

Pengembangan Model Pendampingan Legalitas Usaha bagi UMKM Jasa Laundry: Studi Kasus pada My Laundry Cipondoh

Alvey Davelino*, Tania Jayadiputri, Joseph Denny Radaza Ong, Chiquifla Thomas Regina, Budi Setiawan

Universitas Pradita

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pendampingan legalitas usaha yang efektif dan aplikatif bagi UMKM jasa laundry melalui studi kasus pada My Laundry Cipondoh. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk memahami proses pendampingan serta dampaknya terhadap pengelolaan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pendampingan yang terdiri dari edukasi legalitas, asistensi administratif, dan monitoring berkelanjutan berhasil membantu UMKM memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Selain itu, pendampingan juga memperkuat identitas usaha melalui pengembangan visual branding serta meningkatkan pemasaran digital melalui media sosial dan pendaftaran Google Maps. Pendampingan ini berdampak pada peningkatan kepatuhan hukum, kredibilitas usaha, dan visibilitas pasar. Model pendampingan terintegrasi ini dinilai aplikatif dan dapat direplikasi pada UMKM sejenis yang masih beroperasi secara informal, khususnya di sektor jasa perkotaan.

Kata Kunci: UMKM, Legalitas Usaha, Pendampingan, Jasa Laundry, OSS

DOI:

<https://doi.org/10.47134/umkm.v2i3.1020>

*Correspondence: Alvey Davelino

Email:

Alveydavelino20@gmail.com

Received: 21-11-2025

Accepted: 19-12-2025

Published: 21-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to develop an effective and applicable business legality assistance model for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the laundry service sector through a case study of My Laundry Cipondoh. The research employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation to capture the assistance process and its impact on business management. The results show that a structured assistance model consisting of legal education, administrative assistance, and continuous monitoring successfully supported the MSME in obtaining a Business Identification Number (NIB) through the Online Single Submission (OSS) system. In addition, the assistance strengthened business identity through the development of visual branding and improved digital marketing through social media and Google Maps registration. These interventions enhanced legal compliance, increased business credibility, and improved market visibility. The findings indicate that integrated legality and basic marketing assistance contributes positively to MSME professionalism and sustainability. This assistance model is practical and replicable for similar MSMEs that still operate informally, particularly in urban service sector

Keywords: MSMEs, Business Legality, Mentoring, Laundry Services, OSS

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi, khususnya di wilayah perkotaan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; Winanti et al., 2024; Rahmawati & Hidayat, 2023). Perkembangan gaya hidup masyarakat perkotaan mendorong meningkatnya permintaan terhadap sektor jasa yang menawarkan kepraktisan, salah satunya usaha jasa laundry yang tumbuh pesat seiring meningkatnya mobilitas masyarakat (Yulianti & Azizah, 2023; Nugraha & Salsabila, 2022; Yuniarti & Fadhilah, 2023).

Meskipun mengalami pertumbuhan yang signifikan, sebagian besar UMKM jasa laundry masih beroperasi secara informal dan belum memiliki legalitas usaha yang memadai. Kondisi ini menyebabkan UMKM rentan terhadap permasalahan hukum, terbatas dalam mengakses pembiayaan formal, serta memiliki tingkat kepercayaan konsumen yang relatif rendah (Saputra & Dewi, 2023; Sari et al., 2022; Austin et al., 2025). Legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk dapat beroperasi secara sah, profesional, dan berkelanjutan (Winanti et al., 2024; Gabriella et al., 2025; Rahmawati & Hidayat, 2023).

Pemerintah Indonesia telah mengembangkan sistem Online Single Submission (OSS) sebagai upaya untuk menyederhanakan proses perizinan usaha dan meningkatkan efisiensi pelayanan publik. Melalui OSS, pelaku UMKM dapat mengurus legalitas usaha secara daring dan terintegrasi, termasuk memperoleh NIB sebagai identitas resmi usaha (Putra & Santoso, 2021; Lestari & Mahendra, 2022; Gilang et al., 2025). Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan OSS di kalangan UMKM masih menghadapi kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman prosedural, serta minimnya pendampingan teknis secara langsung (Putri & Wibowo, 2022; Victoria et al., 2025; Gilang et al., 2025).

Pendampingan UMKM dipandang sebagai strategi yang efektif untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha, khususnya dalam aspek legalitas dan pengelolaan administrasi. Pendampingan yang dilakukan melalui edukasi, asistensi administratif, dan monitoring berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan kepatuhan hukum dan profesionalisme UMKM (Nurhadi & Widodo, 2022; Handayani et al., 2023; Sari & Rachman, 2023). Selain itu, integrasi pendampingan legalitas dengan penguatan identitas usaha dan pemasaran digital juga berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM jasa (Kotler & Keller, 2016; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Pradiani, 2017).

Permasalahan tersebut juga dialami oleh UMKM My Laundry Cipondoh yang menjadi objek penelitian ini. Sebelum dilakukan pendampingan, usaha ini belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), identitas visual yang konsisten, serta pemanfaatan media digital yang optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan model pendampingan legalitas usaha yang terintegrasi dengan penguatan identitas dan pemasaran digital pada UMKM jasa laundry. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis berupa model pendampingan yang aplikatif dan dapat direplikasi pada UMKM sejenis yang masih berada pada tahap informal.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam proses pendampingan legalitas usaha pada UMKM My Laundry Cipondoh (Sugiyono, 2021; Miles et al., 2020; Handayani et al., 2023). Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta dokumentasi untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha sebelum dan sesudah pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pendampingan pada UMKM My Laundry Cipondoh memberikan dampak positif terhadap peningkatan legalitas usaha, penguatan identitas visual, serta optimalisasi pemasaran digital. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan terstruktur sehingga mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas dan pengelolaan usaha yang profesional (Winanti et al., 2024; Nurhadi & Widodo, 2022; Sari & Rachman, 2023).

Pendampingan Legalitas Usaha (NIB)

Pendampingan legalitas difokuskan pada pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Proses pendampingan membantu pelaku usaha memahami tahapan pendaftaran hingga NIB berhasil diterbitkan. Kepemilikan NIB memberikan kepastian hukum serta meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha secara formal (Fauziah & Hakim, 2021; Rahmawati & Hidayat, 2023; Sari et al., 2022).

Pendampingan Identitas Usaha

Pendampingan identitas usaha dilakukan melalui pembuatan logo, poster promosi, banner usaha, dan desain daftar harga. Identitas visual yang konsisten membantu membangun citra profesional dan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap usaha (Kotler & Keller, 2016; Fitriani & Kurniawan, 2022; Yuniarti & Fadhilah, 2023).

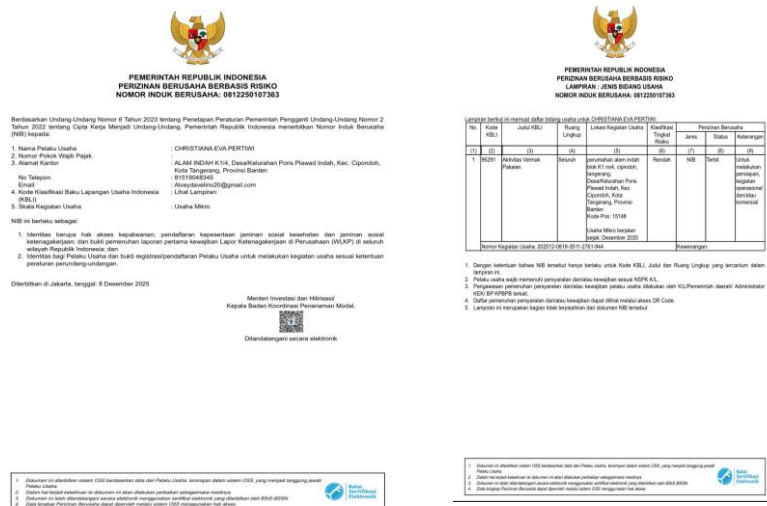
Pendampingan Pemasaran Digital

Pendampingan pemasaran digital dilakukan melalui pembuatan akun media sosial dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Pemanfaatan media digital terbukti meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Pradiani, 2017; Gabriella et al., 2025).

Hasil Pendampingan Legalitas Usaha (NIB)

Pendampingan legalitas difokuskan pada pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS. Pada kondisi awal, pemilik usaha belum memiliki legalitas dan belum memahami prosedur pendaftaran usaha secara daring. Melalui pendampingan, pemilik usaha dibimbing dalam proses pengisian data, pemilihan klasifikasi usaha, hingga NIB berhasil diterbitkan.

Kepemilikan NIB memberikan kepastian hukum bagi UMKM My Laundry Cipondoh serta meningkatkan kepercayaan diri pemilik usaha dalam menjalankan usaha secara lebih tertib. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fauziah dan Hakim (2021) yang menyatakan bahwa legalitas usaha memperkuat posisi UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis secara formal.



Gambar 1. Nomor Induk Berusaha

Hasil Pendampingan Identitas Usaha

Pendampingan identitas usaha dilakukan untuk membantu UMKM My Laundry Cipondoh memiliki citra usaha yang jelas dan mudah dikenali oleh konsumen. Identitas usaha berperan penting dalam membangun kepercayaan dan profesionalisme, khususnya pada UMKM jasa. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa identitas visual seperti logo, media promosi, dan informasi harga membentuk persepsi konsumen terhadap suatu usaha, sementara Fitriani dan Kurniawan (2022) menegaskan bahwa identitas usaha yang baik memudahkan konsumen mengenali layanan yang ditawarkan. Berdasarkan pendampingan yang telah dilakukan, hasil pendampingan identitas usaha UMKM My Laundry Cipondoh meliputi:

Logo Usaha

Logo usaha My Laundry Cipondoh dirancang sebagai identitas visual utama yang mencerminkan jenis usaha jasa laundry. Logo digunakan pada berbagai media promosi sebagai simbol dan pembeda usaha dengan kompetitor.



Gambar 2. Logo

Poster Promosi

Poster promosi dibuat untuk menyampaikan informasi layanan dan kontak usaha kepada konsumen, baik dalam bentuk cetak maupun digital.



Gambar 3. Poster

Banner Usaha

Banner usaha digunakan sebagai media promosi offline yang dipasang di lokasi usaha untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan pengenalan usaha oleh konsumen.



Gambar 4. Banner

Desain Daftar Harga

Desain daftar harga disusun secara jelas dan transparan agar konsumen mudah memahami jenis layanan dan biaya yang ditawarkan. Kejelasan harga dinilai penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.



Gambar 5. Desain Harga

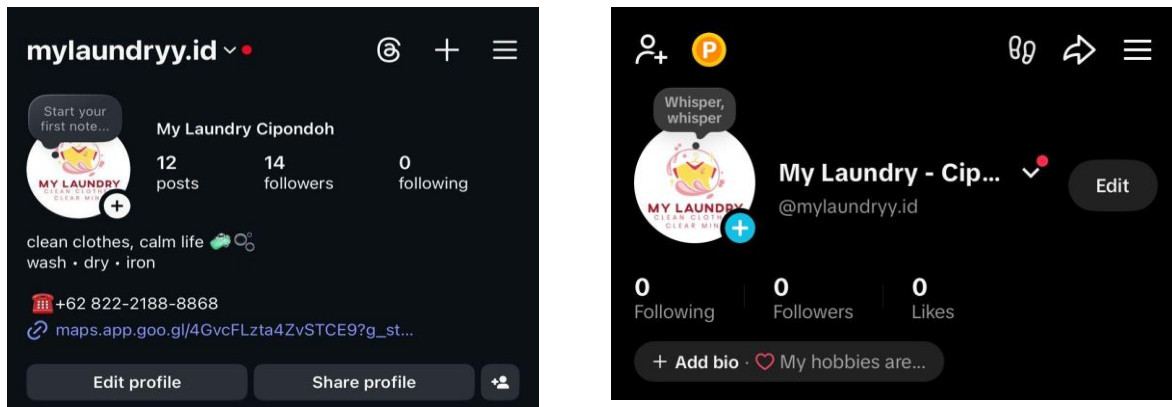
Hasil Pendampingan Pemasaran Digital

Pendampingan pemasaran digital dilakukan untuk membantu UMKM My Laundry Cipondoh memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar. Pemasaran digital efektif bagi UMKM karena berbiaya relatif rendah dan mampu menjangkau konsumen secara luas. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menyatakan bahwa media sosial dan platform digital seperti Google Maps meningkatkan visibilitas usaha, sejalan dengan Pradiani (2017) yang menegaskan peran pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Adapun hasil pendampingan pemasaran digital yang telah dicapai adalah sebagai berikut:

Pembuatan Akun Media Sosial (Instagram dan TikTok)

Akun media sosial Instagram dan TikTok dibuat sebagai sarana promosi digital untuk menampilkan layanan, harga, dan aktivitas usaha My Laundry Cipondoh. Media sosial dimanfaatkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan interaktif.

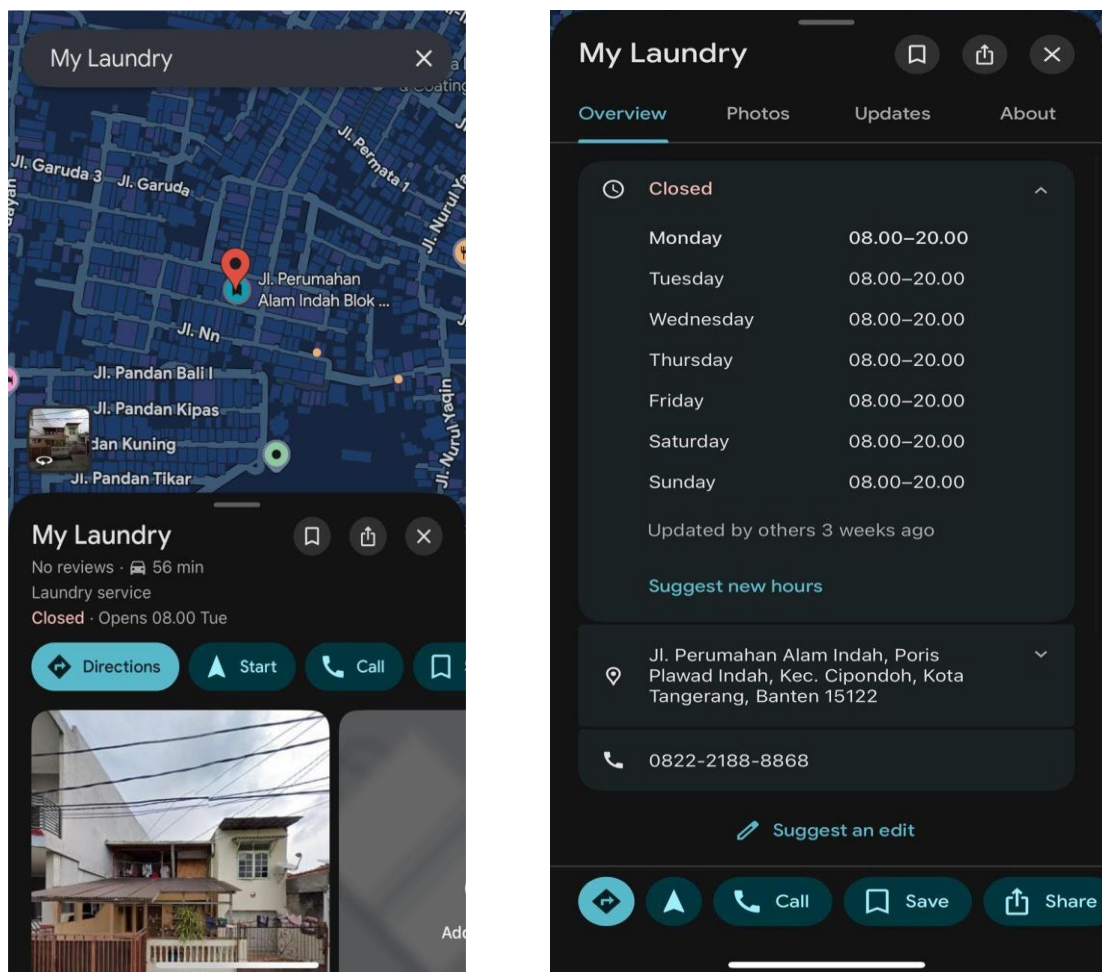




Gambar 6. Akun Media Sosial

Pendaftaran Lokasi Usaha di Google Maps

Lokasi usaha My Laundry Cipondoh berhasil didaftarkan di Google Maps sehingga memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha serta meningkatkan kredibilitas usaha secara digital.



Gambar 7. Google Maps

Simpulan

Pendampingan legalitas usaha yang dilakukan pada UMKM My Laundry Cipondoh terbukti efektif dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan usaha. Integrasi antara pendampingan legalitas, penguatan identitas usaha, dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap kredibilitas, visibilitas, dan daya saing UMKM jasa laundry (Winanti et al., 2024; Rahmawati & Hidayat, 2023; Kotler & Keller, 2016).

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model pendampingan ini pada berbagai sektor UMKM dan wilayah yang berbeda guna memperkuat generalisasi temuan. Secara praktis, model pendampingan terintegrasi ini dapat dijadikan rujukan bagi pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan lembaga pendamping UMKM dalam upaya pemberdayaan usaha mikro yang berkelanjutan.

Referensi

- Austin, P., Harsana, L. C., Lepar, B. S., Fandra, B. G., & Setiawan, B. (2025). Pendampingan pembuatan legalitas UMKM Glasy Kitchen. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(2), 171–178.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Fauziah, R., & Hakim, L. (2021). Legalitas usaha dan penguatan UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101–110.
- Fitriani, R., & Kurniawan, D. (2022). Identitas usaha dan kepercayaan konsumen UMKM jasa. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(1), 33–42.
- Gabriella, A., Marion, G., Windiana, E., Syabina, Z. L., & Setiawan, B. (2025). PKM pendampingan marketing UMKM Pecel Lele OMA. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(2), 59–67.
- Gilang, M. A., Prasmono, N. S., Sugiarto, B., Jefferson, L. G., & Setiawan, B. (2025). Pendampingan pembuatan legalitas usaha UMKM. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(2), 83–91.
- Handayani, R., Prabowo, A., & Lestari, D. (2023). Model pendampingan UMKM berbasis praktik langsung. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45–54.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Statistik UMKM Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, S., & Mahendra, R. (2022). Tantangan implementasi OSS bagi UMKM. *Jurnal Administrasi Publik*, 14(2), 101–112.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis* (4th ed.). Sage.

-
- Nurhadi, A., & Widodo, S. (2022). Pendampingan partisipatif UMKM. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(1), 22–31.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital terhadap peningkatan volume penjualan UMKM. *Jurnal JIBEKA*, 11(2), 46–53.
- Putra, D. A., & Santoso, B. (2021). Reformasi perizinan usaha melalui OSS. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(1), 23–34.
- Putri, A., & Wibowo, H. (2022). Hambatan legalitas UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 55–64.
- Rahmawati, I., & Hidayat, T. (2023). Legalitas usaha dan keberlanjutan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 89–98.
- Sari, P., & Rachman, A. (2023). Pendampingan terintegrasi UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 4(2), 71–80.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.\
- Victoria, S., Andriyanti, A., Da Costa, S. F., Setiawan, B., & Laetitia, E. (2025). Implementasi pembuatan HKI UMKM. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(2), 43–51.
- Winanti, P. A., Putri, K. A., Candra, A. C., & Setiawan, B. (2024). Pendampingan pembuatan legalitas UMKM. *Media Abdimas*, 3(3), 88–95.
- Yulianti, D., & Azizah, N. (2023). UMKM laundry di wilayah perkotaan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 19–28.
- Yuniarti, L., & Fadhillah, N. (2023). Profesionalisme UMKM laundry. *Jurnal Manajemen UMKM*, 6(1), 12–21.*