

## Strengthening the Legality and Digitalization of MSMEs in Increasing Visibility and Business Sustainability in Gemilang Jaya Village

Arrahman Aditya<sup>1\*</sup>, Vina Salsabila<sup>2</sup>, Alridho Fransiska<sup>3</sup>, Yolanda Huslita<sup>4</sup>, Mutiara Andini<sup>5</sup>, Ade Lesmana<sup>6</sup>, Aldi Fratama<sup>7</sup>, Kustari Alfina<sup>8</sup>, Ari Anggara<sup>9</sup>, Syakirah Ramadhani<sup>10</sup>, Sayyidah Shufiyah Al Maghfiroh<sup>11</sup>, Siti Herliza<sup>12</sup> Qusthoniah<sup>13</sup>

Universitas Islam Indragiri

**Corresponding Author:** Arrahman Aditya [aditmaddog555@gmail.com](mailto:aditmaddog555@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* MSMEs, Legitimacy, Digitalization, Visual Identity, Rural Economy

*Received :* 5, September

*Revised :* 25, September

*Accepted:* 26, October

©2025 Aditya, Salsabila, Fransiska, Huslita, Andini, Lesmana, Fratama, Alfina, Anggara, Ramadhani, Maghfiroh, Herliza, Qusthoniah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Gemilang Jaya Village in Batang Tuaka District has strong economic potential through agriculture-based MSMEs, particularly palm sugar and sugarcane juice. However, these MSMEs face challenges in business legitimacy and limited digitalization. This community service program aimed to strengthen MSMEs by facilitating business legality, improving visual identity, and enhancing digital marketing. The methods included socialization, participatory discussion, and technical assistance over 40 days. Results show that issuing the Business Identification Number (NIB) increased public trust, while digitalization through social media and Google Maps expanded market reach and product visibility. Strengthening visual identity also enhanced brand image. Thus, legitimacy and digitalization are key factors in sustaining rural economic development.

---

## Penguatan Legalitas dan Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Visibilitas dan Keberlanjutan Usaha di Desa Gemilang Jaya

Arrahman Aditya<sup>1\*</sup>, Vina Salsabila<sup>2</sup>, Alridho Fransiska<sup>3</sup>, Yolanda Huslita<sup>4</sup>, Mutiara Andini<sup>5</sup>, Ade Lesmana<sup>6</sup>, Aldi Fratama<sup>7</sup>, Kustari Alfina<sup>8</sup>, Ari Anggara<sup>9</sup>, Syakirah Ramadhani<sup>10</sup>, Sayyidah Shufiyah Al Maghfiroh<sup>11</sup>, Siti Herliza<sup>12</sup>, Qusthoniah<sup>13</sup>

Universitas Islam Indragiri

**Corresponding Author:** Arrahman Aditya [aditmaddog555@gmail.com](mailto:aditmaddog555@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* UMKM, Legitimasi, Digitalisasi, Identitas Visual, Ekonomi Desa

*Received :* 5, September

*Revised :* 25, September

*Accepted:* 26, Oktober

©2025 Aditya, Salsabila, Fransiska, Huslita, Andini, Lesmana, Fratama, Alfina, Anggara, Ramadhani, Maghfiroh, Herliza, Qusthoniah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Desa Gemilang Jaya di Kecamatan Batang Tuaka memiliki potensi ekonomi melalui UMKM berbasis pertanian, khususnya gula merah dan es sari tebu. Namun, pelaku UMKM masih terkendala legitimasi usaha dan keterbatasan digitalisasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat kapasitas UMKM melalui legalitas usaha, identitas visual produk, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, diskusi, dan pendampingan teknis selama 40 hari. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerbitan NIB meningkatkan kepercayaan publik, sementara digitalisasi melalui media sosial dan Google Maps memperluas pasar serta visibilitas produk. Penguatan identitas visual juga terbukti memperkuat citra merek. Dengan demikian, legitimasi dan digitalisasi menjadi faktor kunci pengembangan UMKM menuju keberlanjutan ekonomi desa.

---

## PENDAHULUAN

Desa Gemilang Jaya, yang terletak di Kecamatan Batang Tuaka, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam bidang perekonomian lokal. Potensi ini terutama terlihat dari geliat pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tumbuh di tengah masyarakat. Keberadaan UMKM di desa ini menjadi salah satu pendorong utama roda ekonomi, sekaligus membuka lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan warga. Menurut Indrawan (2018), UMKM merupakan entitas usaha produktif yang bersifat mandiri, bukan merupakan bagian atau anak perusahaan dari usaha besar, dan diklasifikasikan berdasarkan kriteria tertentu, seperti jumlah aset dan omzet tahunan. Di Desa Gemilang Jaya, UMKM yang paling dominan adalah di bidang pertanian. Dengan pengelolaan yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak, potensi UMKM di Desa Gemilang Jaya memiliki peluang besar untuk berkembang lebih pesat dan menjadi tulang punggung ekonomi desa secara berkelanjutan.

Hasil pertanian dari Desa Gemilang Jaya tidak hanya dijual dalam bentuk mentah, tetapi telah diolah menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi. Beberapa di antaranya adalah gula merah dan es sari tebu, yang kini menjadi salah satu produk unggulan desa.

Gula merah adalah pemanis alami yang diperoleh dari hasil hidrolisis parsial dan pemekatan cairan nira tanaman palem (seperti aren, kelapa, atau siwalan) maupun dari sari tebu, melalui proses pemanasan hingga mengental dan kemudian dicetak dalam bentuk padatan. Gula merah mengandung sukrosa, glukosa, dan fruktosa dalam kadar yang bervariasi, serta mineral seperti kalium, kalsium, dan fosfor yang tidak ditemukan dalam jumlah tinggi pada gula pasir rafinasi. Menurut Widyaningsih & Estiasih (2014), gula merah didefinisikan sebagai hasil pengolahan cairan nira pohon palma melalui pemasakan sampai kental dan pencetakan hingga membentuk padatan. Proses pembuatan gula merah diawali dengan penyadapan nira dari tandan bunga tanaman palem, seperti aren atau kelapa, yang dilakukan pada pagi dan sore hari. Nira segar yang diperoleh kemudian disaring untuk menghilangkan kotoran dan mencegah fermentasi dini sehingga kualitas nira tetap terjaga. Tahap berikutnya adalah pemasakan atau evaporasi, yaitu dengan merebus nira di wajan besar menggunakan api kayu hingga kadar air berkurang dan larutan menjadi semakin kental. Selama proses pemasakan, nira harus diaduk secara terus-menerus agar tidak gosong dan menghasilkan warna cokelat yang merata. Setelah mencapai kekentalan tertentu, cairan pekat tersebut dituangkan ke dalam cetakan yang terbuat dari batok kelapa, bambu, atau wadah kayu, kemudian didiamkan hingga dingin dan mengeras. Tahap akhir adalah pendinginan dan pengemasan, di mana gula merah padat dikeluarkan dari cetakan dan dibungkus dengan bahan alami seperti daun pisang atau daun jati, atau menggunakan plastik sederhana, sebelum akhirnya dipasarkan.

Sari tebu adalah cairan manis yang diperoleh dari batang tanaman tebu (*Saccharum officinarum* L.) melalui proses ekstraksi atau pemerasan. Cairan ini kaya akan sukrosa, glukosa, fruktosa, serta mengandung berbagai mineral dan senyawa bioaktif seperti polifenol, flavonoid, dan asam fenolat yang berfungsi

sebagai antioksidan alami. Menurut Mudambi & Rajagopal (2006), sari tebu termasuk minuman tradisional yang bernilai gizi tinggi karena kandungan karbohidrat sederhana dan mineralnya yang mudah diserap tubuh, sehingga dapat menjadi sumber energi cepat. Proses pembuatan sari tebu dimulai dari pemilihan batang tebu yang telah matang agar kandungan gulanya optimal. Batang tebu kemudian dibersihkan dari daun, kulit luar, dan kotoran sebelum dipotong menjadi ukuran kecil agar mudah diproses. Selanjutnya, potongan tebu dimasukkan ke dalam mesin pemeras untuk mengekstrak cairan manis yang disebut sari tebu. Cairan hasil perasan tersebut kemudian disaring guna memisahkan ampas dan serat halus, sehingga diperoleh minuman dengan tekstur lebih jernih. Pada tahap penyajian, sari tebu biasanya disajikan segar dengan tambahan es batu, atau dipadukan dengan perasan jeruk nipis maupun jahe untuk memperkaya cita rasa. Dalam produksi berskala industri, sari tebu juga dapat dipasteurisasi untuk memperpanjang umur simpan dan menjaga kualitas minuman.

Selain menyegarkan, sari tebu memiliki berbagai manfaat kesehatan karena kandungan gula sederhana seperti sukrosa, glukosa, dan fruktosa yang dapat menjadi sumber energi instan. Minuman ini juga kaya mineral, termasuk kalsium, magnesium, kalium, dan zat besi, yang penting bagi metabolisme tubuh dan kesehatan tulang. Kandungan polifenol dan flavonoid di dalamnya berperan sebagai antioksidan alami yang membantu melawan radikal bebas serta mendukung sistem kekebalan tubuh. Oleh karena itu, Patel (2015) menekankan bahwa sari tebu tidak hanya berfungsi sebagai minuman tradisional, tetapi juga memiliki nilai fungsional sebagai minuman kesehatan alami yang aman dikonsumsi dan bermanfaat bagi tubuh. Transformasi hasil pertanian ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memberikan dampak ekonomi langsung bagi para petani dan pelaku UMKM setempat.

Meskipun demikian, para pelaku UMKM di Desa Gemilang Jaya masih menghadapi tantangan dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki, khususnya dalam aspek legitimasi dan digitalisasi, sebagaimana hasil observasi penulis. Menurut Nkundabanyanga et al. (2015), legitimasi dapat diartikan sebagai persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas, baik organisasi maupun individu, dianggap layak, pantas, dan sesuai dengan norma, nilai, keyakinan, serta definisi sosial yang berlaku di masyarakat. Dalam konteks UMKM, legitimasi sangat penting sebagai dasar kepercayaan publik dan akses terhadap dukungan kelembagaan, seperti pembiayaan, pelatihan, atau kemitraan usaha. Sebagaimana ditegaskan oleh Deegan (2019), legitimasi merupakan kondisi dinamis yang harus senantiasa dijaga, di mana organisasi perlu menyesuaikan strategi dan perilakunya agar tetap sejalan dengan perubahan ekspektasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa legitimasi bagi UMKM tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan formal, tetapi juga dengan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan norma masyarakat dan tuntutan pasar yang terus berubah. Dengan demikian, legitimasi menjadi variabel krusial yang menentukan keberlanjutan, daya saing, dan penerimaan sosial UMKM dalam jangka panjang.

Di sisi lain, Tan et al. (2022) mendefinisikan digitalisasi sebagai sebuah proses transformasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi sekaligus efektivitas bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital serta data yang terkomputerisasi. Digitalisasi dipandang sebagai kunci utama dalam memperluas jangkauan pasar, mempercepat pelayanan, dan menguatkan daya saing produk UMKM di tengah dinamika ekonomi digital saat ini. Sejalan dengan itu, Vial (2019) menegaskan bahwa transformasi digital merupakan proses yang mendorong perubahan mendasar pada model bisnis dan struktur organisasi, sekaligus menciptakan nilai tambah baru melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, urgensi digitalisasi bagi UMKM tidak hanya terletak pada aspek efisiensi operasional, tetapi juga pada perannya dalam memastikan keberlangsungan usaha serta relevansi di tengah persaingan global yang semakin kompetitif.

Indrawan dan Handayani (2018) juga menegaskan bahwa UMKM merupakan entitas usaha produktif yang berdiri sendiri, tidak berafiliasi dengan usaha besar, dan diklasifikasikan berdasarkan batasan aset maupun omzet tertentu. Desa Gemilang Jaya di Kecamatan Batang Tuaka memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar, khususnya melalui sektor UMKM berbasis pertanian. Produk unggulan seperti gula merah dan es sari tebu menjadi contoh nyata transformasi hasil pertanian sederhana menjadi komoditas bernilai jual tinggi yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Meski demikian, pelaku UMKM di desa ini masih menghadapi sejumlah kendala, terutama terkait aspek legalitas usaha serta pemanfaatan media sosial digital yang terbatas, sehingga menghambat pengembangan usaha secara optimal. Dalam hal ini, legitimasi menjadi faktor penting untuk membangun kepercayaan publik sekaligus memperoleh dukungan kelembagaan, seperti akses pembiayaan, pelatihan, maupun kemitraan. Di sisi lain, digitalisasi berperan strategis dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi bisnis, serta memperkuat daya saing produk. Daya jual produk sendiri ditentukan oleh berbagai aspek, mulai dari kualitas, strategi pemasaran, hingga inovasi kemasan yang dipadukan dengan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, penguatan legitimasi dan percepatan digitalisasi dapat dipandang sebagai kunci utama dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan di Desa Gemilang Jaya.

## **PELAKSAAN DAN METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Gemilang Jaya dilaksanakan selama kurang lebih 40 hari yang dimulai pada tanggal 17 Juli hingga 25 Agustus 2025. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah masyarakat Desa Gemilang Jaya, khususnya kelompok pelaku UMKM yang dominan di desa ini. Sesuai observasi penulis, UMKM yang banyak ditemui adalah yang bergerak dalam pengolahan gula merah dan es sari tebu.

Metode yang digunakan mencakup sosialisasi, diskusi partisipatif, serta pendampingan langsung di lapangan, dengan pendekatan yang bersifat edukatif dan aplikatif guna mendorong peningkatan kapasitas serta kemandirian pelaku UMKM.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

a) Sosialisasi

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi langsung kepada pelaku UMKM yang memproduksi gula merah dan es sari tebu. Tim pelaksana mengunjungi lokasi usaha untuk menjelaskan pentingnya pengembangan produk lokal agar memiliki nilai tambah serta daya saing lebih tinggi. Sosialisasi dilakukan secara komunikatif dan kontekstual agar mudah dipahami oleh masyarakat setempat.

b) Perumusan Solusi

Pada tahap ini, dilakukan dialog interaktif untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi UMKM, sekaligus merumuskan solusi yang aplikatif. Salah satu langkah nyata adalah mendaftarkan pelaku usaha ke sistem perizinan online melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk nyata legalitas dan legitimasi usaha.

Pada UMKM pengolahan gula merah, penguatan identitas produk dapat dilakukan melalui penyediaan desain kemasan yang menarik serta pembuatan logo sebagai simbol merek. Identitas visual tersebut berfungsi tidak hanya untuk meningkatkan daya tarik konsumen, tetapi juga untuk membangun citra produk yang lebih profesional dan kompetitif di pasar. Keller (2013), melalui konsep Customer-Based Brand Equity, menekankan bahwa konsistensi identitas visual mampu memperkuat brand awareness dan brand association. Semakin kuat identitas visual yang dimiliki, semakin besar pula ekuitas merek yang terbentuk, yang pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya jual produk.

c) Implementasi Teknologi dalam Pemasaran

Tahapan ini diawali dengan pretest untuk mengukur pemahaman masyarakat terkait strategi pemasaran dan pemenuhan kebutuhan pasar. Berdasarkan hasil pretest, dilakukan edukasi mengenai pentingnya kehadiran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Selanjutnya, dilakukan pendampingan teknis dalam mendaftarkan usaha gula merah dan es sari tebu ke dalam platform digital, seperti Google Maps, guna meningkatkan visibilitas usaha serta mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi produksi. Hal ini sejalan dengan pandangan Mateus (2018) bahwa visibilitas merupakan kategori simbolik dan kolektif yang menentukan perhatian publik, sehingga kehadiran usaha pada platform digital tidak hanya membuatnya terlihat, tetapi juga diakui dan dipertimbangkan oleh konsumen. Langkah ini merupakan bentuk implementasi sederhana namun berdampak dari digitalisasi usaha kecil.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Gemilang Jaya melalui serangkaian program yang dirancang untuk menjawab tantangan serta kebutuhan pelaku usaha lokal. Program-program tersebut difokuskan pada dua aspek utama, yaitu digitalisasi dan legitimasi produk, yang dinilai sangat krusial dalam memperkuat daya saing UMKM di tengah pesatnya perkembangan

teknologi informasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM di Desa Gemilang Jaya dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperoleh pengakuan hukum yang sah atas usaha yang dijalankan. Besar harapan penulis bahwa kegiatan ini tidak hanya bersifat sementara, melainkan mampu memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM secara mandiri dan berkelanjutan.

### ***Sosialisasi pentingnya digitalisasi dan legitimasi kepada pelaku UMKM desa Gemilang Jaya***

Pada tahap awal pelaksanaan program, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) melakukan pendekatan langsung melalui kunjungan ke lokasi usaha milik para pelaku UMKM di Desa Gemilang Jaya. Kunjungan ini merupakan bentuk komunikasi awal yang bertujuan untuk membangun kedekatan serta kepercayaan antara mahasiswa dan pelaku usaha, sehingga proses bertukar pengetahuan dapat berlangsung lebih efektif. Dalam kegiatan ini, mahasiswa menyampaikan penjelasan secara verbal mengenai pentingnya digitalisasi usaha, seperti penggunaan media sosial. Digitalisasi dinilai penting untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar, dan mempermudah proses transaksi.

Selain digitalisasi, aspek legitimasi juga disosialisasikan secara menyeluruh. Mahasiswa memberikan edukasi mengenai pentingnya legalitas usaha, seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Legalitas ini tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Tahap ini merupakan fondasi penting untuk membangun pemahaman awal sebelum pelaksanaan program-program lanjutan yang bersifat praktis dan aplikatif.



**Gambar 1. Sosialisasi program kerja kepada pelaku UMKM  
*Implementasi program-program KKN kepada pelaku UMKM desa Gemilang Jaya***

Setelah melakukan kunjungan awal, pertukaran informasi, serta negosiasi terkait program-program yang ditawarkan, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) melanjutkan kegiatan dengan menyusun rencana implementasi secara lebih terstruktur. Penyusunan ini mencakup pemetaan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM, penyesuaian program berdasarkan kapasitas dan kesiapan usaha, serta penjadwalan kegiatan pelaksanaan. Beberapa hari setelah proses perencanaan selesai, mahasiswa KKN kembali mengunjungi pelaku usaha untuk memulai tahap implementasi program yang telah disepakati.

Pada program legitimasi usaha, mahasiswa KKN memberikan fasilitas kepada pelaku UMKM untuk memperoleh legalitas resmi berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), yang dikeluarkan dan disahkan secara elektronik oleh Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Legalitas ini menjadi syarat utama bagi pelaku usaha untuk dapat beroperasi secara sah dan mengakses berbagai bentuk bantuan atau kerja sama, baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Dalam proses ini, mahasiswa terlebih dahulu mengumpulkan data dan dokumen pendukung dari pelaku usaha, seperti Nomor Induk Kependudukan (NIK), salinan Kartu Tanda Penduduk (KTP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan nomor kepesertaan BPJS, jika tersedia. Setelah seluruh dokumen terkumpul, mahasiswa melakukan proses pendaftaran secara daring melalui sistem OSS (Online Single Submission), dengan estimasi waktu penyelesaian antara satu hingga dua hari kerja. Setelah NIB diterbitkan, mahasiswa mencetak dan menyerahkan sertifikat tersebut kepada masing-masing pelaku usaha sebagai bukti legalitas yang sah.



**Gambar 2. Penyerahan NIB kepada pelaku UMKM "Es Tebu Hajir"**

Selanjutnya, pada program digitalisasi usaha, mahasiswa memberikan edukasi awal secara verbal mengenai pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam konteks pemasaran melalui media sosial. Pelaku UMKM diberikan pemahaman dasar terkait konsep digital marketing, termasuk bagaimana membangun identitas merek, melakukan promosi produk, serta menjangkau konsumen secara lebih luas melalui platform digital. Mahasiswa juga

memberikan panduan praktis dalam bentuk tutorial langsung mengenai cara membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial. Sebagai bentuk dukungan lanjutan, mahasiswa mendaftarkan unit usaha UMKM ke dalam platform digital Google Maps. Pendaftaran ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mempermudah interaksi antara produsen dan konsumen melalui informasi lokasi yang akurat dan mudah diakses. Melalui integrasi teknologi ini, diharapkan UMKM di Desa Gemilang Jaya dapat bertransformasi menjadi lebih adaptif dan kompetitif di era digital.



**Gambar 3. Penyerahan Packaging produk ke pelaku UMKM**



Gambar 4. Dokumentasi produk dan packaging



Gambar 5. Dokumentasi Input Google Maps

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan KKN Tematik UNISI 2025 yang dilaksanakan di Desa Gemilang Jaya menunjukkan bahwa UMKM berbasis pertanian, khususnya pengolahan gula merah dan es sari tebu, memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian lokal. Transformasi produk pertanian sederhana menjadi komoditas bernilai jual tinggi mampu memberikan dampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun, tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM terletak pada aspek legitimasi usaha dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Melalui program KKN, solusi yang ditawarkan berupa fasilitasi legalitas usaha melalui penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), penguatan identitas visual produk, serta pendampingan dalam digitalisasi pemasaran melalui media sosial dan Google Maps. Upaya ini tidak hanya membangun kepercayaan publik, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penguatan legitimasi dan percepatan digitalisasi dapat dipandang sebagai strategi kunci dalam mewujudkan kemandirian serta keberlanjutan UMKM di Desa Gemilang Jaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deegan, C. (2019). Legitimacy theory. In Z. Hoque, L. Parker, M. A. Covaleski, & T. Haynes (Eds.), *The Routledge companion to accounting, reporting and regulation* (pp. 46–70). Routledge.
- Indrawan, I., & Handayani, S. (2018). Digitalisasi UMKM sebagai upaya meningkatkan daya saing di era industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2)
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson.
- Mateus, S. (2018). Visibility as a key concept in Communication and Media Studies.
- Mudambi, S.R. & Rajagopal, M.V. (2006). *Fundamentals of Foods, Nutrition and Diet Therapy*. New Age International Publishers.
- Nkundabanyanga, S. K., Ahiauzu, A., Sejjaaka, S. K., & Ntayi, J. M. (2015). A model for effective board governance in Uganda's public sector. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 5(4), 458–505. <https://doi.org/10.1108/JAEE-07-2012-0029>
- Patel, S. (2015). Sugarcane juice: A novel health drink. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*, 4(2).
- Tan, K. L., Tan, B., Pan, S. L., & Lu, X. (2022). Digitalization: A review and research agenda. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2202.10069>

*Aditya, Salsabila, Fransiska, Huslita, Andini, Lesmana, Fratama, Alfina, Anggara, Ramadhani, Maghfiroh, Herliza, Qusthoriah*

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2).

Widyaningsih, E. & Estiasih, T. (2014). *Pangan Tradisional Indonesia*. Malang: UB Press.