


Dari Hobi ke Profit: Optimalisasi Usaha Tusuk Hias Lewat Evaluasi dan Pendampingan

Rusmini¹, Kayla Khairani²

¹ Sistem Informasi, Universitas Potensi Utama, JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

² Manajemen, Ekonomi & Bisnis, Universitas Potensi Utama, JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

Email : rusminiponsan@yahoo.co.id

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.968>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 May 2025

Revised: 20 May 2025

Accepted: 30 May 2025

Kata kunci

Hobi ke Profit, Evaluasi Dan Pendampingan ,
Optimalisasi Usaha Tusuk Hias

Keywords

Hobby to Profit, Evaluation and Mentoring,
Optimization of Decorative Skewer Business



ABSTRACT

Usaha mikro berbasis ketrampilan tangan seperti kreasi tusuk hias seringkali dimulai dari hobi, namun memiliki potensi ekonomi yang signifikan bila dikelola secara profesional. Artikel ini memaparkan hasil kegiatan evaluasi dan pendampingan terhadap pelaku usaha tusuk hias dilingkungan mitra binaan yaitu perwiridan Nurul Hasanah. Pendampingan mencakup evaluasi produk, strategi pemasaran, manajemen produksi, dan penguatan kapasitas kewirausahaan. Metode yang digunakan adalah identifikasi masalah yaitu survei awal dilakukan kepada pelaku usaha tusuk hias mengenai proses produksi, tantangan usaha, dan saluran pemasaran. Untuk evaluasi produk yaitu produk yang dihasilkan dievaluasi dari sisi kualitas, variasi dan nilai estetika. Selanjutnya untuk pendampingan dan pelatihan dengan menyelenggarakan pelatihan tentang manajemen usaha kecil, desain produk, dan pemasaran digital. Pada sisi monitoring dan evaluasi yaitu dengan melakukan kunjungan berkala dan pengukuran dampak kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas produk, kesadaran manajerial, serta pemahaman strategi pemasaran digital. Intervensi itu membuktikan bahwa pendampingan berkelanjutan dapat mengubah usaha berbasis hobi menjadi sumber penghasilan yang berkelanjutan. Dengan adanya pendampingan berkala dan mengevaluasi setiap kegiatan yang dilakukan memberikan dampak lain yaitu motivasi yang meningkat tertanam pada setiap peserta pelatihan yaitu anggota perwiridan Nurul Hasanah untuk menjadi seorang wira usaha yang handal.

Micro businesses based on hand skills such as ornamental skewer creations often start as a hobby, but have significant economic potential if managed professionally. This article describes the results of evaluation and assistance activities for ornamental skewer business actors within the fostered partner, namely Nurul Hasanah officers. Mentoring includes product evaluation, marketing strategy, production management, and entrepreneurial capacity building. The method used is problem identification, namely an initial survey is conducted to skewer business actors regarding the production process, business challenges, and marketing channels. For product evaluation, the products produced are evaluated in terms of quality, variety and aesthetic value. Furthermore, for mentoring and training by organizing training on small business management, product design, and digital advice. On the monitoring and evaluation side, it is by conducting periodic visits and measuring the impact of activities. The results of the activity show an increase in product quality, managerial awareness, and understanding of digital marketing strategies. The intervention proves that sustainable mentoring can turn hobby-based businesses into sustainable sources of income. With periodic mentoring and evaluating every activity carried out, it has another impact, namely increased motivation embedded in each trainee, namely Nurul Hasanah's staff members to become a reliable entrepreneur



PENDAHULUAN

Kreasi tusuk hias merupakan bagian dari seni kerajinan tangan yang memadukan ketekunan, estetika, dan ketrampilan teknis (Rusmini et al., 2024). Banyak pelaku usaha kecil memulainya dari minat pribadi, tanpa menyadari bahwa produk ini memiliki nilai jual tinggi jika dikembangkan dengan pendekatan bisnis yang tepat. Namun tantangan utama yang sering dihadapi adalah kurangnya wawasan kewirausahaan, evaluasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu diperlukan pendampingan terpadu untuk mengoptimalkan potensi usaha ini (Suryani et al., 2011)

Kreasi tusuk hias ini sudah dimulai dari tahun 2019 pada masa pandemic covid, yang mana pada dasarnya kegiatan ini untuk mengisi waktu luang dimasa pandemic dimana banyak masyarakat tidak boleh keluar rumah dan bekerja secara online dari rumah, serta banyak karyawan banyak di rumahkan atau dengan istilah cuti pada masa pandemic (Rusmini, Ermayanti, n.d.)

Pada tahun 2024 kegiatan kreasi tusuk hias ini dikembangkan oleh perkumpulan perwiridan Nurul Hasanah dalam bentuk wira usaha pemula kreasi tusuk hias untuk meningkatkan penghasilan. Hal ini dipicu karena banyak anggota perwiridan yang mengeluh saat membayar uang iuran mingguan perwiridan sehingga adanya ide dari TIM PKM Universitas Potensi Utama yaitu menciptakan kegiatan pendampingan secara sederhana yang mana bertujuan selain mengisi waktu luang juga menambah penghasilan yaitu agar uang kas perwiridan Nurul Hasanah bertambah (Ekonomi et al., 2023). Kegiatan ini di danai oleh DRPM Kemendikbud tahun pendanaan 2023-2024. Kegiatan berjalan dengan lancar dan diperoleh hasil yang signifikan berupa peningkatan pengetahuan dan ketrampilan ibu ibu perwiridan serta bertambahnya kas perwiridan sebesar 20 % dalam per tiga bulan dengan menerima pesanan seperti mukena dan jilbab.

Kegiatan sudah berjalan selama 8 bulan dan sangat pantas untuk dilakukan evaluasi secara mendalam baik itu secara konsep ataupun teknis dari sisi kualitas, variasi, dan nilai estetika (Widianto et al., 2022). Oleh karena itu dilakukan kembali pendampingan dan kegiatan ini diberi Tema: *Dari Hobi ke Profit: Optimalisasi Usaha Tusuk Hias Lewat Evaluasi Dan Pendampingan*.

Kegiatan Evaluasi dan pendampingan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil yang telah diperoleh baik dari sisi desain kreasi tusuk hias atau dari sisi manajemen kegiatan serta dari sisi pemasaran (Suparmadi & Ramadhani, 2022). Apakah ada hal-hal yang perlu ditingkatkan atau yang perlu dibuang yang berguna agar profit terus bertambah (Yanti & Giatman, 2024)

METODE

Kegiatan ini secara interen dimulai pada bulan Mei hingga Juni pada setiap perkumpulan perwiridan Nurul Hasanah di Desa Saentis Kec.Percut Sei Tuan pada malam Sabtu mengevaluasi hasil yang telah diperoleh dilakukan oleh ketua dan bendahara perwiridan. Selanjutnya sekali pertemuan secara general dengan TIM PKM Universitas Potensi Utama Medan membahas langkah-langkah yang akan diterapkan untuk teknis peningkatan produk atau pemasaran.

Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif (Isnatul Huda et al., 2024) dengan metode:

1. Identifikasi Masalah: Survei awal dilakukan kepada pelaku usaha tusuk hias mengenai proses produksi, tantangan usaha, dan saluran pemasaran.
2. Evaluasi Produk: Produk yang dihasilkan dievaluasi dari sisi kualitas, variasi, dan nilai estetika.
3. Pendampingan dan pelatihan: Diselenggarakan pelatihan tentang manajemen usaha kecil, desain produk, dan pemasaran digital.
4. Monitoring dan evaluasi: Dilakukan kunjungan berkala dan pengukuran dampak kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan identifikasi dan observasi secara mendalam sesuai metode yang telah dijabarkan di alinea sebelumnya maka diperoleh hasil oleh TIM PKM beserta ketua perwiridan Nurul Hasanah maka diperoleh hasil sesuai hal-hal berikut,

1. Peningkatan Kualitas Produk

Melalui evaluasi kritis, ditemukan bahwa beberapa produk memiliki potensi tinggi namun kurang pada finishing dan variasi desain. Dengan pelatihan, mitra mampu menghasilkan produk yang lebih rapi, kreatif, dan kompetitif di pasar. Namun ada sisi kelemahan dikualitas produk pada sisi pelatihan. Butuh waktu dan tenaga yang ekstra untuk memberikan pendampingan, karena penggunaan mesin maupun teknis dengan tangan manual butuh orang yang trampil dan telaten untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas baik (Ghina et al., 2024)

2. Kesadaran Kewirausahaan

Pelaku usaha yang sebelumnya menganggap tusuk hias hanya sebagai kegiatan sampingan muali memahami potensi ekonomi produk mereka. Materi tentang manajemen keuangan sederhana, pencatatan produksi, dan penetapan harga mulai diterapkan (Ghina et al., 2024)

3. Strategi Pemasaran Digital

Pendampingan mencakup pelatihan penggunaan media sosial, platform e-commerce lokal, dan teknik fotografi produk sederhana. Beberapa pelaku usaha mulai memasarkan produknya melalui Intagram dan marketplace lokal (Syadah & Suyatna, 2024)

4. Dampak Ekonomi.

Terdapat peningkatan pemesanan produk dan penghasilan bulanan rata-rata naik sebesar 25 % setelah 2 bulan pendampingan. Hal ini menunjukkan bahwa sentuhan kecil dalam manajemen usaha dapat memberikan dampak signifikan (Sajang et al., 2024)

Adapun hasil optimalisasi kreasi tusuk hias lewat evaluasi dan pendampingan secara kuantitatif disajikan sebagai berikut,

1. Data Umum Responden (Peserta Pendampingan)

Tabel 1 Data Umum Responden

No	Parameter	Jumlah (orang)	Persentasi
1	Peserta	15	50%
2	Usia 30-40 tahun	5	33 %
3	Usia 40-60 tahun	10	66,7%
4	Memiliki usaha aktif sebelum pendampingan	5	33,3%

Berdasarkan data pada Tabel 1 di atas terlihat bahwa peserta pelatihan hanya 15 orang dari total anggota perwiridan sebanyak 30 orang berarti hanya 50% yang ikut, hal ini merupakan suatu kelemahan yang kita temukan pada pendampingan ini. Kondisi seperti ini harus bisa dicari apa masalahnya mengapa hanya 50% yang mengikuti pendampingan. Selanjutnya dari segi usia, anggota perwiridan tergolong lebih banyak yang berusia lanjut sehingga semangat untuk mengikuti kegiatan kurang maksimal. Berikut dalam hal memiliki usaha aktif sebelum pendampingan hanya 5 orang. Artinya sangat berat melakukan pendampingan dikondisi yang seperti ini sehingga seperti kita lihat pada Tabel 2 bahwa hasil optimalisasi usaha tusuk hias kurang maksimal, walaupun diperoleh hasil ada peningkatan. Adapun hasil peningkatan produk disajikan sebagai berikut,

2. Data Produksi Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Tabel 2 Data Produksi Sebelum Dan Sesudah Pendampingan

Indikator	Sebelum	Sesudah	Kenaikan (%)
Rata-rata produksi perbulan	10	20	50 %
Rata-Rata Omzet perbulan	500000	750000	66,6 %
Jumlah Mitra Reseller	2	4	50%
Variasi Produk	3	5	60%

Berdasarkan data pada Tabel 2 terlihat terjadi peningkatan yang signifikan, walaupun masih dalam skala kecil namun rata-rata peningkatan berkisar sebesar 50%. Untuk data tingkat pemahaman dan kepuasan peserta disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4 berikut,

3. Tingkat Pemahaman Dan Kepuasan Peserta

a. Pemahaman Materi Pendampingan (Skala 1-5)

Tabel 3 Pemahaman Materi Pendampingan

Aspek Materi	Sebelum	Sesudah
Teknik Dasar pembuatan tusuk hias	3,24	4,6
Strategi Pemasaran Online	2,8	4,5

Manjemen keuangan usaha	2,5	4,2
Teknik fotografi produk	2,3	4,0

b. Kepuasan terhadap kegiatan

Tabel 4 Kepuasan Terhadap Kegiatan

Aspek Kegiatan	Skor rata-rata
Materi Pelatihan	4,7
Pendekatan Pendampingan	4,8
Fasilitator	4,9
Relevansi dengan Kebutuhan	4,6

Berdasarkan Tabel 3 dan Tabel 4 terlihat bahwa rata-rata nilai pemahaman sebesar 4,3 dan untuk respon kepuasan sebesar 4,8 artinya dari kedua rata-rata nilai tersebut tergolong sangat baik. Untuk evaluasi dampak ekonomi disajikan pada Tabel 5 berikut

4. Evaluasi Dampak Ekonomi

Tabel 5 Evaluasi Dampak Ekonomi

Indikator	Sebelum	Setelah	Perubahan
Pendapatan Tambahan perbulan	0	500000	500000
Jumlah Pesanan tetap perbulan	2	4	100 %
Penggunaan media sosial untuk promosi	3	12	300 %

Berdasarkan Tabel 5 dapat diambil kesimpulan dari data tersebut bahwa bila kondisi tersebut bisa dipertahankan untuk setiap bulannya maka tentunya kreasi tusuk hias merupakan suatu usaha yang tidak boleh dianggap sepele atau tidak bermanfaat. Adapun dokumentasi kegiatan evaluasi dan pendampingan kegiatan optimalisasi usaha kreasi tusuk hias beberapa diantaranya adalah sebagai berikut,



Gambar 1A



Gambar 1 B



Gambar 1 C



Gambar 1 D

Keterangan :

1. Gambar 1A : Foto Bersama beberapa peserta yang mengikuti evaluasi dan pendampingan
2. Gambar 1B : Pendampingan peserta membuat laporan penjualan menggunakan aplikasi excel.
3. Gambar 1C : Pendampingan membuat desain produk baru yang akan ditawarkan dengan aplikasi ES 960.
4. Gambar 1D : Pendampingan peserta mengimport gambar dari flasdish ke mesin ES 960

SIMPULAN

Kegiatan evaluasi dan pendampingan terbukti efektif dalam mengubah usaha kreasi tusuk hias berbasis hobi menjadi unit usaha mikro yang berorientasi profit. Untuk itu keberlanjutan, direkomendasikan: adanya inkubasi bisnis jangka panjang, kolaborasi dengan komunitas UMKM dan dinas terkait, pengembangan katalog digital dan pelatihan lanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh mitra pelaku usaha kreasi tusuk hias yang telah aktif berpartisipasi, serta dukungan dari institusi pelaksana kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Ekonomi, M., Melalui, K., Garnish, K., Di, S., Drien, G., Kecamatan, R., Pahlawan, J., Aceh, K., Ansari, L. P., Sani, S. R., Sari, Y. P., Wahyuningsih, Y. E., Nufus, M., Prodi, D., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Teuku, U., Prodi, M., Pembangunan, E., ... Teuku, U. (2023). *Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Kreasi Garnish Sayuran Di Gampong Drien Rampak Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat* / 10. 3(1), 9–15.
- Ghina, A., Anggraini, L. D., & Pebriani, R. A. (2024). *Pengabdian masyarakat: membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM*. 8, 1965–1974.
- Isnatul Huda, Achluddin Ibnu Rochim, & Indah Murti. (2024). Evaluasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kelurahan Petemon Kecamatan Sawahan Kota Surabaya. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(4), 229–235. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.1031>
- Rusmini, Ermayanti, N. (n.d.). *Pelatihan Kreasi Tusuk Hias Dengan Meminimalkan Biaya Berbasis ICT dan Peran Metakognisi di Era Pandemi Covid 19*. 488–496.
- Rusmini, Ramadhani, I., Khairani, K., Prasasti, D., Alima, N., & Hias, K. T. (2024). *Wira usaha pemula kreasi tusuk hias untuk meningkatkan penghasilan perwiridan nurul hasanah*. 5(5), 9678–9685.

- Sajang, D., Sembalun, K. E. C., Hidayanti, N. F., & Hulaimi, A. (2024). *MASYARAKAT MELALUI LAPAK MENUJU EKONOMI DIGITAL DI*. 3.
- Suparmadi, S., & Ramadhani, A. (2022). Sistem Estimasi Pencapaian Target Profit Menggunakan Model Regresi Berbasis Machine Learning. *Journal of Science and Social Research*, 5(3), 703. <https://doi.org/10.54314/jssr.v5i3.1042>
- Suryani, A., Darwin Kadarisman, dan, & Perikanan dan Kelautan, K. (2011). *Kajian Optimasi Produksi dan Strategi Pengembangan Usaha Produk Fish Jelly (Studi Kasus pada PT "XP" di Jakarta) Study of Optimation Production and Develop Business on Fish Jelly Production (Case Study on PT "XP", Jakarta)*. 6(2), 93–98.
- Syaodah, S., & Suyatna, R. G. (2024). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo melalui jaringan internet (online). Seiring berkembangnya teknologi ini semakin banyak Buaya Putih , Batik Bunga Combrang , Batik Wangun Pakis dan batik Padarincangan*. 2(1). <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Widianto, A., Samsuri, A., & Hariyanti, S. (2022). Strategi Variasi Produk dalam Mengembangkan Usaha Kedai Kopi. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 69–83.
- Yanti, A., & Giatman, M. (2024). Evaluasi Program Kewirausahaan Pengembangan Produk Kreatif pada Mata Pelajaran Kewirausahaan di SMK Negeri 1 Kecamatan Luak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 7311–7319. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13507%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/13507/10401>