Periklanan	0,01%	0,20%	1,19%
14	Televisi dan Radio	0,10%	0,16%	4,09%
15	Seni Pertunjukkan	0,16%	0,41%	0,40%
16	Seni Rupa	0,08%	0,20%	0,32%
	Jumlah	100,00%	100,00%	100,00%

Sumber: \* Diskominfo Kota Depok (2024); \*\* Bappelitbangda Kota Bekasi (2024)

### Jumlah Unit Usaha

Pada tahun 2023, jumlah unit usaha Ekraf di Kota Bogor mencapai 25.554 unit. Pemulihan ekonomi pascapandemi COVID-19 berdampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Bogor, khususnya peningkatan aktivitas usaha di sektor Ekraf. Subsektor kuliner, fesyen, kriya, dan desain produk merupakan subsektor dengan jumlah unit usaha terbanyak dalam struktur Ekraf di Kota Bogor.

Berkembangnya sektor tersebut menunjukkan potensi Kota Bogor sebagai kota sains kreatif berbasis SDM yang inovatif. Selain itu, sebagian besar sektor Ekraf di Kota Bogor berskala mikro, yang menunjukkan peran penting Ekraf dalam mendukung usaha kerakyatan dengan modal kecil.

Tabel 9. Jumlah Unit Usaha Subsektor Ekraf Kota Bogor Tahun 2023

No	Uraian	Unit
1	Arsitektur	12
2	Desain Interior	63
3	Desain Komunikasi Visual	47
4	Desain Produk	462
5	Film, Animasi, Video	20
6	Fotografi	23
7	Kriya	861
8	Kuliner	20.005
9	Musik	6
10	Fesyen	3.802
11	Aplikasi	110
12	Game Developer	19
13	Penerbitan	45
14	Periklanan	5
15	Televisi dan Radio	5
16	Seni Pertunjukkan	48
17	Seni Rupa	21
Jumlah Unit Ekraf		25.554

Sumber: Dinkukmdagin (2024), Asosiasi Arsitek Indonesia (2024)

### Produktivitas per Unit Sektor Ekonomi Kreatif

Dari sisi produktivitas per unit usaha, subsektor arsitektur di Kota Bogor memiliki nilai tambah tertinggi, yakni sebesar Rp0,80 miliar per unit. Artinya, setiap unit usaha subsektor ini menghasilkan nilai tambah sebesar Rp0,80 miliar. Selain itu, subsektor lain yang juga memiliki produktivitas tinggi adalah televisi dan radio, aplikasi, desain interior, serta komunikasi visual.

Sektor Ekraf ini terkait erat dengan kreativitas dan inovasi yang memadukan unsur seni dengan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang. Namun, jumlahnya masih sangat terbatas serta memerlukan keterampilan, pendidikan khusus, dan permodalan besar. Peran Pemerintah Daerah bersama para pemangku kepentingan lainnya sangat penting untuk mendorong perkembangan subsektor bernilai tambah tinggi tersebut, sehingga dapat meningkatkan kontribusi sektor Ekraf Kota Bogor terhadap perekonomian wilayah.

Tabel 10. Produktivitas Subsektor Ekraf Kota Bogor Tahun 2023

No	Uraian	Rp miliar /unit usaha/tahun
1	Arsitektur	0,80
2	Desain Interior	0,26
3	Desain Komunikasi Visual	0,20
4	Desain Produk	0,15
5	Film, Animasi, Video	0,11
6	Fotografi	0,12
7	Kriya	0,08
8	Kuliner	0,11
9	Musik	0,19
10	Fesyen	0,21
11	Aplikasi	0,23
12	Game Developer	0,05
13	Penerbitan	0,13
14	Periklanan	0,06
15	Televisi dan Radio	0,63
16	Seni Pertunjukkan	0,11
17	Seni Rupa	0,13

Sumber: Dinkukmdagin (2024) diolah

### Nilai Aset Usaha Ekonomi Kreatif

Aset memiliki peran penting dalam pengembangan usaha. Peran aset dalam mendukung usaha Ekraf antara lain:

1. Meningkatkan Produktivitas: Aset modal seperti mesin dan peralatan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha Ekraf
2. Meningkatkan Kapasitas: Aset modal dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi dan memenuhi permintaan pasar.
3. Meningkatkan Kualitas: Aset modal seperti teknologi dan peralatan canggih dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan jasa.
4. Mengurangi Biaya: Aset modal dapat membantu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.
5. Meningkatkan Kompetitivitas: Aset modal dapat membantu meningkatkan keunggulan kompetitif usaha dan membedakan diri dari pesaing.
6. Mendukung Inovasi: Aset modal dapat membantu mendukung inovasi dan pengembangan produk baru.

7. Meningkatkan Nilai Usaha: Aset modal dapat meningkatkan nilai usaha dan membuatnya lebih menarik bagi investor.

Pada tahun 2023, subsektor fesyen memiliki rata-rata aset tertinggi, yakni Rp48,3 juta per unit, dengan nilai maksimum Rp2 miliar dan minimum Rp200.000. Subsektor lain dengan rata-rata aset cukup tinggi adalah kriya sebesar Rp18,6 juta dan penerbitan Rp18,9 juta. Sementara itu, subsektor film/animasi/video dan periklanan memiliki rata-rata aset yang relatif kecil, yakni sekitar Rp1,0–1,7 juta.

Variasi rentang aset ini menunjukkan adanya perbedaan tingkat investasi, potensi pasar, dan skala usaha di tiap subsektor. Subsektor fesyen, yang memiliki rata-rata aset terbesar, cenderung melibatkan pelaku usaha dengan jaringan distribusi luas dan produk yang berorientasi pada pasar massal. Sebaliknya, subsektor seperti periklanan, seni rupa, dan seni pertunjukan dengan nilai aset relatif kecil umumnya dijalankan oleh usaha mikro atau individu, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian masih terbatas.

Tabel 11. Sebaran Nilai Aset Usaha Ekraf (Rupiah)

No	Subsektor	Rata-rata	Maksimum	Minimum
1	Aplikasi	2.700.000	7.000.000	1.000.000
2	Desain interior	7.631.818	25.000.000	500.000
3	Desain produk	11.148.632	40.000.000	200.000
4	DKV	11.375.000	50.000.000	1.000.000
5	Fesyen	48.284.435	2.000.000.000	200.000
6	Film, Animasi, Video	1.714.286	5.000.000	1.000.000
7	Fotografi	8.990.000	20.000.000	1.000.000
8	Kriya	18.592.682	3.000.000.000	100.000
9	Kuliner	9.068.571	40.000.000	400.000
10	Musik	15.625.000	40.000.000	5.000.000
11	Penerbitan	18.923.077	70.000.000	1.000.000
12	Pengembangan Permainan	17.500.000	30.000.000	5.000.000
13	Periklanan	1.000.000	1.000.000	1.000.000
14	Seni pertunjukan	12.076.923	30.000.000	1.000.000
15	Seni rupa	6.157.143	15.000.000	100.000

Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Subsektor dengan nilai aset besar dan variasi rentang aset, seperti fesyen, kriya, dan penerbitan, berpotensi didorong melalui pendalaman rantai nilai. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan rintisan teknologi (*startup*), penguatan branding melalui desain dan periklanan, serta diversifikasi produk atau layanan kreatif. Implikasi kebijakan yang muncul adalah perlunya

membangun ekosistem kolaboratif lintas subsektor, sehingga subsektor dengan aset kecil dapat memperoleh alih pengetahuan, akses pasar, serta peluang usaha patungan (*joint venture*) yang mampu meningkatkan nilai tambah secara kolektif.

Nilai minimum aset pada banyak subsektor sangat rendah, bahkan hanya sekitar ratusan ribu rupiah. Kondisi ini menunjukkan dominasi pelaku usaha mikro yang umumnya berupa usaha perseorangan atau rumah tangga. Hal tersebut menuntut adanya kebijakan pemberdayaan melalui peningkatan literasi keuangan, digitalisasi usaha, kemudahan akses legalitas, serta perlindungan usaha ultra-mikro agar dapat berkembang, naik kelas, dan lebih tangguh (*resilient*) dalam menghadapi disrupsi ekonomi.

Keterbatasan akses modal atau aset, terutama pada subsektor kecil, menjadi faktor penghambat inovasi, ekspansi pasar, dan adopsi teknologi baru. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu menyiapkan skema pembiayaan inklusif—misalnya Kredit Usaha Rakyat (KUR) khusus Ekraf, *venture capital* (modal ventura), dan *crowdfunding* (patungan daring)—serta memberikan insentif fiskal dan prioritas akses terhadap pelatihan modern bagi subsektor dengan keterbatasan aset. Subsektor dengan aset rendah sering kali kurang mampu menembus pasar digital maupun global karena keterbatasan modal dan kapasitas SDM. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran komunikasi (*marketing communication/markom*), pencitraan digital (*digital branding*), dan fasilitasi akses ke *marketplace* perlu diperkuat, khususnya bagi subsektor periklanan, seni pertunjukan, animasi/video, serta seni rupa, guna meningkatkan jangkauan dan skala bisnis mereka.

### **Kontribusi terhadap Penyerapan Tenaga Kerja**

Salah satu tujuan utama pembangunan ekonomi di Kota Bogor adalah mengatasi pengangguran, di samping mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Pada tahun 2023, jumlah tenaga kerja yang terserap di sektor Ekraf Kota Bogor mencapai 57.607 orang atau sekitar 11,89 persen dari total tenaga kerja Kota Bogor. Penyerapan tenaga kerja ini sangat penting untuk mengimbangi peningkatan jumlah angkatan kerja setiap tahunnya. Selain itu, kontribusi sektor Ekraf dalam menyerap tenaga kerja juga berperan strategis dalam mempercepat pemulihan ekonomi Kota Bogor apabila terjadi *external shock* (guncangan eksternal), seperti pandemi COVID-19, krisis ekonomi, dan faktor lain yang dapat menyebabkan kontraksi pertumbuhan.

Tiga subsektor yang berkontribusi paling besar dalam penyerapan tenaga kerja di Kota Bogor adalah kuliner, fesyen, dan kriya, masing-masing sebesar 69,45 persen, 19,80 persen, dan 7,47 persen. Pengembangan ketiga subsektor tersebut juga dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah pengangguran di Kota Bogor.

Tabel 12. Kontribusi Sektor Ekraf terhadap Penyerapan Tenaga Kerja

No	Uraian	Tenaga Kerja (orang)	Proporsi
1	Arsitektur	36	0,06%
2	Desain Interior	189	0,33%
3	Desain Komunikasi Visual	94	0,16%
4	Desain Produk	924	1,60%
5	Film, Animasi, Video	40	0,07%
6	Fotografi	69	0,12%
7	Kriya	4.305	<b>7,47%</b>
8	Kuliner	40.010	<b>69,45%</b>
9	Musik	18	0,03%
10	Fesyen	11.406	<b>19,80%</b>
11	Aplikasi	211	0,37%
12	Game Developer	27	0,05%
13	Penerbitan	90	0,16%
14	Periklanan	25	0,04%
15	Televisi dan Radio	25	0,04%
16	Seni Pertunjukkan	96	0,17%
17	Seni Rupa	42	0,07%
	Jumlah Tenaga Kerja Ekraf	57.607	100,00%
	Jumlah Tenaga Kerja Kota Bogor	484.334	
	Kontribusi Ekraf terhadap Penyerapan Tenaga Kerja (%)	11,89	

Sumber: Dinkukmdagin (2024) dan BPS Kota Bogor (2024)

Ekosistem Ekraf yang kuat membutuhkan kelembagaan yang mampu mendorong kolaborasi dan pengembangan kreativitas. Rencana induk pengembangan Ekraf 2018–2025 secara tegas menekankan pentingnya peran kelembagaan dalam membangun sinergi antar aktor. Rekomendasi KREASI Jabar pun menyoroti perlunya forum dan jaringan yang menjembatani pelaku Ekraf, pemerintah, dan pemangku kepentingan lokal untuk mempercepat pertumbuhan setiap subsektor ekraf di kabupaten/kota.

Di Kota Bogor, kelembagaan ekraf hadir dalam bentuk Forum Ekraf Kota Bogor atau REKA yang mulai aktif sejak 2020. Forum ini lahir dari kegelisahan para pelaku kreatif melihat Kota Bogor tertinggal dalam isu kota kreatif, lalu

diformalkan melalui SK Walikota No. 556/kep.889–Disparbud/2021 untuk periode 2021–2023. REKA mewadahi beragam stakeholder lintas unsur dengan visi menjadikan ekraf sebagai tulang punggung ekonomi Kota Bogor dan misi antara lain membangun ekosistem kreatif yang berkelanjutan, menjadi pusat informasi, melahirkan produk unggulan, serta membawa produk Bogor ke pasar global.

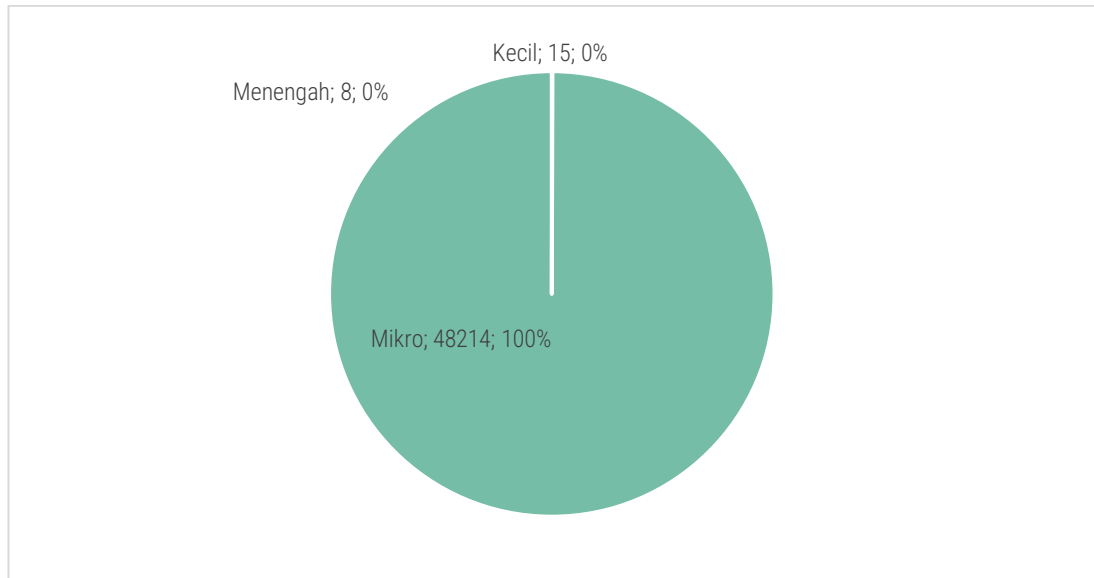
REKA memfasilitasi kolaborasi pentahelix (akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media—A-B-C-G-M) melalui tiga program utama: meREKA (connect), REKAnan (collaborate), dan REKAYasa (commerce). Pada event pertamanya ‘Rekayasa Pasar Kreatif’, kepengurusan forum melibatkan perwakilan dari 16 subsektor Ekraf. Meski menjadi lumbung inisiatif dan kegiatan komunitas, kelembagaan dan regulasi ekraf di Kota Bogor dinilai masih relatif lemah jika dibanding Jawa Barat yang sudah memiliki “KREASI Jabar” dan beberapa kabupaten/kota lain dengan ‘Komite Ekraf’.

Kehadiran REKA diharapkan memicu lahirnya regulasi dan lembaga non-struktural yang lebih kokoh agar kolaborasi, jejaring, dan akselerasi pengembangan ekraf di Kota Bogor bisa lebih optimal dan berdaya saing tinggi secara regional maupun nasional.

## 4.2. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian di Kota Bogor

### **Jumlah, Skala Usaha, dan Sebaran UMKM Kota Bogor**

Peran UMKM sangat besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi wilayah. Jumlah unit usaha yang cukup besar, menjadikan UMKM sebagai penggerak perekonomian. Pada tahun 2023, jumlah unit usaha UMKM di Kota Bogor tercatat sebanyak 48.237 unit usaha. Sebagian besar yaitu sekitar 48.214 unit usaha (99,95%) merupakan Usaha Skala Mikro, sisanya merupakan usaha skala kecil dan usaha skala menengah.

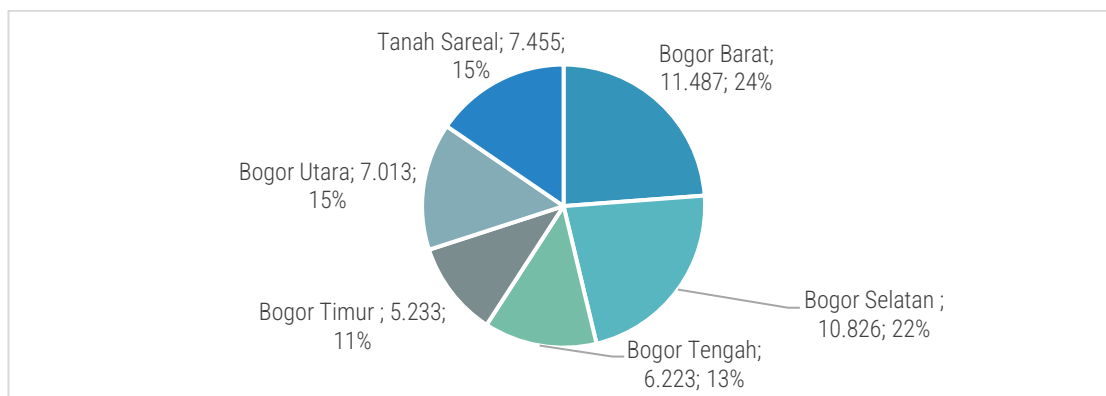


Gambar 8. Jumlah dan Skala UMKM Kota Bogor Tahun 2023

Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Jika ditinjau dari sebarannya, UMKM di Kota Bogor hadir di seluruh kecamatan. Proporsi terbesar tercatat di Kecamatan Bogor Barat (66 persen), disusul oleh Bogor Selatan (22 persen). Hal ini mencerminkan adanya konsentrasi pelaku UMKM yang relatif lebih tinggi di wilayah tertentu. Sementara itu, kecamatan lain seperti Bogor Tengah dan Bogor Timur memiliki porsi yang lebih kecil, masing-masing sebesar 12,90 persen dan 10,85 persen.

Kondisi ini menunjukkan adanya konsentrasi pertumbuhan usaha pada wilayah tertentu, yang dapat dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses pasar, ketersediaan infrastruktur pendukung, serta kepadatan penduduk yang relatif lebih tinggi. Pola yang belum merata ini menyiratkan adanya tantangan untuk mendorong pemerataan, khususnya di kecamatan dengan jumlah UMKM lebih sedikit yang mungkin menghadapi keterbatasan dalam akses permodalan, peningkatan kualitas SDM, maupun infrastruktur usaha. Jika tidak diantisipasi, hal tersebut berpotensi memengaruhi distribusi pendapatan masyarakat dan tingkat kesempatan kerja antarwilayah di Kota Bogor.



Gambar 9. Jumlah Unit Usaha UMKM berdasarkan Kecamatan  
Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Lebih lanjut, kebijakan berbasis data dan pemantauan berkala mutlak diperlukan agar intervensi pemerintah lebih tepat sasaran dan adaptif terhadap perkembangan UMKM di setiap kecamatan. Pada akhirnya, strategi pengembangan UMKM yang inklusif, berbasis pada potensi dan kebutuhan lokal, serta didukung oleh kolaborasi multi-pihak merupakan kunci untuk meningkatkan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Kota Bogor secara berkelanjutan.

### Jumlah Unit Usaha UMKM menurut Sektor dan Skala Usaha

Apabila dilihat lebih rinci, usaha mikro mendominasi hampir seluruh sektor, seperti perdagangan besar dan eceran, industri pengolahan, serta penyediaan akomodasi dan makanan dan minuman. Sektor perdagangan besar dan eceran tercatat sebagai kategori dengan unit usaha terbanyak, yakni 23.233 unit usaha mikro, sementara usaha kecil dan menengah hanya berjumlah sedikit. Industri pengolahan juga menunjukkan dominasi usaha mikro dengan 6.607 unit, sedangkan usaha kecil hanya 4 unit. Beberapa sektor lain, seperti konstruksi, pendidikan, serta pengelolaan air dan limbah, hampir seluruhnya terdiri dari unit usaha mikro dengan jumlah sangat terbatas pada kategori kecil maupun menengah. Secara keseluruhan, jumlah UMKM di Kota Bogor pada tahun 2023 mencapai 48.237 unit yang merupakan unit usaha mikro.

Tabel 13. Jumlah Unit Usaha UMKM Berdasarkan Sektor Dan Skala Usaha

No	Sektor Usaha	Kecil	Menengah	Mikro	Total
1	Aktivitas Jasa Lainnya	1		2,821	2,822
2	Aktivitas Kesehatan Manusia dan Aktivitas Sosial			47	47
3	Aktivitas Keuangan dan Asuransi			7	7

No	Sektor Usaha	Kecil	Menengah	Mikro	Total
4	Aktivitas Penyewaan dan Sewa Guna Usaha Tanpa Hak Opsi, Ketenagakerjaan, Agen Perjalanan dan Penunjang Usaha Lainnya			114	114
5	Aktivitas Profesional, Ilmiah dan Teknis			148	148
6	Industri Pengolahan		4	6,607	6,611
7	Informasi dan Komunikasi	2		983	985
8	Kesenian, Hiburan dan Rekreasi			66	66
9	Konstruksi			77	77
10	Pendidikan			30	30
11	Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas Dan Udara Dingin			239	239
12	Pengangkutan Dan Pergudangan			12	12
13	Pengelolaan Air, Pengelolaan Air Limbah, Pengelolaan dan Daur Ulang Sampah dan Aktivitas Remediasi			180	180
14	Penyediaan Akomodasi Dan Penyediaan Makan Minum		1	13,510	13,511
15	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	12	3	23,323	23,338
16	Pertambangan dan Penggalian			17	17
17	Real Estat			33	33
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>48,214</b>	<b>48,237</b>

Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Kondisi ini menandakan bahwa struktur UMKM Kota Bogor masih sangat terkonsentrasi pada usaha mikro dengan porsi usaha kecil dan menengah yang sangat rendah. Hal ini mengindikasikan adanya keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar, serta rendahnya tingkat kenaikan skala usaha (*scaling-up*) dari mikro ke jenjang yang lebih besar. Pola ini juga mencerminkan dominasi aktivitas ekonomi informal berbasis individu yang lebih berorientasi pada subsistensi daripada pada industri berbasis inovasi dan produktivitas tinggi.

### **Sebaran Modal UMKM Berdasarkan Sektor Usaha**

Sementara itu, berdasarkan kepemilikan modal usaha, sebagian besar sektor UMKM menunjukkan rata-rata modal yang relatif kecil, yaitu berkisar antara Rp5 juta hingga Rp13 juta. Namun, pada sektor tertentu seperti pengadaan

listrik, gas, air, serta industri pengolahan, rata-rata modal dapat mencapai puluhan juta rupiah hingga lebih dari Rp20 juta. Sebaliknya, nilai maksimum modal pada hampir seluruh sektor dapat mencapai ratusan juta hingga Rp500 juta, sedangkan nilai minimum modal tercatat mulai dari Rp500.000 hingga beberapa juta rupiah. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur modal UMKM Kota Bogor didominasi oleh pelaku dengan modal terbatas, meskipun terdapat pula segmen usaha dengan kapasitas modal jauh lebih besar di sektor-sektor tertentu.

Tabel 14. Sebaran Modal UMKM Berdasarkan Sektor Usaha (Rupiah)

Sektor Usaha	Rata-rata	Maksimum	Minimum
Aktivitas Jasa Lainnya	10,654,902.91	200,000,000.00	500,000.00
Aktivitas Kesehatan Manusia Dan Aktivitas Sosial	11,500,000.00	20,000,000.00	3,000,000.00
Aktivitas Penyewaan Dan Sewa Guna Usaha Tanpa Hak Opsi, Ketenagakerjaan, Agen Perjalanan Dan Penunjang Usaha Lainnya	13,666,666.67	50,000,000.00	3,000,000.00
Aktivitas Profesional, Ilmiah Dan Teknis	5,750,000.00	10,000,000.00	2,000,000.00
Industri Pengolahan	8,935,093.17	500,000,000.00	500,000.00
Informasi Dan Komunikasi	12,500,000.00	500,000,000.00	500,000.00
Kesenian, Hiburan Dan Rekreasi	26,000,000.00	90,000,000.00	5,000,000.00
Konstruksi	14,833,333.33	20,000,000.00	3,000,000.00
Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas Dan Udara Dingin	3,500,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
Pengangkutan Dan Pergudangan	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
Pengelolaan Air, Pengelolaan Air Limbah, Pengelolaan Dan Daur Ulang Sampah Dan Aktivitas Remediasi	3,937,500.00	10,000,000.00	1,500,000.00
Penyediaan Akomodasi Dan Penyediaan Makan Minum	26,187,635.14	10,000,000,000.00	500,000.00
Perdagangan Besar Dan Eceran; Reparasi Dan Perawatan Mobil Dan Sepeda Motor	18,040,104.91	10,000,000,000.00	500,000.00
Pertambangan Dan Penggalian	550,000.00	600,000.00	500,000.00
Real Estat	125,000,000.00	200,000,000.00	50,000,000.00

Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Kondisi ini menunjukkan rendahnya tingkat permodalan di kalangan UMKM, yang menjadi indikator keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal maupun informal, serta adanya kesenjangan antara pelaku bermodal mikro dan mereka yang sudah berkembang dengan modal besar. Kesempatan UMKM untuk berekspansi dan berinovasi juga relatif rendah karena mayoritas berada pada kelas modal sangat kecil. Namun, disparitas nilai maksimum yang tinggi menunjukkan bahwa dengan strategi dan dukungan yang tepat, sebagian pelaku berpotensi tumbuh menjadi usaha berdaya saing tinggi.

### Kontribusi UMKM terhadap Penyerapan Tenaga Kerja

Pada tahun 2023, jumlah tenaga kerja di sektor UMKM mencapai 102.298 orang atau berkontribusi sebesar 21,1 persen terhadap total penyerapan tenaga kerja Kota Bogor. Usaha mikro memberikan kontribusi terbesar dengan menyerap 74.856 tenaga kerja. Namun, daya serap rata-rata per unitnya relatif kecil, yaitu sekitar 2 orang per unit. Sebaliknya, usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki jumlah unit yang lebih sedikit tetapi daya serap tenaga kerja per unit lebih besar.

Berdasarkan skala dan jumlah tenaga kerja, unit usaha mikro mendominasi secara signifikan dengan 34.792 unit yang menyerap 74.856 tenaga kerja, rata-rata dua orang per unit. Unit usaha kecil berjumlah 6.927 dengan 25.531 tenaga kerja, sedangkan usaha menengah hanya 378 unit dengan 1.911 tenaga kerja. Rata-rata jumlah tenaga kerja per unit meningkat seiring skala, yaitu dua orang untuk mikro, empat orang untuk kecil, dan lima orang untuk menengah. Fakta ini menegaskan bahwa ekosistem UMKM Kota Bogor masih didominasi oleh pelaku berskala mikro, baik dari sisi jumlah unit maupun penyerapan tenaga kerja, sementara usaha berskala lebih besar jumlahnya relatif sedikit.

Tabel 15. Sebaran Jumlah Tenaga Kerja Berdasarkan Skala Usaha

Skala Usaha	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Rata-rata Tenaga Kerja per Unit Usaha
Usaha Mikro	34,792.00	74,856.00	2
Usaha Kecil	6,927.00	25,531.00	4
Usaha Menengah	378.00	1,911.00	5

Sumber: Dinkukmdagin (2024)

Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja dan ekonomi lokal sangat bergantung pada usaha mikro, yang umumnya memiliki keterbatasan dalam produktivitas, daya saing, dan akses pasar. Minimnya jumlah usaha kecil

dan menengah juga menunjukkan adanya tantangan dalam proses penaikan skala usaha (*scaling up*), baik dari sisi kapasitas modal, manajemen, maupun inovasi. Dominasi usaha skala mikro ini berpotensi membuat struktur ekonomi lokal tetap rapuh karena rentan terhadap fluktuasi pasar serta kurangnya diversifikasi usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, potensi Ekraf dan UMKM di Kota Bogor menunjukkan peluang besar untuk meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Potensi ini terutama terlihat pada dominasi subsektor kriya dan kuliner dalam jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerja, serta pada subsektor lain seperti desain produk, aplikasi, fesyen, dan seni pertunjukan yang meskipun unit usahanya masih terbatas, memiliki potensi pertumbuhan tinggi. Karakteristik pelaku usaha yang mayoritas berusia produktif dan didukung oleh SDM berpengalaman juga menjadi modal penting untuk mempercepat inovasi dan pengembangan usaha baru. Dari sisi UMKM, sebaran luas unit usaha mikro di berbagai sektor memberikan fondasi ekonomi yang inklusif dan merata, meskipun saat ini sebagian besar masih berorientasi pada pasar lokal dengan skala usaha terbatas.

Identifikasi terhadap kekuatan subsektor potensial, khususnya yang berbasis teknologi, digital, dan kreatif seperti aplikasi, desain, serta seni berbasis media baru, menunjukkan adanya peluang besar dalam pengembangan produk dan jasa bernilai tambah tinggi. Peluang ini diperkuat oleh besarnya tenaga kerja yang terserap serta keragaman subsektor yang ada, meskipun penyebarannya belum merata di seluruh kecamatan. Keberadaan pelaku usaha dari berbagai kelompok usia, terutama generasi muda, juga mendorong transfer inovasi serta regenerasi ekosistem kewirausahaan kreatif (*entrepreneurship* kreatif).



## **5. IDENTIFIKASI POTENSI EKONOMI KREATIF DAN UMKM YANG DAPAT DIKEMBANGKAN**

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

Identifikasi terhadap sektor Ekraf dan UMKM yang potensial untuk dikembangkan menjadi hal penting untuk dilakukan. Sebagian besar subsektor ekraf termasuk dalam skala UMKM, sehingga sektor potensial ekraf pada dasarnya sama dengan UMKM. Penentuan sektor Ekraf yang potensial untuk dikembangkan di Kota Bogor dilakukan berdasarkan **empat indikator utama: jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja yang terserap, produktivitas, dan dukungan eksternal.**

Pertama, jumlah unit usaha mencerminkan seberapa luas sektor tersebut digeluti para pelaku usaha. Semakin banyak unit usaha yang aktif, semakin kuat pula ekosistem ekonomi lokal yang terbentuk, sehingga menghadirkan peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi wilayah. Kedua, jumlah tenaga kerja yang terserap menunjukkan besarnya dampak sosial-ekonomi sektor terhadap masyarakat. Sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar berkontribusi positif terhadap penurunan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut.

Selanjutnya, produktivitas menjadi tolok ukur efisiensi dan daya saing suatu sektor. Produktivitas dapat diukur dari nilai tambah, omzet, atau output per unit usaha maupun per tenaga kerja. Sektor dengan produktivitas tinggi umumnya memiliki inovasi berkelanjutan, kualitas produk atau jasa yang baik, serta daya saing di pasar nasional maupun internasional, sehingga mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Indikator keempat adalah dukungan eksternal, yang meliputi: (1) Potensi SDM, (2) Akses terhadap permodalan, (3) Jaringan dan kolaborasi termasuk bentuk kolaborasi di Kota Bogor, (4) Penciptaan nilai tambah produk, dan (5) Akses ke pasar.

Dukungan eksternal merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan sektor Ekraf yang potensial untuk dikembangkan di Kota Bogor. Dukungan ini mencakup beberapa unsur utama, seperti potensi SDM, akses modal, jaringan dan kolaborasi, bentuk kolaborasi yang berkembang di Kota Bogor, penciptaan nilai tambah produk, serta akses ke pasar. Potensi SDM merujuk pada ketersediaan dan kualitas tenaga kerja kreatif yang mampu menggerakkan inovasi dan pertumbuhan sektor terkait. Sementara itu, akses modal mencakup kemudahan memperoleh pembiayaan, baik melalui institusi keuangan, program pemerintah, maupun inisiatif swasta, yang menjadi faktor penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mendorong ekspansi bisnis.

Selain itu, keberadaan jaringan dan kolaborasi—baik antar pelaku usaha maupun dengan pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas, dan sektor swasta akan memperkuat ekosistem kreativitas dan inovasi di tingkat lokal. Di Kota Bogor, bentuk jaringan dan kolaborasi tersebut dapat ditemukan melalui wadah seperti REKA Bogor, KADIN, kerja sama antar komunitas kreatif, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, serta berbagai inisiatif pelaku usaha bersama Pemerintah Kota Bogor untuk mengoptimalkan aset publik dalam pengembangan wisata kreatif.

Nilai tambah produk, yang terwujud dari keunikan, inovasi, dan diferensiasi produk atau jasa, menjadi penentu daya saing sektor Ekraf di tingkat regional maupun nasional. Sementara itu, akses ke pasar baik melalui kanal digital, ajang (*event*), pameran, maupun jejaring distribusi menjadi kunci perluasan pangsa pasar dan pertumbuhan Ekraf yang berkelanjutan. Kombinasi seluruh elemen dukungan eksternal inilah yang pada akhirnya menentukan besarnya potensi suatu sektor Ekraf untuk berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Kota Bogor secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap empat indikator penentuan sektor Ekraf potensial jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja yang terserap, tingkat produktivitas, dan dukungan eksternal dapat disimpulkan bahwa beberapa sektor menonjol untuk menjadi prioritas pengembangan di Kota Bogor. Data menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki jumlah unit usaha dan tenaga kerja terbesar, yakni 20.005 unit usaha dengan 40.010 tenaga kerja. Produktivitas sektor ini mencapai Rp0,11 miliar per unit usaha, didukung oleh tingginya permintaan dan luasnya akses pasar. Sementara itu, sektor fesyen menempati posisi strategis kedua dengan 3.802 unit usaha dan 11.406 tenaga kerja, serta produktivitas relatif tinggi sebesar Rp0,21 miliar per unit usaha, yang menunjukkan peran strategis fesyen sebagai penggerak Ekraf berbasis inovasi, gaya hidup, dan komunitas lokal.

Sektor kriya juga menunjukkan potensi signifikan dengan 861 unit usaha yang mampu menyerap 4.305 tenaga kerja, meskipun produktivitasnya masih relatif rendah dibandingkan sektor lain, yakni Rp0,08 miliar per unit usaha. Namun demikian, daya tahan sektor kriya pada masa krisis serta kemampuannya mengolah potensi lokal menjadi nilai tambah merupakan kekuatan utamanya. Sektor desain produk dan desain interior juga masuk dalam kategori potensial, didukung oleh jumlah unit usaha yang cukup, penyerapan tenaga kerja yang stabil, dan produktivitas yang perlahan meningkat. Dukungan eksternal berupa

pelatihan, fasilitasi pembiayaan, pendampingan inkubasi usaha, serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan turut memperkuat sektor-sektor potensial ini untuk berkembang lebih optimal. Dengan demikian, pemilihan sektor berdasarkan keempat indikator tersebut secara empiris dapat mempercepat terwujudnya pembangunan Ekraf yang inklusif dan berkelanjutan di Kota Bogor. **Keempat sektor yang terpilih sebagai sektor potensial adalah Kuliner, Fesyen, Kriya, Desain produk, dan Desain interior.**

Tabel 17. Penentuan sektor Ekraft dan UMKM yang potensial di Kota Bogor

No	Sektor	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja (orang)	Produktivitas (Rp miliar/unit usaha)
1	Arsitektur	12	36	0.80
2	Desain Interior	63	189	0.26
3	Desain Komunikasi Visual	47	94	0.20
4	<b>Desain Produk</b>	<b>462</b>	<b>924</b>	<b>0.15</b>
5	Film, Animasi, Video	20	40	0.11
6	Fotografi	23	69	0.12
7	<b>Kriya</b>	<b>861</b>	<b>4.305</b>	<b>0.08</b>
8	<b>Kuliner</b>	<b>20.005</b>	<b>40.010</b>	<b>0.11</b>
9	Musik	6	18	0.19
10	<b>Fesyen</b>	<b>3.802</b>	<b>11.406</b>	<b>0.21</b>
11	Aplikasi dan Game Developer	2	4	0.27
12	Penerbitan	45	90	0.13
13	Periklanan	5	25	0.06
14	Televisi dan Radio	5	25	0.63
15	Seni Pertunjukan	48	96	0.11
16	Seni Rupa	21	42	0.13

Analisis sektor Ekraf dan UMKM di Kota Bogor berdasarkan data dukungan eksternal menunjukkan adanya keragaman karakteristik yang menentukan potensi pengembangan di masa depan. Sektor-sektor yang dianalisis meliputi arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film/animasi/video, fotografi, kriya, kuliner, musik, fesyen, aplikasi dan *game developer*, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni pertunjukan, serta seni rupa. Masing-masing sektor dievaluasi berdasarkan potensi SDM, akses modal, kekuatan jaringan dan kolaborasi, bentuk kolaborasi di tingkat lokal, nilai tambah produk, serta akses ke pasar.

Potensi SDM menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan pengembangan sektor Ekraf dan UMKM. Hal ini terlihat pada subsektor desain komunikasi visual, fesyen, kuliner, dan fotografi yang memiliki basis pelaku serta komunitas aktif, didukung dengan akses pelatihan yang baik. Akses modal bervariasi antar subsektor; kriya dan fesyen misalnya, memperoleh manfaat signifikan dari program Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan koperasi, atau inkubator bisnis, sedangkan subsektor seperti seni pertunjukan dan arsitektur masih menghadapi keterbatasan pembiayaan. Sementara itu, keberadaan jaringan dan kolaborasi baik melalui asosiasi profesi, komunitas kreatif, forum UMKM, maupun kerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) serta REKA Bogor terbukti memperkuat posisi sektor-sektor utama sekaligus meningkatkan kemampuan adaptasi dan inovasi produk.

Nilai tambah produk menjadi tolok ukur utama daya saing sektor, sebagaimana terlihat pada subsektor kuliner yang berorientasi pada inovasi dan kekhasan gastronomi lokal, maupun kriya yang menghadirkan elemen edukasi budaya ke pasar ekspor dan wisata. Akses ke pasar juga menjadi faktor penentu, di mana subsektor yang mampu menembus pasar digital, nasional, hingga ekspor seperti fesyen, kriya, dan kuliner cenderung mengalami pertumbuhan lebih cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan sektor Ekraf dan UMKM di Kota Bogor tidak hanya memerlukan penguatan dari sisi internal pelaku usaha, tetapi juga dukungan kolaborasi lintas pemangku kepentingan, fasilitasi pemerintah, serta penguatan jejaring komunitas agar tercipta ekosistem Ekraf yang inklusif dan berkelanjutan, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Tabel 16. Kondisi dukungan eksternal terhadap sektor Ekraft dan UMKM di Kota Bogor

No	Sektor	Potensi SDM	Akses Modal	Jaringan & Kolaborasi	Bentuk Jaringan & Kolaborasi Kota Bogor	Nilai Tambah Produk	Akses ke Pasar
1	Arsitektur	Cukup: ada komunitas, lulusan arsitek lokal	Terbatas: proyek pemerintah terbatas, modal usaha tinggi	Ada: asosiasi arsitek, kadang terlibat proyek kota	Forum arsitek, Dinas Pekerjaan Umum (PU), asosiasi profesi	Karya adaptif budaya & lokal	Lokal, proyek kota; terbatas ekspansi
2	Desain Interior	Cukup: komunitas & vokasi aktif, peluang properti	Terbatas: investasi usaha tinggi, pelaku kecil	Ada: kolaborasi hotel, REKA, asosiasi	Komunitas, hotel, REKA Bogor	Estetika ruang publik & properti	Properti/hospitality, pasar tumbuh
3	Desain Komunikasi Visual	Tinggi: banyak talenta, komunitas aktif	Sedang: akses KUR, banyak digitalpreneur	Ada: REKA Bogor, agency digital	REKA, komunitas DKV, agency digital lokal	Branding, promosi digital untuk UMKM	Lokal/nasional, digitalisasi tinggi
4	Desain Produk	Cukup: pelaku kreatif, komunitas membatik/kriya	Terbatas: pelaku kecil, modal alat tinggi	Ada: inkubasi bisnis, pameran, Kadin	Inkubator bisnis, Kadin, REKA	Inovasi produk kreatif, bahan lokal	Souvenir/ekraf; mulai ekspor kecil
5	Film, Animasi, Video	Cukup: komunitas film, kampus seni	Terbatas: alat/produksi	Ada: komunitas, Disparbud, festival media	Komunitas film, Disparbud, media lokal, REKA	Konten promosi digital pariwisata	Media digital, event promosi kota

No	Sektor	Potensi SDM	Akses Modal	Jaringan & Kolaborasi	Bentuk Jaringan & Kolaborasi Kota Bogor	Nilai Tambah Produk	Akses ke Pasar
			mahal, proyek jarang				
6	Fotografi	Tinggi: komunitas rajin event, pelatihan banyak	Terbatas: alat/produksi mahal	Ada: komunitas, event Disparbud, festival	Komunitas foto, event pariwisata, REKA	Dokumentasi produk & destinasi	Digital, wisata, promosi medsos
7	Kriya	Cukup: pelaku banyak, tradisi kriya tinggi	Tinggi: banyak terserap KUR & koperasi <sup>1</sup>	Ada: Forum Kriya/UKM, pelatihan Disparbud, festival	Forum kriya, koperasi, pelatihan, REKA	Kerajinan lokal, edukasi budaya	Ekspor & wisata; unggulan Kabupaten/Kota Bogor
8	Kuliner	Tinggi: pelaku terbanyak, komunitas luas	Sedang: akses KUR, bantuan pemda	Ada: forum kuliner, festival, pelatihan	Forum kuliner, festival, KUR, REKA	Gastronomi khas kota, inovasi produk	Wisata, nasional, digital, festival
9	Musik	Cukup: sekolah & komunitas musik aktif	Terbatas: ruang event & sponsor minim	Ada: event musik, studio rekaman, Disparbud	Komunitas, studio musik, event	Identitas budaya, konten digital	Lokal & digital, event sekolah/kota
10	Fesyen	Cukup: banyak pelaku dan komunitas	Sedang: akses KUR, kolaborasi inkubator	Ada: komunitas, pameran, REKA	Komunitas fesyen, KUKM, showcase, REKA	Batik, modest Fesyen, siap ekspor	Lokal/digital, pasar terbatas

No	Sektor	Potensi SDM	Akses Modal	Jaringan & Kolaborasi	Bentuk Jaringan & Kolaborasi Kota Bogor	Nilai Tambah Produk	Akses ke Pasar
11	Aplikasi & Game Developer	Cukup: komunitas digital muda	Sedang: akses inkubator/startup	Ada: REKA, startup, digifest, sekolah	Inkubator REKA, startup, digifest	Solusi digital, edukasi komunitas	Digital/global, adopsi smart city
12	Penerbitan	Sedang: penerbit lokal, komunitas literasi kecil	Terbatas: sedikit yang akses modal/acara	Ada: asosiasi, Disdik, literasi digital	Asosiasi penerbit, Disdik, literasi digital	Buku literasi, digitalisasi, konten lokal	Lokal/digital, pasar terbatas
13	Periklanan	Tinggi: kreator digital dan agency lokal	Sedang: mudah akses digital, KUR untuk jasa	Ada: agency, digital creative, promosi lokal	Agency lokal, komunitas digital, event promosi	Kampanye kreatif, branding UMKM	Lokal/digital, dukung industri/UMKM
14	Televisi & Radio	Cukup: stasiun & komunitas lokal	Terbatas: biaya siaran/teknologi digital	Ada: stasiun, media komunitas, Disparbud	Stasiun lokal, media komunitas, Disparbud	Infotainment, konten lokal dan edukasi	Lokal/digital, migrasi siaran
15	Seni Pertunjukkan	Tinggi: komunitas, event, sekolah banyak	Terbatas: sponsor, fasilitas minim	Ada: komunitas, Disparbud, event	Komunitas seni, Disparbud, event festival, REKA	Festival, hiburan wisata, budaya edukatif	Event, wisata, edukasi, promosi budaya

No	Sektor	Potensi SDM	Akses Modal	Jaringan & Kolaborasi	Bentuk Jaringan & Kolaborasi Kota Bogor	Nilai Tambah Produk	Akses ke Pasar
16	Seni Rupa	Sedang: perupa, muralis, galeri lokal ada	Terbatas: event & pasar mini, belum digital	Ada: komunitas, galeri, mural kota	Galeri, komunitas seni, mural kota, Disparbud, REKA	Lukisan, mural, instalasi publik	Lokal/wisata, event seni mural

Lebih lanjut, di Kota Bogor, pelaku Ekraf secara rutin mengikuti pelatihan dan acara yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah maupun komunitas, dengan dukungan dari wadah seperti Bogor Creative Centre dan REKA Bogor. Langkah ini mendorong peningkatan kompetensi SDM sekaligus memperkuat ekosistem kreatif di Kota Bogor (Disparbud Kota Bogor, 2025).

Pelaku Ekraf di Kota Bogor didorong untuk terus berinovasi melalui workshop dan berbagai bentuk fasilitasi yang berorientasi pada peningkatan inovasi produk. Pemanfaatan teknologi, seperti pemasaran daring (*online*) dan digitalisasi karya, juga menjadi salah satu indikator utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Disparbud Kota Bogor, 2025).

Pemerintah Daerah Kota Bogor aktif melakukan sinergi lintas sektor dan memfasilitasi acara seperti *Gebyar Ekonomi Kreatif* untuk memperkuat jejaring serta memperluas kolaborasi antar-pelaku (Disparbud Kota Bogor, 2025). Langkah ini penting untuk menyerap ide, menjaring peluang bisnis, dan mendorong inovasi baru yang memperkaya ekosistem kreatif kota. Selain itu, digitalisasi juga dianggap sebagai salah satu kekuatan pelaku Ekraf (ekraf) di Kota Bogor karena memudahkan promosi dan transaksi (Disparbud Kota Bogor, 2025).

Namun, tantangan masih muncul dalam pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Untuk itu, Pemerintah Kota Bogor secara intensif memberikan fasilitasi agar semakin banyak produk kreatif lokal memperoleh perlindungan hukum sekaligus nilai tambah di pasar (Disparbud Kota Bogor, 2025). Sementara itu, dari sisi akses pasar, Kota Bogor telah membuktikan diri sebagai pusat subsektor kreatif unggulan—seperti kuliner, kriya, dan fesyen—yang terus berinovasi dan memperoleh eksposur luas melalui pameran, festival, serta jejaring digital.

Temuan tersebut sejalan dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bogor (2024) yang berjudul Rencana Induk Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Bogor Tahun 2024–2028. Serta kajian dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor (2022) yang berjudul *Creative Economy Profile: City of Bogor*. Kedua laporan tersebut menunjukkan bahwa sektor Ekraf di Kota Bogor memiliki posisi strategis dalam struktur perekonomian daerah.

Pemanfaatan metode *Location Quotient* (LQ) dan *Dynamic Location Quotient* (DLQ) menunjukkan bahwa sektor basis di Kota Bogor tidak hanya terbatas pada perdagangan dan jasa, tetapi juga mencakup penyediaan akomodasi, informasi dan komunikasi, transportasi, kesehatan, serta jasa lainnya. Sektor-sektor ini memiliki nilai LQ dan DLQ di atas satu, yang menunjukkan keunggulan sekaligus potensi pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan rata-rata di Provinsi Jawa Barat.

Metode *Location Quotient* (LQ) digunakan untuk mengidentifikasi sektor ekonomi yang menjadi keunggulan komparatif suatu daerah dengan membandingkan kontribusi sektor di daerah tersebut terhadap wilayah yang lebih luas. Nilai LQ lebih besar dari 1 menunjukkan sektor basis, yaitu sektor yang spesialisasinya lebih tinggi di daerah dibandingkan wilayah referensi. Metode *Dynamic Location Quotient* (DLQ) menghitung perubahan struktur ekonomi secara dinamis selama periode waktu tertentu, untuk melihat potensi pertumbuhan sektor dibandingkan daerah referensi. Dengan LQ dan DLQ, pemerintah dapat mengetahui sektor unggulan dan sektor yang potensinya sedang tumbuh atau menurun untuk perencanaan ekonomi daerah. Selanjutnya, analisis distribusi pelaku Ekraf di setiap kecamatan menunjukkan bahwa subsektor kuliner memiliki konsentrasi tertinggi di hampir semua wilayah, sementara subsektor kriya dan fesyen menonjol di beberapa kecamatan tertentu. Kota Bogor telah melaksanakan berbagai program, antara lain penguatan kapasitas SDM, aktivasi ruang kreatif, fasilitasi pemasaran, pendampingan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), serta pemberdayaan komunitas kreatif melalui forum REKA Bogor. Namun, tantangan utama yang masih dihadapi mencakup perlunya peningkatan kolaborasi antar-pelaku, perluasan akses pembiayaan, penguatan kelembagaan, dan pengembangan infrastruktur yang sesuai dengan kebutuhan spesifik tiap subsektor Ekraf.

Dengan demikian, berdasarkan analisis sebelumnya dapat dinyatakan bahwa Kota Bogor memiliki potensi besar dalam sektor UMKM, khususnya pada subsektor kuliner, fesyen, kriya, desain produk, dan desain interior. Potensi ini didukung oleh keberagaman pelaku bisnis, jaringan pemasaran yang luas, serta keterkaitan erat dengan pariwisata dan budaya lokal. Menurut Fauzi et al. (2021), subsektor kuliner mendominasi UMKM Kota Bogor dengan persentase mencapai 60 persen. Temuan ini menunjukkan besarnya permintaan pasar

serta keterkaitannya dengan budaya lokal, terutama dalam subsektor kuliner yang juga menjadi daya tarik wisata.

Selain itu, terdapat penekanan mengenai bagaimana digital marketing menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM di Kota Bogor, terutama yang terdampak pandemi COVID-19 (Azeharie et al., 2022). Digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk beradaptasi dan bersaing di pasar yang berubah dengan cepat. Digitalisasi tidak hanya mencakup aspek pemasaran, tetapi juga mendukung pengelolaan finansial dan strategi organisasi (Purnamasari & Asharie, 2024). Inovasi serta penerapan teknologi dalam pemasaran turut memperkuat daya saing UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan Mardikaningsih (2023) yang menekankan pentingnya strategi pemasaran berbasis media sosial untuk membangun keunggulan kompetitif.

Ketersediaan SDM kreatif di Kota Bogor merupakan elemen penting yang mendorong perkembangan sektor UMKM (Eka et al., 2022). Menurut Huwaidi et al. (2021), kemampuan dan keahlian SDM dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkontribusi besar terhadap kesiapan digitalisasi UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan Sufi & Suharti (2021) yang menekankan bahwa investasi dalam pendidikan dan pelatihan bagi karyawan UMKM dapat meningkatkan produktivitas serta efektivitas operasional, yang sangat krusial dalam menghadapi persaingan di era digital saat ini.

Transformasi digital merupakan pendorong utama bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Dalam konteks ini, pelaku UMKM di Kota Bogor perlu aktif melakukan digitalisasi di seluruh aspek operasional mereka. Sufi & Suharti (2021) menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara motivasi intrinsik dan pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap kesiapan digitalisasi. Hal ini menegaskan pentingnya pembekalan pengetahuan serta pelatihan TIK dalam membentuk kesiapan pelaku UMKM menghadapi tantangan era digital.

Inovasi pada sektor UMKM perlu berfokus pada pengembangan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Hal ini mencakup pemanfaatan teknologi untuk memperbaiki produk atau menciptakan layanan baru. Misalnya, pemasaran daring (*online*) menjadi sangat penting karena semakin banyak konsumen yang beralih ke platform digital selama pandemi (Bakhri & Futiah, 2020). Dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital, UMKM tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan interaksi dengan konsumen (Hilmiana & Kirana, 2022).

Paket dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan bagi UMKM semakin diperlukan untuk mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing. Dukungan tersebut dapat berupa fasilitasi pelatihan, akses pembiayaan, serta program yang berfokus pada digitalisasi (Armada et al., 2024). Kolaborasi ini juga dapat melibatkan institusi pendidikan dan organisasi non-pemerintah yang berkomitmen mendukung para pelaku usaha (Rozari et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa sinergi antara sektor publik dan swasta menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem UMKM di Kota Bogor.

Dalam menanggapi tantangan yang dihadapi UMKM di era pascapandemi, strategi bertahan berbasis digitalisasi menjadi semakin penting. Aditria et al. (2023) menunjukkan bahwa UMKM dapat meningkatkan pendapatan dengan mengadaptasi pemasaran digital sebagai cara untuk bertahan pada masa sulit. Hal ini menegaskan pentingnya literasi digital dan penguasaan platform e-commerce yang berpotensi mendongkrak penjualan.

Melihat potensi yang ada, sektor UMKM di Kota Bogor perlu dioptimalkan melalui model bisnis berbasis inovasi dan digitalisasi. Dua aspek krusial yang harus diperhatikan adalah peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM serta adopsi kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM kreatif. Peningkatan kapasitas dan keterampilan ini penting untuk memastikan pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika lingkungan bisnis (Dewi et al., 2022).

Diperlukan komitmen untuk memperkuat kapasitas dan inovasi di sektor UMKM agar mampu tumbuh dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal maupun nasional. Mengingat peran UMKM sebagai penyerap tenaga kerja terbesar, penguatan ini akan berdampak langsung pada pengurangan angka pengangguran di Kota Bogor. Dengan demikian, pengembangan UMKM melalui digitalisasi menjadi langkah strategis yang dapat mengantarkan Kota Bogor menuju era ekonomi yang lebih maju dan inklusif.

Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pemasaran memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi UMKM. Suparjiman et al. (2024) menekankan bahwa digitalisasi memberi UMKM kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik produk melalui inovasi dalam branding. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan pemasaran digital, UMKM dapat membangun citra merek yang lebih kuat, yang pada gilirannya mampu menarik lebih banyak konsumen.

Walaupun UMKM di Kota Bogor menghadapi berbagai tantangan, adaptasi melalui inovasi digital dan peningkatan kolaborasi lintas sektor dapat mendorong perkembangan positif serta menjaga keberlanjutan bisnis. Penguatan kapasitas, literasi, dan jejaring antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah perlu menjadi fokus utama untuk mengoptimalkan potensi tersebut.

Melalui penerapan strategi yang tepat termasuk peningkatan literasi digital, pemanfaatan teknologi informasi, dan penguatan kepercayaan konsumen pada merek lokal UMKM di Kota Bogor dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. Selain itu, investasi pada pendidikan, promosi, serta inovasi teknologi di sektor UMKM akan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif di tingkat lokal.

Dengan demikian, optimalisasi sektor UMKM di Kota Bogor harus melibatkan pendekatan multi-pemangku kepentingan (*multi-stakeholder*) yang mencakup pemerintah, pelaku bisnis, komunitas pendidikan, dan masyarakat umum. Keterlibatan seluruh pihak akan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing di tengah perubahan yang cepat. Hal ini penting tidak hanya bagi pelaku UMKM, tetapi juga bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Kota Bogor secara keseluruhan. Dengan kerja sama dan dukungan yang kuat, UMKM dapat menjadi penggerak utama dalam membangun masyarakat yang kreatif, produktif, dan berdaya saing.



## **6. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN UNTUK MENINGKATKAN KONTRIBUSI SEKTOR EKRAF DAN UMKM**

Kajian Kontribusi Ekonomi Kreatif  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

## 6.1. Kesimpulan

1. Pada tahun 2023, nilai PDRB Ekraf ADHB mencapai sekitar Rp3,26 triliun, atau berkontribusi sebesar 5,72% dari total PDRB Kota Bogor sebesar Rp57 triliun.
2. Kontribusi Ekraf terhadap PDRB Kota Bogor Sektor Ekraf Kota Bogor terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan nilai tambah, dan memperkuat daya saing ekonomi lokal melalui inovasi di berbagai subsektor seperti kuliner, fesyen, kriya, desain produk, dan desain interior. Jumlah tenaga kerja sektor Ekraf yang terserap mencapai 57.607 orang (11,89% dari total tenaga kerja Kota Bogor) dengan subsektor kuliner menjadi yang paling dominan baik dari sisi unit usaha maupun tenaga kerja, yaitu 20.005 unit usaha dan 40.010 tenaga kerja. UMKM berperan sebagai pilar utama dengan 48.000 unit yang berfungsi menyerap tenaga kerja secara masif, menjadi motor pertumbuhan yang adaptif (terutama pascapandemi) melalui digitalisasi dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan.
3. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa subsektor kuliner, fesyen, kriya, desain produk, dan desain interior layak menjadi prioritas pengembangan di Kota Bogor karena unggul dalam jumlah usaha, penyerapan tenaga kerja, produktivitas, aset, dan ekosistem pendukung. Potensi ini didorong oleh tingginya permintaan pasar lokal dan regional, didukung ekosistem pariwisata, budaya, serta inovasi produk yang beragam. Selain itu, digitalisasi pemasaran dan aktivasi berbagai festival kuliner turut memperkuat daya saing subsektor ini.

## 6.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, terdapat sejumlah langkah strategis yang perlu ditempuh untuk memperkuat kontribusi Ekraf dan UMKM di Kota Bogor secara terarah dan komprehensif.

Pertama, dalam rangka pemerataan wilayah, langkah utama yang perlu diambil adalah memperkuat kecamatan yang relatif tertinggal, seperti Bogor Timur, Bogor Tengah, dan Bogor Utara. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan akses pembiayaan, penyediaan pelatihan yang relevan, serta pendirian pusat kreatif baru yang berfungsi sebagai motor penggerak pertumbuhan Ekraf di wilayah tersebut. Selain itu, penting untuk menerapkan kebijakan berbasis data (*evidence-based policy*) agar intervensi yang dilakukan

benar-benar tepat sasaran dan efektif dalam mengatasi ketimpangan antarwilayah.

Kedua, dari segi diversifikasi subsektor, pengembangan subsektor potensial seperti aplikasi digital, *game*, seni pertunjukan, dan periklanan perlu ditingkatkan agar mampu memberikan nilai tambah yang signifikan. Sementara itu, subsektor dominan seperti kriya dan fesyen juga harus diperkuat melalui peningkatan kualitas produk, inovasi, sertifikasi, serta perluasan pasar ekspor. Pendekatan ini akan memastikan bahwa sektor Ekraf di Kota Bogor tidak hanya berkembang dari sisi kuantitas, tetapi juga dari sisi kualitas dan keberagaman.

Ketiga, penguatan SDM dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci dalam menghadapi tuntutan era digitalisasi saat ini. Pelatihan di bidang digital, kewirausahaan, dan kreativitas berbasis inovasi harus menjadi prioritas untuk membekali pelaku UMKM dan Ekraf. Selain itu, kolaborasi antar-subsektor misalnya menghubungkan kriya dengan aplikasi digital perlu dikembangkan guna mendorong lahirnya produk inovatif yang memiliki daya saing tinggi.

Keempat, penguatan ekosistem dan akses modal menjadi prasyarat penting bagi pertumbuhan UMKM dan Ekraf. Upaya perlu diarahkan pada penaikan skala usaha (*scaling up*) melalui pendampingan atau pembinaan yang intensif, serta fasilitasi kerja sama antara usaha mikro, kecil, dan menengah. Kebijakan terkait kemudahan akses permodalan juga harus diperluas, antara lain melalui pemberian insentif fiskal, kemudahan perizinan, dan pendampingan khusus bagi UMKM. Selain itu, alternatif pendanaan seperti *crowdfunding* dan modal ventura (*venture capital*) perlu mulai diperkenalkan. Optimalisasi ruang publik serta integrasi dengan pariwisata dan ekonomi digital juga penting dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran dan mendorong kolaborasi lintas sektor.

Kelima, dalam aspek regenerasi dan akselerasi, perlu dibangun ekosistem inkubasi bagi perusahaan rintisan (*startup*), mentoring, serta kompetisi kewirausahaan guna melahirkan generasi muda pelaku Ekraf yang inovatif dan berdaya saing. Program akselerasi subsektor unggulan juga perlu dirancang, misalnya bagi pelaku desain interior, kriya, dan aplikasi digital. Selain itu, inkubasi juga penting bagi subsektor dengan omzet yang masih rendah, seperti seni pertunjukan, seni rupa, *game*, dan periklanan, agar subsektor tersebut dapat berkembang dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian kota.

Dengan implementasi strategi-strategis di atas secara konsisten dan terintegrasi, kontribusi sektor Ekraf dan UMKM di Kota Bogor diharapkan dapat meningkat secara signifikan. Peningkatan tersebut tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pemerataan kesejahteraan, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan daya saing di tingkat regional maupun nasional. Dengan demikian, usaha mikro dapat bertumbuh menjadi usaha kecil, dan usaha kecil berkembang ke skala menengah sebagai bagian dari proses kenaikan skala usaha (*scaling up*).

Secara rinci, seluruh rekomendasi tersebut diturunkan menjadi beberapa program strategis. Hasil analisis menunjukkan bahwa sektor Ekraf (ekraf) dan UMKM di Kota Bogor menghadapi sejumlah tantangan yang berdampak langsung pada efektivitas pengembangan serta kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya kapasitas SDM baik dari sisi keterampilan teknis, manajerial, maupun literasi digital yang membuat banyak pelaku usaha masih kesulitan bersaing dan berinovasi di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Selain itu, keterbatasan akses terhadap permodalan dan pembiayaan usaha masih menjadi kendala utama, khususnya dalam upaya ekspansi, pengadaan alat produksi, dan adopsi teknologi baru. Banyak pelaku UMKM belum mampu memenuhi persyaratan untuk memperoleh kredit formal, sementara rendahnya literasi keuangan menyebabkan ketergantungan pada sumber pembiayaan informal dengan kapasitas modal yang terbatas.

Masalah lain yang diidentifikasi adalah belum optimalnya pemanfaatan infrastruktur dan fasilitas pendukung usaha. Kendala tersebut mencakup terbatasnya ruang kreatif yang representatif, lemahnya jaringan akses internet, serta minimnya ruang publik untuk promosi dan pemasaran produk lokal. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk Ekraf Kota Bogor, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dari sisi pemasaran, pelaku UMKM juga sering kali kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas akibat terbatasnya promosi digital, lemahnya branding, dan keterbatasan akses ke *marketplace* nasional, sehingga pangsa pasar cenderung terbatas secara geografis.

Selain itu, masalah klasik berupa lemahnya perlindungan HKI serta rendahnya tingkat inovasi dan penelitian-pengembangan produk menyebabkan potensi pelaku Ekraf belum sepenuhnya dimanfaatkan, sekaligus meningkatkan risiko plagiasi maupun stagnasi produk. Terfragmentasinya ekosistem kolaborasi

baik antar-pelaku usaha maupun lintas sektoral (pemerintah, dunia usaha, dan akademisi) juga menjadi kendala yang perlu diatasi untuk mempercepat pertumbuhan UMKM serta menumbuhkan sentra industri kreatif unggulan di Kota Bogor. Berangkat dari berbagai tantangan tersebut, diperlukan seperangkat program pengembangan yang terstruktur dan terukur, meliputi: (1) peningkatan kapasitas SDM, (2) penguatan infrastruktur, (3) perluasan akses pembiayaan, (4) pengembangan fasilitas promosi dan pemasaran, (5) perlindungan HKI, serta (6) sinergi *pentahelix* guna menciptakan ekosistem Ekraf dan UMKM yang resilien serta berdaya saing tinggi.

### **Rekomendasi Pengembangan Ekraf**

Distribusi unit usaha Ekraf di Kota Bogor masih menunjukkan ketidakmerataan, dengan konsentrasi pengembangan terpusat pada beberapa kecamatan, terutama Tanah Sareal dan Bogor Selatan. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor infrastruktur, kepadatan penduduk, pengembangan kawasan bisnis, serta dukungan ekosistem kreatif yang lebih mapan. Sementara itu, kecamatan dengan jumlah unit usaha Ekraf yang rendah, seperti Bogor Timur, Bogor Tengah, dan Bogor Utara, memerlukan perhatian khusus melalui penyediaan akses permodalan, pelatihan kewirausahaan, serta pembentukan pusat Ekraf baru. Oleh karena itu, penyusunan kebijakan berbasis data yang responsif terhadap kebutuhan spesifik setiap wilayah menjadi sangat penting agar intervensi yang diterapkan tepat sasaran dan berdampak nyata pada pemerataan kontribusi Ekraf di seluruh Kota Bogor.

Upaya pemerataan tersebut perlu didukung dengan program diversifikasi subsektor Ekraf, khususnya subsektor yang saat ini masih memiliki jumlah unit usaha kecil tetapi berpotensi tinggi, seperti aplikasi, *game development* (pengembangan permainan), seni pertunjukan, dan periklanan. Diversifikasi ini dapat difasilitasi melalui pemberian insentif, pelatihan teknis, serta perluasan akses pasar. Pada saat yang sama, subsektor dominan seperti kriya dan fesyen juga perlu diperkuat melalui peningkatan kualitas produksi, sertifikasi, inovasi desain, serta dukungan ekspor agar mampu menembus pasar nasional maupun internasional.

Selain itu, pemberdayaan SDM menjadi faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan subsektor berbasis teknologi dan media baru. Pelatihan digital, kewirausahaan, dan kreativitas berbasis inovasi perlu diperluas agar pelaku usaha memiliki daya saing dalam ekosistem Ekraf yang semakin kompetitif. Pemerintah Kota Bogor juga dapat mendorong kolaborasi antar-subsektor,

misalnya antara kriya dan desain produk, atau melalui integrasi aplikasi digital dalam pemasaran, guna menciptakan produk maupun jasa inovatif dengan nilai tambah tinggi.

Dalam konteks penguatan ekosistem, kebijakan afirmatif berupa kemudahan akses permodalan, insentif fiskal, kemudahan perizinan, serta pendampingan bagi usaha mikro dan ultra-mikro perlu menjadi prioritas untuk mendorong peningkatan skala usaha. Skema pendanaan alternatif, seperti *crowdfunding* maupun modal ventura (*venture capital*), juga dapat dimanfaatkan bagi subsektor yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi tetapi menghadapi keterbatasan modal. Selain itu, optimalisasi fasilitas publik dan ruang kreatif di seluruh kecamatan, serta integrasi antara sektor Ekraf, pariwisata, dan ekonomi digital, akan memperluas pasar sekaligus meningkatkan daya saing pelaku usaha daerah.

Regenerasi pelaku usaha Ekraf juga menjadi isu penting. Pemerintah dapat meningkatkan partisipasi generasi muda melalui program inkubasi perusahaan rintisan kreatif (*startup*), pendampingan antar-generasi, kompetisi bisnis, subsidi permodalan, serta fasilitasi pemasaran digital. Kolaborasi dengan lembaga pendidikan vokasi dan komunitas kreatif akan memperkuat transfer pengetahuan serta menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha. Program-program ini tidak hanya menjaga kesinambungan subsektor kreatif, tetapi juga membuka lapangan kerja baru yang lebih inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman.

Akhirnya, subsektor dengan potensi ekonomi tinggi seperti desain interior, kriya, dan aplikasi digital perlu memperoleh program akselerasi khusus melalui pelatihan penaikan skala usaha (*scale-up*), akses permodalan, serta fasilitasi ekspor. Sebaliknya, subsektor dengan omzet rendah seperti seni pertunjukan, seni rupa, *game development* (pengembangan permainan), dan periklanan membutuhkan program inkubasi, pelatihan kreatif, serta kolaborasi lintas subsektor agar mampu tumbuh dan bersaing. Dengan demikian, strategi diversifikasi, penguatan ekosistem berbasis data, regenerasi SDM, serta adopsi teknologi digital diharapkan dapat mendorong terciptanya pertumbuhan Ekraf Kota Bogor yang lebih inklusif, merata, dan berkelanjutan.

Tabel 19. Indikasi Program pengembangan Ekraf Kota Bogor

No.	Program	Indikasi Program	Rencana Aksi	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
1	Peningkatan Kapasitas SDM Ekraf	Pelatihan & pendampingan pelaku industri kreatif	- Pelatihan keterampilan teknis - Workshop manajerial - Sertifikasi profesi	Disparbud, Disnakertrans, Diskukmdagin			Peningkatan jumlah pelaku bersertifikat/pelatihan
2	Pengembangan Infrastruktur & Fasilitas	Pembangunan ruang kreatif & digitalisasi	- Pusat kreasi/ kreatif - Penguatan jaringan internet - Revitalisasi ruang publik	DPUPR, Diskominfo, Diskukmdagin, Bapperida			Tersedianya pusat kreatif & akses internet luas
3	Penguatan Ekosistem Pemasaran & Promosi	Pemasaran produk ekraf	- Promosi melalui pameran - Pengembangan portal/marketplace online - Branding kota/ kabupaten kreatif	Diskukmdagin, Disparbud, Diskominfo			Meningkatnya penjualan, terbangunnya branding lokal
4	Peningkatan Akses Permodalan	Program fasilitasi pembiayaan ekraf	- Skema kredit/ bantuan modal khusus - Kolaborasi dengan lembaga keuangan - Edukasi literasi keuangan	Diskukmdagin,			Bertambahnya pelaku yang mendapat akses pembiayaan
5	Perlindungan & Pemanfaatan HKI	Pendaftaran/pelatihan HKI	- Sosialisasi pentingnya HKI - Bantuan pendaftaran HKI	Ditjen HKI, Diskukmdagin			Meningkatnya jumlah produk yang punya HKI
6	Penguatan Jaringan Kolaborasi/Jejaring Komunitas	Kolaborasi triple helix (pemerintah, bisnis, akademisi)	- Forum komunikasi ekraf - Kemitraan dengan universitas /industri	Bapperida, Dinas terkait, Dewan Ekraf Daerah			Rutin forum sinergi, program inkubasi bersama

No.	Program	Indikasi Program	Rencana Aksi	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
7	Pengembangan Riset & Inovasi	Riset pasar & pengembangan produk	- Penelitian tren industri kreatif - Inkubasi start-up kreatif	Bapperida, Perguruan Tinggi, Diskukmdagin, Perguruan Tinggi			Laporan riset terbit, tercipta produk inovatif baru
8	Penguatan Regulasi & Insentif	Insentif fiskal/nonfiskal & kemudahan perijinan	- Subsidi pajak khusus - Kemudahan proses izin usaha	DPMPTSP, Bapperida, Bapenda			Penerbitan regulasi baru, insentif real diberikan
9	Penguatan Industri Unggulan (Kuliner, Fesyen, Kriya)	Klasterisasi & sentralisasi industri unggulan	- Pengembangan sentra kuliner, fesyen, kriya - Promosi ekspor	Diskukmdagin, Disparbud			Berdirinya sentra, kenaikan ekspor produk unggulan
10	Penguatan Kawasan Kreatif	Pengembangan kampung kreatif & pendampingan	- Penetapan kampung kreatif - Pelatihan, pendampingan kelompok	Bapperida, Diskukmdagin			Desa kreatif aktif, jumlah kelompok kreatif meningkat

## **Rekomendasi Pengembangan UMKM**

Implikasi nyata dari hasil pemetaan menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Bogor perlu merumuskan kebijakan yang bersifat afirmatif dan inklusif guna mengurangi kesenjangan antarwilayah. Upaya peningkatan akses permodalan serta penyediaan fasilitas penunjang di kecamatan dengan jumlah UMKM relatif rendah, seperti Bogor Tengah dan Bogor Timur, menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata. Program pelatihan intensif, pendampingan usaha, dan pengembangan kapasitas manajerial di wilayah tersebut dinilai efektif dalam memperkuat fondasi UMKM. Selain itu, pengembangan infrastruktur, optimalisasi pemasaran digital, serta pembentukan jejaring usaha lintas kecamatan diharapkan dapat meningkatkan kolaborasi dan transfer pengetahuan, sehingga kecamatan yang masih tertinggal dapat memperoleh manfaat langsung dari kemajuan wilayah lain.

Data yang ada juga menegaskan perlunya kebijakan yang berfokus pada penguatan skala usaha, peningkatan akses pembiayaan, dan fasilitasi peningkatan kapasitas kewirausahaan. Pemerintah Kota Bogor perlu memperluas program inkubasi bisnis, pelatihan kewirausahaan, serta digitalisasi proses usaha agar pelaku mikro dapat berkembang menjadi usaha kecil maupun menengah. Penguatan akses pasar dan jejaring bisnis lintas sektor sangat penting untuk memperluas peluang kolaborasi serta mendorong inovasi produk maupun jasa. Selanjutnya, pemberian insentif fiskal, kemudahan perizinan, dan bantuan permodalan harus dilakukan secara terfokus, terutama pada sektor-sektor dengan potensi pertumbuhan besar namun hingga kini masih didominasi oleh usaha mikro, seperti sektor perdagangan dan industri pengolahan. Integrasi sistem pendataan dan monitoring perkembangan UMKM juga diperlukan agar setiap intervensi kebijakan dapat disesuaikan secara presisi dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Intervensi di bidang pembiayaan menjadi salah satu faktor kunci yang harus segera diperkuat. Pemerintah bersama lembaga keuangan perlu menyediakan alternatif pembiayaan yang lebih inklusif, misalnya melalui kredit tanpa agunan, crowdfunding, atau skema subsidi modal bagi pelaku usaha dengan rerata modal rendah. Aspek pendampingan usaha harus difokuskan pada peningkatan literasi keuangan, penyusunan perencanaan bisnis, serta kemampuan mengakses pembiayaan formal. Pada subsektor dengan

disparitas modal tinggi, program inkubasi dan pelatihan manajerial perlu diutamakan agar pelaku usaha mikro mampu berkembang ke tingkat usaha kecil dan menengah. Kebijakan insentif fiskal maupun kemudahan perizinan pada sektor strategis, khususnya industri pengolahan dan pengadaan utilitas, dapat mempercepat pertumbuhan pelaku usaha dengan modal besar sekaligus memberikan peluang eskalasi bagi usaha bermodal kecil. Melalui monitoring dan evaluasi rutin terhadap struktur modal UMKM, kebijakan dapat diperbarui secara adaptif sesuai kebutuhan aktual di masing-masing subsektor.

Dalam mendukung keberlanjutan pertumbuhan UMKM dan Ekraf, pemerintah daerah perlu memperluas program inkubasi, fasilitasi digitalisasi, serta pelatihan kewirausahaan yang menasar pelaku mikro agar dapat naik kelas. Dukungan berupa kemudahan perizinan, akses modal, dan pembinaan manajerial diyakini mampu mempercepat pertumbuhan usaha sekaligus memperbesar penyerapan tenaga kerja. Kolaborasi lintas sektor juga harus diperkuat melalui ekosistem yang melibatkan pemerintah, akademisi, dunia usaha, dan komunitas kreatif untuk memperluas jejaring bisnis dan mendorong munculnya inovasi.

Secara keseluruhan, implikasi pemetaan ini menegaskan pentingnya strategi integratif yang meliputi diversifikasi subsektor kreatif, pemberdayaan UMKM mikro agar naik kelas, pemanfaatan alternatif pembiayaan inovatif, dan penguatan kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Dengan dukungan kebijakan berbasis data, ekosistem digital yang inklusif, serta sinergi lintas sektor, pengembangan UMKM dan Ekraf di Kota Bogor diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing pelaku usaha, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Tabel 20. Indikasi Program pengembangan UMKM Kota Bogor

No.	Program	Kegiatan Utama	Sub Kegiatan Utama	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
1	Peningkatan Akses Permodalan UMKM	Penyuluhan akses kredit	Pendampingan pengajuan KUR	Diskukmdagin, Perbankan			Banyak UMKM memperoleh akses KUR
		Kemitraan lembaga keuangan	Pelatihan administrasi untuk kredit usaha	Diskukmdagin, Bapperida, Koperasi			Kredit lunak bagi UMKM baru
2	Digitalisasi UMKM	Pelatihan digital marketing	Workshop marketplace dan media sosial	Diskukmdagin,, Diskominfo			UMKM online, promosi lewat IG/marketplace
		Fasilitasi onboarding marketplace	Klinik pembuatan akun e-commerce	Diskukmdagin, Diskominfo			UMKM punya toko online di Tokopedia/Shopee
3	Pemberdayaan Koperasi	Konsolidasi kelompok koperasi	Reorganisasi koperasi tidak aktif	Diskukmdagin/Koperasi			Koperasi aktif meningkat
		Pelatihan manajemen koperasi	Workshop pembukuan sederhana	Diskukmdagin/Koperasi			Laporan keuangan koperasi membaik
4	Pengembangan Produk Unggulan Daerah	Sertifikasi halal & PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	Fasilitasi legalitas produk	Dinkes, Diskukmdagin, Bapperida			Produk memiliki sertifikat halal/PIRT
		Inkubasi produk kreatif	Pameran/kurasi produk unggulan lokal	Diskukmdagin, Dekranasda			Produk lokal ikut pameran lokal/nasional

No.	Program	Kegiatan Utama	Sub Kegiatan Utama	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
5	Pelatihan Kewirausahaan	Pelatihan bisnis dasar	Mindset kewirausahaan dan inovasi	Diskukmdagin, Bapperida			Pelatihan rutin bagi pemula
		Pelatihan manajemen keuangan UMKM	Pendampingan pencatatan dan pelaporan keuangan	Diskukmdagin, Bapperida			UMKM dapat membuat laporan keuangan
6	Penguatan Jaringan Pemasaran	Promosi produk di event/pameran	Business matching dan temu usaha	Diskukmdagin, Disparbud			UMKM ikut expo, business matching
		Fasilitasi kemitraan B2B	Kemitraan dengan supermarket/ritel modern	Diskukmdagin			Produk UMKM masuk ritel modern
7	Inovasi dan Diferensiasi Produk	Pelatihan desain kemasan	Kompetisi inovasi kemasan dan desain	Diskukmdagin, Bapperida			Kemasan UMKM lebih menarik
		Pengembangan teknologi produksi	Fasilitasi alat produksi baru	Diskukmdagin, Bapperida			Mesin baru, efisiensi meningkat
8	Pembinaan Sentra/Sentra UMKM	Pengembangan sentra tematik	Pelatihan pengelolaan sentra (cluster)	Diskukmdagin, Kecamatan, Perguruan Tinggi			Sentra pempek, sentra batik tumbuh
		Fasilitasi pemasaran kelompok	Penataan sentra sebagai lokasi wisata belanja	Diskukmdagin, Disparbud			Pusat oleh-oleh UMKM didirikan
9	Penguatan Kemitraan Industri	MoU UMKM dengan industri besar	Linkage dengan industri/pemerintah/ritel	Diskukmdagin, Setda			Produk UMKM dijual di bandara/mall/ritel

No.	Program	Kegiatan Utama	Sub Kegiatan Utama	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
		Pelatihan <i>supply chain</i>	Workshop rantai pasok	Diskukmdagin/ Koperasi			Produk lokal masuk rantai pasok industri
10	Fasilitasi Legalitas Usaha	Pembuatan NIB dan perizinan	Pelatihan OSS dan klinik izin	DPMPTSP, Diskukmdagin			UMKM punya NIB & izin lengkap
		Sertifikasi produk (SNI, BPOM)	Fasilitasi sertifikasi bersama	DPMPTSP, Dinkes			Produk ada label SNI, izin edar
11	Revitalisasi Infrastruktur UMKM	Renovasi tempat usaha/produksi	Pembangunan kios/sentra UMKM	Diskukmdagin, Dinas PUPR			Kios, sentra dan ruang pameran UMKM dibangun
		Penyediaan alat produksi	DAK atau hibah alat mesin produksi	Diskukmdagin			Mesin produksi bantuan pemerintah
12	Peningkatan Akses Teknologi	Pelatihan penggunaan IT	Pelatihan aplikasi keuangan, pemasaran, produksi	Diskukmdagin, Diskominfo, Perguruan Tinggi			UMKM bisa pakai aplikasi kasir
		Fasilitasi teknologi tepat guna	Demo day dan trial alat baru	Diskukmdagin, Perguruan tinggi			UMKM adopsi alat otomatisasi sederhana
13	Pengembangan Branding & Promosi	Workshop branding	Pembuatan logo dan identitas usaha	Diskukmdagin, Dekranasda			UMKM punya logo/ciri khas sendiri

No.	Program	Kegiatan Utama	Sub Kegiatan Utama	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
		Sosialisasi promosi digital	Pembinaan promosi via website dan konten digital	Diskukmdagin, Diskominfo			Website dan video promosi UKM dibuat
14	Sertifikasi dan Standardisasi Produk	Sertifikasi halal/PIRT/SNI/BPOM	Klinik bimbingan teknis pengurusan sertifikat	Dinkes, Diskukmdagin			Banyak produk UMKM bersertifikat legal
		Pendampingan penerapan standar produksi	Audit mini & pelatihan SOP UMKM	Dinkes, Diskukmdagin			SOP produksi diterapkan
15	Penguatan SDM UMKM	Pelatihan pelaku UMKM	Workshop rutinitas bisnis dan pengembangan SDM	DISKUKMDAGIN, Bapperida, Perguruan Tinggi			Pelatihan SDM reguler
		Pendampingan usaha (mentoring)	Klinik coaching bisnis	DISKUKMDAGIN, Perguruan Tinggi			Mentor bisnis mendampingi usaha
16	Pengembangan Kampung Wisata/Entrepreneur	Pelatihan produk wisata kampung	Integrasi UMKM kelurahan dengan paket wisata	DISKUKMDAGIN, Pariwisata, Pemdes			Desa wisata dengan produk lokal unggulan <sup>[31][41]</sup>
		Fasilitasi Homestay/kerajinan	Workshop peningkatan mutu produk wisata	DISKUKMDAGIN, Disparbud			Produk kerajinan laku sebagai souvenir
17	Program Inkubasi Wirausaha UMKM	Inkubator bisnis UMKM	Fasilitasi pengembangan start up lokal	DISKUKMDAGIN, Inkubator kampus			UMKM alumni inkubator bisnis berkembang

No.	Program	Kegiatan Utama	Sub Kegiatan Utama	PIC/Dinas Pelaksana	Periode Pelaksanaan Jangka Menengah	Periode Pelaksanaan Jangka Panjang	Indikator dan Target Kinerja Kunci
		Kompetisi bisnis pemula	Demo day, kompetisi business plan	DISKUKMDAGIN, Inkubator			Pemenang lomba bisnis didampingi
18	Peningkatan inklusi keuangan	Akses asuransi dan pembiayaan mikro	Pelatihan akses produk asuransi, fintech, dan dana bergulir	DISKUKMDAGIN, OJK, Bank, Fintech			UMKM punya asuransi/akses pinjaman fintech
		Edukasi literasi keuangan	Seminar literasi perbankan dan donasi	DISKUKMDAGIN, OJK, Perbankan			Peningkatan rekening UMKM di bank
19	Sinergi Pentahelix	Kolaborasi pemerintah - swasta - akademisi - komunitas	Forum pentahelix UMKM	DISKUKMDAGIN, Perguruan Tinggi, Komunitas, Media			Forum UMKM lintas sektoral terbentuk
		Program pelatihan bersama	Pendampingan oleh mahasiswa/universitas	DISKUKMDAGIN, Kampus, LSM			Program KKN tematik mendampingi UMKM
20	Kampanye Bangga Buatan Lokal	Gerakan cinta produk lokal	Event expo dan promosi media massa	Diskopdag, Dekranasda, Pariwisata			Event "Bangga Buatan Indonesia" lokal
		Kerjasama Pemda dengan ritel/marketplace	Penjualan dan pajangan produk lokal di mall/pasar	DISKUKMDAGIN BUMD/ritel			Rak khusus UMKM di mall/pasar tersedia



## DAFTAR PUSTAKA

Kajian Kontribusi Ekraf  
dan UMKM Terhadap PDRB Kota Bogor  
Tahun 2025

- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh brand image, e-wom dan brand trust terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi di hits burger antasari jakarta selatan. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 30-45. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2001>
- Armada, S., Rozi, C., Hadityo, C., Direja, D., & Mayangjati, I. (2024). Pemberdayaan umkm dengan fokus pada peran wanita: inovasi digitalisasi pemasaran di kecamatan kebon pedas, sukabumi. *Blantika Multidisciplinary Journal*, 2(3), 311-316. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.108>
- Azeharie, S., Sari, W., & Irena, L. (2022). Kampanye komunikasi lingkungan untuk mengurangi dan mengolah sampah pendaki gunung gede pangrango. *Journal of Servite*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.37535/102003120213>
- Bakhri, S. and Futiah, V. (2020). Pendampingan dan pengembangan manajemen pemasaran produk umkm melalui teknologi digital di masa pandemi covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- Dewi, L., Hilendri, B., & Kartikasari, N. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi informasi akuntansi pada umkm di kota mataram. *Riset Ekonomi Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 3(2), 121-136. <https://doi.org/10.30812/rekan.v3i2.2377>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor. (2022). *Creative Economy Profile: City of Bogor*. Pemerintah Kota Bogor.
- Disparbud Kota Bogor. (2025, Februari 16). Disparbud Mencatat, Kuliner Menjadi Subsektor Ekonomi Kreatif Terbanyak di Kota Bogor. TemuUMKM. <https://temumkm.com/disparbud-mencatat-kuliner-menjadi-subsektor-ekonomi-kreatif-terbanyak-di-kota-bogor/>
- Eka, D., Diah, Y., Taufik, T., Bunga, C., Putriana, V., Febianti, D., ... & Arifuddin, Z. (2022). Peranan kompetensi sdm dalam meningkatkan industri umkm di kecamatan ilir barat ii palembang. *Sricommerce Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 39-44. <https://doi.org/10.29259/jscs.v3i1.56>

- Fauzi, M., Pratama, R., Laksono, P., & Eosina, P. (2021). Penerapan big data menggunakan algoritma multi-label k-nearest neighbor dalam analisis sentimen konsumen umkm sektor kuliner. *Krea-Tif*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.32832/kreatif.v9i1.3587>
- Fitriani, I., Pratama, A., Quthb, A., Fadhlurrahman, F., Iwan, F., Hisyam, R., ... & Hunafa, Z. (2024). Digitalisasi umkm sebagai upaya peningkatan pemasaran online di desa sindangpanon. *Bemas Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391-398. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>
- Hilmianà, H. and Kirana, D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan umkm segarhalal. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58-67. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i2.101>
- Pemerintah Kota Bogor. (2024). *Laporan Akhir Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Bogor Tahun 2024–2028*. Bappeda Kota Bogor.
- Purnamasari, E. and Asharie, A. (2024). Digitalisasi umkm, literasi keuangan terhadap kinerja keuangan umkm di era new normal pandemi covid 19. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 7(1), 348-361. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1416>
- Rozari, P., Foenay, C., Salean, D., & Faah, Y. (2023). Peningkatan peran umkm berbasis digital di kabupaten timor tengah selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 369-378. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i5.167>
- Sufi, R. and Suharti, L. (2021). Pengaruh motivasi intrinsik dan pengetahuan tik terhadap kesiapan digitalisasi umkm dengan faktor demografi sebagai variabel pemoderasi (studi pada umkm kuliner di salatiga). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 107-120. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.39311>

