

Pendampingan Pembuatan NIB dan Digitalisasi Pemasaran Melalui Google Maps pada UMKM Laundry Rumahan di Sleman

Muhammad Ar-Rafiq Rusmin^{1*}, Diana Airawaty²

^{1,2}Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jl. Ring Road Utara, Ngropoh, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia.

E-mail: muharrafiq@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6463>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27 May 2026

Revised: 02 Jun 2026

Accepted: 08 Jun 2026

Kata Kunci:

UMKM, Legalitas Usaha, NIB, Digitalisasi Pemasaran, Google Maps, Pengabdian Masyarakat.

Keywords:

MSMEs, Business Legality, NIB, Digital Marketing, Google Maps, Community Service.



ABSTRACT

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan legalitas usaha dan visibilitas pemasaran digital pada UMKM Happy Laundry yang berlokasi di Dusun Ngringin, Condongcatur, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Permasalahan yang dihadapi meliputi belum adanya Nomor Induk Berusaha (NIB), belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, serta belum tersedianya media informasi usaha yang terstruktur. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah *Participatory Action Research* (PAR) yang dijalankan melalui lima tahapan, yakni *to know, to understand, planning, to action*, serta monitoring dan evaluasi. Adapun kegiatan pendampingan mencakup pembuatan NIB melalui sistem OSS, pembuatan akun usaha pada platform Google Maps, serta penyusunan media promosi berupa poster dan daftar harga layanan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Happy Laundry telah memiliki legalitas usaha berupa NIB, memiliki akun usaha berbasis lokasi yang dapat diakses oleh masyarakat, serta memiliki media promosi yang lebih informatif dan terstruktur. Selain itu, pemilik usaha menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya legalitas usaha dan pemanfaatan pemasaran digital dalam pengembangan usaha.

This community service project was conducted to enhance business legality and strengthen the digital marketing visibility of Happy Laundry, a micro-enterprise situated in Dusun Ngringin, Condongcatur, Sleman, Special Region of Yogyakarta. The identified issues included the lack of a Business Identification Number (NIB), suboptimal use of digital marketing, and the absence of well-structured business information media. The approach applied was Participatory Action Research (PAR), carried out through five stages: to know, to understand, planning, to action, and monitoring and evaluation. The assistance activities included registering the NIB through the OSS system, creating a business profile on Google Maps, and developing promotional media such as posters and service price lists. The findings indicate that Happy Laundry was able to secure its business legality through the issuance of an NIB, build a publicly accessible location-based digital presence, and create more organized promotional materials. Furthermore, the business owner showed a better understanding of the role of legal compliance and digital marketing in supporting business growth.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Muhammad Ar-Rafiq Rusmin, et al. (2026), Pendampingan Pembuatan NIB dan Digitalisasi Pemasaran Melalui Google Maps pada UMKM Laundry Rumahan di Sleman, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6463>

PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis sebagai penopang perekonomian, terutama karena kontribusinya dalam membuka lapangan kerja sehingga turut menekan tingkat pengangguran (Yuniarti et al., 2022; Janah & Tampubolon, 2024; Firdaus & Airawaty, 2024). Besarnya peran UMKM dalam perekonomian nasional juga tercermin dari data Kementerian Koperasi dan UKM yang menunjukkan kontribusi sekitar 61% terhadap PDB serta

kemampuan menyerap hingga 97% tenaga kerja di Indonesia (Hapsari et al., 2024; Oswaldo, 2025). Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan, UMKM mendominasi sekitar 90% aktivitas bisnis serta menyerap lebih dari 50% tenaga kerja di seluruh dunia (Nurfauziah et al., 2023). Sehingga terbukti bahwa UMKM memiliki dampak langsung pada peningkatan pendapatan di tingkat rumah tangga, yang mana hal ini mendongkrak daya beli dan kesejahteraan masyarakat (Sarif, 2023; Prastowo, 2023).

Terdapat sejumlah aspek utama yang berperan dalam menunjang keberlangsungan serta pertumbuhan UMKM, di antaranya kepemilikan legalitas usaha yang memadai dan penerapan strategi pemasaran produk. Legalitas usaha memiliki peran penting dalam memperkuat dan mengembangkan usaha, namun masih sering diabaikan oleh pelaku UMKM sehingga mengalami kendala dalam berbagai proses, seperti pengajuan kredit ke bank, pendaftaran merek, peningkatan kredibilitas, dll. (Hidayah & Airawaty, 2023; Jazilah & Ikaningtyas, 2024). Pengurusan legalitas usaha kerap terabaikan oleh wirausaha akibat keterbatasan informasi dari pemerintah yang belum sepenuhnya menjangkau pelaku usaha, khususnya UMKM (Sumarmi et al., 2023). Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang dapat ditempuh ialah memperluas wawasan pelaku UMKM mengenai urgensi legalitas usaha sekaligus memberikan bimbingan dalam pengurusan izin usaha secara daring melalui sistem OSS sebagai sarana perizinan digital. (Nurjanah et al., 2024).

Pemasaran merupakan faktor kedua yang berperan penting, karena pengelolaan yang tepat dapat meningkatkan penjualan dan berdampak pada perolehan laba yang lebih optimal. Selain itu, transformasi digital memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperbaiki efisiensi operasional, serta memperluas cakupan pasar. (Suwali et al., 2024; Rasenda et al., 2025; Morisson & Fikri, 2025). Digitalisasi juga turut memperkuat kapasitas usaha, mulai dari aspek perizinan, pengembangan jaringan, kegiatan promosi, hingga akses terhadap pasar, sehingga mampu mendorong UMKM menjadi lebih kompetitif (Kementerian Keuangan, 2022). Namun, masih banyak UMKM yang mengalami hambatan berupa terbatasnya akses teknologi dan rendahnya literasi digital untuk memanfaatkan teknologi baru (Yuniarti et al., 2022; Rauf et al., 2024). Oleh sebab itu, upaya pengembangan digitalisasi pada UMKM perlu terus ditingkatkan guna mendorong pertumbuhan usaha sekaligus memperluas jangkauan pasar. Kedua faktor tersebut menjadi dasar penting dalam mengembangkan potensi UMKM, baik dari sisi pengelolaan usaha maupun peningkatan pendapatan.

Happy Laundry adalah salah satu usaha mikro yang berfokus pada layanan jasa laundry dan beroperasi di lingkungan permukiman masyarakat. Usaha ini dijalankan secara mandiri oleh pemilik dengan memanfaatkan sebagian tempat tinggal sebagai lokasi operasional usaha. Posisi usaha yang berada di area permukiman serta dekat dengan aktivitas masyarakat seperti mahasiswa dan pekerja menjadikan usaha ini memiliki potensi pasar yang cukup baik. Namun, berdasarkan kondisi yang ditemukan di lapangan, Happy Laundry belum memiliki perizinan usaha dalam bentuk Nomor Induk Berusaha (NIB) serta belum mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital melalui platform peta berbasis lokasi seperti Google Maps untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Akibatnya, visibilitas usaha masih terbatas pada lingkungan sekitar dan pengelolaan usaha masih bersifat sederhana serta belum terintegrasi dengan sistem yang dapat mendukung pengembangan usaha secara optimal.

Permasalahan tersebut merupakan kendala umum yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya usaha berskala kecil yang dikelola secara mandiri. Keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya legalitas usaha serta rendahnya pemahaman terkait pemasaran digital menjadi faktor utama yang menghambat perkembangan usaha. Akibatnya, UMKM tidak hanya mengalami keterbatasan dalam mengakses program pemerintah, tetapi juga belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Ketiadaan informasi usaha yang terstruktur, seperti daftar harga layanan (reguler, kilat, dan layanan lainnya) serta keunggulan layanan seperti fasilitas gratis antar-jemput di area tertentu, menjadi hambatan dalam menarik minat pelanggan. Kondisi ini menyebabkan calon pelanggan mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi yang jelas terkait layanan yang ditawarkan.

Pendampingan ini bertujuan agar UMKM Happy Laundry tidak hanya memperoleh legalitas usaha yang sah, tetapi juga memiliki identitas digital yang dapat mendukung keberlangsungan usahanya. UMKM ini juga diharapkan memiliki media promosi yang memberikan informasi secara jelas dan mudah diakses oleh masyarakat luas, sehingga Happy Laundry memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

METODE

Kegiatan pendampingan dilaksanakan di Dusun Ngringin, Kalurahan Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, dengan fokus pada perolehan legalitas usaha serta peningkatan visibilitas pemasaran digital pada UMKM Happy Laundry. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 16 Mei sampai 27 Mei 2026 dengan melibatkan pemilik usaha sebagai mitra utama dalam proses pendampingan.

Pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang diperkenalkan oleh Corey (1953), yaitu metode riset aksi berbasis siklus yang melibatkan partisipasi aktif subjek dalam mengidentifikasi permasalahan, merencanakan tindakan, melaksanakan kegiatan, serta melakukan evaluasi secara berkelanjutan (Chusniyah & Fauza, 2022). Dalam kegiatan ini, subjek pendampingan adalah pemilik UMKM Happy Laundry yang terlibat secara langsung dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu dengan melakukan observasi langsung ke lokasi usaha dan wawancara atau diskusi bersama pemilik usaha. Observasi digunakan untuk mengetahui kondisi riil usaha, sedangkan diskusi dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait kendala yang dihadapi UMKM Happy Laundry, khususnya kendala dalam aspek legalitas usaha dan pemasaran digital.

Prosedur pelaksanaan kegiatan mengacu pada tahapan metode PAR yang terdiri dari lima tahap, yaitu:

To Know (identifikasi masalah)

Pada tahap ini dilakukan penggalian informasi untuk memahami kondisi serta permasalahan yang dihadapi UMKM Happy Laundry melalui observasi dan diskusi langsung dengan pemilik usaha.

To Understand (pemahaman)

Pada tahap ini dilakukan penyampaian informasi terkait tujuan dan manfaat kegiatan pendampingan serta konfirmasi kesediaan pemilik usaha untuk terlibat dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Planning (perencanaan)

Tahap perencanaan dilakukan dengan menyusun langkah-langkah pendampingan berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, meliputi aspek legalitas usaha dan pemasaran digital.

To action (tindakan)

Kegiatan pendampingan dilaksanakan secara langsung dengan melibatkan pemilik usaha, yang mencakup:

1. Pendampingan dalam proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS
2. Pembuatan akun usaha pada platform Google Maps sebagai media pemasaran berbasis lokasi
3. Penyusunan media promosi berupa poster dan daftar harga layanan

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui diskusi dengan pemilik usaha untuk menilai kemudahan penggunaan sistem yang telah dibuat, manfaat yang dirasakan, serta kendala yang masih dihadapi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemilik usaha telah memahami penggunaan Google Maps sebagai media promosi dan dapat memanfaatkan NIB sebagai identitas legal usaha. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa hasil pendampingan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam operasional usaha.

Berdasarkan seluruh tahapan tersebut, kegiatan pendampingan dilaksanakan secara partisipatif bersama pemilik UMKM Happy Laundry. Hal ini mencerminkan karakteristik metode PAR, di mana mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga berperan aktif dalam setiap proses kegiatan (Qomar et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pada UMKM Happy Laundry dilakukan berdasarkan tahapan metode *Participatory Action Research* (PAR), sehingga hasil yang diperoleh disajikan sesuai dengan tahapan yang telah dilaksanakan.

To Know – Identifikasi Masalah UMKM Happy Laundry

Tahap identifikasi masalah dilaksanakan pada tanggal 16 Mei 2026 sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Happy Laundry. Kegiatan ini dilaksanakan melalui observasi langsung ke lokasi usaha serta wawancara dengan pemilik usaha. Proses identifikasi difokuskan pada beberapa aspek, yaitu kondisi usaha, pengelolaan usaha, strategi

pemasaran, serta kelengkapan legalitas usaha. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa Happy Laundry merupakan usaha jasa laundry rumahan yang dijalankan secara mandiri dengan memanfaatkan sebagian tempat tinggal sebagai lokasi operasional. Usaha ini telah berjalan secara aktif dan memiliki pelanggan tetap di lingkungan sekitar, namun pengelolaannya masih bersifat sederhana.

Dari aspek legalitas usaha, ditemukan bahwa UMKM Happy Laundry belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha yang sah. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan informasi dan pemahaman pemilik usaha terkait prosedur pendaftaran legalitas usaha. Kondisi tersebut berpotensi menghambat akses terhadap program pemerintah serta mengurangi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap usaha.

Dari aspek pemasaran, diketahui bahwa usaha belum memanfaatkan platform digital sebagai media promosi. Pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, yaitu melalui pelanggan sekitar dan komunikasi dari mulut ke mulut. Selain itu, usaha belum terdaftar pada platform berbasis lokasi seperti Google Maps, sehingga visibilitas usaha masih terbatas dan sulit ditemukan oleh calon pelanggan di luar lingkungan sekitar. Selain itu, dari aspek informasi usaha, Happy Laundry belum memiliki media informasi yang terstruktur seperti daftar harga layanan maupun penjelasan terkait keunggulan usaha. Kondisi ini menyebabkan pelanggan kesulitan dalam memperoleh informasi yang jelas mengenai layanan yang ditawarkan.

To Understand – Pemahaman

Tahap pemahaman juga dilakukan pada tanggal 16 Mei 2026 setelah proses identifikasi masalah selesai dilaksanakan. Setelah permasalahan teridentifikasi, tahap selanjutnya adalah memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM Happy Laundry terkait kondisi usaha yang sedang dihadapi serta pentingnya aspek legalitas usaha dan pemasaran digital dalam mendukung pengembangan usaha. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi langsung dengan pemilik usaha dengan pendekatan komunikatif dan sederhana. Pada tahap ini, penulis menjelaskan manfaat kepemilikan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), serta peran pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas usaha dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa pemilik usaha mulai memahami permasalahan yang dihadapi serta pentingnya perbaikan dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek legalitas dan pemasaran. Selain itu, pemilik usaha juga menyatakan kesediaannya untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pendampingan.

Planning – Perencanaan

Tahap perencanaan dilaksanakan pada tanggal 17–18 Mei 2026 sebagai tindak lanjut dari hasil identifikasi masalah dan proses pemahaman yang telah dilakukan. Pada tahap ini, penulis menyusun rencana kegiatan pendampingan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan UMKM Happy Laundry. Perencanaan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pengurusan legalitas usaha dan pengembangan pemasaran digital. Selain itu, direncanakan pula penyusunan media informasi usaha berupa poster dan daftar harga layanan sebagai sarana pendukung pemasaran.

Dalam penyusunan rencana kegiatan, dilakukan koordinasi dengan pemilik usaha untuk menentukan waktu pelaksanaan serta memastikan kesiapan dalam mengikuti proses pendampingan. Pendekatan ini dilakukan agar kegiatan yang direncanakan dapat berjalan efektif dan sesuai dengan kondisi usaha. Dengan adanya tahap perencanaan ini, diharapkan kegiatan pendampingan dapat dilaksanakan secara terarah, sistematis, dan mampu menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya.

To Action – Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 19–22 Mei 2026 sebagai implementasi dari rencana yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Kegiatan pendampingan pada UMKM Happy Laundry difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pengurusan legalitas usaha dan pengembangan pemasaran digital, serta didukung dengan penyusunan media informasi usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung dengan melibatkan pemilik usaha dalam setiap proses, sehingga pemilik usaha tidak hanya menerima hasil, tetapi juga memahami tahapan yang dilakukan.

Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha

Kegiatan pendampingan diawali dengan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Tahapan yang dilakukan mencakup penginputan data usaha, proses verifikasi, hingga penerbitan NIB. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa UMKM Happy Laundry berhasil memperoleh NIB sebagai bukti legalitas usaha resmi. Kepemilikan NIB berfungsi sebagai identitas usaha yang dapat meningkatkan kredibilitas di hadapan konsumen maupun pihak

eksternal. Selain itu, legalitas usaha juga menjadi salah satu persyaratan penting untuk memperoleh akses terhadap berbagai program pemerintah dan peluang pengembangan usaha.



Gambar 1. Proses Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Proses pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dilakukan secara langsung bersama pemilik usaha agar dapat memahami alur pendaftaran dan penggunaannya secara mandiri. Setelah proses selesai, dilakukan penyerahan dokumen NIB kepada pemilik UMKM Happy Laundry sebagai bentuk legalitas usaha yang telah diperoleh. Penyerahan ini menandai bahwa usaha telah memiliki izin resmi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendukung pengembangan usaha ke depannya.



Gambar 2. Penyerahan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada Pemilik UMKM Happy Laundry

Pendampingan Pemasaran Digital melalui Google Maps

Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam pembuatan akun usaha pada platform Google Maps sebagai media pemasaran digital berbasis lokasi. Proses ini meliputi pendaftaran usaha, pengisian informasi usaha, serta penambahan dokumentasi usaha. Pemanfaatan Google Maps dipilih karena mudah diakses oleh masyarakat luas dan sesuai dengan karakteristik usaha laundry yang berbasis lokasi. Dengan adanya akun usaha pada Google Maps, pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, melihat informasi layanan, serta mengetahui jam operasional.



Gambar 3. Tampilan Google Maps UMKM Happy Laundry

Keberadaan usaha pada platform digital ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha, yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan sekitar menjadi lebih terbuka untuk dijangkau oleh pelanggan yang lebih luas. Hal ini dibuktikan dari pengalaman pemilik usaha setelah pembuatan akun Google Maps, di mana terdapat pelanggan baru yang menghubungi melalui kontak yang tertera pada Google Maps. Pelanggan tersebut merupakan tamu yang sedang menginap di hotel di sekitar lokasi usaha dan sebelumnya belum pernah menggunakan jasa Happy Laundry. Informasi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital berbasis lokasi mampu membantu memperluas jangkauan pasar serta menarik pelanggan baru di luar lingkup pelanggan tetap sebelumnya.

Penyusunan Media Promosi dan Informasi Usaha

Selain itu, dilakukan penyusunan media promosi berupa poster dan daftar harga layanan. Media ini berisi informasi terkait jenis layanan, harga, serta keunggulan usaha seperti layanan antar-jemput.



Gambar 4. Poster Promosi dan Daftar Harga Happy Laundry

Penyusunan media informasi ini bertujuan untuk memberikan kejelasan kepada pelanggan terkait layanan yang ditawarkan. Sebelumnya, informasi usaha belum tersampaikan secara terstruktur sehingga pelanggan harus menanyakan secara langsung. Dengan adanya media promosi ini, informasi usaha menjadi lebih mudah diakses dan dipahami.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa pendekatan langsung dan partisipatif mampu membantu pemilik usaha dalam memahami serta mengimplementasikan perubahan pada usahanya. Hal ini sejalan dengan konsep *Participatory Action Research* (PAR), di mana mitra tak hanya menjadi objek dalam proses kegiatan, tetapi juga turut berpartisipasi. Dari aspek legalitas, keberhasilan dalam memperoleh NIB menunjukkan bahwa pendampingan mampu mengatasi keterbatasan informasi dan pemahaman yang sebelumnya menjadi hambatan. Dari aspek pemasaran digital, pemanfaatan Google Maps memberikan alternatif strategi promosi yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Sementara itu, penyediaan media promosi berupa poster dan daftar harga memberikan dampak pada peningkatan kualitas informasi usaha. Informasi yang lebih jelas dan terstruktur dapat membantu pelanggan dalam mengambil keputusan, sehingga berpotensi meningkatkan minat penggunaan jasa. Secara keseluruhan, tahap pelaksanaan menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan tidak hanya menghasilkan output berupa legalitas dan media digital, tetapi juga memberikan perubahan pada cara pengelolaan usaha menjadi lebih terstruktur dan informatif.

Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2026 setelah seluruh rangkaian pendampingan selesai dilakukan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi langsung dengan pemilik usaha untuk mengetahui tingkat pemahaman, kemudahan penggunaan sistem yang telah dibuat, serta manfaat yang dirasakan setelah adanya pendampingan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemilik usaha telah mampu memahami proses penggunaan Google Maps sebagai media pemasaran digital dan dapat mengelola akun usaha secara mandiri. Selain itu, pemilik usaha juga telah memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha yang sah. Media promosi berupa poster dan daftar harga juga dinilai membantu dalam memberikan informasi yang lebih jelas kepada pelanggan. Secara umum, kegiatan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha serta pemahaman pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pada UMKM Happy Laundry yang berlokasi di Dusun Ngringin, Condongcatur, Sleman, memberikan hasil positif terhadap penguatan legalitas usaha dan pengembangan pemasaran digital. Selama kegiatan berlangsung, pemilik usaha berpartisipasi aktif dalam setiap proses, mulai dari pengenalan permasalahan hingga tahap evaluasi kegiatan. Melalui pendampingan ini, Happy Laundry berhasil memperoleh legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), memiliki akun usaha pada platform Google Maps yang dapat diakses masyarakat, serta memperoleh media promosi berupa poster dan daftar harga layanan yang lebih jelas dan tersusun rapi. Selain itu, pemilik usaha juga menunjukkan peningkatan pemahaman terkait pentingnya legalitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital sebagai pendukung perkembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan ini mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan visibilitas usaha sekaligus memperluas peluang pasar bagi UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan, kelancaran, dan kekuatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana hingga selesai. Seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan tentu tidak dapat berjalan secara optimal tanpa adanya dukungan, keterlibatan, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses pelaksanaan.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pemilik UMKM Happy Laundry yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pendampingan ini. Ketersediaan untuk bekerja sama, berdiskusi, serta mengikuti setiap proses kegiatan dengan baik menjadi bagian penting dalam mendukung tercapainya tujuan kegiatan, khususnya pada pendampingan legalitas usaha dan pengembangan pemasaran digital.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan perhatian, dukungan, serta bantuan selama kegiatan berlangsung. Setiap masukan, semangat, dan doa yang diberikan menjadi dorongan berarti sehingga kegiatan pengabdian ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai tujuan yang diharapkan.

Penulis berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal bagi pengembangan UMKM, terutama dalam memperkuat legalitas usaha dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DI MASA PADEMI BAGI MASYARAKAT. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/khidmatuna/article/view/1582/618>
- Firdaus, H. N., & Airawaty, D. (2024). Pendampingan Pembuatan NIB dan Pembukuan Sederhana Berbasis Digital pada UMKM Es Buah RL. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 56–61. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v3i4.1579>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Hidayah, S. N., & Airawaty, D. (2023). Sosialisasi Dan Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Melalui Online Single Submission Di UMK Mamah Dedeh Kitchen Dan Zulich Clean And Care. *Jurnal Maneksi*, 12(4), 776–782. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.1940>
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/a45xg233>
- Jazilah, F. A., & Ikaningtyas, M. (2024). Pemetaan Permasalahan yang Dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Tlogopatut dan Alternatif Solusinya. *JBI (JURNAL BISNIS INDONESIA)*, 15(1), 152–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jbi.v15i1.4562>

- Kementerian Keuangan. (2022). Ciptakan Ekonomi Inklusif, Pemerintah Terus Dorong Digitalisasi pada UMKM. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Pemerintah-Terus-Dorong-Digitalisasi-pada-UMKM>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Nurfauziah, Mulyati, S., Suhartini, Anindya, K. N., & Utami, T. L. W. (2023). Pendampingan Pengeloan Keuangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Peran UMKM sebagai Penopang Pariwisata di Desa Jeblog. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 3(4), 587–596. <https://doi.org/https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1467>
- Nurjanah, Nasihin, Indriyani, T., Isnadiyah, A., Sabita, A., Noviana, P., Jannah, A. N., Wahyuningsih, S. R., Nur, S. M., Safithri, H. W., Loerensa, A. S., Asropi, P., & Harahap, A. A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Sawitan. *Warta LPM*, 27(2), 172–184. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i2.2826>
- Oswaldo, I. G. (2025). UMKM Sumbang 61% PDB, Kini Didorong Lebih Inklusif & Kompetitif. In *detikfinance*. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8021508/umkm-sumbang-61-pdb-kini-didorong-lebih-inklusif-kompetitif#google_vignette
- Prastowo, Y. (2023). *Melebihi Prediksi, Ekonomi Terus Tumbuh dan Pasar Tenaga Kerja Membaik di Tengah Gejolak Global*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/486>
- Qomar, Moh. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). PENINGKATAN KUALITAS UMKM BERBASIS DIGITAL DENGAN METODE PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (PAR). *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 01(01), 21–30. <https://doi.org/http://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.935>
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, Muh. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 7(1), 95–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>
- Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Reza. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 1(1), 68–73. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/4144>
- Sumarmi, W., Jakaria, R. bamban, & Kusumawardani, P. amelia. (2023). Pelatihan Legalitas Data Usaha Berbasis Digital dalam Peningkatan UMKM Desa Duyung Trawas Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1), 46–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.54099/jpma.v2i1.524>
- Suwali, Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, Handayani, J., & Reza, R. H. (2024). PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA UMKM GULA SEMUT KELAPA DI BANYUMAS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal*, 2(4), 25–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.61434/adima.v2i4.245>
- Yuniarti, T., Rizal, M. A., Bani, F. C. D., & Faujiyah, F. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnalpustakamitra*, 2(2), 121–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>