

**Efektivitas Pembinaan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam  
Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dan Karyawan  
(Studi Kasus Toko Chitachi Elektronik Grong-Grong)**

**Ibrahim**

Universitas Islam Al-Aziziyah Indonesia

Email: [ibrahim.e.islam13@gmail.com](mailto:ibrahim.e.islam13@gmail.com)

**ABSTRACT**

In Indonesia's economic development, small and medium enterprises (SMEs) play a crucial role. The importance of SMEs in developing independent family economies at Chitachi Electronics Store (Grong-Grong) is evident in improving the economic well-being of families and employees. The research question addressed in this study is: "How effective is the development of small and medium enterprises in improving the economic well-being of families and employees at Chitachi Electronics Store?" Qualitative methods were employed, with business owners and employees as the sample. The results show that the independent development process has had a significant positive impact on the economic well-being of both families and employees. Increases in revenue and sales during the development process have shown positive progress, with a gradual increase in turnover each month. Continuous improvements in product quality and service have succeeded in boosting customer satisfaction and loyalty, allowing the business to expand its market share. This success is also supported by strong business independence, with professional internal management without reliance on external assistance.

**Keywords:** Effectiveness, Development, Family And Employee Welfare.

**ABSTRAK**

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) memegang peranan yang sangat penting. Pentingnya peran UKM dalam mengembangkan perekonomian keluarga secara mandiri pada Toko Chitachi Elektronik (Grong-Grong) terlihat dari meningkatnya kesejahteraan ekonomi keluarga dan karyawan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Sejauh mana efektivitas pembinaan usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan karyawan di Toko Chitachi Elektronik?" Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sampel pemilik usaha dan karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembinaan yang dilakukan secara mandiri memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan ekonomi keluarga dan karyawan. Peningkatan pendapatan dan penjualan selama proses pembinaan tercatat menunjukkan kemajuan yang positif, dengan peningkatan omzet yang stabil setiap bulannya. Perbaikan kualitas produk dan pelayanan yang terus menerus juga berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, yang memungkinkan usaha ini memperluas pangsa pasar. Keberhasilan ini juga didukung oleh kemandirian usaha yang kuat, dengan pengelolaan internal yang profesional tanpa bergantung pada bantuan eksternal.

**Kata Kunci :** Efektivitas, Pembinaan, Kesejahteraan Keluarga dan Karyawan.

## **PENDAHULUAN**

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) senantiasa digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting. Karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern, serta mampu menyerap banyak tenaga kerja (Ade Raselawati, 2011). Usaha Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Pentingnya peranan usaha kecil dan menengah dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam Undang-Undang ini diatur bahwa pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Selanjutnya diikuti dengan Peraturan Pemerintah RI No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memberdayakan mereka (Muh. Ridwan, dkk, 2014).

Toko Chitachi Elektronik merupakan salah satu contoh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang perdagangan elektronik dan berperan aktif dalam perekonomian lokal. Dalam praktiknya, Toko Chitachi Elektronik menghadapi berbagai dinamika yang mencerminkan realitas yang dialami oleh banyak UKM serupa. Usaha ini harus mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang ketat, terutama dari toko elektronik yang lebih besar dan terorganisasi. Selain itu, toko ini juga memiliki keterbatasan modal dan strategi pemasaran dapat memengaruhi kemampuan pengelolaan usaha. Semua kondisi tersebut menggambarkan tantangan nyata yang harus dihadapi oleh Toko Chitachi Elektronik Grong-Grong dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga dan karyawan.

Kenyataan seperti ini perlunya kajian yang mendalam terhadap efektivitas pembinaan usaha secara mandiri tanpa dukungan lembaga lain. Dengan fokus pada Toko Chitachi Elektronik Grong-Grong, penelitian ini bertujuan memahami bagaimana usaha kecil seperti ini bisa dikelola dan dikembangkan secara efektif untuk meningkatkan ekonomi keluarga dan karawan, serta mencari tahu strategi apa saja yang telah diterapkan untuk mengoptimalkan hasil dari usaha tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas pembinaan usaha

kecil dan menengah dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan karyawan di Toko Chitachi Elektronik Grong-Grong.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau masalah tertentu secara mendalam, Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan melalui tahapan berpikir kritis ilmiah, yang mana seorang peneliti memulai berfikir secara induktif, yaitu dengan cara menangkap berbagai fakta atau fenomena sosial melalui pengamatan di lapangan (*field research*), kemudian menganalisisnya dan berupaya melakukan teori berdasarkan apa yang diamati (Burhan Bungin, 2009).

Lokasi Penelitian berlokasi di jalan Banda Aceh-Medan Pasar Grong-Grong Kecamatan Grong-Grong Kabupaten Pidie. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer merupakan keterangan yang diperoleh langsung dari sumber utama yaitu pihak-pihak yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan dari pelaku usaha dan karyawan Chitachi Elektronik yang memberikan informasi secara langsung kepada peneliti yang berhubungan langsung dengan penelitian.

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan informasi, atau disebut dengan sumber penunjang. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber penunjang adalah dokumen resmi, buku, jurnal, laporan pelaku usaha serta artikel yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah model Milles dan Huberman yang terdiri atas data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification yang dilakukan secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Definisi Pembinaan**

Pembinaan berasal dari kata bina, yang mendapat imbuhan pe-an, sehingga menjadi kata pembinaan. Pembinaan adalah usaha, tindakan, dan kegiatan yang dilakukan secara efektif untuk memperoleh hasil yang memuaskan. Pembinaan merupakan proses, cara membina dan penyempurnaan atau usaha tindakan dan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Pembinaan pada dasarnya adalah aktivitas yang dilakukan secara sadar, terarah, berencana dan teratur secara bertanggung jawab dalam rangka peningkatan dan penumbuhan kemampuan serta sumber yang disediakan untuk mencapai tujuan (Nasution, 2021).

Menurut Thoha, pembinaan adalah suatu proses, hasil atau pernyataan menjadi lebih baik, dalam hal ini mewujudkan adanya perubahan, kemajuan, peningkatan, pertumbuhan, evaluasi atau berbagai kemungkinan atas sesuatu. Menurut Soegiyono yang dimaksud dengan pembinaan adalah berbagai macam upaya peningkatan kemampuan pengusaha atau pengrajin

industri kecil dalam aspek usaha sehingga mampu mandiri (Susi Hendiani dan Soni Akhmad Nulhaqim, 2008).

Pembinaan adalah suatu tindakan, proses, hasil, atau pernyataan menjadi lebih baik. Dalam hal ini menunjukkan adanya peningkatan, kemajuan, pertumbuhan, evolusi atas berbagai kemungkinan, berkembang, atau peningkatan atas sesuatu. Ada dua unsur dari pengertian ini yakni pembinaan itu sendiri bisa berupa suatu tindakan, proses, atau pernyataan dari suatu tujuan, dan kedua pembinaan itu bisa menunjukkan kepada “perbaikan” atas sesuatu.

Pembinaan dapat dilakukan melalui bisnis dan juga usaha yang ada di lingkungan masyarakat. Sistem ekonomi Islam lebih bertujuan untuk menciptakan keadaan yang lebih baik bagi umat manusia dalam kehidupan, yaitu dengan cara memahami Al-Quran dan Hadist tersebut serta mempraktikkan dalam kehidupan sehari-hari (Garamatn & Ayuniah, 2021). Posisi manusia sangatlah penting karena manusia ditunjuk sebagai khalifah di atas muka bumi ini dan diberi hak untuk mengelola isi bumi ini serta mempertanggung jawabkan apa yang telah ia lakukan tersebut nantinya dihadapan Allah SWT. Dalam Islam kegiatan ekonomi haruslah memperhatikan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam.

## **B. Definisi Usaha**

Usaha menurut kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan yang mengerahkan tenaga, pikiran, dan badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan, perbuatan, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu. Dalam Undang-Undang NO. 3 Tahun 1982 tentang waji daftar perusahaan, usaha dan setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk memperoleh keuntungan atau laba (Ismail Solihin, 2006).

Usaha/Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai the buying and seling of goods and services. Sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa atau uang untuk menghasilkan keuntungan.

Kegiatan bisnis penuh dengan pasang surut, maka dunia bisnis pun mau tidak mau harus mengikuti keadaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas bisnisnya tentu harus mengikuti norma-norma dan aturan yang berlaku. Kegiatan bisnis penuh dengan pasang surut, siasat, taktik maupun cara-cara strategis dan bahkan saling jejal antar pesaing sering kali terjadi. Bisnis yang dilakukan sesuai dengan aturan, norma, dan etika akan menguntungkan usaha itu sendiri maupun masyarakat luas. Karena citra usaha yang baik memiliki *good governance* adalah citra perusahaan yang penting baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Dalam jangka pendek, bisnis yang tidak memerhatikan etika bisa jadi akan dapat keuntungan tetapi dalam jangka panjang, biasanya bermasalah dan mendapatkan sanksi moral dari masyarakat (Agus Ariyanto, 2012).

Bekerja merupakan pondasi dasar dalam produksi, sekaligus berfungsi sebagai pintu pembuka rezeki. Menurut Ibnu Khaldum, bekerja merupakan unsur yang paling domain dalam proses produksi dan sebuah ukuran standar dalam sebuah nilai. Proses produksi akan sangat bergantung terhadap usaha atau kerja yang dilakukan oleh karyawan. Menurut

Muhammad Bin Al-Syaibani, seperti dikutip oleh Adiwarman Karim, kerja atau usaha merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan, karena menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, dan karena hukum bekerja adalah wajib (Muh. Said, 2008).

### 1. Jenis-jenis Usaha

Usaha menengah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau rumah tangga maupun satu badan usaha bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan dan memiliki omzet penjualan lebih dari 1 miliar (Francis Tantri, 2009). Sedangkan usaha makro adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia (Mulyadi Nitisusantoro, 2010).

### 2. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjelaskan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar.

### 3. Peran Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, dan kontribusinya terhadap usaha keluarga dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Berikut adalah beberapa aspek utama yang menggambarkan peran UKM dalam perekonomian dan dampaknya terhadap keluarga:

- a. Penciptaan Lapangan Kerja
- b. Sumber Pendapatan Keluarga
- c. Peningkatan Keterampilan
- d. Inovasi dan Kreativitas
- e. Dampak pada Ekonomi Lokal
- f. Kemandirian Ekonomi
- g. Pemberdayaan Perempuan
- h. Pendidikan dan Kesadaran Ekonomi
- i. Dampak Sosial

Peran UKM dalam perekonomian sangat signifikan, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dengan kontribusi mereka dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pemberdayaan komunitas, UKM menjadi salah satu pilar penting dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan. Dukungan dari pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan UKM sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi ini.

## **C. Efektivitas Pembinaan Usaha Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga dan Karyawan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, Bapak Ari Naswira, proses pembinaan yang dilakukan selama ini terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan dan

memperkuat kemandirian usaha. Sejak dilakukan perbaikan dalam manajemen pelayanan, Bapak Ari mencatatkan peningkatan pendapatan usaha yang cukup signifikan. "Sejak memperbaiki manajemen pelayanan, pendapatan usaha meningkat yang langsung berdampak positif pada kesejahteraan keluarga dan karyawan kami," ungkapnya. Langkah awal yang diambil adalah pemahaman terhadap kebutuhan pasar, yang dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap pelanggan dan mendengarkan keluhan serta masukan mereka. "Kami selalu melakukan pengamatan dan mendengarkan pelanggan agar produk yang disediakan tepat sesuai kebutuhan," tambah Bapak Ari. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan. Selama enam bulan terakhir, penjualan Toko Chitachi Elektronik mengalami peningkatan sebesar 25%, yang menjadi indikator utama keberhasilan usaha. Peningkatan pendapatan yang tercatat secara konsisten menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan berhasil dalam memperkuat posisi usaha.

Selain itu, evaluasi menyeluruh terhadap struktur biaya dan alur pemasukan juga menjadi bagian penting dari proses pembinaan. Dengan melakukan evaluasi terhadap setiap pengeluaran dan pendapatan, usaha ini dapat mengidentifikasi area yang perlu dioptimalkan untuk meningkatkan keuntungan. Bapak Ari menjelaskan, "Kami mulai dengan memetakan setiap pengeluaran dan pendapatan agar dapat menemukan area mana yang bisa dioptimalkan untuk meningkatkan keuntungan." Hasil evaluasi yang sistematis ini menunjukkan bahwa penghematan biaya operasional sebesar 20% dalam tiga bulan terakhir dapat meningkatkan keuntungan secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa proses evaluasi yang terstruktur dapat membantu usaha dalam memaksimalkan potensi keuntungan dengan mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi.

Peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu fokus utama dalam mendorong pendapatan. Bapak Ari menekankan pentingnya pelayanan yang ramah dan responsif untuk membuat pelanggan merasa nyaman. "Pelayanan ramah dan responsif membuat pelanggan merasa nyaman, sehingga pembelian meningkat," ujarnya. Untuk mendukung hal ini, pemilik usaha memberikan pelatihan kepada karyawan agar mereka lebih memahami produk yang dijual dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Seorang karyawan, Rudi, menjelaskan, "Kami dilatih untuk memahami produk secara mendalam dan memberikan pelayanan ramah supaya pelanggan puas." Hasilnya, kualitas layanan yang semakin baik ini berujung pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dari survei yang dilakukan di toko, 85% pelanggan menyatakan sangat puas dengan layanan yang diberikan, dan 70% menyatakan bahwa mereka akan kembali berbelanja di Toko Chitachi Elektronik. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas layanan yang baik berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing usaha, serta berdampak positif pada loyalitas pelanggan.

Pembinaan karyawan juga menjadi bagian integral dalam pengembangan usaha, dengan pelatihan yang dilakukan secara terstruktur. Bapak Ari menyatakan, "Kami menyadari bahwa karyawan yang terampil dan berpengetahuan akan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan." Pelatihan yang dilakukan mencakup berbagai aspek, mulai dari pengetahuan produk hingga teknik penjualan yang efektif. Setelah mengikuti pelatihan, karyawan merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Rudi, "Pelatihan yang kami terima sangat membantu dalam meningkatkan kepercayaan diri kami saat berinteraksi dengan pelanggan." Peningkatan

keterampilan ini tidak hanya berdampak pada kinerja karyawan, tetapi juga pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil evaluasi pasca-pelatihan, 90% karyawan merasa lebih siap dalam melayani pelanggan dengan lebih profesional dan ramah. Selain itu, peningkatan keterampilan ini juga berdampak pada produktivitas kerja, dengan waktu pelayanan yang lebih cepat sebesar 20%, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pendapatan.

Setelah pelatihan selesai, karyawan menjalani evaluasi untuk menilai keberhasilan dan kebutuhan pelatihan lanjutan. Proses evaluasi ini memastikan bahwa pembinaan yang dilakukan tetap adaptif dan responsif terhadap perkembangan kebutuhan usaha dan karyawan. Salah seorang karyawan menyatakan, “Pelatihan yang saya jalani membuat saya lebih mengerti produk dan cara melayani pelanggan dengan baik.” Dengan pembinaan yang berkelanjutan, karyawan merasa lebih percaya diri dan mampu menangani berbagai situasi di toko, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan motivasi dan kinerja mereka. Pembinaan yang berkelanjutan ini juga memberikan dampak positif dalam hal ketahanan mental karyawan, serta kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan yang ada di lapangan.

Metode pembinaan yang berkelanjutan dan berbasis praktik langsung ini menciptakan karyawan yang tidak hanya terampil, tetapi juga termotivasi untuk memberikan pelayanan terbaik. Efektivitas pembinaan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan karyawan tidak hanya diukur dari keberlangsungan usaha itu sendiri, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut mampu memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi kehidupan ekonomi pelaku usaha dan keluarganya. Dalam konteks penelitian ini, Toko Chitachi Elektronik merupakan contoh konkret dari UKM yang tumbuh dan berkembang secara mandiri, melalui upaya pembinaan dan pengembangan yang dilakukan oleh pemilik usaha tanpa bantuan eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, dapat disimpulkan bahwa proses pembinaan dan pengembangan yang dijalankan secara mandiri oleh pemilik usaha telah terbukti efektif dalam berbagai aspek, baik dari sisi peningkatan pendapatan, kemandirian ekonomi, pemberdayaan keluarga, maupun kontribusi terhadap lingkungan sosial. Dari sisi pendapatan ekonomi keluarga, hasil usaha yang dijalankan telah mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan rumah tangga. Peningkatan pendapatan keluarga ini tercatat mencapai 30% dalam enam bulan pertama setelah implementasi perbaikan manajemen dan pelayanan. Dari sisi pertumbuhan usaha, Toko Chitachi Elektronik menunjukkan peningkatan yang jelas. Awalnya usaha bersifat sangat sederhana, dengan produk yang terbatas dan jangkauan pelanggan yang kecil. Namun, berkat pengembangan mandiri yang konsisten, kini usaha telah memiliki stok produk yang lebih bervariasi, jumlah pelanggan yang meningkat, serta reputasi yang baik di mata masyarakat. Proses pengembangan ini mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan oleh pemilik, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, layanan servis ke rumah, dan sistem harga yang kompetitif.

Meskipun pembinaan usaha ini menunjukkan hasil positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama proses pembinaan dan pengembangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang terlatih pada awalnya, yang

mengharuskan pemilik usaha untuk memberikan pelatihan secara intensif dan berkelanjutan. Selain itu, tantangan lain adalah keterbatasan dana yang menghambat pengembangan lebih lanjut, terutama untuk memperluas jangkauan pasar melalui promosi yang lebih besar. Pemilik usaha harus cermat dalam mengelola anggaran untuk memastikan bahwa pembiayaan untuk pelatihan, peningkatan produk, dan pemasaran dapat dijalankan secara berkesinambungan. Meskipun demikian, meskipun menghadapi hambatan tersebut, proses pengembangan usaha yang dijalankan secara mandiri terbukti efektif dalam mengatasi keterbatasan tersebut dengan cara mengoptimalkan sumber daya yang ada dan memperkuat manajemen internal.

Berdasarkan semua aspek yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa proses pembinaan dan pengembangan usaha yang dilakukan secara mandiri oleh pemilik Toko Chitachi Elektronik sangat efektif dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan karyawan. Efektivitas ini bukan hanya diukur dari besarnya keuntungan finansial, tetapi juga dari keberhasilan usaha dalam menciptakan kestabilan ekonomi, meningkatkan kapasitas keluarga, dan membentuk model kemandirian yang berkelanjutan. Dengan data kuantitatif yang mencatatkan peningkatan pendapatan, penjualan, dan kepuasan pelanggan, serta pembahasan tantangan yang dihadapi dalam proses pembinaan, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih lengkap dan objektif mengenai efektivitas pembinaan di UKM tersebut. Proses pengembangan yang dilakukan oleh pemilik usaha menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah yang dikelola dengan strategi yang tepat dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pelaku usaha, karyawan, dan keluarga mereka.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas pembinaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Toko Chitachi Elektronik, dapat disimpulkan bahwa proses pembinaan yang dilakukan secara mandiri telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan ekonomi keluarga dan karyawan. Peningkatan pendapatan dan penjualan selama proses pembinaan tercatat mengalami kemajuan yang positif dengan peningkatan omzet secara bertahap setiap bulannya. Kualitas produk dan pelayanan yang terus diperbaiki juga berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga usaha mampu memperluas pangsa pasar. Keberhasilan ini juga didukung oleh kemandirian usaha yang kuat, dengan pengelolaan internal yang profesional tanpa ketergantungan pada bantuan eksternal.

Pembinaan sumber daya manusia, khususnya pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan, menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional, tetapi juga memperkuat hubungan tim kerja dan motivasi secara keseluruhan. Selain itu, inovasi dalam strategi pemasaran, khususnya pemanfaatan media sosial, membantu usaha adaptif mengikuti perkembangan pasar dan tren konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Raselawati. (2011). *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Sektor UKM di Indonesia* (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Jakarta.
- Arijanto, A. (2012). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Bungi, B. (2009). *Penelitian Kualitatif* (Cet. I). Jakarta: Kencana.
- Tantri, F. (2009). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Solihin, I. (2006). *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Said, M. (2008). *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar Pengembangan*. Pekanbaru: Suska Press.
- Ridwan, M., & dkk. (2014). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bandung. *Jurnal Administrative Reform*, 2(2).
- Nitisusantro, M. (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Alfabet.
- Hendriani, S., & Nulhaqim, S. A. (2008). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT. Persero Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. *Jurnal Kependudukan Padjajaran*, 10(2), Juli.
- Siagian, S. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cet. XXIII). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cet. 8). Bandung: Alfabeta.
- Nasution, R. Y. (2021). *Pembinaan Orangtua dalam Membaca Al-Qur'an Anak di Desa Aek Bargot Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas* (PhD diss., IAIN Padangsidimpuan).
- Garamatan, M. Z. F. R., & Ayuniyyah, Q. (2021). Pentingnya dan Kewajiban Ekonomi Syariah di Indonesia. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(1).