

Pendampingan Pembuatan NIB dan Optimalisasi Media Sosial Instagram pada UMKM Laundry *Express* Jogja-Daris Sleman

Livia Gultom¹, Diana Airawaty²

^{1,2} Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia
e-mail: liviagultom13@gmail.com¹, diana@mercubuana-yogya.ac.id²

Artikel dikirim: 23 Mei 2026; **Revisi:** 30 Mei 2026; **Diterima:** 31 Mei 2026;
Dipublikasikan : 01 Juni 2026

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada UMKM jasa laundry yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta, tepatnya di Ngropoh, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah dua hal mendasar. Pertama, belum dimilikinya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha yang sah. Kedua, belum dimilikinya akun media sosial Instagram untuk keperluan promosi usaha di era digital. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS) dan memberikan pendampingan pembuatan akun media sosial Instagram beserta pengisian profil yang informatif. Metode pelaksanaan meliputi survei awal (observasi partisipatif dan wawancara) serta pendampingan teknis dengan metode hands-on practice. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM berhasil memperoleh NIB digital yang sah setelah proses pendaftaran melalui sistem OSS. NIB digital tersebut kemudian dicetak dan dilaminasi untuk dipajang di tempat usaha sebagai bentuk legitimasi. Selain itu, pelaku UMKM juga berhasil memiliki akun Instagram bisnis dengan bio yang informatif berisi alamat, jam operasional, dan nomor WhatsApp. Dan terjadi peningkatan pemahaman pelaku UMKM, yaitu kesadaran bahwa pembuatan NIB mudah, cepat dan gratis, serta pengakuan bahwa media sosial penting untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Keberhasilan kegiatan diukur melalui tiga indikator: (1) tersedianya sertifikat NIB cetak yang siap digunakan untuk pengajuan KUR; (2) kemampuan pelaku UMKM mengoperasikan akun Instagram secara mandiri pasca-pendampingan; dan (3) pemahaman pelaku UMKM tentang prosedur pemanfaatan NIB untuk administrasi usaha. Hambatan yang ditemui selama kegiatan meliputi keterbatasan waktu pelaku usaha karena harus melayani pelanggan langsung serta literasi digital awal yang masih rendah.

Kata kunci: UMKM; Laundry; NIB; Instagram; Digital Marketing

Abstract

This community service activity was carried out at a laundry service MSME located in the Special Region of Yogyakarta, specifically in Ngropoh, Condongcatur, Depok District, Sleman Regency. The main problems faced by MSMEs are two fundamental things. First, they do not have a Business Identification Number (NIB) as a legal business legality. Second, they do not have an Instagram social media account for business promotion purposes in the digital era. The purpose of this community service activity is to provide assistance in creating NIB through the Online Single Submission (OSS) system and provide assistance in creating Instagram social media accounts and filling out informative profiles. The implementation method included an initial survey (participatory observation and interviews) and technical assistance with a hands-on practice method. The results of the activity showed that MSMEs successfully obtained a valid digital NIB after the registration process through the OSS system. The digital NIB was then printed and laminated to be displayed at their business premises as a form of legitimacy. In addition, MSMEs also succeeded in having a business Instagram account with an informative bio containing the address, operating hours, and WhatsApp number. And there was an increase in understanding among MSMEs, namely the awareness that creating a NIB is easy, fast, and free, as well as the recognition that social media is important for reaching a wider customer base. The success of the activity was measured through three indicators: (1) the availability of printed NIB certificates ready to be used for KUR applications; (2) the ability of MSMEs to operate Instagram accounts independently after mentoring; and (3) the understanding of MSMEs regarding the procedures for using NIB for business administration. Obstacles encountered during the activity included business actors' limited time due to having to serve customers directly and low initial digital literacy.

Keywords: MSME; Laundry; NIB; Instagram; Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat perekonomian masyarakat. UMKM mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat di berbagai daerah (Amalina et al., 2025). Di daerah Istimewa Yogyakarta, sektor jasa laundry berkembang pesat seiring dengan meningkatnya mobilitas penduduk, mahasiswa, dan wisatawan yang membutuhkan layanan cuci pakaian yang praktis dan cepat. Laundry Express Jogja-Daris adalah salah satu UMKM jasa laundry yang berlokasi di Yogyakarta tepatnya di Ngropoh, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Usaha ini telah berjalan selama 6 bulan dan melayani pelanggan dari berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa, karyawan, hingga ibu rumah tangga. Laundry Express Jogja-Daris menawarkan layanan cuci kering, cuci setrika, dan antar jemput untuk pelanggan yang berada di sekitar lokasi usaha. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan, diperoleh data kondisi riil mitra sebagai berikut. Kapasitas produksi usaha ini rata-rata 15-20 kilogram pakaian per hari dengan jumlah pelanggan aktif sekitar 30-40 orang yang sebagian besar merupakan warga sekitar dan mahasiswa kos di lingkungan Ngropoh dan Condongcatur. Jenis layanan yang ditawarkan meliputi cuci kering (Rp7.000/kg), cuci setrika (Rp10.000/kg), dan layanan antar jemput gratis untuk pelanggan dalam radius 2 kilometer dari lokasi usaha. Omzet bulanan yang diperoleh berkisar antara Rp2.500.000 hingga Rp3.500.000, dengan fluktuasi tergantung musim (misalnya saat libur kuliah omzet cenderung menurun). Namun, dalam perjalanannya, usaha ini menghadapi dua permasalahan utama yang menghambat perkembangannya.

Permasalahan pertama yang dihadapi adalah belum dimilikinya Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha. Selama ini, usaha berjalan tanpa dokumen legalitas resmi. Padahal, legalitas usaha merupakan aspek yang krusial bagi keberlanjutan dan pengembangan UMKM. Selama enam bulan beroperasi, usaha ini berjalan tanpa dokumen legalitas resmi. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha pada survei awal, ketidaktahuan akan prosedur dan persepsi negatif menjadi penyebab utama. Pemilik usaha mengaku mengira bahwa mengurus izin usaha itu rumit, memakan waktu lama (berminggu-minggu), dan membutuhkan biaya mahal (ratusan ribu rupiah), sehingga ia tidak pernah mencoba mengurusnya. Padahal, ketiadaan NIB menyebabkan Laundry Express Jogja-Daris menghadapi tiga kendala konkret. Pertama, usaha ini tidak dapat mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank, padahal pemilik usaha membutuhkan tambahan modal untuk membeli mesin pengering berkapasitas lebih besar. Kedua Laundry Express Jogja-Daris belum dapat mengikuti tender dari instansi pemerintah, belum bisa bergabung dengan platform *e-commerce* formal, dan kesulitan mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan karena tidak memiliki NIB. (Badina et al., 2022; Zohani et al., 2023) menegaskan bahwa banyak pelaku usaha mikro menganggap pengurusan izin usaha itu rumit, memakan waktu lama, dan berbiaya mahal. Padahal, melalui Sistem *Online Single Submission* (OSS) yang dikelola oleh pemerintah, proses pembuatan NIB sangat mudah, cepat, dan gratis. (Hidayah & Airawaty, 2023; Qoriani et al., 2023) mengungkapkan bahwa pendampingan pembuatan NIB melalui OSS yang dilakukan memberikan dampak positif yang sangat signifikan. Dampak tersebut antara lain adalah kemudahan dalam mengakses permodalan, peningkatan kepercayaan dari mitra usaha dan konsumen, serta kemudahan dalam mengikuti berbagai program pelatihan dan pendampingan dari dinas koperasi dan UKM. (Budiwitjaksono et al., 2023) juga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman di kalangan pelaku UMKM terkait pentingnya memiliki legalitas usaha yang memberikan dampak baik bagi bisnis mereka. Pelaku usaha yang sebelumnya meremehkan legalitas yang ada kini menyadari bahwa NIB sangat krusial untuk kemajuan usaha yang lebih cepat dan aman dari perspektif hukum.

Permasalahan kedua yang dihadapi adalah belum dimilikinya akun media sosial *Instagram* untuk keperluan promosi usaha. Selama ini, usaha laundry tersebut hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan papan petunjuk arah sederhana yang dipasang di pinggir jalan utama. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha pada survei awal, rata-rata hanya ada 5-7 pelanggan baru yang datang setiap bulannya, dan sebagian besar dari mereka mengetahui usaha ini secara tidak sengaja saat melewati papan petunjuk tersebut. Pemilik usaha juga mengaku tidak memiliki pengetahuan tentang cara membuat dan mengelola

akun Instagram untuk bisnis, serta menganggap media sosial kurang relevan untuk usaha laundry skala mikro. Padahal, kawasan Ngropoh-Condongcatur adalah daerah dengan kepadatan penduduk tinggi yang dihuni oleh ribuan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta. Generasi milenial dan *gen-z* sebagai segmen utama pengguna jasa laundry cenderung mencari informasi tentang lokasi, daftar harga, ulasan pelanggan, serta promo melalui media sosial sebelum memutuskan menggunakan suatu jasa (Habibullah & Airawaty, 2024). Tanpa kehadiran di media sosial, Laundry Express Jogja-Daris akan sulit menjangkau calon pelanggan potensial yang tidak tinggal di sekitar lokasi usaha. (Ramadiansyah & Pratiwi, 2024) membuktikan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM. UMKM memperoleh wawasan yang mendalam tentang penggunaan platform Instagram, pendekatan untuk mengenali dan menyasar audiens, pengalaman langsung dalam menciptakan konten di Instagram, serta metode untuk melacak dan mengevaluasi kinerja konten. Akibatnya, UMKM merasa bersemangat untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan mampu mengembangkan merek yang tangguh, menarik minat audiens, dan meraih keberhasilan dalam mempromosikan produk mereka di ranah digital. (Mitasari et al., 2024) menegaskan bahwa pemasaran melalui media sosial yang dapat memperluas pengenalan produk dan jangkauan pemasaran. Oleh karena itu, pendampingan pembuatan akun Instagram menjadi langkah awal yang strategis bagi Laundry Express Jogja-Daris untuk mulai hadir di ranah digital.

Berdasarkan identifikasi dua permasalahan mendasar tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara potensi usaha yang cukup besar (lokasi strategis di daerah padat penduduk dan mahasiswa) dengan keterbatasan akses terhadap legalitas usaha dan pemasaran digital. Hasil survei awal yang dilakukan pada Laundry Express Jogja-Daris mengkonfirmasi bahwa mitra belum memiliki NIB dan belum memiliki akun media sosial Instagram. Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi terintegrasi atas kedua permasalahan tersebut, mengingat selama ini kegiatan pengabdian yang dilaporkan dalam literatur masih cenderung berfokus pada satu aspek saja.

Berdasarkan uraian permasalahan dan kesenjangan di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki dua tujuan utama. Pertama, memberikan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS) bagi Laundry Express Jogja-Daris yang mencakup proses registrasi akun, pengisian data pelaku usaha, pemilihan KBLI yang tepat untuk jasa laundry, hingga pencetakan dan pelaminasi sertifikat NIB, sehingga mitra dapat mengakses layanan perbankan seperti KUR, mendaftar di platform *e-commerce*, serta mengikuti tender instansi pemerintah. Kedua, memberikan pendampingan pembuatan akun media sosial *Instagram* beserta pengisian profil yang informatif, meliputi pembuatan akun bisnis, pengisian bio yang berisi alamat lengkap, jam operasional, nomor WhatsApp, serta unggahan foto pertama sebagai konten awal, sehingga mitra memiliki media promosi digital yang dapat menjangkau calon pelanggan lebih luas tidak terbatas pada lingkungan sekitar Ngropoh-Condongcatur. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah Laundry Express Jogja-Daris memiliki legalitas usaha yang sah dan akun media sosial untuk promosi, sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar, kepercayaan konsumen, serta pada akhirnya mendorong peningkatan omzet dan keberlanjutan usaha.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diadakan di Laundry Express Jogja-Daris yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta, lebih tepatnya di Ngropoh, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Pemilihan tempat ini didasari oleh pertimbangan bahwa daerah tersebut adalah wilayah yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi serta tingkat mobilitas yang signifikan, sehingga potensi pasar untuk jasa laundry cukup besar. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah pada bulan April 2026, dengan rincian: survei awal pada tanggal 1-18 April 2026, pendampingan pembuatan NIB pada tanggal 21 April 2026, dan pendampingan pembuatan akun Instagram pada tanggal 21 April 2026. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini adalah 1 orang pemilik usaha Laundry Express Jogja-Daris, didampingi oleh 1 orang

tim pengabdian. Durasi total pendampingan teknis yang diberikan adalah sekitar 3 jam, terdiri dari 1,5 jam untuk pembuatan NIB dan 1,5 jam untuk pembuatan akun Instagram. Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu survei awal, pendampingan teknis, dan evaluasi keberhasilan, yang akan dijelaskan pada sub-bagian berikutnya.

2.1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

- a. Survei awal dilaksanakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi mitra. Kegiatan ini meliputi observasi partisipatif dan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik Laundry Express Jogja-Daris. Observasi partisipatif dilakukan dengan cara tim pengabdian mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha laundry sehari-hari, termasuk proses pencucian, pengeringan, pengemasan, dan pelayanan kepada pelanggan. legalitas usaha, pengetahuan tentang NIB dan OSS, kepemilikan akun media sosial, serta kendala yang dihadapi. Teknik dokumentasi digunakan untuk memotret kondisi eksisting usaha.



Gambar 1. Survei UMKM Laundry

- b. Pendampingan pembuatan NIB dilaksanakan dengan metode pendampingan intensif. Tim membantu pemilik usaha mengumpulkan persyaratan administrasi (KTP, email, nomor telepon) dan melakukan pendaftaran melalui situs resmi OSS (<https://oss.go.id>) dengan langkah-langkah sebagai berikut: (a) registrasi akun menggunakan email dan nomor telepon mitra; (b) pengisian data pelaku usaha (nama, alamat, KTP); (c) pemilihan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang tepat untuk jasa laundry, yaitu KBLI 96200; (d) verifikasi data dan submit permohonan; (e) pengunduhan sertifikat NIB digital setelah terbit. Setelah NIB berhasil terbit, tim membantu mencetak sertifikat NIB di kertas foto ukuran A4 dan melaminasinya agar tahan lama. Sertifikat yang sudah dilaminasi kemudian dipajang di dinding tempat usaha sebagai bentuk legitimasi. Pendampingan pembuatan akun Instagram menggunakan metode hands-on practice. Tim pengabdian membantu pemilik usaha membuat akun Instagram bisnis dengan langkah-langkah sebagai berikut: (a) mengunduh aplikasi *Instagram* dan memilih opsi "Buat Akun Baru"; (b) mengisi nama pengguna (*username*) yang relevan dengan nama usaha; (c) mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis (*business account*) melalui pengaturan; (d) mengisi *bio* profil yang informatif berisi nama usaha, alamat lengkap, jam operasional, nomor WhatsApp, dan deskripsi singkat tentang layanan yang ditawarkan; (e) mengunggah foto pertama sebagai konten awal (misalnya foto tempat usaha atau logo sederhana); (f) mempelajari fitur-fitur dasar Instagram seperti mengunggah foto, membagikan *story*, dan membalas komentar dari pelanggan. Selama proses pendampingan, pemilik usaha didorong untuk mempraktikkan langsung setiap langkah sehingga dapat mengulanginya secara mandiri di kemudian hari.
- c. Tahap Evaluasi Keberhasilan. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan pada hari yang sama setelah pendampingan selesai (21 April 2026) dan ditindaklanjuti dengan observasi kemampuan mandiri mitra satu minggu kemudian (28 April 2026). Indikator keberhasilan aspek NIB meliputi: terbitnya sertifikat NIB digital atas nama Laundry Express Jogja-Daris; sertifikat berhasil dicetak, dilaminasi, dan dipajang; serta pemilik usaha memahami prosedur

penggunaan NIB untuk pengajuan KUR, pendaftaran *e-commerce*, dan tender instansi pemerintah. Indikator keberhasilan aspek Instagram meliputi: berhasil dibuatnya akun Instagram bisnis; *bio* profil terisi lengkap (alamat, jam operasional, nomor WA); serta pemilik usaha mampu mengoperasikan akun secara mandiri (mengunggah foto, *story*, dan membalas komentar). Kegiatan dinyatakan berhasil jika seluruh indikator terpenuhi; jika belum, dilakukan pendampingan tambahan hingga mitra mampu mandiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan nilai tambah bagi Laundry *Express* Jogja-Daris, khususnya dalam aspek legalitas usaha dan pemasaran digital. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan pada tanggal 21 April 2026 (hari pelaksanaan pendampingan) dan 28 April 2026 (satu minggu setelah pendampingan), tercatat bahwa seluruh indikator keberhasilan telah tercapai. Mitra yang sebelumnya tidak memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan tidak memiliki akun media sosial Instagram, kini telah memiliki keduanya.

Dalam jangka pendek, mitra langsung merasakan kemudahan proses pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS). Proses pendaftaran yang hanya memakan waktu kurang dari 30 menit dan tanpa biaya sepeser pun membuat pemilik usaha mengaku terkejut karena sebelumnya ia mengira pengurusan izin usaha itu rumit, memakan waktu berminggu-minggu, dan membutuhkan biaya ratusan ribu rupiah. Pemilik usaha kini menyadari bahwa pembuatan NIB sangat mudah dan gratis (Badina et al., 2022). Demikian pula dengan akun Instagram, pemilik usaha yang awalnya menganggap media sosial tidak relevan untuk usaha laundry, kini memiliki akun @darislaundry yang siap digunakan untuk promosi. Dalam satu minggu setelah pembuatan akun, tercatat 9 pengikut baru dan 3 pesan masuk via WhatsApp dari pelanggan yang melihat informasi dari Instagram.

Perubahan Jangka Panjang. Dalam jangka panjang, kegiatan ini memberikan dampak yang lebih luas. Dengan memiliki NIB, Laundry *Express* Jogja-Daris kini memiliki legalitas usaha yang sah. Hal ini membuka akses bagi mitra untuk mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank, mendaftar sebagai mitra di platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, serta mengikuti tender dari instansi pemerintah. Dengan memiliki akun Instagram, mitra memiliki media promosi digital yang dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar. (Budiwitjaksono et al., 2023; Qoriani et al., 2023) menegaskan bahwa NIB sangat penting bagi perkembangan UMKM karena membantu memperkuat usaha baik secara permodalan maupun hukum.

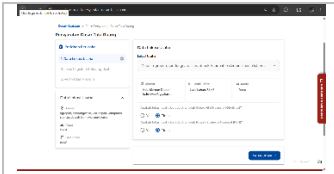
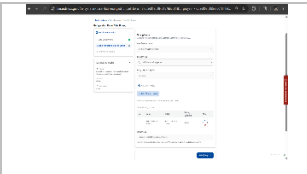
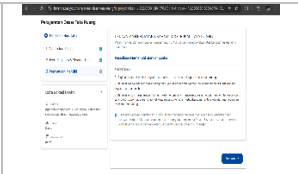

3.1 Pelaksanaan Kegiatan dan Pencapaian Tujuan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan untuk mencapai dua tujuan utama, yaitu pembuatan NIB dan pembuatan akun Instagram.

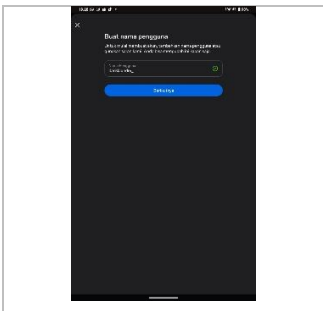
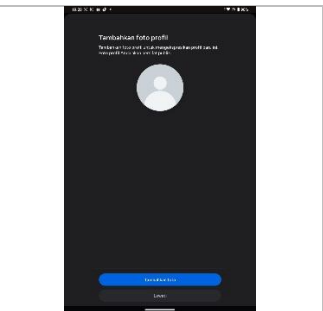
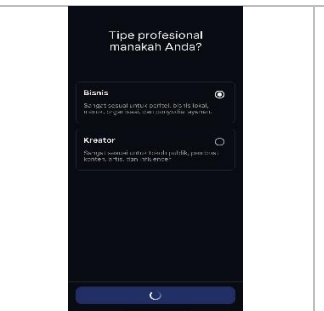

Tahap Survei Awal. Survei awal dilaksanakan pada tanggal 1-18 April 2026 melalui observasi partisipatif dan wawancara semi-terstruktur. Hasil survei menunjukkan bahwa Laundry *Express* Jogja-Daris belum memiliki NIB dan belum memiliki akun Instagram. Pemilik usaha mengaku tidak tahu cara membuat NIB dan menganggap prosesnya rumit, memakan waktu berminggu-minggu, serta membutuhkan biaya ratusan ribu rupiah. (Badina et al., 2022) menemukan bahwa banyak pelaku usaha mikro memiliki persepsi negatif terhadap pengurusan izin usaha. Tahap Pembuatan NIB. Tim pengabdian membantu pemilik usaha mengumpulkan persyaratan administrasi (KTP, NPWP, email, nomor telepon) dan melakukan pendaftaran melalui situs resmi OSS (<https://oss.go.id>). Proses pendaftaran meliputi registrasi akun, pengisian data pelaku usaha, pemilihan KBLI 96200 untuk jasa laundry, dan verifikasi data. Seluruh proses berjalan lancar dan NIB berhasil terbit dalam waktu kurang dari 30 menit tanpa dipungut biaya. Sertifikat NIB kemudian dicetak, dilaminasi, dan dipajang di tempat usaha. Hal ini membuktikan bahwa sistem OSS memang dirancang untuk memudahkan pelaku usaha mikro dan kecil dalam mendapatkan legalitas usaha (Hidayah & Airawaty, 2023; Zohani et al., 2023).

Tahap Pembuatan Akun Instagram. Tim pengabdian membantu pemilik usaha membuat akun Instagram bisnis dengan nama pengguna. Bio akun diisi dengan informasi penting seperti nomor WhatsApp dan nama usaha. Metode *hands-on practice* yang digunakan terbukti efektif karena pemilik usaha dapat langsung mempraktikkan apa yang diajarkan. Hal ini sejalan dengan temuan (Cuandra & Kho, 2026; Ramadiansyah & Pratiwi, 2024) bahwa pendampingan langsung dengan metode praktik lebih efektif dibandingkan hanya dengan ceramah. Akun Instagram ini akan berfungsi sebagai media promosi digital. Pemilik usaha dapat mengunggah foto hasil laundry, informasi promo, atau tips perawatan pakaian. Dengan adanya akun ini, jangkauan pasar Laundry Express Jogja-Daris diharapkan semakin luas tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan yang menunjukkan proses pembuatan NIB dan akun Instagram :

			
Gambar 2. Proses Data Lokasi Usaha	Gambar 3. Proses Jenis Kegiatan & Bidang Usaha	Gambar 4. Proses Pernyataan Mandiri/ Verifikasi Data	Gambar 5. Memberikan Hasil NIB

Dari gambar 2-5 memperlihatkan secara berurutan tahapan pendaftaran NIB yang dilakukan tim pengabdian bersama pemilik usaha melalui situs OSS. Pada Gambar 2, tim mengisi data lokasi usaha mitra di Ngropoh, Condongcatur. Gambar 3 menunjukkan proses pemilihan jenis kegiatan dan bidang usaha, di mana dipilih KBLI 96200 untuk jasa laundry. Gambar 4 menampilkan proses pernyataan mandiri dan verifikasi data sebelum submit permohonan. Gambar 5 adalah tampilan akhir setelah NIB berhasil terbit, yang menunjukkan bahwa mitra resmi memiliki Nomor Induk Berusaha. Seluruh proses ini berlangsung kurang dari 30 menit dan tanpa biaya.

			
Gambar 6. Membuat Nama Pengguna Instagram	Gambar 7. Masukkan Foto Profil	Gambar 8. Mengubah Menjadi Akun Bisnis	Gambar 9. Hasil Pembuatan Instagram

Gambar 6 hingga 9 memperlihatkan secara berurutan tahapan pembuatan akun Instagram bisnis @darislaundry. Gambar 6 menunjukkan proses pembuatan nama pengguna (*username*) yang relevan dengan nama usaha, yaitu @darislaundry. Gambar 7 menampilkan proses memasukkan foto profil usaha. Gambar 8 menunjukkan langkah mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis (*business account*) melalui pengaturan. Gambar 9 menampilkan bio profil yang telah terisi lengkap dengan informasi alamat, jam operasional (08.00-20.00 WIB), dan nomor WhatsApp yang dapat dihubungi pelanggan. Akun ini telah siap digunakan untuk mempromosikan usaha secara digital.

Indikator Keberhasilan. Indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi: (1) terbitnya NIB digital; (2) sertifikat NIB dicetak, dilaminasi, dan dipajang; (3) akun Instagram bisnis berhasil dibuat dengan bio lengkap; (4) pemilik usaha mampu mengoperasikan akun secara mandiri. Keempat indikator telah tercapai seluruhnya.

3.2 Dampak Sebelum dan Setelah Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak yang signifikan bagi Laundry *Express* Jogja-Daris, baik dari segi legalitas usaha maupun pemasaran digital. Perubahan yang terjadi dapat dilihat dari perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan.

Sebelum dilaksanakan kegiatan pengabdian, Laundry *Express* Jogja-Daris belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Usaha ini berjalan tanpa dokumen legalitas resmi. Akibatnya, pemilik usaha tidak dapat mengajukan pinjaman modal ke bank, tidak bisa mendaftar sebagai mitra di platform *e-commerce* seperti Shopee atau Tokopedia, dan tidak dapat mengikuti tender dari instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Selain itu, Laundry *Express* Jogja-Daris juga belum memiliki akun media sosial Instagram. Promosi hanya mengandalkan dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar sangat terbatas hanya pada lingkungan sekitar. Pelanggan yang datang sebagian besar adalah tetangga atau pelanggan lama yang sudah tahu dari dulu.

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, Laundry *Express* Jogja-Daris kini memiliki NIB digital yang sah dan akun Instagram. Dampak dari perubahan ini sangat terasa. Dengan memiliki NIB, pemilik usaha kini dapat mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank-bank pemerintah seperti BRI, BNI, atau Mandiri. Pemilik usaha juga dapat mendaftar sebagai mitra di berbagai platform *e-commerce* dan mengikuti program pelatihan serta bantuan permodalan dari dinas koperasi dan UKM. Dengan memiliki akun Instagram, pemilik usaha kini memiliki media promosi digital yang dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas. Calon pelanggan dapat melihat informasi tentang layanan, harga, dan lokasi usaha melalui akun tersebut. Pemilik usaha juga dapat mengunggah foto hasil laundry, promo menarik, atau testimoni pelanggan untuk menarik minat pelanggan baru (Mitasari et al., 2024; Ramadiansyah & Pratiwi, 2024).

Perubahan sikap dari pemilik usaha adalah pada aspek legalitas dan digital, terjadi juga perubahan sikap yang signifikan pada diri pemilik usaha. Awalnya, pemilik usaha menganggap bahwa mengurus izin usaha itu rumit, memakan waktu lama, dan membutuhkan biaya yang besar, serta menganggap Instagram tidak penting untuk usaha laundry. Namun setelah mendapatkan pendampingan dan merasakan sendiri kemudahan proses pembuatan NIB melalui OSS, serta setelah dibuatkan akun Instagram dan melihat contoh akun laundry lain yang sukses, pemilik usaha berubah pikiran. Pemilik bisnis saat ini semakin mengerti bahwa langkah untuk mendapatkan NIB itu sangat simpel, cepat, dan tanpa biaya, serta menawarkan berbagai manfaat. Pemilik usaha juga menjadi antusias untuk mempromosikan usahanya secara digital dan memahami bahwa media sosial dapat menjangkau pelanggan potensial yang tidak tinggal di sekitar tempat usaha (Habibullah & Airawaty, 2024; Hidayah & Airawaty, 2023; Ramadiansyah & Pratiwi, 2024).

3.3 Pembahasan

Setelah kegiatan pendampingan selesai, terjadi tiga perubahan kondisi usaha yang langsung dirasakan mitra. Pertama, peningkatan kepercayaan pelanggan. Sebelumnya pelanggan ragu karena usaha tidak memiliki legalitas, namun setelah sertifikat NIB dicetak, dilaminasi, dan dipajang di dinding, pelanggan baru merasa lebih percaya. Hal ini sejalan dengan (Hidayah & Airawaty, 2023) bahwa NIB meningkatkan kepercayaan konsumen. Kedua, kemudahan mengikuti program pemerintah. Dengan NIB, mitra kini memenuhi syarat mengikuti pelatihan Dinas Koperasi dan UKM Sleman, yang sebelumnya tidak dapat diikuti. (Qoriani et al., 2023) memperkuat bahwa NIB membuka akses UMKM ke program pemerintah. Ketiga, peningkatan visibilitas usaha melalui media sosial. Dalam satu minggu, akun @darislaundry memperoleh 9 pengikut dan 3 pesan WhatsApp, termasuk dari pelanggan di Tambak (1,5 km) yang sebelumnya tidak tahu keberadaan usaha ini. Hal ini membuktikan media sosial memperluas jangkauan pemasaran (Mitasari et al., 2024; Yusnita et al., 2025).

Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian serupa. Terkait NIB, (Badina et al., 2022; Qoriani et al., 2023) melaporkan bahwa pendampingan NIB efektif membantu UMKM mendapatkan legalitas dengan mudah dan gratis. Keunggulan kegiatan ini adalah pendampingan hingga tahap cetak, laminasi, dan pemajangan NIB, serta evaluasi dampak terhadap kepercayaan pelanggan. Terkait Instagram, (Cuandra & Kho, 2026; Ramadiansyah & Pratiwi, 2024) membuktikan pelatihan Instagram meningkatkan keterampilan promosi digital UMKM. Keunggulan kegiatan ini adalah pengukuran dampak nyata dalam satu minggu (pengikut dan pesan WA). Terkait integrasi dua aspek, kegiatan ini memiliki keunggulan utama dibandingkan kegiatan serupa yang umumnya hanya fokus pada satu aspek (NIB atau Instagram). Pendekatan terintegrasi ini lebih efisien karena kedua permasalahan UMKM dapat diatasi sekaligus. (Afrianti et al., 2022; Aghni & Anzie, 2025; Akbarona et al., 2025) menegaskan bahwa digital marketing berkontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan perluasan pasar UMKM, yang diperkuat oleh bukti empiris dari kegiatan ini.

Kegiatan ini dapat direplikasi untuk UMKM laundry lainnya di Yogyakarta. Pemerintah daerah bisa bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk mengadakan program pendampingan serupa. Namun, kegiatan ini masih punya keterbatasan karena hanya melibatkan satu UMKM, jadi hasilnya belum bisa digeneralisir ke UMKM lainnya. Ke depannya, perlu ada kegiatan lanjutan dengan jumlah mitra yang lebih banyak supaya dampaknya bisa diukur lebih luas.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Laundry *Express* Jogja-Daris berhasil mencapai tujuannya. Mitra berhasil mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) digital melalui sistem Online Single Submission (OSS) dan berhasil memiliki akun Instagram. Proses pembuatan NIB terbukti mudah, cepat, dan gratis, karena pemilik usaha hanya perlu menyiapkan KTP, alamat email, dan nomor telepon. Sertifikat NIB kemudian dicetak, dilaminasi, dan dipajang di tempat usaha sebagai bentuk legitimasi. Akun Instagram yang telah dibuat dapat digunakan sebagai media promosi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Manfaat yang diperoleh mitra sangat signifikan. Dengan memiliki NIB, mitra dapat mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ke bank, mendaftar sebagai mitra di platform *e-commerce*, mengikuti program pelatihan dan bantuan permodalan dari dinas koperasi dan UKM, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan memiliki akun Instagram, dalam satu minggu setelah pembuatan akun tercatat pengikut baru dan pesan masuk via WhatsApp dari calon pelanggan yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan usaha ini.

Kelebihan dari kegiatan ini adalah mitra mendapatkan legalitas usaha yang sah dan media promosi digital tanpa mengeluarkan biaya sepeser pun. Selain itu, proses pembuatannya tidak rumit dan tidak menyita banyak waktu. Kekurangannya, pengelolaan akun Instagram yang efektif memerlukan konsistensi dan keterampilan dalam mengunggah konten, yang mungkin sulit dilakukan jika pemilik usaha sibuk melayani pelanggan. Selain itu, kegiatan ini hanya melibatkan satu UMKM, sehingga hasilnya belum bisa digeneralisir.

Rekomendasi kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan konten promosi yang menarik, pendampingan pengelolaan akun Instagram secara rutin, pemanfaatan platform digital lainnya seperti WhatsApp Business dan Google My Business, replikasi ke lebih banyak UMKM laundry di wilayah Yogyakarta dengan pelatihan pemanfaatan fitur Instagram Ads agar promosi lebih maksimal. Pemerintah daerah juga dapat bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk mengadakan program pendampingan serupa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2022). Digitalisasi Marketing Melalui Instagram dan Facebook Ads Dalam Meningkatkan Skala Usaha UMKM: Systematic Literature Review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 187–198. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21058>

- Aghni, M. S., & Anzie, L. P. (2025). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia: Tinjauan Literatur Terbaru. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 1–7. <https://doi.org/10.69714/am5r6c30>
- Akbarona, D. A., Intan, L. R., Triana, A., & Dila, F. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Digital Marketing: Tinjauan Sistematis Terhadap Pengaruhnya di Pasar Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)*, 5(4), 362–376. <https://doi.org/10.59889/embiss.v5i4.409>
- Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P. (2025). Pendampingan Kemandirian Ekonomi Desa Melalui Legalitas, Sertifikasi Halal, Digitalisasi, dan Branding UMKM Desa Gitik. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat (IPM)*, 2(2), 157–170. <https://doi.org/10.62734/ipm.v2i2.766>
- Badina, T., Pardiansyah, E., Atiah, I. N., & Cahyono, B. D. (2022). Pendampingan Pembuatan NIB Melalui Online Single Submission (OSS) Bagi Pelaku Usaha Mikro di Desa Domas. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 610–617. <https://doi.org/10.25008/altifani.v2i6.300>
- Budiwitjaksono, G. S., Maghfirotika, A., Syifana, A. A., Maulana, B. Y., Wijayanti, A. R., & Saniyyah. (2023). Legalitas Usaha Sebagai Strategi Awal Pengembangan UMKM Di Kelurahan Klampok Kota Blitar. *Berbakti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 79–85. <https://doi.org/10.30822/berbakti.v1i1.2268>
- Cuandra, F., & Kho, C. (2026). Pengembangan Strategi Promosi Berbasis Media Sosial Digital Pada Permata Laundry. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 34–38. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v5i1.850>
- Habibullah, & Airawaty, D. (2024). Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Di Era Digital. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(4), 178–185. <https://doi.org/10.62951/jpm.v1i4.943>
- 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>
- Mitasari, R., Yumni, Z., Nursabrina, S., & Winarno, A. (2024). Marketing Strategy in The Development of Rira Dishwashing Soap and Clothes Washing Soap UMKM. *Unram Journal of Community Service*, 5(4), 424–428. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i4.767>
- Qoriani, H. F., Eva, S, N. F. A., & Nisa, Q. (2023). Pendampingan Percepatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Dalam Rangka Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Nasional di Desa Pepe Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 117–128. https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/18#google_vignette
- Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330>
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2025). Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan: JURANTAS*, 2(3), 200–210. <https://doi.org/10.58174/jrt.v2i3.170>
- Zohani, I. F., Priyatno, A., & Mawardini, A. (2023). Sosialisasi dan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Berbasis Online Single Submission di Desa Teluk Pinang. 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.6574>

Halaman ini dikosongkan