

STRATEGI 3P (PENATAAN, PELAYANAN, PROMOSI) UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK BREMAN BEER

Ni Wayan Eka Mitariani^{1,*}, Ni Komang Asih²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: mitariani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui Pengabdian kepada Masyarakat di Breman Beer, Bali, bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk lokal Breman Beer yang menghadapi tantangan kompetisi dengan merek internasional. Strategi yang diterapkan berfokus pada konsep 3P (Penataan, Pelayanan, Promosi) sebagai upaya untuk memperkuat citra merek, meningkatkan pengetahuan karyawan, serta memperluas brand awareness di kalangan konsumen. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan karyawan mengenai karakteristik produk dan teknik pelayanan, promosi langsung melalui penyebaran brosur, serta penataan display produk di outlet mitra. Hasil pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan signifikan terhadap kapasitas karyawan dalam melayani pelanggan, peningkatan minat konsumen melalui kegiatan promosi, serta tampilan visual produk yang lebih menarik dan mudah dikenali. Tantangan utama yang dihadapi antara lain keterbatasan media promosi dan kurangnya pengetahuan awal karyawan, namun dapat diatasi dengan pendekatan edukatif dan persuasif. Secara keseluruhan, strategi 3P terbukti efektif dalam mendukung pemasaran Breman Beer, tidak hanya meningkatkan daya tarik dan penjualan, tetapi juga memperkuat citra positif produk lokal di tengah persaingan global. Program ini sekaligus menjadi wujud nyata kontribusi mahasiswa dalam menghubungkan potensi akademis dengan kebutuhan dunia usaha lokal.

Kata kunci: strategi 3P, breman beer, pengabdian masyarakat

ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu wujud nyata dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memiliki peran penting dalam menjembatani ilmu pengetahuan dengan kebutuhan masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya memberi manfaat akademis bagi mahasiswa dan universitas, tetapi juga relevan dalam konteks ekonomi dan bisnis. Melalui pengabdian, mahasiswa bisa membantu mitra usaha lokal dalam menghadapi tantangan pasar dan mampu meningkatkan daya saing produk. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh perusahaan mitra, tetapi juga masyarakat luas melalui terciptanya lapangan kerja, peningkatan keterampilan, serta penguatan ekonomi daerah. Dengan demikian, pengabdian masyarakat memberi kontribusi ganda yang mendukung pengembangan dunia usaha sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal.

Bali dikenal sebagai destinasi wisata dunia yang dikunjungi wisatawan dari berbagai negara. Perbedaan budaya dan gaya hidup wisatawan membawa pengaruh terhadap tren konsumsi, termasuk minuman beralkohol seperti bir. Kehadiran wisatawan mancanegara membuat permintaan terhadap bir di Bali cukup tinggi, baik

di restoran, café, bar, maupun beach club. Selain merek internasional yang sudah lama hadir, Bali juga menjadi tempat berkembangnya produsen bir lokal. Kehadiran bir lokal ini tidak hanya memperkaya pilihan bagi konsumen, tetapi juga menumbuhkan kebanggaan pada produk asli Indonesia. Salah satu bir lokal yang berkembang di Bali adalah Breman Beer. Produk ini diproduksi oleh Breman Brewery, sebuah microbrewery yang hadir dengan tujuan menghadirkan bir khas dengan cita rasa segar dan kualitas internasional, namun tetap berakar pada budaya lokal Bali.

Breman Beer sebagai produk lokal Bali memiliki potensi besar untuk berkembang di tengah tingginya permintaan minuman beralkohol dari wisatawan mancanegara maupun domestik. Namun, persaingan dengan merek bir internasional yang sudah memiliki reputasi global menjadi tantangan utama. Kondisi ini menuntut Breman Beer untuk memiliki strategi yang jelas dalam membangun citra merek, menonjolkan keunikan produk, serta memperluas penetrasi pasar. Tanpa strategi yang tepat, kehadiran bir lokal bisa tenggelam di tengah dominasi merek besar.

Dari segi penataan, produk Breman Beer memerlukan diferensiasi yang kuat baik dalam kemasan, penyajian, maupun branding agar dapat bersaing di pasar yang padat. Wisatawan cenderung tertarik pada produk yang tidak hanya enak dikonsumsi, tetapi juga memiliki identitas visual yang unik dan berkesan. Dengan memperhatikan aspek estetika kemasan dan penempatan produk di titik penjualan strategis, Breman Beer bisa meningkatkan daya tarik visual sekaligus memperkuat kesan premium yang diharapkan konsumen.

Analisis situasi dilakukan untuk memahami kondisi mitra secara menyeluruh, baik dari sisi potensi maupun permasalahan yang dihadapi. Breman Brewery sebagai produsen bir lokal di Bali memiliki peluang besar untuk berkembang karena tingginya permintaan bir di kawasan pariwisata. Namun, hasil observasi menunjukkan adanya beberapa kendala yang menghambat optimalisasi daya tarik produk.

Dari sisi pelayanan masih belum optimal karena sebagian karyawan masih kurang memahami produk, yang berdampak pada keterbatasan mereka dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Dari sisi promosi, strategi pemasaran langsung seperti sampling, pembagian brosur, maupun interaksi dengan konsumen belum dilakukan secara intensif, sehingga tingkat brand awareness produk masih rendah. Dari sisi pemasaran, penataan display dan penonjolan produk di outlet belum maksimal, sehingga konsumen kurang mengenal keberadaan Breman Beer.

Kondisi ini semakin diperkuat oleh karakteristik distribusi Breman Beer yang tidak dijual secara eceran dalam bentuk kaleng atau botol, melainkan per barrel. Hal ini menyebabkan produk hanya dapat ditemukan di restoran atau outlet tertentu yang memang menyediakan fasilitas penyajian draft beer, sehingga jangkauan konsumen menjadi lebih terbatas dibandingkan dengan produk minuman beralkohol kemasan.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan utama mitra, yaitu:

- 1) Pengetahuan karyawan terhadap produk masih terbatas, sehingga menghambat kualitas pelayanan dan proses penjualan.

- 2) Strategi promosi langsung belum maksimal, yang berdampak pada rendahnya tingkat pengenalan merek (brand awareness) dan loyalitas pelanggan.
- 3) Penataan dan display produk belum optimal, sehingga mengurangi daya tarik konsumen terhadap Breman Beer.

Menurut Kotler & Keller (2016), strategi pemasaran memiliki peran penting dalam membangun keunggulan bersaing suatu produk, karena tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada penciptaan nilai bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan kondisi Breman Brewery yang membutuhkan pendekatan pemasaran terpadu agar produk lokal seperti Breman Beer mampu bersaing dengan merek internasional sekaligus meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen. Dengan mempertimbangkan situasi tersebut, pemilihan Breman Brewery sebagai lokasi pengabdian masyarakat menjadi sangat relevan. Pertama, perusahaan ini merupakan salah satu contoh nyata UMKM lokal yang membutuhkan dukungan dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri minuman beralkohol, baik dengan merek internasional maupun produk lokal lain. Kedua, melalui pengabdian ini mahasiswa dapat memberikan kontribusi langsung dalam bentuk peningkatan kompetensi karyawan, penataan display produk, dan strategi promosi sederhana yang efektif, sehingga manfaatnya dapat dirasakan segera oleh perusahaan. Ketiga, lokasi Breman Brewery berada di kawasan strategis pariwisata yang membuat hasil pengabdian memiliki potensi dampak lebih luas, tidak hanya bagi mitra, tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui peningkatan ekonomi daerah. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian di Breman Brewery dipandang tepat karena mampu memberikan kontribusi nyata baik bagi pengembangan usaha lokal maupun bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia yang terlibat.

PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan outlet dalam memahami serta menyajikan produk Breman Beer secara tepat?
2. Bagaimana strategi promosi langsung yang efektif, seperti melalui sampling, brosur, dan interaksi konsumen, dapat meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan terhadap Breman Beer?
3. Bagaimana penataan dan display produk Breman Beer dapat dioptimalkan agar lebih menonjol, menarik, dan mudah dikenali oleh konsumen di berbagai outlet?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang diberikan kepada Breman Brewery dalam meningkatkan daya tarik produk difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan pengetahuan karyawan mengenai produk, penguatan strategi promosi secara langsung serta penataan display produk. Pertama untuk peningkatan pengetahuan karyawan mengenai produk di laksanakannya pelatihan singkat bagi karyawan mengenai karakteristik Breman Beer, cara penyajian, serta keunggulan produk dibanding kompetitor. Target dari program ini seluruh karyawan outlet mampu menjelaskan informasi dasar produk kepada

konsumen dengan baik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 60–70%.

Kedua, untuk penguatan strategi promosi secara langsung dilakukan kegiatan promosi secara langsung seperti pembagian brosur di depan outlet yang dilakukan oleh karyawan guna untuk menarik pelanggan secara langsung. Target dari program ini yaitu meningkatkan brand awareness dengan harapan terjadi kenaikan penjualan minimal 10% selama periode promosi berlangsung.

Ketiga penataan display produk dilakukan penataan ulang tata letak dan penonjolan produk Breman Beer di outlet melalui penggunaan display yang menarik, dan informasi produk yang jelas di meja pelanggan. Target dari program ini yaitu untuk meningkatkan visibilitas produk sehingga minimal 70% pengunjung outlet lebih mudah mengenali Breman Beer.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat di mitra restoran yang bekerja sama dengan Breman Beer dilakukan melalui strategi promosi langsung dan edukasi produk. Pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan edukatif dan persuasif, di mana tim memberikan sosialisasi terkait produk kepada karyawan restoran sekaligus mendistribusikan media promosi seperti brosur kepada pelanggan. Menurut Sugiyono (2019), metode edukatif dan persuasif efektif dalam kegiatan pemberdayaan karena tidak hanya memberi pemahaman, tetapi juga mendorong perubahan perilaku secara sukarela tanpa adanya paksaan. Melalui pendekatan ini, diharapkan karyawan restoran dapat memahami keunggulan produk Breman Beer sekaligus termotivasi untuk menerapkannya dalam pelayanan sehari-hari.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, edukasi internal, hingga evaluasi. Pada tahap persiapan, tim mendesain serta mencetak brosur informatif dan menarik mengenai Breman Beer. Selanjutnya, brosur didistribusikan kepada pelanggan serta ditempatkan di area strategis restoran agar mudah diakses. Tahap edukasi internal dilakukan dengan memberikan arahan kepada staf restoran mengenai cara memperkenalkan produk secara tepat sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan dengan memantau respon pelanggan serta mencatat perkembangan penjualan untuk menilai sejauh mana keberhasilan program yang dijalankan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Pelaksanaan Program

Dalam rangka mendukung peningkatan kualitas pelayanan dan promosi produk pada *outlet* mitra, disusun beberapa program kerja yang berfokus pada pengembangan sumber daya manusia serta strategi pemasaran langsung. Program ini dirancang agar dapat memberikan dampak nyata bagi peningkatan pengetahuan karyawan, agar menarik minat pelanggan, serta memperkuat branding produk. Adapun uraian program kerja yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- 1) Program Kerja Utama

a. Pelatihan Karyawan *Outlet Mitra*

Materi: pengetahuan dasar mengenai produk Breman Beer, cara penyajian standar sesuai SOP, teknik komunikasi pelayanan kepada pelanggan, serta pemahaman mengenai branding produk. Kegiatan dimulai dengan pemberian teori singkat tentang sejarah, keunggulan, dan ciri khas produk. Selanjutnya, karyawan mengikuti sesi praktik langsung mengenai cara melayani, menyajikan, dan memberikan rekomendasi produk kepada pelanggan dengan pendampingan instruktur berpengalaman. Melalui metode *hands-on training*, karyawan dapat meningkatkan keterampilan pelayanan dan pemahaman produk, sehingga lebih percaya diri saat berinteraksi dengan pelanggan.



Gambar 1. Pelatihan Karyawan di *Outlet Mitra*

b. Promosi langsung melalui penyebaran brosur di area restoran

Kegiatan promosi dilakukan dengan menyebarkan brosur kepada pelanggan yang sedang lewat di area restoran. Brosur berisi informasi produk, keunggulan, serta promosi menarik yang ditawarkan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan awareness pelanggan terhadap produk Breman Beer, memperkenalkan keunggulan produk, serta mendorong peningkatan minat beli langsung di restoran. Strategi promosi tatap muka ini diharapkan dapat menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan tetap.



Gambar 2. Promosi Langsung Penyebaran Brosur

2) Program Kerja Tambahan

a. Penataan *Display* Produk

Penataan *display* dilakukan di area restoran dengan menata *flair* dan properti promosi secara menarik di meja pelanggan maupun area strategis. Fokus penataan adalah menampilkan identitas produk dengan visual yang konsisten, seperti penggunaan logo, warna khas, serta alat peraga pendukung. Dengan penataan *display* yang baik, produk akan lebih menonjol dan mudah dikenali oleh pelanggan. Selain itu, *display* yang rapi dan estetik juga berfungsi sebagai media branding visual yang dapat meningkatkan citra profesional restoran.



Gambar 3. Penataan *Display* Produk

B. Hasil Program

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat bersama mitra outlet Breman Beer memberikan sejumlah capaian yang positif sesuai dengan target yang telah ditentukan. Pada program utama, pelatihan karyawan outlet berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam memahami produk, teknik penyajian sesuai standar, serta kemampuan komunikasi dengan pelanggan. Hal ini tidak hanya menambah wawasan karyawan, tetapi juga membangun rasa percaya diri dalam melayani pelanggan secara profesional sehingga proses penjualan berjalan lebih efektif.

Selain itu, pelaksanaan promosi langsung melalui penyebaran brosur di area restoran terbukti mampu menarik perhatian pelanggan. Brosur yang berisi informasi produk, keunggulan produk membantu meningkatkan awareness konsumen terhadap

produk Breman Beer. Dari hasil observasi, kegiatan promosi ini mendorong peningkatan minat beli dan memberikan pengalaman interaksi langsung yang lebih personal kepada pelanggan.

Pada program tambahan, penataan display produk memberikan dampak visual yang signifikan. Display yang ditata secara rapi, menarik, dan sesuai identitas produk membuat pelanggan lebih mudah mengenali serta tertarik untuk mencoba. Penataan ini juga menciptakan suasana outlet yang lebih estetik dan profesional, sekaligus memperkuat branding visual produk di mata konsumen. Secara keseluruhan, seluruh program kerja yang dilaksanakan berhasil memberikan hasil yang positif, baik dalam peningkatan kapasitas karyawan maupun dalam menarik minat pelanggan, sehingga mendukung keberlanjutan pemasaran dan citra produk Breman Beer.

Tabel 1. Ketercapaian Kegiatan

No	Program Kerja	Target Kegiatan	Hasil Ketercapaian	Keterangan
1	Pelatihan karyawan outlet mitra	Meningkatkan pengetahuan karyawan tentang produk dan pelayanan	Karyawan lebih memahami produk Breman Beer, bisa menjelaskan ke pelanggan dengan baik	Tercapai
2	Promosi langsung dengan penyebaran brosur	Menarik perhatian pelanggan restoran untuk mencoba Breman Beer	Brosur berhasil disebar ke area restoran, pelanggan dan pelanggan tertarik untuk mencoba produk Breman Beer	Tercapai
3	Penataan display produk	Menata produk agar lebih menarik dan mudah terlihat oleh pelanggan	Display lebih rapi, produk lebih terlihat sehingga menarik minat pelanggan	Tercapai

Berdasarkan tabel program kerja yang telah dilaksanakan, terlihat bahwa seluruh kegiatan pengabdian masyarakat melalui Pengabdian kepada Masyarakat ini berjalan dengan baik dan mencapai target yang telah ditetapkan. Pada program pertama berupa pelatihan karyawan outlet mitra, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman karyawan terkait produk Breman Beer. Karyawan mampu menjelaskan produk dengan lebih baik kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan memberikan dampak langsung terhadap kualitas pelayanan di restoran mitra.

Program kedua berupa promosi langsung melalui penyebaran brosur juga menunjukkan hasil yang positif. Brosur berhasil disebar ke pelanggan di area

restoran dan mampu menarik perhatian mereka untuk mencoba produk Breman Beer. Kegiatan promosi ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness. Antusiasme pelanggan yang muncul menjadi indikator bahwa strategi promosi sederhana namun tepat sasaran dapat memberikan hasil nyata dalam memperkenalkan produk lokal di tengah persaingan dengan merek bir internasional.

Selain itu, program ketiga mengenai penataan display produk juga berhasil mencapai tujuannya. Penataan produk yang lebih rapi dan strategis membuat Breman Beer lebih mudah terlihat oleh pelanggan dan mampu menarik minat untuk membeli. Tampilan visual yang menarik terbukti menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan keberhasilan ketiga program kerja ini, dapat disimpulkan bahwa strategi 3P (Penataan, Pelayanan, Promosi) telah diimplementasikan secara efektif, memberikan dampak positif terhadap daya tarik produk, serta mendukung keberlanjutan pemasaran Breman Beer di pasar lokal Bali.

C. Pembahasan

Pelaksanaan program kerja yang dijalankan berfokus pada peningkatan penjualan dan penguatan branding produk Breman Beer yang selama ini hanya dijual per-barel di restoran tertentu. Program utama yang dilakukan yaitu memberikan pelatihan kepada karyawan outlet mitra agar mereka lebih memahami ciri khas, kualitas, serta keunggulan produk. Hal ini penting karena karyawan adalah garda terdepan yang berhadapan langsung dengan pelanggan, sehingga kemampuan mereka dalam menjelaskan produk dengan percaya diri akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Selain itu, dilakukan pula promosi langsung dengan penyebaran brosur di area restoran yang ditujukan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas. Strategi ini diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan yang datang, terutama bagi mereka yang belum mengenal Breman Beer, sehingga timbul rasa penasaran untuk mencoba. Sebagai tambahan, program penataan display produk juga diterapkan dengan menata ulang tampilan di meja pelanggan maupun area strategis lainnya di restoran, agar branding produk lebih terlihat jelas dan mampu menciptakan kesan menarik yang mendukung promosi secara tidak langsung.

Namun, dalam menjalankan program kerja ini tentu terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Tantangan pertama adalah kurangnya pengetahuan awal karyawan mengenai produk yang dijual sehingga pelatihan harus dilakukan lebih mendalam dan membutuhkan waktu untuk membentuk pemahaman yang baik. Tantangan berikutnya datang dari respon pelanggan yang beragam, karena tidak semua orang tertarik sebagian mungkin hanya melihat sekilas tanpa menaruh minat. Hal ini membuat strategi komunikasi harus lebih kreatif agar pesan promosi dapat diterima dengan baik. Selain itu, keterbatasan media promosi juga menjadi kendala, mengingat produk Breman Beer tidak dijual secara eceran dalam bentuk botol atau kaleng, melainkan hanya bisa ditemukan di restoran mitra. Kondisi ini membuat promosi harus lebih menekankan pada display di dalam restoran dan interaksi langsung dengan konsumen.

Tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi penataan display produk, karena jika tidak diperhatikan secara berkala, tampilan branding bisa berkurang daya tariknya dan tidak lagi efektif dalam menarik perhatian pelanggan.

Walaupun terdapat beberapa tantangan, semua itu dapat diatasi dengan strategi yang tepat. Hasil dari keseluruhan program ini menunjukkan bahwa kombinasi antara edukasi karyawan, promosi langsung, dan penataan visual mampu saling melengkapi sehingga memberikan pengaruh yang nyata terhadap keberhasilan pemasaran. Dengan kata lain, program kerja ini tidak hanya memberikan perubahan kecil, tetapi berdampak signifikan dalam membangun citra positif, meningkatkan daya tarik produk, serta mendorong pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, pelaksanaan program kerja yang meliputi pelatihan karyawan outlet mitra, promosi langsung melalui penyebaran brosur, serta penataan display produk telah berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang nyata. Pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan, sehingga proses penjualan lebih efektif. Promosi langsung melalui brosur berhasil memperluas informasi dan menarik minat konsumen untuk mencoba produk, sementara penataan display produk menciptakan kesan visual yang lebih menarik serta memperkuat branding Breman Beer. Manfaat dari keseluruhan program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga membangun citra positif, memperkuat daya tarik produk, serta menumbuhkan kesadaran konsumen terhadap keberadaan Breman Beer di restoran mitra.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, disarankan agar pelatihan karyawan dilakukan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas pelayanan, strategi promosi dikembangkan lebih variatif melalui media digital, kolaborasi event, maupun program khusus agar jangkauan pasar lebih luas, serta penataan display produk dirawat secara konsisten dengan inovasi kreatif sesuai momen tertentu agar tetap menarik dan mampu memperkuat branding Breman Beer di mata pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Breman Brewery. (2023). *Company Profile Breman Beer*. Gianyar: Breman Brewery.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.