

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Profil Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Kemenparekraf RI

Berdasarkan informasi yang telah tertulis pada Peraturan Presiden atau PerPres Nomor 69 Tahun 2019 yang membahas mengenai perubahan Kementerian Pariwisata pada Kabinet Kerja yang kemudian diubah menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau yang dikenal sebagai Kemenparekraf pada tahun 2019-2020. Kemenparekraf ini berada di bawah naungan serta bertanggung jawab Presiden Republik Indonesia, selain itu Kemenparekraf juga bertugas untuk membantu Presiden dalam preses penyelenggarakan urusan pemerintahan mengenai bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, yang merupakan tujuan dari pembangunan nasional.

Saat ini Kemenparekraf dipimpin oleh Sandiaga Salahuddin Uno yang menjabat sebagai Menparekraf atau Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dimulai pada tanggal 23 Desember 2020. Pada periode pertama Presiden Joko Widodo yaitu tahun 2014-2019 memisahkan dan membagi tugas Ekonomi Kreatif menjadi Kementerian Pariwisata yang kemudian membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yaitu badan yang berada dibawah naungan kementerian serta memiliki fungsi untuk dapat memperkuat sektor ekonomi kreatif, namun pada akhir tahun 2019, Presiden Joko Widodo menyatukan kembali tugas antara Bekraf dengan Kementerian Pariwisata dengan logo yang ada pada gambar 1.1 (Kemenparekraf, 2022).

1.1.1. Visi

Menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata kelas dunia.

1.1.2. Misi

Mengembangkan destinasi pariwisata kelas dunia dan melakukan pemasaran dengan berorientasi kepada wisatawan.

1.2. Latar Belakang

Berdasarkan profil yang telah dijelaskan sebelumnya Kemenparekraf memiliki tugas dan peranan yang sangat penting bagi nilai ekonomi bangsa Indonesia, terdapat dua hal yang difokuskan pada oleh Kemenparekraf diantaranya adalah sektor ekonomi kreatif dan sektor pariwisata. Pada penelitian ini saat ini berfokus pada sektor ekonomi kreatif, dimana ekonomi kreatif memiliki peranan cukup penting bagi kelangsungan dan kemajuan perekonomian yang ada di Indonesia. Saat ini, penjelasan mengenai apakah ekonomi kreatif itu sangatlah beragam dan salah satu pengertian mengenai ekonomi kreatif yaitu ekonomi kreatif merupakan sebuah bentuk dari proses sebuah penjualan serta proses pembelian yang dapat memberikan sebuah harapan serta bagi masyarakat atau pelaksana kegiatan ekonomi tersebut untuk dapat memajukan perekonomian berdasarkan nilai kreativitas yang lebih baik lagi kedepannya (Rifka, 2021). Selain penjelasan tersebut terdapat pengertian lain mengenai ekonomi kreatif, dimana ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang ada pada era ekonomi baru yang memfokuskan diri pada sebuah kreativitas dan sebuah informasi yang dimiliki oleh sumber daya manusia dengan mengandalkan sebuah ide serta pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia tersebut (Mulachela, 2022).

Ekonomi kreatif tidaklah luput dengan subsektor yang ada didalamnya dan hal tersebut dapat terjadi karena perkembangan dan kemajuan ekonomi yang terus berkembang setiap harinya. Salah satu indikator yang cukup penting untuk mengetahui kondisi ekonomi dari sebuah negara pada periode atau waktu tertentu adalah dengan menggunakan data mengenai ekspor dan impor pada produk domestik bruto (PDB). PDB adalah jumlah dari nilai tambah yang dihasilkan oleh keseluruhan unit usaha yang ada pada suatu negara dengan kata lain PDB adalah jumlah nilai barang serta jasa akhir yang dihasilkan oleh unit perekonomian di negara tersebut (BPS, 2022).

PDB menggambarkan nilai tambah dari suatu produk yang kemudian dihitung menggunakan harga yang berlaku pada setiap tahunnya. Nilai PDB dapat dihitung dengan menggunakan rumus $PDB = C+I+G+(X-M)$, namun data pada penelitian ini diambil secara langsung ke salah cabang badan pusat statistik atau BPS yang ada di Provinsi Jawa Barat atau dengan kata lain data yang ada di penelitian tidak diambil

dengan menggunakan data online, kemudian dengan adanya sub sektor ekonomi kreatif tersebut diharapkan akan mampu untuk meningkatkan nilai pada produk domestik bruto atau PDB Nasional (BPS, 2022).

Tahun	Nilai PDB Ekonomi Kreatif (Triliun)	Nilai PDB Nasional (Triliun)	Presentase (%)
2011	Rp 581,54	Rp 7.427,1	0,008
2012	Rp 638,39	Rp 8.241,9	0,008
2013	Rp 708,27	Rp 9.084	0,008
2014	Rp 784,87	Rp 10.542,7	0,007
2015	Rp 852,56	Rp 11.540,8	0.007
2016	Rp 922,59	Rp 12.406,8	0.007
2017	Rp 1.000	Rp 13.588,8	0.007
2018	Rp 1.100	Rp 14.837,4	0.007
2019	Rp 1.200	Rp 15.833,9	0.007
2020	Rp 1.100	Rp 10.723	0.010

Tabel 1.1 Kontribusi Ekonomi Kreatif pada Produk Domestik Bruto (PDB)

Sumber: Data BPS Bandung, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 PDB dari ekonomi kreatif mengalami penurunan yang tidak signifikan namun hanya sedikit penurunannya yaitu sebelumnya dengan Rp1.200 triliun di tahun 2019 dan di tahun 2020 sebesar Rp1.100 triliun rupiah namun hasil tersebut masih sementara mengingat perubahan tahun dari tahun 2020 ke 2021. Walaupun saat ini sektor ekonomi kreatif mengalami penurunan, namun sektor ekonomi kreatif ini memungkinkan bahwa sektor ini masih akan terus berupaya menaikkan nilai pada produk domestik brutonya atau PDB di tahun yang akan datang berikutnya (Lokadata, 2020).

Dalam tabel tersebut juga dapat dilihat nilai PDB nasional tertinggi atau terbesar diraih oleh tahun 2019 yaitu dengan nilai ekspor dan impor sebesar Rp15.833,9 triliun kemudian PDB terendah selama kurun waktu 2011 sampai dengan tahun 2020 terdapat pada tahun 2011 dengan pendapatan sebesar Rp7.427,1 triliun. Pada tahun 2020 PDB mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu Rp15.833,9 triliun menjadi Rp10.723 triliun, namun terdapat peningkatan pada tahun 2020 pada sektor ekonomi kreatif yaitu sebesar 10%. Pada presentase tersebut menunjukkan bahwa kontribusi

tertinggi pada sektor ekonomi kreatif di PDB nasional pada rentang tahun 2010 sampai dengan 2020 diraih oleh tahun 2020.

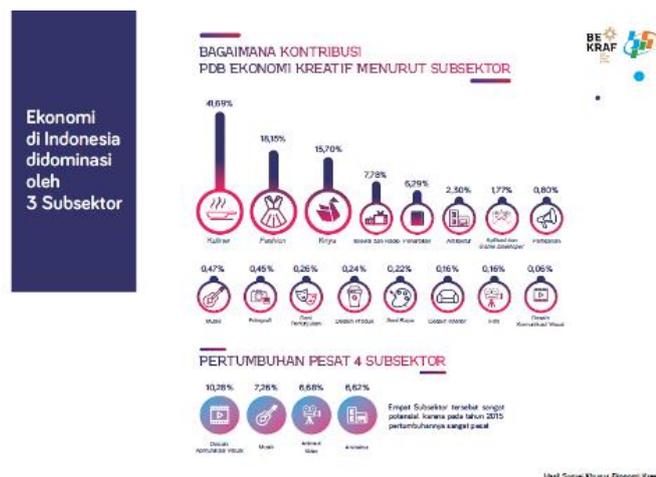
17 Sub-Sektor Industri Kreatif di Indonesia



Gambar 1.2 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Sumber: Istts, 2021

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki total tujuh belas sub sektor dari ekonomi kreatif yang memiliki peranan berbeda pada setiap sektornya, diantaranya adalah aplikasi, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, *fashion*, FAV (Film, Animasi dan Vidio), fotografi, kuliner, musik, penerbitan, pengembangan permainan, periklanan, seni rupa, TR (Televisi dan Radio), desain produk, seni pertunjukan dan kriya. Dengan adanya sub sektor tersebut, tentunya masing-masing sub sektor memiliki tingkat kontribusi dalam PDB ekonomi kreatif yang berbeda-beda (Kemenparekraf, 2022).



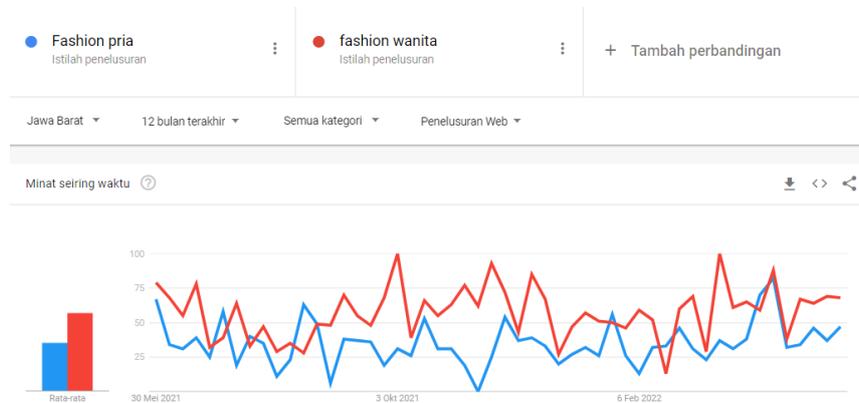
Gambar 1.3 Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif dalam PDB

Sumber: Adminlina, 2018

Berdasarkan gambar 1.3 tersebut dapat dilihat bahwa terdapat tiga subsektor yang memiliki pengaruh dalam kontribusi ekonomi kreatif. Tiga sub sektor merupakan

penyumbang terbesar dalam data produk domestik bruto (PDB) nasional diantaranya adalah kuliner dengan 41,69% atau sekitar Rp 382 triliun, kemudian menyusul pada industri *fashion* tercatat sebagai penyumbang terbesar kedua 18,15% atau sebesar Rp 169 triliun, dan disusul subsektor yang ketiga yaitu kriya sebesar 15,70% atau sebesar Rp 142 triliun. Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini dunia *fashion* memiliki pengaruh yang besar pada tingkat kontribusi ekonomi kreatif dalam PDB (Adminlina, 2018).

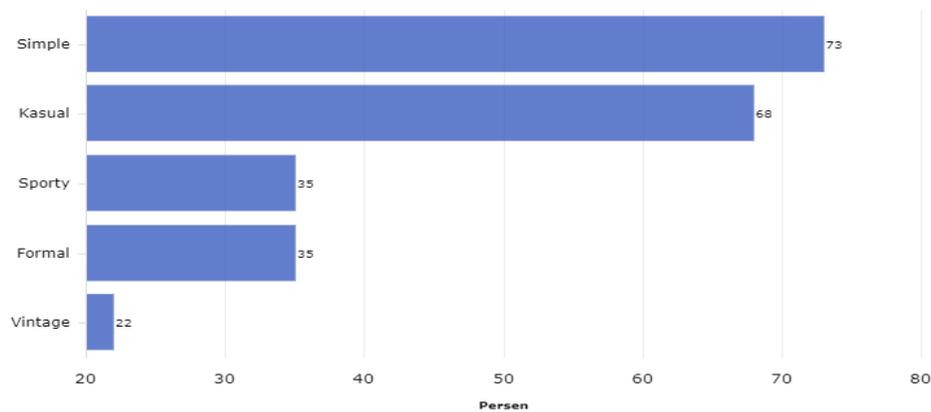
Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, pada saat ini industri *fashion* berkembang cukup pesat dimana *fashion* selalu memunculkan berbagai macam model terbaru, hal tersebut dapat terjadi karena tingkat produktivitas para desainer *fashion* lokal yang terus berinovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri *fashion* tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan *fashion* sebagai peringkat ke dua bagi kemajuan ekonomi kreatif pada produk domestik bruto atau PDB selain kuliner dan kriya yang kemudian yang kemudian dapat bersaing di Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Kemenparekraf akan selalu berupaya untuk melakukan pendampingan melalui berbagai fasilitas yang dapat membantu mendorong sub sektor ini menjadi semakin besar dan memiliki peningkatan nilai yang terus berkembang.



Gambar 1.4 Perbandingan Minat *Fashion* Pria dan Wanita

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2022

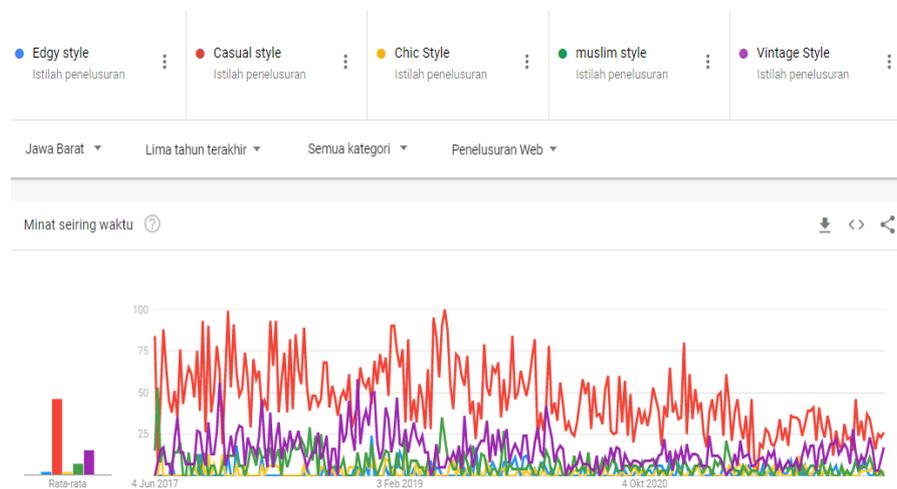
Saat ini minat *fashion* wanita jauh lebih tinggi dibandingkan dengan minat pada *fashion* pria. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil riset yang terdapat pada gambar 1.4 tentang perbandingan *fashion* pria dan *fashion* wanita, dimana *fashion* pria memiliki rata-rata sebesar 35% dan *fashion* wanita sebesar rata-rata 57% dari total 100% populasi yang ada di Provinsi Jawa Barat.



Gambar 1.5 Jenis *fashion* 2022

Sumber: *Dihni, 2022*

Pada gambar 1.5 diatas dapat dilihat bahwa saat ini terdapat lima jenis *fashion* yang sedang diminati diantaranya *simple, casual, sporty, formal* dan *vintage* (dinshi, 2022). Berdasarkan gambar tersebut gaya busana *simple* menjadi pilihan mayoritas masyarakat Indonesia dengan *persentase* 73% untuk berbagai jenis kategori seperti jenis kelamin maupun usia. Selain berpakaian *simple*, busana *casual style* juga menjadi salah tau pilihan yang cukup diminati setiap tahunnya yaitu sebesar 65%. Sementara gaya busana *sporty* menduduki peringkat ke tiga pada *trend fashion* yaitu sebesar 35%. Adapula sebanyak 35% responden memilih gaya busana *sporty* dan *formal*. Sedangkan sebanyak 22% responden lainnya memilih gaya busana *vintage*.



Gambar 1.6 Perbandingan Jenis *Style Fashion*

Sumber: *Data diolah oleh penulis, 2022*

Berdasarkan gambar 1.6 diatas, saat ini terdapat sub *fashion* yang menjadi minat masyarakat dalam kurun waktu lima tahun diantaranya *edgy style, casual style, chic style, muslim style* dan *vintage style*. Berdasarkan 5 jenis sub *fashion* tersebut casual memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan 46%, kemudian untuk *vintage style* memiliki rata-rata

tertinggi ke-dua yaitu sebesar 15% dan rata-rata tertinggi ke-tiga yaitu *muslim style* sebesar 7% dan untuk *chic* dan *edgy style* dengan 2% dari total masing 100% populasi di Provinsi Jawa Barat.

Pada industri *fashion* tersebut memiliki dua jenis *fashion* yang dapat dijadikan sorotan diantaranya yaitu *fashion* hijab dan non hijab dengan gaya *casual* bagi para pengguna yang tidak menggunakan hijab untuk kesehariannya. *Fashion* dalam negeri saat ini masih dalam tahap pengembangan yang tidak akan putus atau tidak akan berhenti dan akan terus berlanjut kedepannya, *fashion* mencerminkan sebuah perhiasan, aksesoris kecantikan dan penataan rambut. *Fashion* merupakan sebuah media dari kebebasan berekspresi dan tidak hanya sekedar pakaian saja, namun juga dapat digunakan untuk menunjukkan kelas sosial seseorang dan dapat dijadikan sebagai kunci untuk melihat situasi pengguna *fashion* tersebut (Tyaswara *et.al.*, 2017).

Tahun	Nilai PDB <i>Casual</i> <i>Style</i> (Triliun)	Nilai PDB <i>Muslim</i> <i>Style</i> (Triliun)	Lain-lain (Triliun)	Nilai PDB <i>Fashion</i> (Triliun)	Nilai PDB Ekonomi Kreatif (Triliun)	Presentase (%)
2011	Rp 55,83	Rp 27,14	Rp 64,53	Rp 147,50	Rp 581,54	25,36
2012	Rp 44,42	Rp 31,14	Rp 90,78	Rp 164,54	Rp 638,39	25,77
2013	Rp 44,42	Rp 65,00	Rp 72,15	Rp 181,57	Rp 708,27	25,64
2014	Rp 50,98	Rp 51,23	Rp 28,81	Rp 139,02	Rp 784,87	17,71
2015	Rp 39,39	Rp 56,46	Rp 43,54	Rp 139,39	Rp 852,56	16,88
2016	Rp 56,5	Rp 56,36	Rp 30,69	Rp 143,55	Rp 922,59	15,56
2017	Rp 48,3	Rp 44,19	Rp 58,05	Rp 150,54	Rp 1000	15,05
2018	Rp 57,13	Rp 63,43	Rp 47,99	Rp 168,55	Rp 1100	15,32
2019	Rp 72,08	Rp 82,45	Rp 47,49	Rp 200,02	Rp 1200	16,67
2020	Rp 62,82	Rp 73,04	Rp 51,15	Rp 187,01	Rp 1100	17,00

Tabel 1.2 PDB *Casual Style*, PDB *Muslim Style* dan PDB Ekonomi Kreatif

Sumber: Data BPS Bandung, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut dapat dilihat bahwa kontribusi PDB *casual style* tertinggi berada pada tahun 2019 dengan total Rp 72,08 triliun dan terendah ada pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp 39,39 triliun. Selain itu pada tabel tersebut juga disebutkan bahwa untuk PDB *muslim style* memiliki kontribusi tertinggi pada tahun 2019 dengan Rp 82,45 triliun dan nilai kontribusi terendah untuk PDB *muslim style* terdapat pada tahun 2011 sebesar Rp 27,14 triliun, dengan kata lain *fashion* memiliki kontribusi juga

pengaruh yang tidak kalah penting bagi PDB ekonomi kreatif, terlihat bahwa pada kurun waktu sepuluh tahun terakhir yaitu pada tahun 2011 sampai 2020 dimana tingkat kontribusi tertinggi berada pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp200,02 triliun dan untuk kontribusi terendah dari sub sektor *fashion* terdapat pada tahun 2011 sebesar Rp581,54. Data yang terdapat pada tabel 1.2 merupakan data PDB berdasarkan nilai ekspor dan impor dari *casual style* dan *muslim style* di Provinsi Jawa Barat dan walaupun memiliki pemasukan yang cukup rendah namun pada tahun 2011 tersebut, sub sektor *fashion* memiliki kontribusi tertinggi dalam PDB ekonomi kreatif dalam sepuluh tahun terakhir yaitu sebesar 25,64% .



Gambar 1.7. *Fashion*

Sumber: *Blogunik, 2021*

Pada gambar 1.7 merupakan dua jenis dari *fashion* yang saat ini sedang diminati masyarakat, hal didukung oleh kemenkraf yang kemudian akan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong penggunaan karya *fashion* baik *casual style* maupun *muslim style* di dalam negeri, kemudian melancarkan ketersediaan berbagai jenis bahan baku, sampai dengan promosi berbagai produk *fashion* dalam negeri di pasar domestik dan global yang tentunya memiliki nilai PDB yang cukup memuaskan. Busana berhijab atau dikenal dengan *modest wear* semakin naik dan semakin dikenal oleh masyarakat, tentunya banyak deretan nama *fashion* mulai muncul dan hadir untuk menawarkan berbagai jenis model pilihan atau gaya yang menarik untuk dimiliki. Terdapat sejumlah *fashion* untuk wanita berhijab yang akan semakin diminati di tahun 2022 mendatang, dimulai dari permainan aksesoris yang dibuat, *cutting* sampai dengan penggunaan atau permainan pada warna warna (Mecadinisa, 2021). Dengan adanya *fashion muslim style* yang semakin banyak diminati juga menjadi keunggulan bagi ekonomi kreatif, karena minat tersebut dapat mampu untuk membantu nilai perekonomian nasional.

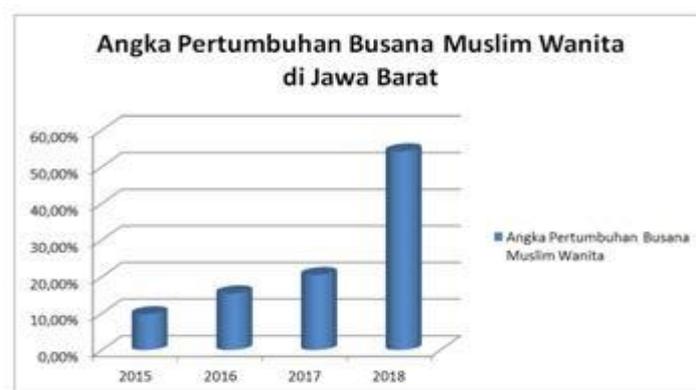


Gambar 1.8. *Muslim Style*

Sumber: Triamanda, 2019

Pada gambar 1.8 menunjukkan salah dari *fashion muslim* yang sedang di minati oleh masyarakat pengguna hijab. Tingginya jumlah masyarakat muslim yang ada di Indonesia menjadikan *Fashion Muslim* sebagai salah satu peluang yang cukup besar. *Fashion muslim* Indonesia menjadi negara ketiga konsumen busana muslim terbanyak setelah Uni Emirates Arab dan Turki. Hal ini didukung oleh *The State Global Islamic Economy*, dimana konsumsi busana muslim di Indonesia berada di angka USD 20 miliar dengan pertumbuhan 18,2% per tahun.

Fashion hijab atau *muslim style* saat ini seringkali dijadikan sebagai gaya hidup seseorang. Hal ini merupakan sebuah titik terang bagi perekonomian nasional, namun *muslim style* memiliki dampak negatif maupun dampak positif dimana dampak positifnya adalah dapat meningkatkan minat para wanita untuk mengenakan hijab karena dapat menimbulkan kesan model hijab masa kini yang lebih *simple* dan terkesan lebih modern. Namun, terdapat dampak negatifnya yaitu banyak perkembangan hijab saat ini yang sudah banyak menyalahi aturan syariat islam mengenai gaya berbusana yang seharusnya digunakan (Shadrina et al., 2021).



Gambar 1.9 Nilai *Fashion Muslim Style* di Provinsi Jawa Barat

Sumber: Klik, 2019.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pertumbuhan busana muslim di Provinsi Jawa Barat semakin meningkat setiap tahunnya dimulai pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2018. Pada tahun 2015 nilai pertumbuhannya sebesar 9,8%, tahun 2016 sebesar 15,47%, tahun 2017 sebesar 20,48% dan pada tahun 2018 yaitu sebesar 54,25%. Nilai pertumbuhan ini akan meningkat berdasarkan dengan tingkat konsumsi dari masyarakat yang ada di Provinsi Jawa Barat dan hal tersebut sejalan dengan kenaikan pada minat menggunakan pakaian berbusana muslim atau *fashion muslim style* (Klik, 2019).



Gambar 1.10 *Casual Style*

Sumber: Khiz, 2018

Selain *muslim style* yang tentunya ditujukan untuk para wanita yang menggunakan hijab yang sedang menjadi perbincangan pelaku usaha dan perekonomian, terdapat jenis *fashion* lain yang juga diminati oleh para wanita yang tidak menggunakan hijab salah satunya terdapat pada gambar 1.10 dimana dalam gambar tersebut merupakan bentuk dari *casual style*. *Casual style* merupakan salah satu gaya yang selalu menjadi *comfort zone* setiap orang dimana pada umumnya digunakan untuk kegiatan sehari-hari atau kegiatan harian dan pada umumnya *casual style* tidak akan menyulitkan orang yang menggunakannya. Salah satu ciri khas dari gaya berpakaian *casual style* yaitu sebuah kenyamanan dan dapat menyesuaikan ukuran yang disesuaikan dengan bentuk tubuh dari penggunanya, kemudian membuat orang yang menggunakan gaya tersebut akan terlihat lebih nyaman pada saat menggunakannya. Pada umumnya masyarakat yang menggunakan pakaian *casual* selalu mengkombinasikan antara jenis pakaian berbahan *coat*, *jeans*, jaket, kaos dan serta sepatu *sneakers* (Atome, 2021).

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang paling produktif dalam penyumbangan produk *fashion* ke ekspor atau ke luar negeri. Dengan kata lain Produk *fashion* Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu industri yang tetap tumbuh dan

berkembang serta memiliki nilai potensi yang cukup tinggi dan sangat luar biasa. Untuk industry menggambarkan bahwa industri ini tengah tumbuh dan memiliki potensi luar biasa ke depannya walaupun ada di masa pandemi (UII, 2021).

Saat ini *casual style* dan *muslim style* memiliki nilai potensi PDB yang cukup besar terhadap perkembangan ekonomi kreatif. Dengan adanya perkembangan tersebut membuat nilai perekonomian nasional khususnya pada PDB nasional ikut meningkat. Hal tersebut di dukung oleh *The State Global Islamic Economy* dimana muslim style yang ada di Indonesia merupakan peringkat terbaik ketiga yang berperan pada PDB nasional. Dengan adanya potensi yang ada pada PDB *casual dan muslim style* mampu menaikkan nilai PDB ekonomi kreatif yang kemudian dapat menaikkan pendapatan nasional. Dengan adanya penjelasan pada penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengetahui apakah potensi tersebut benar adanya dan berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh PDB *casual style* dan PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat”.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dengan judul "Pengaruh PDB *casual style* dan PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat" maka untuk rumusan masalah yang dapat diambil suber dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara PDB *casual style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara PDB *casual style* dan PDB *muslim style* secara simultan terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dengan judul "Pengaruh PDB *casual style* dan PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat" maka tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari PDB *casual style* terhadap PDB ekonomi kreatif.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara PDB *casual style* dan PDB *muslim style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dengan judul "Pengaruh PDB *muslim style* dan PDB *casual style* terhadap PDB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat" maka terdapat dua manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diantaranya:

1. Aspek Teoritis :

Penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas terhadap pengaruh dari PDB ekonomi kreatif yang berhubungan mengenai pengaruh dari PDB *casual style* dan PDB *muslim style*.

2. Aspek Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memberikan informasi mengenai seberapa besar nilai PDB atau produk domestik bruto dari *casual style* dan mengenai nilai pada PDB *muslim style* kemudian mengetahui pengaruhnya terhadap PDB ekonomi kreatif yang sedang berkembang saat ini

1.6. Sistematika Tugas Akhir

I. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

II. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

III. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

IV. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENDAHULUAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua

menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

V. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.