

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebeni. 2014. *Metode Penelitian Hukum, (Muamalah)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmadi, Fahmi M. dan Jaelani Arifin. 2013. *Metode penelitian Hukum*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jejak Publisher.
- Aldy Purnomo , Rochmat .2016 . *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta:Ziyad Visi Media.
- Alma Buchari , Juni Priansa Donni.2014. *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*,Bandung : Alfabeta.
- Arsyad, Azhar.2009. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Press.
- Bahri,Syabbul.2013. *Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Epistemé*, Vol. 8, No. 1.
- Djoyohadikusumo, Sumitro.1959. *Ekonomi Umum, Jilid I*. Jakarta: PT Pembangunan.
- Edmira Rivani , Dkk. 2017 . *Stategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia, 1 Ed*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Endah Dwi Nugraheni , “Peran Penggunaan Sh opee Sebagai Media Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Gerai Busana AII Collection Bandar Lampung).” (Skripsi, Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2020).
- Eriamsyah, Subhan, Azhar Syahab, “Analisis Sistem E-Commerce Pada Persusahaan Marketplace Mobile Shopee di Indonesia”. *Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*.
- Gunara,Thorik, Hardiono,Sudiby Utus . 2007. *Marketing Muhammad saw: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw*,Jawa Barat: Madani Prima. Djakfar,Muhammad.2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit*

- Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* ,Jakarta: Penebar Plus.Haroen,Nasrun.2000. *fiqih muamalah*, Jakarta:Gaya Media Pratama.
- Hasan , Ali.2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan cetakan 1*. Yogyakarta : CAPS.
- H.G . Suseno . 2011 . *Reposisi Usaha Kecil dan Menengah Dalam Perekonomian Nasional*.Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Idah Hadijah. 2014. *Upaya peningkatan export drive industry fashion di era globalisasi* , (Jurnal Teknologi, Kejuruan, dan Pengajarannya , Volume 37 No.1 ,).
- Ilmi,Makhul .2002. *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*,Yogyakarta: UII Press.
- Irfan Nazir, *Situs Facebook Dan Tindakan Menggunakan ( Studi korelasional Antara Situs Facebook Dengan Tindakan Menggunakan Mahasiswa FISIP USU Medan)*.
- Lexy J Moleng. 1989. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Moelyono, Mauled.2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Perdana.
- Nadzir, Mohamad.2005. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Naf'an.2014. *Ekonomi Makro Tinjauan Ekonomi Syariah* , Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurul Fitriana , Aisyah .2013 . *Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu*, Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol.2 No.2.
- Putri,Sedinadia.2020 *Kontribusi UMKM Terhadap Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam Tentang Strategi Bertahan Di Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Ekonomi Syariah 4:2 (Desember 2020)
- Reniaty.2013.*Kreatifitas Organisasi & Inovasi Bisnis* , Bandung: Alfabeta.
- Ritonga , M.T .2000. *Pengetahuan Sosial Ekonomi* . Jakarta :Erlangga .
- Sugiono.2010. *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dan R& D*, Bandung: Afabeta.

- Suharto,Edi.2010.*Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*.Bandung, Refika Aditama.
- Sukirno,Sadono.2007.*Ekonomi Pembangunan .(Proses, masalah, dan kebijakan)*.Jakarta,kencana Pernada.
- Suryana.2017. *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Bandung: Salemba Empat.
- Syagir Sula, Muhammad, Kartajaya,Hermawan.2006 .*Syariah Marketing* ,Bandung: Mizan Pustaka.
- Tika Diyanti Mustikarani dan Irwansyah , “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia.” (Jurnal Ilmiah , Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia ,2019).Tohardi, Ahmad. 2019. *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*,Tanjungpura : University Press.
- Tjiptono , Fandy.2008 . *strategi pemasaran*,yogyakarta:Andi.
- Widiya Dewi Anjaningrum , “Efektivitas Digital Marketing dan Networks Pada Masa Pandemi Covid-19.”(Jurnal Ilmiah, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang,2020).
- Yulianto dkk , “ Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi).” (Jurnal Ilmiah , Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja ,Vol 3, No 1 , 2015).Yulianti, “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Miandshs Shop Bandar Lampung).”(Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2020).
- Zuriah, Nurul.2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan:Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT Bmi Aksara.

#### JURNAL :

- Aziz ,Azwar.2012. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos. (Jurnal , Buletin Pos dan Telekomunikasi Volume 10 No.1), diakses pada tanggal 24 Agustus 2022 .

Bakowatun , Jakarta: FEUI Mariana Kristiyanti , “*Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional*”, Diakses dari file:///C:/Users/MY%20ASUS/Downloads/59-Article%20Text-99-1-10-20161115.pdf pada tanggal 23 Agustus 2022.

Departemen Koperasi 2021 tersedia di [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) Situs Resmi Departemen

Joshi Dr.Nitin, Mandal Pinanki dkk, “Understanding Digital Marketing Strategy” (International Journal of Scientific Research and Management ,Jurusan Manajemen Universitas Mewar Chittorgarh India, Volume 5 , Issue 6 , 2017).

Eka Handayani dkk, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19, ( Jurnal Komunikasi , media dan Informatika, Balai Pengembangan SDM dan Penelitian (BPSDMP) Kominfo Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, Vol.10 No.2 , 2021 )

Jauhari,Jaidan.“Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan E-Commerce” , Jurnal Sistem Informasi, 2 (1). pp. 1-12. ISSN 2085-1588 , 2010 .Diakses pada tanggal 23 Agustus 2022.

Komite penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional ,Data sebaran Global , diakses dari <https://covid19.go.id/p/hoax-buster> pada tanggal 12 maret 2021.

Mary Kate Hickman dkk ,University of Gloucestershire,UK yang berjudul “*Digital Marketing Strategies for Fashion and Luxury Brand, ( Chapter 2 Gender Fluidity in the Age Of Technologycally mediated Environments:implication for fashin industry,IGI Global , 2018).*

Siregar , Lisma Yana . 2020 . Perkembangan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Bisnis Online, (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis , HJIMB Vol2, No. 1 ) diakses pada tanggal 24 Agustus 2022.

Kristiyanti,Mariana .“Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional”, Majalah Ilmiah Informatika Vol. 3 No. 1, Januari 2012 diakses pada tanggal 23 Agustus 2022.

Nguyen Hoang Tien dkk , *Digital Marketing Strategy of GUMAC and HNOOS in Vietnam Fashion Market* , ( International Journal of Multidisciplinary Education and Research, Volume 5: Issue 4: 2020).

Hariyanti, Tri Novi. 2018 . Alexander Wirapraja ,Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Study Literatur), (Jurnal Eksekutif Volume 15 No. 1 ).

Arifka,Nurul. ”Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam meningkatkan Penjuala”, (Skripsi , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto,2021).

Thariq Syauqi , Ahmad .*Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia, diakses dari Department of Electrical Engineering and Information Technology Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Indonesia pada tanggal 23 Agustus 2022.*

Zainal Abidin Achmad dan Setiyanti, O. W. *The Effectiveness of Use of Soundcloud Application for Promoting Pop Punk Songs and Music. Bali International Seminar on Science and Technology*, diakses dari <http://www.engadget.com/2012/12/07/editorial-> pada tanggal 23 Agustus 2022.

Arsip Desa Astana Dalam Sejarah Desa Astana Tahun 2018

Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-qur’an Transiterasi Perkata Dan Terjemahan, Jakarta: Cipta Bagus Sagara.

Pasal 1 ayat (12) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Hasil Wawancara dari Owner Online Shop Fifau Hijab Cirebon pada tanggal 20 September 2022.