

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, U. (2023). *Manajemen Strategi*. UNISNU PRESS.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Asep Hidayat, & Surya Lesmana, Z. L. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Asep Muhamad Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, E. S. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Haura Utama.
- Asep Muhamad Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, & Euis Saribanon. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Haura Utama.
- Asmaira Munthe, M. Yarham, Ridwana Siregar. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Atsna Himmatul Aliyah. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Awan Kostrad Diharto. (2018). *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*. Tim Gerbang Media Aksara.
- Bhisma Wifhanda Aldiansyah. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Umkmkopi Di Desawisatakampong Kopi Gombongsari Kabupaten Banyuwangi. *Institut Pemerintahan Dalam Negeri.*, 1(1), 1–13.
- Darmawati, D. M., Busyra, N., & Azhar, E. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Usaha Kuliner. *Ta'Awun*, 2(02), 194–203. <https://doi.org/10.37850/taawun.v2i02.329>
- Daulay, A., Zaki, M. I., Hidayat, M., & Febriansyah, A. (2024). Derivatif: Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi Yayasan Salmiah Education Global International (YSEGI) Peran Umkm dalam Menggerakkan Pembangunan Ekonomi Lokal dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Derivatif: Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 26.
- Deby Laras Wati, Vicka Septianingsih, Wildan Khoeruddin, & Zidan Quraish Al-Qorni. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1), 265–282.
- Diana Sari, Rivani, & Rani Sukmadewi. (2021). Dasar Pemasaran Islam: Memahami Konsep, Karakteristik, Strategi Pemasaran, dan Pemasar Islam. In *Mitra Wacana Media*.
- Ernani Hadiyati. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Urnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 8–16.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).

- Firman Menne. (2017). *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Islam*. Celebes Media Perkasa.
- Haudi, A., Ratumbuysang, M. F. N. G., & Mahmudah Hasanah. (2023). Creative Economic Development Strategy in the Small. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 06(4), 31–36.
- Hermawan Kartajaya, & Muhammad Syakir Sula. (2006). *Islam Marketing*. Mizan Pustaka.
- Heryani, Hesty, Agung Cahyo Legowo, I. P. N. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Hosein, Z. A. (2016). Peran Negara Dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Kerakyatan menurut UUD 1945. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 23(3), 503–528. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss3.art8>
- Imelda Yanti. (2024). Peran Pembinaan Rumah Kreatif BUMN Bank BRI Cabang Timika Terhadap UMKM. *JEBl: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(11), 1779–1799.
- Irmayanti, & Keri Ismail. (2021). Strategi Penerapan Business Plan Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akunsyah: Jurnal Akuntansi & Keuangan Islam*, 1(2), 65–80.
- Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, Muh. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305>
- Khusnul Fikriyah. (2024). *Strategi Pemasaran Islam: Dalam Konteks LAZNAS*. Adanu Abimata.
- Millah, H., Najiyah, S., & Novitasari, K. (2025). *Strategi Pengembangan Ekonomi Islam di Indonesia menjadi Pusat Ekonomi Islam Dunia*. 03(1), 28–37.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic*, 3(1), 80.
- Munthe, A., Yarham, M., & Ridwana Siregar. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, & Fitri Nur Latifah. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Islam UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Islam*, 5(1), 181–195. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358)
- Novi Ratna Sari. (2018). *Manajemen Operasional Rumah Kreatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Banyuwangi* (Vol. 5, Issue 0355).
- Nudiya. (2022). *Strategi Rumah Kreatif Dalam Meningkatkan Kreativitas Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyuwangi Skripsi*.

- Nur, S. K., & Istikomah, I. (2021). Progam SEHATI: Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal bagi UMKM. *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam,"* 3(2), 72–79.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam,* 8(1), 96–124. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- Purnama, P., & Wiwik Hasbiyah. (2017). Pemasaran Islam. In *Raja Grafindo Persada* (Issue January).
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Putri Salsabila Indrawan Lubis, & Rofila Salsabila. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis,* 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., P, M. A. C., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, Muh., & Hikmah, A. N. (2023). *EKONOMI KREATIF : Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rochani, A. (2017). Strategi pengembangan industri kreatif dalam mewujudkan kota cerdas. *Inovasi Dalam Pengembangan,* 1(1), 81–93.
- Rudy Haryanti. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Islam (Teori dan Praktik)*. Penerbitan Duta Media.
- Salusti, J. M., Imaniar, D., & Permatasari, S. J. (2024). *Peran Rumah Kreatif Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Bagi Pelaku UMKM Di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pelaku UMKM Pada AKRAB)*. 9(1), 75–84.
- Santiago, B., & Hidayatulloh, A. (2019). Analisis Faktor Eksternal Terhadap Faktor Internal dan Dampaknya Terhadap Kinerja UKM Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan,* 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i2.1638>
- Sudrajat, B., & Mutinida, S. (2020). Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Islam: Tinjauan Literature Tentang Pengaruhnya Dalam Pembentukan Binsis Kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi,* 3(2), 2620–7680.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sunarji Harahap. (2017). Implementasi Manajemen Islam Dalam Fungsi-Fungsi Manajemen. *Jurnal At-Tawassuth,* 2(1), 211–234.
- Sunarta, D. A. (2023). Kaum milenial di perkembangan ekonomi digital. *Economic and Business Management International ...,* 5(1), 9–16. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v5i01>

- Suyadi, Syahdanur, & Susie Suryani. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Tri Weda Raharjo, H. S. R. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Wahyudi, F. S., Setiawan, M. A., & Sheema Haseena Armina. (2023). Industri Halal: Perkembangan, Tantangan, and Regulasi di Ekonomi Islam. *Innovative: Journal Of ...*, 3(6), 1801–1815.
- Wibisono, S., Wahyudi, E., Wahjuni, S., Studi, P., Administrasi, I., Jember, F. U., Kalimantan, J., Beragam, S., Kompleks, D., & Tuntutan, S. (2019). Model Pemasaran Digital Banyuwangi-Mall. Com dan Strategi Bersaing UMKM Binaan Tim Rumah Kreatif di Kabupaten Banyuwangi (*Digital marketing Models Banyuwangi-Mall. Com and Competitive Strategies of Msme Creative Home Team Development in Banyuwangi Dist. E-Sospol*, VI(April), 64–67.
- Winarsih, W., & Andriani, P. (2022). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 59–68. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.1988>

