



Akselerasi Pelatihan Pengembangan Produk Unggulan

Bord Nandre Aprila*¹, Sarli Rahman², Luciana Fransisca³, Mimelientesa Irman⁴, Fitriyani⁵, Hidayat Syahputra⁶, Pujiono⁷, Onny Setyawan⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

*e-mail: bordnandre.aprila@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

Abstract

Superior product development is a strategic step in creating competitive products and meeting consumer needs effectively. The training held in Pekanbaru aims to increase the capacity of business actors in producing innovative and high-quality products, as well as build a network of collaboration with academics and industry. The focus of the training is directed at accelerating the product development process through various topics, including business feasibility analysis, marketing strategies, consumer behavior, and market segmentation techniques. With an approach that involves presentations, simulations, and interactive discussions, participants gain an in-depth understanding and practical skills to apply the training materials. The evaluation conducted through feedback aims to assess the effectiveness of the training and identify the need for further training. The results of this activity show an increase in participants' understanding and strengthen collaboration between business actors, academics, and the government in supporting the development of competitive superior products in the market.

Keywords: *Superior Product Development, Training, Market Competitiveness*

Abstrak

Pengembangan produk unggulan adalah langkah strategis dalam menciptakan produk yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif. Pelatihan yang diselenggarakan di Pekanbaru ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menghasilkan produk inovatif dan berkualitas tinggi, serta membangun jaringan kolaborasi dengan akademisi dan industri. Fokus pelatihan diarahkan pada percepatan proses pengembangan produk melalui berbagai topik, termasuk analisis kelayakan bisnis, strategi pemasaran, perilaku konsumen, dan teknik segmentasi pasar. Dengan pendekatan yang melibatkan presentasi, simulasi, serta diskusi interaktif, peserta memperoleh pemahaman mendalam dan keterampilan praktis untuk menerapkan materi pelatihan. Evaluasi yang dilakukan melalui feedback bertujuan menilai efektivitas pelatihan dan mengidentifikasi kebutuhan untuk pelatihan selanjutnya. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dan memperkuat kolaborasi antara pelaku usaha, akademisi, serta pemerintah dalam mendukung pengembangan produk unggulan yang kompetitif di pasar.



Kata kunci: Pengembangan Produk Unggulan, Pelatihan, Daya Saing Pasar

1. PENDAHULUAN

Pengembangan produk unggulan adalah proses strategis yang melibatkan penelitian, inovasi, dan perbaikan berkelanjutan untuk menciptakan produk yang menonjol di pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, memiliki produk unggulan dapat menjadi kunci keberhasilan yang signifikan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi (Kotler & Keller, 2014). Produk unggulan daerah adalah barang dan jasa yang memiliki keunikan atau ciri khas pada tingkat desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi, dihasilkan oleh koperasi, kelompok usaha masyarakat, serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Para pelaku usaha berupaya memanfaatkan serta mengoptimalkan potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun potensi budaya lokal untuk mengembangkan produk agar mudah dikenal, mudah didapat, dan memiliki daya saing tinggi. Potensi produk unggulan di berbagai wilayah Indonesia dapat dikembangkan lebih lanjut dengan bantuan dosen dari perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan program pelatihan/seminar.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, akselerasi pelatihan pengembangan produk unggulan menjadi semakin krusial. Menurut (Hartono & Siagian, 2020) pelatihan adalah suatu cara untuk melatih keterampilan, kemudian akan diberikan masukan dengan cara yang maksimal agar tercapainya tujuan yang diharapkan perusahaan secara maksimal juga. Pelatihan yang efektif dapat mempercepat proses pengembangan produk, memastikan bahwa tim yang terlibat memiliki keterampilan dan pengetahuan terkini dalam teknologi dan metodologi yang relevan. Selain itu, pelatihan yang terstruktur dengan baik dapat meningkatkan efisiensi kerja, meminimalkan kesalahan, dan mempercepat waktu peluncuran produk ke pasar. Dengan memfokuskan pada pengembangan produk unggulan, pelaku usaha tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, investasi dalam program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan menjadi suatu keharusan bagi pelaku usaha yang ingin meraih sukses dan keberlanjutan di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Untuk itu maka dilakukan kolaborasi antara pemerintah setempat, institusi pendidikan/perguruan tinggi dan pelaku usaha untuk mengadakan kegiatan seminar terkait akselerasi pelatihan pengembangan produk unggulan.

Kegiatan ini juga merujuk pada kerangka kerja yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, yang menekankan pentingnya pengembangan industri berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi serta penguatan daya saing industri nasional. Dalam konteks ini, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam pengembangan produk unggulan yang berdaya saing tinggi di pasar global. Selain itu, Peraturan Pemerintah No.29 Tahun 2018 tentang pemberdayaan industri bertujuan untuk meningkatkan daya saing industri nasional dengan mengoptimalkan sumber daya melalui peningkatan kapasitas produksi, pengembangan teknologi dan inovasi, serta mendorong penggunaan produk dalam negeri.

Materi pelatihan ini mencakup berbagai aspek penting yang mendukung pengembangan produk unggulan. Akselerasi mengacu pada proses mempercepat pengembangan dan pelatihan produk, sementara pelatihan adalah proses terencana untuk memodifikasi sikap melalui pengalaman belajar. Pengembangan produk unggulan melibatkan usaha terarah dan terencana untuk membuat dan memperbaiki produk sehingga menciptakan mutu yang lebih baik. Produk yang dimaksud bisa berupa barang atau jasa yang nantinya diperjual belikan di pasar, dan unggulan berarti produk tersebut harus terbaik dan terutama.

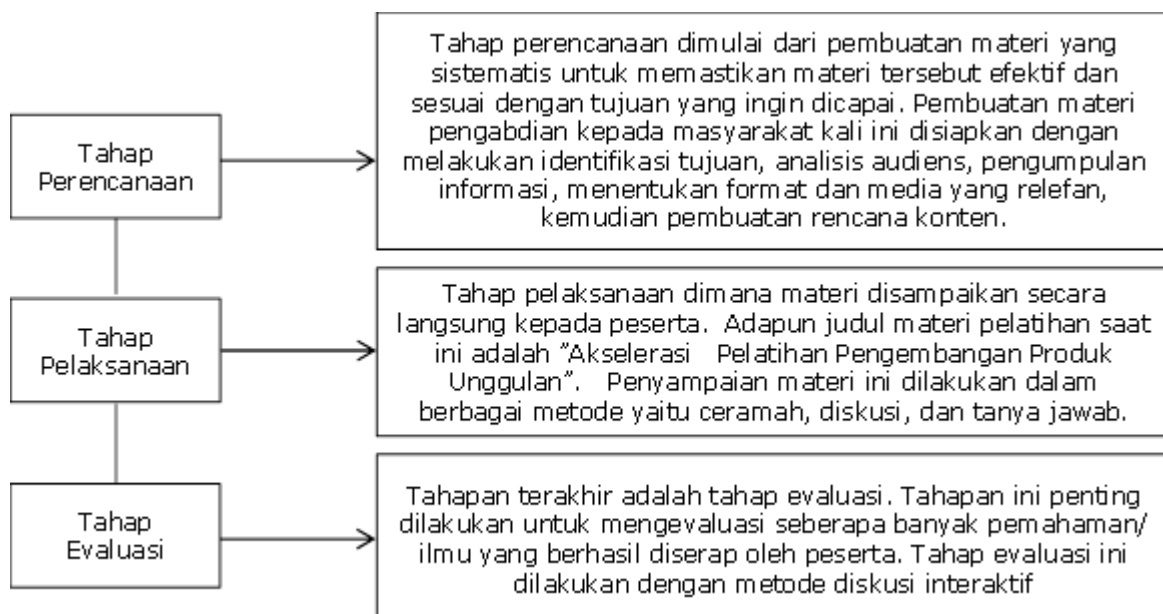
Selain itu, kemampuan beradaptasi dengan perubahan cepat menjadi kunci dalam pengembangan produk unggulan. Penelitian dan studi kelayakan bisnis juga menjadi elemen penting, memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Aspek ini mencakup berbagai faktor seperti aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, operasional, manajemen, ekonomi sosial, dan dampak lingkungan. Pemasaran produk melibatkan produk, penentuan harga, tempat, promosi, dan distribusi yang efektif untuk memuaskan konsumen dan memastikan produk unggulan diterima dengan baik di pasar. Menurut Kotler & Armstrong (2016), Bauran pemasaran atau marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Adapun tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam mengembangkan produk inovatif dan berkualitas tinggikan mempunyai daya saing dipasar lokal, nasionalmaupun internasional. Daya saing adalah keunggulan atas kompetitor yang

diperoleh dengan menawarkan nilai lebih besar kepada pelanggan, baik melalui harga yang lebih terjangkau maupun manfaat yang lebih besar sesuai dengan harga yang ditawarkan (Fadhilah, 2023). Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku usaha dapat mempercepat proses inovasi produknya dengan metode pelatihan yang efektif dan efisien. Selain itu, pelatihan ini bertujuan untuk membangun jejaring kolaborasi antara peserta, institusi pendidikan, dan industri, sehingga tercipta sinergi dalam berbagi pengetahuan dan sumber daya. Tujuan lainnya adalah menyiapkan sumber daya manusia yang adaptif dan siap menghadapi tantangan di era digital dengan keterampilan yang relevan dan terkini. Terakhir, pelatihan ini diharapkan dapat memfasilitasi penciptaan produk unggulan yang memiliki nilai tambah tinggi dan mampu berdayasaing di pasar global.

2. METODE

Metode pengabdian masyarakat ini dimulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan tahapan akhir/evaluasi. Adapun pelaksanaan pengabdian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Skema 1. Metode Pengabdian

Source: Data (2024)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan yang sistematis dan terstruktur untuk memastikan efektivitas dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 20 Mei 2024 di kota Pekanbaru, yang dipilih karena

aksesibilitasnya yang baik serta relevansinya dengan kebutuhan masyarakat setempat dalam mengembangkan produk unggulan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka penyusunan dan evaluasi rencana pembangunan industri kabupaten/kota sub kegiatan koordinasi, sinkronisasi, dan pelaksanaan pembangunan sumber daya industri Tahun 2024 yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru.



Gambar 1. Kata Sambutan

Source: Data (2024)



Gambar 2. Penyampaian Materi

Source: Data (2024)



Gambar 3. Foto Bersama Peserta

Source: Data (2024)



Sebanyak 20 orang peserta telah hadir mengikuti kegiatan ini yang terdiri dari perwakilan industri, akademisi, dan pelaku usaha lokal. Para peserta dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan topik pelatihan untuk memastikan mereka memiliki latar belakang dan minat yang sesuai dengan materi yang disampaikan. Materi pelatihan disampaikan oleh narasumber yang merupakan seorang dosen manajemen pemasaran dari Institusi Bisnis dan Teknologi Pekanbaru, yang juga seorang pelaku usaha di bidang perdagangan, khususnya perdagangan emas. Pengalaman luas narasumber dalam akademisi dan industri, serta keterlibatannya dalam berbagai pelatihan dan konsultasi terkait pengembangan produk, menjadikannya sangat kompeten dalam menyampaikan materi ini.

Materi pelatihan berjudul "Akselerasi Pelatihan Pengembangan Produk Unggulan" mencakup beberapa topik utama yang relevan dan komprehensif, diantaranya: (1) Pengenalan yang mendalam tentang pentingnya akselerasi pelatihan dalam konteks pengembangan produk unggulan. (2) Studi kelayakan bisnis yang meliputi analisis manfaat dan biaya untuk memastikan bahwa pengembangan produk layak secara finansial dan strategis. (3) Pemasaran yang mencakup strategi dan teknik untuk memasarkan produk secara efektif. (4) Perbedaan antara sales dan marketing serta bagaimana kedua fungsi ini saling mendukung dalam mencapai tujuan bisnis. (5) Segmentation dan targeting yang membahas cara mengidentifikasi dan menargetkan segmen pasar yang tepat untuk produk unggulan. (6) Perilaku konsumen yang meneliti bagaimana konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam membeli produk. (7) Kepuasan pembelian yang menekankan pentingnya memastikan kepuasan pelanggan setelah pembelian untuk membangun loyalitas jangka panjang.

Metode Penyampaian materi dilakukan dengan (1) Presentasi: Narasumber menyampaikan materi melalui presentasi yang interaktif menggunakan multimedia untuk memperjelas konsep dan teori yang dibahas. (2) Simulasi dan Praktik Langsung: Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan simulasi dan praktik langsung terkait dengan pengembangan produk menggunakan teknologi yang tersedia. (3) Sesi Tanya Jawab: Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi secara langsung dengan narasumber untuk memperdalam pemahaman mereka. Sesi tanya jawab ini berlangsung santai dan interaktif. Diakhir sesi, dilakukan feedback, para peserta diminta untuk memberikan umpan balik terkait pelatihan ini. Pada tahapan umpan balik ini peserta diminta untuk memberikan pendapat dan komentar mereka tentang pelatihan yang telah terlaksana. *Feedback* ini dilakukan guna mengevaluasi efektivitas



pelatihan, memahami kebutuhan peserta untuk pelatihan yang akan datang, dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki untuk pelatihan selanjutnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pelatihan dapat memberikan manfaat maksimal bagi peserta secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengembangan produk unggulan ini berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan yang terstruktur. Partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan simulasi menunjukkan pemahaman yang lebih baik terkait aspek bisnis, pemasaran, dan pengembangan produk. Umpan balik yang positif mengindikasikan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat nyata bagi peserta, dengan penekanan pada penerapan teknologi dan pemahaman konsumen. Sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha yang terbentuk dalam kegiatan ini diharapkan terus berlanjut dan mendukung produk unggulan yang kompetitif di pasar internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi kami sampaikan kepada para peserta yang berpartisipasi aktif dan menunjukkan antusiasme tinggi dalam setiap sesi pelatihan, sehingga setiap materi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Dukungan dari institusi pendidikan, pemerintah daerah, dan komunitas usaha juga sangat berarti dalam mewujudkan tujuan program ini. Melalui kolaborasi yang solid ini, kami berharap kegiatan pelatihan ini akan berdampak positif dalam meningkatkan kompetensi dan pemahaman peserta, serta memperkuat sinergi antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah dalam mengembangkan produk unggulan yang memiliki daya saing tinggi di pasar global. Semoga kegiatan ini menjadi langkah awal menuju kerja sama yang lebih erat dimasa mendatang dalam upaya pengembangan potensi daerah yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, Nur dkk. (2023). Memperkuat Posisi Daya Saing Perusahaan. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* Vol.1, No.1 Januari 2023: 79 – 85.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/496>
Hartono, Tommy, dan Mauli Siagian. 2020. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Bpr Sejahtera Batam.



- Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT) Vol.7, No.1: 220 – 37.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/30263>
- Jufriyanto, Mohammad. (2019). Pengembangan Produk Unggulan Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan. Jurnal Ilmiah Pengabdhi, 5(1), 28 – 32. Retrieved from <https://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi/article/view/5162>
- Kotler dan Keller. (2014). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi13. Jakarta:Erlangga.
- Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pemberdayaan Industri. (2018). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 60. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6187.
- Setiajatnika, Eka dkk. (2022). Potensi Produk Unggulan Daerah dan Strategi Pengembangannya di Kabupaten Kepulauan Aru. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol XIII No 1, Maret 2022. Retrieved from <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/1243>
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian. (2014). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 4. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5492.
- Yufit, Hendra dkk. (2017). Development Strategy Of Trade-Reliable Products Area Supporting Regional Innovation Systems In Magetan, Ponorogo, And Pacitan. Jurnal Cakrawala Vol. 11 No. 1 Juni 2017 : 113 – 129. Retrieved from <https://cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/10>