

# Strategi Pengembangan Produk Baru Ukm Tangerang Selatan

Uswatun Chasanah\*<sup>1</sup>, Feb Amni Hayati<sup>2</sup>, Ujang Yusup<sup>3</sup>, Mutiara Aisyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

E-mail: [uswatunc@unpam.ac.id](mailto:uswatunc@unpam.ac.id)<sup>1</sup>, [dosen01657@unpam.ac.id](mailto:dosen01657@unpam.ac.id)<sup>2</sup>

Diterima 01/Januari/2024 | Direvisi 10/Januari/2024 | Disetujui 10/Februari/2024

## Abstract

*Community service activities that will be held at the University of Pamulang, South Tangerang City Pamulang aims to develop new products by involving SMEs that are members of ASOPPSI. The problem faced so far is the difficulty in developing new products. The external Target is that SMEs can issue new products by expectations or even exceed the success of previous products to increase SME profits. The method used in this community service is counseling in making new product development strategies the expected results after this PkM are SMEs that are members of ASOPPSI can issue new products that are needed by the market so that they are more easily accepted by the community.*

**Keywords:** SME, entrepreneurship, New Product, Strategy

## Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Universitas Pamulang, Pamulang Kota Tangerang selatan ini bertujuan untuk pengembangan produk baru dengan melibatkan UKM yang tergabung dalam ASOPPSI. Permasalahan yang dihadapi selama ini yakni susahny dalam pengembangan produk baru. Target luarannya adalah UKM bisa mengeluarkan produk baru sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi keberhasilan produk sebelumnya sehingga meningkatkan profit UKM. Metode yang dilakukan dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah penyuluhan dalam pembuatan strategi pengembangan produk baru Hasil yang diharapkan setelah dilakukan PkM ini adalah UKM yang tergabung dalam ASOPPSI bisa mengeluarkan produk baru yang dibutuhkan pasar sehingga lebih mudah diterima Masyarakat.

**Kata kunci:** UKM, kewirausahaan, Produk Baru, strategi

## 1. PENDAHULUAN

Proses Pengembangan Produk Baru atau *new product development* adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk.

Tujuannya agar siklus penjualan produk bisa terjaga dan memperluas segmen pasar, contohnya sebuah perusahaan pakaian orang dewasa kini mulai memproduksi pakaian untuk bayi dan anak-anak.

### Tahapan Pengembangan Produk Baru (New Product Development)

Proses pengembangan produk baru tidak semudah membalikkan telapak tangan. Pada beberapa kasus tertentu, produk yang baru diluncurkan justru gagal. Untuk menekan risiko kegagalan, ada beberapa tahapan yang perlu diperhatikan saat mengembangkan produk baru (*new product development process*), di antaranya:

1. Merancang ide produk baru.
2. Penyaringan atau pemilihan ide produk.
3. Pengembangan dan pengujian konsep.
4. Menyusun strategi pemasaran.
5. Melakukan analisis bisnis (*business analysis*).
6. Mengembangkan dan menyempurnakan produk.
7. Uji pemasaran (skala kecil).  
Memasarkan produk dalam skala besar (*komersialisasi*).

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam PkM ini melalui penyuluhan langsung pada anggota ASOPPSI (Asosiasi Pengusaha Pemula Sukses Indonesia). Dalam kegiatan ini Narasumber dari Dosen Universitas Pamulang memberikan materi terkait strategi pengembangan produk baru UKM Tangerang Selatan pada anggota ASOPPSI. Materi yang diberikan kepada peserta guna meningkatkan wawasan dan pengetahuan untuk menciptakan produk baru baik itu produk baru dari usaha yang dirintisnya atau juga usaha yang sudah lama namun ingin menciptakan produk baru guna meningkatkan omzet atau profit.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 25 September 2023 ini telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari anggota ASOPPSI Tangerang Selatan. Dengan adanya kegiatan ini menjadikan anggota ASOPPSI terinspirasi dan menciptakan banyak ide untuk mengembangkan UKM nya. Bila selama ini anggota ASOPPSI belum pernah mendapatkan wawasan mengenai menciptakan produk baru, maka dengan kegiatan ini bersemangat untuk lebih diversifikasi dari produk yang selama ini sudah ada.



**Gambar 1 Laporan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

## 4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada anggota ASOPPSI Tangerang Selatan ini yang dilaksanakan selama sehari telah berjalan dengan lancar, dan mendapat sambutan hangat dari Peserta. Dengan pelatihan strategi pengembangan produk baru UKM Tangerang Selatan, seluruh peserta diharapkan memiliki pemahaman terkait pengembangan produk UKM yang selama ini sudah dihasilkan sehingga ada peningkatan pendapatan masyarakat. Selain itu juga dengan adanya kegiatan ini menjadikan peserta memahami akan peran pentingnya pengembangan produk baru agar UKM yang dimiliki bisa lebih berkembang. Harapan kedepannya peserta bisa mengembangkan usahanya agar bisa menularkan pengalaman dan wawasannya ke UKM-UKM baru di Tangerang Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

6 Penyebab Kegagalan Inovasi Produk dan Cara Mengatasinya (runsystem.id)

8 Tahapan Proses Pengembangan Produk Baru (New Product Development) (komerce.id)

Pengembangan Produk (Pengertian, Tujuan, Strategi dan Tahapan) - KajianPustaka

Tantangan dalam Pengembangan Produk Baru – JURUSAN MANAJEMEN TERBAIK DI SUMUT (uma.ac.id)

Tantangan Pengembangan Produk Baru - PDF Free Download (adoc.pub)