

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F., & Putra, R. (2023). *Manajemen Strategis Kontemporer: Teori dan Aplikasi pada UMKM*. Pustaka Pelajar.
- Agustini, F., & Putra, R. (2023). *Manajemen Strategis Kontemporer: Teori dan Aplikasi pada UMKM*. Pustaka Pelajar.
- Aini, R., & Wati, F. (2023). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *JOSEE: Journal of College Student's Intellectual*, 2(1), 25–32. <https://ejournal.mannawasalwa.ac.id/index.php/josee>
- Al-Fatih, S., & Sholikhah, A. (2021). Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran Digital pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 112-125.
- Andriana, Dina & Fadilah, Jusuf & Widarti, Widarti. (2024). Implementasi Artificial Intelligence (AI) Dalam Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM. *J-IKA*. 11. 78-89. 10.31294/kom.v11i2.23473.
- Chui, M., et al. (2023). *The Economic Potential of Generative AI: The Next Productivity Frontier*. McKinsey Global Institute.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (17th ed.). Pearson..
- Dewantara, A. (2025). *Pengembangan Content Marketing Berbasis Generative AI melalui Instagram untuk Meningkatkan Engagement Rate*. *Jurnal Komunikasi Visual*, 12(1), 45-60.
- DKUKMPP Kota Cirebon. (2025). *Laporan Tahunan Perkembangan Industri Kreatif dan UMKM Kota Cirebon*. Cirebon: Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian.
- Duffy, D. L. (2005). *Affiliate Marketing and Its Role in E-Commerce*. *Journal of Consumer Marketing*.
- Fauzi, M., et al. (2022). Mitigasi Gharar dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 45-56.
- Fauzi, M., et al. (2022). Mitigasi Gharar dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 45-56.
- Fauzi, M., et al. (2022). Mitigasi Gharar dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan

- Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 45-56.
(*Jurnal ini sudah ada di daftar pustaka draf Bab I kamu*).
- Fauziah, S. E., & Al Amrie, M. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal UMKM Perbatasan Dalam Mengurangi Pengangguran. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1705–1718.
- FGD UMKM Cirebon. (2025). *Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Pengembangan Konten Digital Berbasis AI*. Jurnal Mejuajua: Yaspeno Sumatera.
- Fitriani, N. (2023). Pengaruh Konten Video TikTok terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 2(1), 89-102.
- Firjatullah, R. (2025). *Tantangan Digitalisasi UMKM di Indonesia: Analisis Infrastruktur dan Literasi Teknologi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 4(1), 45-58.
- Gusriyanti, R., & Arvita, D. (2025). *Optimalisasi Digital Marketing melalui Pemanfaatan AI (CapCut & Canva) untuk UMKM Kreatif*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Yaspeno, 3(2), 112-125.
- Haenlein, M., et al. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), 5-25.
- Hidayat, R. (2021). Transformasi Digital UMKM di Masa Pandemi: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Riset Ekonomi Modern*, 3(4), 210-222.
- IAIN Syekh Nurjati Cirebon. (2025). *Analisis Implementasi Teknologi Digital terhadap Perkembangan UMKM di Mall UKM Cirebon*. Cirebon: Repository Syekh Nurjati.
- Jurnal Ekonomi Digital Indonesia. (2024). *Peran Artificial Intelligence dalam Efisiensi Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Mikro*. Jakarta: Pusat Studi Ekonomi Kreatif.
- Kasih, N., dkk. (2023). *Keterkaitan Artificial Intelligence dan Etika Bisnis dalam Pengembangan Digital Marketing di Era Disrupsi*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah, 5(2), 88-102.

- Kemenparekraf/Baparekraf. (2023). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Khairul Izan, Antara News. (2021, 15 November). *Hanya 25 persen UMKM Kota Cirebon masuk digital*. Diakses dari jabar.antaranews.com.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Global Edition). Pearson Education.
- Liliana, S., dkk. (2025). *Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Digital Marketing: Transformasi Strategi Pemasaran UMKM*. Jurnal Ekonomi Digital Indonesia, 7(1), 15-30.
- Lim, H. (2025). *Pemanfaatan AI dalam Digital Marketing dan Dampaknya terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Mikro*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 11(3), 201-215.
- Muzaki, A. (2021). Transparansi Informasi dalam Jual Beli Online: Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Hukum Muamalah*, 9(1), 33-47.
- Nandesta, R. S. N. (2025). *Blueprint Strategi Afiliasi TikTok: Studi Kasus Arli Leather Goods*. Cirebon: Laporan Internal PPL.
- Nandesta, R. S. N. (2025). *Logbook Kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) pada Arli Leather Goods*. Cirebon: UINSSC.
- Nuraini, S. (2022). Efektivitas Affiliate Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal di Platform TikTok. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(3), 115-128.
- Pradana, M., et al. (2020). Digital Marketing Strategy for Indonesian Small and Medium Enterprises. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 123-135.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic Management* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th Edition). Pearson.

- Sahrani, S. (2022). *Fikih Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setyorini, D., & Saparinto, C. (2021). Tantangan dan Peluang Digitalisasi UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12-25.
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101742.
- Syamsuddin, M. (2022). Teori Akurasi Data Visual dalam Transaksi Syariah Kontemporer. *Jurnal Fikih Kontemporer*, 11(3), 190-205.
- Tempo.co. (2025, 12 Januari). *Transformasi AI dalam Memperkuat Daya Saing UMKM Nasional*. Diakses dari <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tempo>.
- Wahyudi, S. (2023). Pemanfaatan Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Nasional*, 1(1), 22-38.
- Repository IAIN Syekh Nurjati. (2023). *Implementasi Teknologi Digital Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Cirebon*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Kompas. (2025, November 23). *UMKM di Jabar Hadapi Masalah Struktural: Mindset, Pasar, hingga Digitalisasi*. Kompas Regional Jawa Barat.
- Jurnal Socius. (2025). *Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Produk Home Industri di Kota Cirebon*. Yayasan Daarul Huda.
- Wells, J. D., Valacich, J. S., & Hess, T. J. (2011). What signal are you sending? How website quality influences perceptions of product quality and purchase intentions. *MIS Quarterly*, 35(2), 373-396.
- Yuliana, R. (2022). Etika Komunikasi Pemasaran Digital dalam Perspektif Islam. *Jurnal*.