

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Afifah, A. F., Setiawan, R. T., Sabina, V., & Huda, N. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Penjualan UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 1285–1290.
- Alawiyah, S., Handrianto, B., & Kania Rahman, I. (2020). Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam. *Rayah Al-Islam*, 4(02), 218–228. <https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338>
- Amado Mateus, M., Guzmán Rincón, A., & Cuero Acosta, Y. A. (2024). Influence of reputation, innovation, and knowledge on the performance of MSMEs in the orange economy sector. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2388227>
- Amalanathan, S., & Reddy-Best, K. L. (2024). Modesty in business, bold in fashion: entrepreneurial experiences of U.S. Muslim women in niche fashion markets. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00420-5>
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). ANALISIS TREND FASHION MUSLIM DALAM MENINGKATKAN HALAL LIFESTYLE DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 457–470.
- Amalina, D., Asrofi, N., & Shasta, D. (2022). Determinan Wirausaha Perempuan Pengguna Transaksi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 11(2), 193–210.
- Amrullah, A. (2022). Pengembangan Usaha Mikro Dalam Kerangka Prinsip Ekonomi Islam Di Kota Samalanga: Studi Kualitatif Fenomenologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam*, 01, 1–7. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jsen/article/download/662/572>
- Analia, D. (2020). Peran Stakeholder dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang , Sumatera Barat The Impact of Stakeholders to the Performance of Small and Medium Enterprises in Padang City , West Sumatera. *Industria:*

Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri, 9(3), 203–216.

- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Claudia, D., Jorger, V., Aziz, P. N., Suranti, N., Sukmah, M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha UMKM Untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Masyarakat. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 171–179. <https://doi.org/10.59841/jai.v1i2.112>
- Angeles, I. T. (2022). Mediating effect of entrepreneurial social identity on the MSME-owners' attitude and resilience amid COVID-19 crisis. *Journal of the International Council for Small Business*, 3(4), 270–280. <https://doi.org/10.1080/26437015.2022.2083999>
- Angelia, R., & Rochimah, H. A. I. N. (2024). Analysis of Generation Z Communication Identity in Novo Club Online Community Members. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(8), 3865–3873. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i8.1111>
- Anggraini, W., & Noviarita, H. (2021). The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 29–36.
- Annisa, S. Q., Rinuastuti, B. H., & Saufi, A. (2011). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kapabilitas Inovatif Terhadap Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela. *JRP: Jurnal Riset Pemasaran*, 2, 1.
- Ardiansyah, A. M., Harahap, D. A. T., & Paulina, E. (2024). Implementasi “Akuntansi Silih Asah, Silih Asih, Silih Asuh” dan Pemaknaan Laba dalam Perspektif Budaya Sunda Pada UMKM Kota Sukabumi. *Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 6–8.
- Azzahra, S. F., & Ratnasari, A. (2024). Strategi Negosiasi Bisnis dalam Membangun Kerjasama UMKM. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 406–412.
- Bakti, R., & Tiara, A. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar'i di Gallery Ummu Afifa Collection. *Jurnal GICI*, 13(1), 116–131. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>

- Bergquist, G., Soliz, J., Everhart, K., Braithwaite, D. O., & Kreimer, L. (2019). Investigating Layers of Identity and Identity Gaps in Refugee Resettlement Experiences in the Midwestern United States. *Western Journal of Communication*, 83(3), 383–402. <https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1552009>
- Blair, M., & Liu, M. (2020). Ethnically Chinese and culturally American: Exploring bicultural identity negotiation and co-cultural communication of Chinese-American female adoptees. *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(4), 347–365. <https://doi.org/10.1080/17513057.2019.1649710>
- Byram, M. (2023). Identity matters in the Common European Framework of Reference for Languages and its Companion Volume. *Language Learning Journal*, 51(2), 253–262. <https://doi.org/10.1080/09571736.2021.1996622>
- Cheung, T. C., & Choi, S. Y. (2022). Fashion designer's identity self-verification through social media engagement on Instagram. *Fashion and Textiles*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00275-4>
- Clottey, S. N. T., Gyampoh, S. A., Anaba, M. A., & Adeniji, R. (2023). Impact of Brand Identity and Brand Image On Fashion Entrepreneurs: A Case Study of Greater Accra Metropolis. *International Journal of Vocational and Technical Education Research*, 9(2), 50–77.
- Delpont, M., & Mulder, D. (2023). Me, myself, I: Exploring radio personalities' display of identity on social media. *MedieKultur*, 38(73), 190–209. <https://doi.org/10.7146/mk.v38i73.132344>
- Deng, B., Cao, J., Huang, J., & Wu, J. (2022). The Influence of Innovation Climate on Creative Role Identity: The Mediating Role of Flow. *Frontiers in Psychology*, 13(May). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.866464>
- Dianita, I. A., Annisari, H., & Nur, I. (2024). Jinan Laetitia 's Communication Identity in Building Personal Branding as a Singer-Songwriter. *Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 4(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.35877/454RI.daengku2990>
- Edinov, S., Violinda, Q., Supriyadi, Cahyo, A. N., Khoiry, I. Al, Fajarwati, N. K., Azizi,

- E., Imron, A., Ariyanti, R., Indriany, Y., Wijayanti, A., Yuliana, R., Yusraini, & Marwati, F. S. (2023). *Konsep Dasar Technopreneurship* (Fachrurazi (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Endah, P. T., Wilujeng, S. A., Rifka, F., Achmad, S., & Imbalan, Z. (2020). Pemanfaatan NVIVO dalam Penelitian Kualitatif. In *LP2M Universitas Negeri Malang*. <https://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/10/b5-Pemanfaatan-NVIVO-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Endiana, I. D. M., Sulatra, I. K., Putu, N., & Ariani, M. (2022). LELE DENGAN UPAYA PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI DESA LAPLAPAN UBUD YANG TERDAMPAK. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1(1), 225–232.
- Farunik, C. G., & Ginny, P. L. (2023). Tantangan dan Peluang Bisnis dalam Beradaptasi dengan Pasar Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Biana*, 3(1), 487-496.
- Fatima, A. do C., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Perilaku Kerja Proaktif dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3544. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4606>
- Fauzia, N., Maslihah, S., & Wyandini, D. Z. (2020). Trisilas Local Wisdom Scale , Silih Asih, Silih Asah, Silih Asuh. *Jurnal Psikologi TALENTA*, 5(2), 121. <https://doi.org/10.26858/talenta.v5i2.12757>
- Firdausya, L. Z., Ompusunggu, D. P., Pembangunan, J. E., Raya, U. P., & Raya, U. P. (2023). Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di era digital abad 21 micro, small and medium enterprises (msme) the digital age of the 21. *TALIJAGAD*, 1(3), 14–18.
- Fitri, A. N., Fabriar, S. R., & Hilmi, M. (2021). Branding fashion muslim (studi analisis brand wearing klamby). *Islamic Communication Journal*, 6(1), 31–48. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.1.7872>
- Gradhadyarini, B. L. (2023). *Ekonomi Kerakyatan: Kemitraan UMKM Masih Rendah*. KOMPAS. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/23/kemitraan-umkm-masih-rendah>
- Griffin Andrew ; Spark, Glenn, E. L. (2019). *A First Look At Communications Theory*.

Mc Graw Hill.

- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional bagi UMKM: Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 34–38. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.52>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2018). Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis). In *Jurnal Hikmah* (Vol. 5).
- Hasibuan, R. R., Darmawan, A. R., Afifah, H., Permana, I. S., Wahyuni, D., Masrokhah, S., Suciningtyas, S., & Sumaya, P. S. (2024). Pemanfaat Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal*, 2(2), 12–18.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan UMKM*.
- Hecht, M. L. (1993). 2002—A research odyssey: Toward the development of a communication theory of identity. *Communication Monographs*, 60(1), 76–82. <https://doi.org/10.1080/03637759309376297>
- Henry. (2024, May 18). Perempuan, Pemodalan dan Literasi Keuangan Jadi Tantangan Utama. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5596086/64-persen-umkm-di-indonesia-dikelola-perempuan-pemodalan-dan-literasi-keuangan-jadi-tantangan-utama>
- Hidayat, D. A. (2024). *Pengembangan UMKM, demi Perekonomian Nasional yang Kuat*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jatim/baca-artikel/16933/Pengembangan-UMKM-demi-Perekonomian-Nasional-yang-Kuat.html>
- Hidayat, D., & Hafiar, H. (2019). Nilai-nilai budaya soméah pada perilaku komunikasi masyarakat Suku Sunda. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.19595>
- Horst, S. O., Järventie-Thesleff, R., & Perez-Latre, F. J. (2020). Entrepreneurial identity

- development through digital media. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 87–112. <https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1689767>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–9. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- In, C., Aufin, M., & Indarti, N. (2023). TREND FASHION MUSLIM ABAYA PERSPEKTIF PEMASARAN ISLAM (STUDI KASUS TOKO ABAYA PASURUAN). *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(2), 17–29.
- Jauhari, M. S. (2021). Memahami Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(2), 155–166. <https://doi.org/10.59525/ijois.v1i2.13>
- Jayanti, S., Damanik, S., Hutaeruk, R., Purba, R., Siahaan, R., Ketaren, A., & Damanik, A. (2023). Peningkatan softskill pengusaha usaha mikro kecil menengah dan pengurus koperasi. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 585–591.
- Juwairiyah, I., Andrianto, M., & Syafitri, R. (2020). Peran Perempuan dalam Membangun UMKM di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, Dan Budaya*.
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM*, 8(2), 191–200.
- Kencana, M. R. B. (2024, March 8). UMKM Otomotif Bakal Dapat Rp 2 Triliun Buat Rakit Komponen Mobil Listrik. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5546178/umkm-otomotif-bakal-dapat-rp-2-triliun-buat-rakit-komponen-mobil-listrik>
- Khayyana, W. M., Putri, D. K. O., Karlina, A., Dirgantara, M. A., Wijdham, M. A., Martini, R., Febrianty, & Gunawan, A. A. (2022). Peran Strategi Komunitas UMKM dalam Meningkatkan Kinerja Umkm (Studi pPada Komunitas Sumsel Crafters). *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Ke-57 Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 91–103. <https://e-prosiding.uajy.ac.id/wp-content/uploads/simple->

- Kholilurrahman, M. (2023). *Evolusi Busana dari Era Islam Klasik hingga Abad Pertengahan*. 3(2), 39–44.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. K E N C A N A.
- Lein, V. S., & Hakim, B. (2023). Perancangan Sistem Pemesanan Jasa Perawatan Kecantikan Secara Home Service Berbasis Website (Studi Kasus: UMKM Salon Kecantikan Kota Tangerang Selatan). *Jurnal of Business and Audit Information System (JBASE)*, 6(1), 57–71. <https://doi.org/dx.doi.org/10.30813/jbase.v6i1.4320>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories Human Communications* (9th ed.). Thomson Wadsworth.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (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>
- Magdalena, E. C. R., & Pamungkas, I. N. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan di Jawa Barat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 360–367. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33822/jep.v6i2.5946> STRATEGI
- Maimuna, Y., & Limbong, D. (2022). Meningkatkan Keterlibatan Perempuan Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Kota Kendari. *Jurnal Ekonomi*, XXVII(03), 399–416.
- Masripah, I., & Nurochani, N. (2021). Strategi Pemasaran Islami Terhadap Tingkat Penjualan Busana Muslim Di Toko Hijab Bilqis Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 70–78. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.15>
- Maulana, N., Yulyani Fitri, Malahayatie, & Zulfahmi. (2023). Implementasi Korporasi, Kapasitas Dan Pembiayaan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Perekonomian Di Aceh. *Cendekia Niaga*, 7(2), 109–120. <https://doi.org/10.52391/jcn.v7i2.810>

- Maulina, P., Triantoro, D. A., & Fitri, A. (2023). Identitas, Fesyen Islam Populer, dan Syariat Islam: Negosiasi dan Kontestasi Muslimah Aceh. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 62–76. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.9419>
- Mawarsari, M. A. (2023, April 6). Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang (MSME Digitalization Trends in Indonesia 2023: Challenges and Opportunities). *Daily Social*. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Miranti, E. (2024, August 2). Hijrah dan Kemajuan Tren Fashion Muslim Indonesia. *Gontor News*. <https://gontornews.com/hijrah-dan-kemajuan-tren-fashion-muslim-indonesia/>
- Muhamad, N. (2023). *Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/cdcfe12b8f8af2b/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal). In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1), 114–131. <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/index%0AImplementasi>
- Nofriadi, Pawirosumarto, S., Lusiana, & Sari, S. (2024). Medium Enterprises (MSMEs) in Padang City . Padang City has a number of MSMEs owned by both women and men , and this research focuses on the differences , challenges , and opportunities faced by both types of MSMEs . The research method used is mixed me. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(1).
- Nur irvan, S., Indana Sulfa, F., Citra Ayu, L., Praja Gumulya, S., & Parhan, M. (2024). Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme Dan Kreativitas Fashion. *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120>

- Nurfajrina, A. (2023, May 5). 8 Adab Berpakaian dalam Islam bagi Perempuan & Laki-laki (8 Dress Etiquette in Islam for Women & Men). *Detik Hikmah*. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6704735/8-adab-berpakaian-dalam-islam-bagi-perempuan-laki-laki>
- Nuriaten, S. (2022). Seme' Sebagai Identitas Budaya Wanita Sumbawa. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 3(2), 112–120. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i2.1517>
- Nururi, I., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2024). Busana Koko : Dinamika Kebudayaan Muslim dan Lifestyle Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Pendahuluan. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 24(1).
- Pambudi, R. L. (2024, October 1). 10 Adab Berpakaian Sesuai Syariat Islam bagi Laki-laki dan Perempuan. *Detik Jateng*. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7566410/10-adab-berpakaian-sesuai-syariat-islam-bagi-laki-laki-dan-perempuan>
- Pamujiningtyas, K. (2021). *Pentingnya Peran Komunitas sebagai Jejaring bagi UMKM*. Kumparan Bisnis.
- Paxman, C. G. (2021). “I Love Tater Tot Casserole, I Just Make It Vegan”: Applying the Communication Theory of Identity to Examine Vegans’ Identity Management Techniques. *Communication Studies*, 72(4), 752–768. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1953554>
- Pertiwi, D. I., Nurbaiti, & Dharma, B. (2024). Strategi Pedagang Tradisional Pakaian Fashion Muslim dalam Menghadapi Transformasi Digital Bisnis. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 282–293.
- Pradana, M., Elisa, H. P., & Syarifuddin, S. (2023). The growing trend of Islamic fashion: A bibliometric analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2184557>
- Putri, F. W., & Putranto, H. A. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Advertising Terhadap Minat Pembelian Fashion Muslim Pada E-Commerce Tokopedia Melalui Persepsi Konsumen Mahasiswa di Kota Surabaya Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal MANOVA*, 7, 33–47.
- Putri, N., & Hanafi, S. M. (2023). Factors Affecting Muslim Fashion Products and

- Lifestyle Purchasing Decisions as Moderation. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(6), 571–591. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20236pp571-591>
- Rabbi, C. P. A. (2021, November 18). *Fesyen Muslim Nasional Diminta Memanfaatkan Besarnya Pasar Global*. <https://katadata.co.id/berita/industri/61963993acdf4/fesyen-muslim-nasional-diminta-memanfaatkan-besarnya-pasar-global>
- Rahayu, P., Supono, J., & Zalmi, A. (2023). Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis Pada UMKM Di Kabupaten Tangerang. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 107–112. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v1i3.313>
- Rahmadani, N. P. (2022). Analisis Strategi Penjualan online untuk Meningkatkan Penjualan Produk Hijab (Studi Kasus : Toko Hijab Aini Modiste Tirto). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 89–96.
- Raja, F., Kiswandi, P., App, P., Muhamad, J., Setiawan, C., Muhammad, J., & Ghifari, A. (2023). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
- Ramadhan, M. S., & Pertiwi, T. K. (2024). Penerapan Digital Marketing Pada Era Digitalisasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–6. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Ramadhani, A. F., Widodo, A. S. E., Setiyowati, Astungkara, A., & Chomsatu, Y. (2016). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Guna Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi COVID-19. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 1–23.
- Ramsey, M. C., Knight, R. A., & Knight, M. L. (2019). Student Identification and Communication Instruction: An Examination of Identity Gaps as Predictors of Communication Satisfaction and Teacher Apprehension. *Communication Studies*, 70(5), 620–632. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1650087>
- Rohmawati, H. S. (2020). Busana Muslimah dan Dinamiknya di Indonesia. *Jurnal*

Aqlam: Journal of Islam and Plurality, 5(1).

- Saeful, I., & Saputra, S. (2020). Kearifan Lokal Masyarakat Sunda sebagai Identitas Nasional. *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter*, 2, 67–70.
- Safina, Z., Ali, M., Masriadi, Subhani, & Fitri, D. (2024). Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @ Grosirshop _ Stuff. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 2(4), 840–849. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14213855>
- Santi, Y. M., & Kusumasari, I. R. (2023). Pemaksimalan Branding Usaha Melalui Pemahaman Pentingnya Identitas Maximizing Business Branding Through Understanding the Importance of Business Identity for MSMEs in Jorong Uba, Tilatang Kamang District. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 21–28. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.127>
- Santosa, Y. D., & Yuliana, N. (2024). Gambaran Communication Theory of Identity: Membangun Identitas Seorang Cosplayer. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 10. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i4.2729>
- Saragih, R., Ekonomi, F., Methodist, U., & Deli, K. (2019). Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM di Desa Baru dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Kewirausahaan*, 5, 1–14.
- Sari, E. N. (2021). Concept Of Small And Medium Entrepreneurs In Customer Oriented Islam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 1(3), 123–131. <https://doi.org/10.37481/jmh.v1i3.462>
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan Visual Branding untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Shahid, N. J., & Idris, M. (2023, September 20). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya. *KOMPAS*. <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm->

kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all#google_vignette

- Shin, J. (2024). Religion , Age , and Sexuality : An Empirical Approach to the Regulation of Female Sexuality through Dress among Indonesia Muslims. *Religions*.
- Shofi Ayudiana. (2024, October 30). Maman sebut potensi besar UMKM fesyen Muslim Indonesia di pasar global. *Antara News*. <https://www.antaranews.com/berita/4431881/maman-sebut-potensi-besar-umkm-fesyen-muslim-indonesia-di-pasar-global>
- Sinari, T., Lilianti, E., & Arifin, A. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Singkut, K., Sarolangun, K., Perdamaian, D., Digital, P., & Anyaman, K. T. (2022). Pemberdayaan umkm kerajinan tangan anyaman di desa perdamaian kec. singkut kab. sarolangun melalui pendampingan strategi pemasaran digital. *LOKOMOTIF ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.
- Sitorus, M., & Faujiah, A. (2023). Peluang Industri Kreatif Fashion Halal Di Indonesia. *Proceedings of International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 4(1), 141–154.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Aulia, S., & Hamidah, N. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 953–961.
- Stewart, C. O. (2022). STEM Identities: A Communication Theory of Identity Approach. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(2), 148–170. <https://doi.org/10.1177/0261927X211030674>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suryana, M. (2024). Pelaku UMKM dompet tenun Badui kewalahan layani pelanggan. *Antara News*. <https://banten.antaranews.com/berita/283542/pelaku-umkm-dompet-tenun-badui-kewalahan-layani-pelanggan>
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and

- competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(2).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAM*, 29(1), 1–10.
- Tambunan, F. (2022). Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang tua sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 115–128.
- Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47.
<https://doi.org/10.35886/damoda.v2i2.198>
- Tysara, L. (2023, March 15). Hijabers are Women Who Make Hijab a Symbol of Religion and Style. *Liputan* 6.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5233927/hijabers-adalah-perempuan-yang-menjadikan-hijab-sebagai-simbol-agama-dan-gaya>
- Ubaidillah, M. R. S. Al, Shalah, M. J. F., & Yasin, M. (2024). UMKM dan E-Commerce Pada Teknologi. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 07–11. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.757>
- Utari, P., & Hermawati, T. (2020). Not Easy and Challenging: How Students Maintain a Relational and Communal Communication Identity in Doing Business Online. *Atlantis Press: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 510(Icosaps), 169–175. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.025>
- Wahab, D. A., Anggadini, S. D., Yunanto, R., & Soegoto, D. S. (2023). *Ekosistem Bisnis dan Transformasi Digital - Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. CV.AA.RIZKY.
- Wilyawati, A. K., Yasin, D., Putri, D. A., Mayasari, F., Muntyas, H. A., Putra, M. H. P., Surya, R., & Ferdianto, R. B. A. (2022). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui

- Komunitas Langkah Berdikari Untuk Pengembangan UMKM di Desa Karangturi, Karanganyar: Pemberdayaan Masyarakat. *East Journal of Innovative Community Services*, 01(01), 30–41.
- Yati, F. (2023). “Pakaian Syar’i” dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, 8, 73–81.
- Yeboah, S. T., Yasmeen, H., & Amoako, G. K. (2025). *IMPACT OF ENTREPRENEURS ’ PERSONAL VALUES , ATTITUDES , AND ROLE PERCEPTIONS ON BRAND IMAGE FORMATION : THE MODERATING ROLE OF BRAND AMBIDEXTERITY*. 13(2), 20–47.
- Yoga, Y., Putra, P., & Zulkarnain, L. (2024). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Spesialis Aqiqah Pondok Petir). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 165–176.
- Yuliani, Ramli, A., & Rakib, M. (2022). Konsep Inovasi Usaha Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis UNM*, 4(1), 12–13.
- Yuliza, L. (2021). Trend Berpakaian Masa Kini Mengubah Fungsi Busana Muslimah Di Kalangan Wanita Muslim. *GUAU: Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 1.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Afifah, A. F., Setiawan, R. T., Sabina, V., & Huda, N. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Penjualan UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 1285–1290.
- Alawiyah, S., Handrianto, B., & Kania Rahman, I. (2020). Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam. *Rayah Al-Islam*, 4(02), 218–228. <https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338>
- Amado Mateus, M., Guzmán Rincón, A., & Cuero Acosta, Y. A. (2024). Influence of reputation, innovation, and knowledge on the performance of MSMEs in the orange economy sector. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2388227>

- Amalanathan, S., & Reddy-Best, K. L. (2024). Modesty in business, bold in fashion: entrepreneurial experiences of U.S. Muslim women in niche fashion markets. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00420-5>
- Amalia, N., Nurbaiti, & Jannah, N. (2023). ANALISIS TREND FASHION MUSLIM DALAM MENINGKATKAN HALAL LIFESTYLE DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 457–470.
- Amalina, D., Asrofi, N., & Shasta, D. (2022). Determinan Wirausaha Perempuan Pengguna Transaksi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 11(2), 193–210.
- Amrullah, A. (2022). Pengembangan Usaha Mikro Dalam Kerangka Prinsip Ekonomi Islam Di Kota Samalanga: Studi Kualitatif Fenomenologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam*, 01, 1–7. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jsen/article/download/662/572>
- Analia, D. (2020). Peran Stakeholder dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang , Sumatera Barat The Impact of Stakeholders to the Performance of Small and Medium Enterprises in Padang City , West Sumatera. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 9(3), 203–216.
- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Claudia, D., Jorger, V., Aziz, P. N., Suranti, N., Sukmah, M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha UMKM Untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Masyarakat. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 171–179. <https://doi.org/10.59841/jai.v1i2.112>
- Angeles, I. T. (2022). Mediating effect of entrepreneurial social identity on the MSME-owners' attitude and resilience amid COVID-19 crisis. *Journal of the International Council for Small Business*, 3(4), 270–280. <https://doi.org/10.1080/26437015.2022.2083999>
- Angelia, R., & Rochimah, H. A. I. N. (2024). Analysis of Generation Z Communication Identity in Novo Club Online Community Members. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(8), 3865–3873. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i8.1111>

- Anggraini, W., & Noviarita, H. (2021). The Effect of Life Style and Islamic Branding on Consumer Decisions in Buying Muslim Gamis Fashion Products in Bandar Lampung. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 29–36.
- Annisa, S. Q., Rinuastuti, B. H., & Saufi, A. (2011). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kapabilitas Inovatif Terhadap Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela. *JRP: Jurnal Riset Pemasaran*, 2, 1.
- Ardiansyah, A. M., Harahap, D. A. T., & Paulina, E. (2024). Implementasi “Akuntansi Silih Asah, Silih Asih, Silih Asuh” dan Pemaknaan Laba dalam Perspektif Budaya Sunda Pada UMKM Kota Sukabumi. *Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 6–8.
- Azzahra, S. F., & Ratnasari, A. (2024). Strategi Negosiasi Bisnis dalam Membangun Kerjasama UMKM. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 406–412.
- Bakti, R., & Tiara, A. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar’i di Gallery Ummu Afifa Collection. *Jurnal GICI*, 13(1), 116–131. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Bergquist, G., Soliz, J., Everhart, K., Braithwaite, D. O., & Kreimer, L. (2019). Investigating Layers of Identity and Identity Gaps in Refugee Resettlement Experiences in the Midwestern United States. *Western Journal of Communication*, 83(3), 383–402. <https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1552009>
- Blair, M., & Liu, M. (2020). Ethnically Chinese and culturally American: Exploring bicultural identity negotiation and co-cultural communication of Chinese-American female adoptees. *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(4), 347–365. <https://doi.org/10.1080/17513057.2019.1649710>
- Byram, M. (2023). Identity matters in the Common European Framework of Reference for Languages and its Companion Volume. *Language Learning Journal*, 51(2), 253–262. <https://doi.org/10.1080/09571736.2021.1996622>
- Cheung, T. C., & Choi, S. Y. (2022). Fashion designer’s identity self-verification

- through social media engagement on Instagram. *Fashion and Textiles*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00275-4>
- Clottey, S. N. T., Gyampoh, S. A., Anaba, M. A., & Adeniji, R. (2023). Impact of Brand Identity and Brand Image On Fashion Entrepreneurs: A Case Study of Greater Accra Metropolis. *International Journal of Vocational and Technical Education Research*, 9(2), 50–77.
- Delpont, M., & Mulder, D. (2023). Me, myself, I: Exploring radio personalities' display of identity on social media. *MedieKultur*, 38(73), 190–209. <https://doi.org/10.7146/mk.v38i73.132344>
- Deng, B., Cao, J., Huang, J., & Wu, J. (2022). The Influence of Innovation Climate on Creative Role Identity: The Mediating Role of Flow. *Frontiers in Psychology*, 13(May). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.866464>
- Dianita, I. A., Annisari, H., & Nur, I. (2024). Jinan Laetitia ' s Communication Identity in Building Personal Branding as a Singer-Songwriter. *Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 4(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.35877/454RI.daengku2990>
- Edinov, S., Violinda, Q., Supriyadi, Cahyo, A. N., Khoiry, I. Al, Fajarwati, N. K., Azizi, E., Imron, A., Ariyanti, R., Indriany, Y., Wijayanti, A., Yuliana, R., Yumnaini, & Marwati, F. S. (2023). *Konsep Dasar Technopreneurship* (Fachrurazi (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Endah, P. T., Wilujeng, S. A., Rifka, F., Achmad, S., & Imbalan, Z. (2020). Pemanfaatan NVIVO dalam Penelitian Kualitatif. In *LP2M Universitas Negeri Malang*. <https://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/10/b5-Pemanfaatan-NVIVO-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Endiana, I. D. M., Sulatra, I. K., Putu, N., & Ariani, M. (2022). LELE DENGAN UPAYA PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI DESA LAPLAPAN UBUD YANG TERDAMPAK. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1(1), 225–232.
- Farunik, C. G., & Ginny, P. L. (2023). Tantangan dan Peluang Bisnis dalam Beradaptasi dengan Pasar Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Biana*, 3(1), 487-496.

- Fatima, A. do C., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Perilaku Kerja Proaktif dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3544. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4606>
- Fauzia, N., Maslihah, S., & Wyandini, D. Z. (2020). Trisilas Local Wisdom Scale , Silih Asih, Silih Asah, Silih Asuh. *Jurnal Psikologi TALENTA*, 5(2), 121. <https://doi.org/10.26858/talenta.v5i2.12757>
- Firdausya, L. Z., Ompusunggu, D. P., Pembangunan, J. E., Raya, U. P., & Raya, U. P. (2023). Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di era digital abad 21 micro, small and medium enterprises (msme) the digital age of the 21. *TALIJAGAD*, 1(3), 14–18.
- Fitri, A. N., Fabriar, S. R., & Hilmi, M. (2021). Branding fashion muslim (studi analisis brand wearing klamby). *Islamic Communication Journal*, 6(1), 31–48. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.1.7872>
- Gradhadyarini, B. L. (2023). *Ekonomi Kerakyatan: Kemitraan UMKM Masih Rendah*. KOMPAS. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/23/kemitraan-umkm-masih-rendah>
- Griffin Andrew ; Spark, Glenn, E. L. (2019). *A First Look At Communications Theory*. Mc Graw Hill.
- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional bagi UMKM: Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 34–38. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.52>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2018). Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis). In *Jurnal Hikmah* (Vol. 5).
- Hasibuan, R. R., Darmawan, A. R., Afifah, H., Permana, I. S., Wahyuni, D., Masrokhah, S., Suciningtyas, S., & Sumaya, P. S. (2024). Pemanfaat Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal*, 2(2), 12–18.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020).

Kewirausahaan UMKM.

- Hecht, M. L. (1993). 2002—A research odyssey: Toward the development of a communication theory of identity. *Communication Monographs*, 60(1), 76–82. <https://doi.org/10.1080/03637759309376297>
- Henry. (2024, May 18). Perempuan, Pemodalan dan Literasi Keuangan Jadi Tantangan Utama. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5596086/64-persen-umkm-di-indonesia-dikelola-perempuan-pemodalan-dan-literasi-keuangan-jadi-tantangan-utama>
- Hidayat, D. A. (2024). *Pengembangan UMKM, demi Perekonomian Nasional yang Kuat*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jatim/baca-artikel/16933/Pengembangan-UMKM-demi-Perekonomian-Nasional-yang-Kuat.html>
- Hidayat, D., & Hafiar, H. (2019). Nilai-nilai budaya soméah pada perilaku komunikasi masyarakat Suku Sunda. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.19595>
- Horst, S. O., Järventie-Thesleff, R., & Perez-Latre, F. J. (2020). Entrepreneurial identity development through digital media. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 87–112. <https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1689767>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–9. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>
- In, C., Aufin, M., & Indarti, N. (2023). TREND FASHION MUSLIM ABAYA PERSPEKTIF PEMASARAN ISLAM (STUDI KASUS TOKO ABAYA PASURUAN). *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(2), 17–29.
- Jauhari, M. S. (2021). Memahami Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(2), 155–166. <https://doi.org/10.59525/ijois.v1i2.13>
- Jayanti, S., Damanik, S., Hutauruk, R., Purba, R., Siahaan, R., Ketaren, A., & Damanik,

- A. (2023). Peningkatan softskill pengusaha usaha mikro kecil menengah dan pengurus koperasi. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 585–591.
- Juwairiyah, I., Andrianto, M., & Syafitri, R. (2020). Peran Perempuan dalam Membangun UMKM di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, Dan Budaya*.
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM*, 8(2), 191–200.
- Kencana, M. R. B. (2024, March 8). UMKM Otomotif Bakal Dapat Rp 2 Triliun Buat Rakit Komponen Mobil Listrik. *Liputan 6*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5546178/umkm-otomotif-bakal-dapat-rp-2-triliun-buat-rakit-komponen-mobil-listrik>
- Khayyana, W. M., Putri, D. K. O., Karlina, A., Dirgantara, M. A., Wijdham, M. A., Martini, R., Febrianty, & Gunawan, A. A. (2022). Peran Strategi Komunitas UMKM dalam Meningkatkan Kinerja Umkm (Studi pPada Komunitas Sumsel Crafters). *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Ke-57 Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 91–103. https://e-prosiding.uajy.ac.id/wp-content/uploads/simple-file-list/12_DONE_Artikel-PIM-Sumsel-Crafters-2022-AA-FIX.pdf
- Kholilurrahman, M. (2023). *Evolusi Busana dari Era Islam Klasik hingga Abad Pertengahan*. 3(2), 39–44.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. K E N C A N A.
- Lein, V. S., & Hakim, B. (2023). Perancangan Sistem Pemesanan Jasa Perawatan Kecantikan Secara Home Service Berbasis Website (Studi Kasus: UMKM Salon Kecantikan Kota Tangerang Selatan). *Jurnal of Business and Audit Information System (JBASE)*, 6(1), 57–71. <https://doi.org/dx.doi.org/10.30813/jbase.v6i1.4320>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories Human Communications* (9th ed.). Thomson Wadsworth.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (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>
- Magdalena, E. C. R., & Pamungkas, I. N. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan di Jawa Barat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 360–367. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33822/jep.v6i2.5946> STRATEGI
- Maimuna, Y., & Limbong, D. (2022). Meningkatkan Keterlibatan Perempuan Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Kota Kendari. *Jurnal Ekonomi*, XXVII(03), 399–416.
- Masripah, I., & Nurochani, N. (2021). Strategi Pemasaran Islami Terhadap Tingkat Penjualan Busana Muslim Di Toko Hijab Bilqis Ciamis. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(1), 70–78. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i1.15>
- Maulana, N., Yulyani Fitri, Malahayatie, & Zulfahmi. (2023). Implementasi Korporasi, Kapasitas Dan Pembiayaan Ukm Berbasis Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Perekonomian Di Aceh. *Cendekia Niaga*, 7(2), 109–120. <https://doi.org/10.52391/jcn.v7i2.810>
- Maulina, P., Triantoro, D. A., & Fitri, A. (2023). Identitas, Fesyen Islam Populer, dan Syariat Islam: Negosiasi dan Kontestasi Muslimah Aceh. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 62–76. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.9419>
- Mawarsari, M. A. (2023, April 6). Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang (MSME Digitalization Trends in Indonesia 2023: Challenges and Opportunities). *Daily Social*. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Miranti, E. (2024, August 2). Hijrah dan Kemajuan Tren Fashion Muslim Indonesia. *Gontor News*. <https://gontornews.com/hijrah-dan-kemajuan-tren-fashion-muslim-indonesia/>
- Muhamad, N. (2023). *Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/cdcfe12b8f8af2b/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh

- Proposal). In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1), 114–131. <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/index%0AImplementasi>
- Nofriadi, Pawirosumarto, S., Lusiana, & Sari, S. (2024). Medium Enterprises (MSMEs) in Padang City . Padang City has a number of MSMEs owned by both women and men , and this research focuses on the differences , challenges , and opportunities faced by both types of MSMEs . The research method used is mixed me. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(1).
- Nur irvan, S., Indana Sulfa, F., Citra Ayu, L., Praja Gumulya, S., & Parhan, M. (2024). Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme Dan Kreativitas Fashion. *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120>
- Nurfajrina, A. (2023, May 5). 8 Adab Berpakaian dalam Islam bagi Perempuan & Laki-laki (8 Dress Etiquette in Islam for Women & Men). *Detik Hikmah*. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6704735/8-adab-berpakaian-dalam-islam-bagi-perempuan-laki-laki>
- Nuriaten, S. (2022). Seme' Sebagai Identitas Budaya Wanita Sumbawa. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 3(2), 112–120. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i2.1517>
- Nururi, I., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2024). Busana Koko : Dinamika Kebudayaan Muslim dan Lifestyle Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Pendahuluan. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 24(1).
- Pambudi, R. L. (2024, October 1). 10 Adab Berpakaian Sesuai Syariat Islam bagi Laki-laki dan Perempuan. *Detik Jateng*. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7566410/10-adab-berpakaian-sesuai-syariat-islam-bagi-laki-laki-dan-perempuan>
- Pamujiningtyas, K. (2021). *Pentingnya Peran Komunitas sebagai Jejaring bagi*

UMKM. Kumparan Bisnis.

- Paxman, C. G. (2021). "I Love Tater Tot Casserole, I Just Make It Vegan": Applying the Communication Theory of Identity to Examine Vegans' Identity Management Techniques. *Communication Studies*, 72(4), 752–768. <https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1953554>
- Pertiwi, D. I., Nurbaiti, & Dharma, B. (2024). Strategi Pedagang Tradisional Pakaian Fashion Muslim dalam Menghadapi Transformasi Digital Bisnis. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 282–293.
- Pradana, M., Elisa, H. P., & Syarifuddin, S. (2023). The growing trend of Islamic fashion: A bibliometric analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2184557>
- Putri, F. W., & Putranto, H. A. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Advertising Terhadap Minat Pembelian Fashion Muslim Pada E-Commerce Tokopedia Melalui Persepsi Konsumen Mahasiswa di Kota Surabaya Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal MANOVA*, 7, 33–47.
- Putri, N., & Hanafi, S. M. (2023). Factors Affecting Muslim Fashion Products and Lifestyle Purchasing Decisions as Moderation. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(6), 571–591. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20236pp571-591>
- Rabbi, C. P. A. (2021, November 18). *Fesyen Muslim Nasional Diminta Memanfaatkan Besarnya Pasar Global*. <https://katadata.co.id/berita/industri/61963993acdf4/fesyen-muslim-nasional-diminta-memanfaatkan-besarnya-pasar-global>
- Rahayu, P., Supono, J., & Zalmi, A. (2023). Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis Pada UMKM Di Kabupaten Tangerang. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 107–112. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v1i3.313>
- Rahmadani, N. P. (2022). Analisis Strategi Penjualan online untuk Meningkatkan Penjualan Produk Hijab (Studi Kasus : Toko Hijab Aini Modiste Tirto). *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 89–96.
- Raja, F., Kiswandi, P., App, P., Muhamad, J., Setiawan, C., Muhammad, J., & Ghifari,

- A. (2023). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
- Ramadhan, M. S., & Pertiwi, T. K. (2024). Penerapan Digital Marketing Pada Era Digitalisasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–6. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Ramadhani, A. F., Widodo, A. S. E., Setiyowati, Astungkara, A., & Chomsatu, Y. (2016). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Guna Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi COVID-19. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 1–23.
- Ramsey, M. C., Knight, R. A., & Knight, M. L. (2019). Student Identification and Communication Instruction: An Examination of Identity Gaps as Predictors of Communication Satisfaction and Teacher Apprehension. *Communication Studies*, 70(5), 620–632. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1650087>
- Rohmawati, H. S. (2020). Busana Muslimah dan Dinamikanya di Indonesia. *Jurnal Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 5(1).
- Saeful, I., & Saputra, S. (2020). Kearifan Lokal Masyarakat Sunda sebagai Identitas Nasional. *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter*, 2, 67–70.
- Safina, Z., Ali, M., Masriadi, Subhani, & Fitri, D. (2024). Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @ Grosirshop _ Stuff. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 2(4), 840–849. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.14213855>
- Santi, Y. M., & Kusumasari, I. R. (2023). Pemaksimalan Branding Usaha Melalui Pemahaman Pentingnya Identitas Maximizing Business Branding Through Understanding the Importance of Business Identity for MSMEs in Jorong Uba, Tilatang Kamang District. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 21–28. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.127>
- Santosa, Y. D., & Yuliana, N. (2024). Gambaran Communication Theory of Identity: Membangun Identitas Seorang Cosplayer. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*,

1(4), 10. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.2729>

- Saragih, R., Ekonomi, F., Methodist, U., & Deli, K. (2019). Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM di Desa Baru dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Kewirausahaan*, 5, 1–14.
- Sari, E. N. (2021). Concept Of Small And Medium Entrepreneurs In Customer Oriented Islam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 1(3), 123–131. <https://doi.org/10.37481/jmh.v1i3.462>
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan Visual Branding untuk Meningkatkan Identitas dan Daya Saing UMKM Binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Shahid, N. J., & Idris, M. (2023, September 20). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya. *KOMPAS*. https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all#google_vignette
- Shin, J. (2024). Religion , Age , and Sexuality : An Empirical Approach to the Regulation of Female Sexuality through Dress among Indonesia Muslims. *Religions*.
- Shofi Ayudiana. (2024, October 30). Maman sebut potensi besar UMKM fesyen Muslim Indonesia di pasar global. *Antara News*. <https://www.antaranews.com/berita/4431881/maman-sebut-potensi-besar-umkm-fesyen-muslim-indonesia-di-pasar-global>
- Sinari, T., Lilianti, E., & Arifin, A. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Singkut, K., Sarolangun, K., Perdamaian, D., Digital, P., & Anyaman, K. T. (2022). Pemberdayaan umkm kerajinan tangan anyaman di desa perdamaian kec. singkut kab. sarolangun melalui pendampingan strategi pemasaran digital. *LOKOMOTIF*

ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1.

- Sitorus, M., & Faujiah, A. (2023). Peluang Industri Kreatif Fashion Halal Di Indonesia. *Proceedings of International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 4(1), 141–154.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Aulia, S., & Hamidah, N. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 953–961.
- Stewart, C. O. (2022). STEM Identities: A Communication Theory of Identity Approach. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(2), 148–170. <https://doi.org/10.1177/0261927X211030674>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suryana, M. (2024). Pelaku UMKM dompet tenun Badui kewalahan layani pelanggan. *Antara News*. <https://banten.antaranews.com/berita/283542/pelaku-umkm-dompet-tenun-badui-kewalahan-layani-pelanggan>
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Tambunan, F. (2022). Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang tua sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 115–128.
- Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47. <https://doi.org/10.35886/damoda.v2i2.198>

- Tysara, L. (2023, March 15). Hijabers are Women Who Make Hijab a Symbol of Religion and Style. *Liputan* 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5233927/hijabers-adalah-perempuan-yang-menjadikan-hijab-sebagai-simbol-agama-dan-gaya>
- Ubaidillah, M. R. S. Al, Shalah, M. J. F., & Yasin, M. (2024). UMKM dan E-Commerce Pada Teknologi. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 07–11. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.757>
- Utari, P., & Hermawati, T. (2020). Not Easy and Challenging: How Students Maintain a Relational and Communal Communication Identity in Doing Business Online. *Atlantis Press: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 510(Icosaps), 169–175. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.025>
- Wahab, D. A., Anggadini, S. D., Yunanto, R., & Soegoto, D. S. (2023). *Ekosistem Bisnis dan Transformasi Digital - Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. CV.AA.RIZKY.
- Wilyawati, A. K., Yasin, D., Putri, D. A., Mayasari, F., Muntyas, H. A., Putra, M. H. P., Surya, R., & Ferdianto, R. B. A. (2022). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Komunitas Langkah Berdikari Untuk Pengembangan UMKM di Desa Karangturi, Karanganyar: Pemberdayaan Masyarakat. *Easta Journal of Innovative Community Services*, 01(01), 30–41.
- Yati, F. (2023). “Pakaian Syar’i” dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, 8, 73–81.
- Yeboah, S. T., Yasmeen, H., & Amoako, G. K. (2025). *IMPACT OF ENTREPRENEURS ’ PERSONAL VALUES , ATTITUDES , AND ROLE PERCEPTIONS ON BRAND IMAGE FORMATION : THE MODERATING ROLE OF BRAND AMBIDEXTERITY*. 13(2), 20–47.
- Yoga, Y., Putra, P., & Zulkarnain, L. (2024). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Spesialis Aqiqah Pondok Petir). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 165–176.
- Yuliani, Ramli, A., & Rakib, M. (2022). Konsep Inovasi Usaha Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional*

Dies Natalis UNM, 4(1), 12–13.

Yuliza, L. (2021). Trend Berpakaian Masa Kini Mengubah Fungsi Busana Muslimah Di Kalangan Wanita Muslim. *GUAU: Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 1.