

Strategi Pengembangan dalam Meningkatkan Kualitas Produk *Food And Beverage* di Restoran Pegatoria Pegasus Stable Bogor

Daniel Jehovah¹, Benaya Dustin², Alvin Alexis³, Budi Setiawan⁴, Johann W.H. Prawiro⁵

^{1,2,3,4,5}Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Seni Kuliner, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

e-mail: ¹daniel.jehovah@student.pradita.ac.id, ²benaya.dustin@student.pradita.ac.id, ³alvin.alexis@student.pradita.ac.id,

⁴budi.setiawan@pradita.ac.id, ⁵johann.prawiro@pradita.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan untuk meningkatkan kualitas produk food and beverage di Pegatoria, sebuah restoran yang terletak di Pegasus Stable, Kabupaten Bogor. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi lapangan dengan pengelola Pegatoria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 telah berdampak signifikan terhadap kunjungan dan kesadaran akan keberadaan restoran di lokasi pariwisata tersebut. Sejumlah permasalahan teridentifikasi, seperti penurunan kualitas produk akibat rendahnya kunjungan dan pengenalan restoran, serta tantangan dalam mempertahankan kualitas produk sesuai standar yang diharapkan. Dalam menanggapi tantangan ini, strategi pengembangan dilakukan dengan fokus pada peningkatan kinerja produk, penyesuaian fitur produk dengan kebutuhan pasar, serta pemilihan bahan dan kemasan yang tepat. Implementasi strategi ini diharapkan dapat membangun kembali kepercayaan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis Pegatoria secara berkelanjutan. Upaya pengembangan kualitas produk ini menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing dan citra restoran dalam industri pariwisata regional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam konteks strategi pengembangan bisnis restoran di tengah dinamika industri pariwisata dan dampak pandemi global.

Kata kunci :

Kualitas; Pegasus; Pegatoria; Pariwisata; Produk

ABSTRACT

This research investigates development strategies aimed at enhancing the quality of food and beverage offerings at Pegatoria, a restaurant situated in Pegasus Stable, Bogor Regency. Employing a descriptive qualitative approach, data were gathered through interviews and on-site observations with Pegatoria's management. The study reveals that the COVID-19 pandemic has significantly impacted visitor numbers and public awareness of the restaurant in this tourist destination. Several issues were identified, including a decline in product quality due to reduced patronage and visibility, alongside challenges in maintaining product standards as expected. In response to these challenges, development strategies focused on improving product performance, aligning product features with market demands, and selecting appropriate ingredients and packaging. The implementation of these strategies is anticipated to restore consumer confidence, bolster customer loyalty, and sustainably drive Pegatoria's business growth. Efforts to enhance product quality are pivotal in enhancing competitiveness and establishing the restaurant's reputation in the regional tourism industry. Consequently, this study contributes to the discourse on restaurant business development strategies amidst the evolving landscape of the tourism sector and the global pandemic's repercussions.

Keywords :

Quality; Pegasus; Pegatoria; Produc; Tourism

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan destinasi wisata yang memiliki beragam daya tarik, yang mampu menarik berbagai kalangan wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini menjadikan sektor pariwisata di Indonesia sebagai sektor dengan potensi paling efektif dalam mendorong kemajuan serta perekonomian negara (Rahma, 2020). Dalam mengelola potensi tersebut, diperlukan pengembangan pariwisata yang saat ini menjadi salah satu program favorit dalam pembangunan daerah. Pembangunan pariwisata diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menciptakan berbagai lapangan kerja di daerah pengembangan pariwisatanya (Rusyidi dan Fedryansah, 2018). Salah satu tempat wisata yang berkontribusi dalam mendongkrak sektor ini adalah Kabupaten Bogor, yang memiliki berbagai

wisata alam, budaya, dan buatan. Rosiyanti dan Susilowati (2017) menyampaikan bahwa pada tanggal 6 Desember 2016, Kabupaten Bogor memperoleh penghargaan di peringkat kesembilan dari keseluruhan sepuluh peringkat seluruh kabupaten dan kota di Indonesia dalam Indeks Pariwisata Indonesia yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia. Kabupaten Bogor memiliki berbagai potensi wisata, khususnya wisata minat khusus yang saat ini menjadi alternatif atau tren pariwisata untuk menghindari wisata massal (Wiwin, 2017). Salah satu contoh wisata minat khusus di Kabupaten Bogor adalah Pegasus Stable, yang menawarkan kegiatan berkuda dan termasuk dalam kegiatan sport tourism. Pegasus Stable saat ini masih belum terlalu dikenal publik karena lokasinya berada di dalam area Kinasih Resort & Conference Bogor. Saat ini, Pegasus Stable sedang dalam masa perkembangan, termasuk

pengembangan restoran Pegatoria yang ada di dalamnya.

Pengembangan kualitas produk di Pegatoria menjadi penting dalam konteks pariwisata di Kabupaten Bogor karena kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satu elemen kunci dalam mendapatkan kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong dalam Harfania (2018) menyatakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan adalah kepribadian produk atau jasa tersebut dan bergantung pada kesanggupan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks Pegatoria, kualitas produk yang ditawarkan masih dianggap rendah berdasarkan hasil wawancara dengan penanggung jawab Pegatoria, Bapak Junaidi. Ia menyebutkan bahwa produk yang ditawarkan masih minim dari segi kualitas, mulai dari isi hingga kemasan. Selain itu, penjualan di Pegatoria didominasi oleh paket buffet dibandingkan dengan ala carte, dan kurangnya promosi membuat Pegatoria kurang dikenal oleh pengunjung Pegasus Stable. Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap industri pariwisata, termasuk restoran. Pembatasan sosial dan penurunan jumlah wisatawan menyebabkan penurunan pendapatan yang signifikan bagi banyak bisnis di sektor ini, termasuk Pegatoria. Hal ini semakin memperkuat urgensi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan di Pegatoria agar dapat bersaing dan menarik lebih banyak pelanggan di masa pemulihan pasca pandemi.

Pengembangan kualitas produk di Pegatoria menjadi penting dalam konteks pariwisata di Kabupaten Bogor karena beberapa alasan utama yang berkaitan dengan daya tarik wisata, kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi lokal. Pegasus Stable, tempat di mana Pegatoria berada, menawarkan wisata berkuda yang merupakan bagian dari sport tourism. Wisata minat khusus ini menjadi alternatif yang menarik bagi wisatawan yang ingin menghindari wisata massal. Dengan meningkatkan kualitas produk di Pegatoria, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang lebih menyeluruh dan memuaskan, sehingga meningkatkan daya tarik keseluruhan dari Pegasus Stable. Restoran dengan kualitas produk yang baik dapat menjadi salah satu alasan bagi wisatawan untuk berkunjung dan menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi tersebut. Kualitas produk yang tinggi adalah kunci untuk mendapatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong dalam Harfania (2018) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kepribadian dari produk atau jasa yang ditawarkan dan bergantung pada kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas makanan dan minuman di Pegatoria, pelanggan akan merasa lebih puas, yang pada gilirannya akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Pegatoria sebagai bagian dari Pegasus Stable

memainkan peran penting dalam membentuk citra dan reputasi destinasi wisata secara keseluruhan. Kualitas produk yang rendah dapat merusak pengalaman wisatawan dan merugikan citra destinasi. Sebaliknya, jika Pegatoria dikenal karena menawarkan produk berkualitas tinggi, hal ini akan meningkatkan reputasi Pegasus Stable dan Kabupaten Bogor sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman berwisata yang lengkap dan berkualitas. Pengembangan kualitas produk di Pegatoria juga memiliki dampak ekonomi lokal yang signifikan. Ketika kualitas produk meningkat, restoran cenderung menarik lebih banyak pelanggan, termasuk wisatawan lokal dan internasional. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan Pegatoria dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, restoran yang sukses juga dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja bagi penduduk setempat, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas di sekitar. Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak besar terhadap industri pariwisata dan restoran. Banyak bisnis mengalami penurunan pendapatan yang signifikan akibat pembatasan sosial dan penurunan jumlah wisatawan. Dalam konteks ini, meningkatkan kualitas produk menjadi sangat penting untuk menarik kembali pelanggan dan beradaptasi dengan kondisi pasca pandemi. Restoran dengan produk berkualitas tinggi akan lebih mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan menarik lebih banyak wisatawan yang kembali bepergian setelah pandemi. Produk berkualitas tinggi juga dapat mendukung upaya promosi dan pemasaran Pegatoria. Ulasan positif dari pelanggan yang puas dapat menjadi alat promosi yang kuat, baik melalui word-of-mouth maupun melalui platform ulasan online. Selain itu, produk yang berkualitas tinggi dapat digunakan dalam materi pemasaran untuk menarik perhatian calon wisatawan dan mengundang mereka untuk mengunjungi Pegasus Stable dan Pegatoria. Dengan demikian, pengembangan kualitas produk di Pegatoria tidak hanya penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga krusial dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan dalam meningkatkan kualitas produk food and beverage di Pegatoria. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha food and beverage di Pegatoria serta mendukung pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Bogor. Rumusan masalah yang akan diteliti adalah: Bagaimana strategi pengembangan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk food and beverage di Pegatoria? Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk food and beverage di Pegatoria? Bagaimana dampak peningkatan kualitas produk food and beverage

terhadap kepuasan pelanggan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bogor? Tujuan penelitian ini adalah: Mengidentifikasi strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk food and beverage di Pegatoria. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk food and beverage di Pegatoria. Menilai dampak peningkatan kualitas produk food and beverage terhadap kepuasan pelanggan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Bogor.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Industri food and beverage, termasuk restoran seperti Pegatoria di Pegasus Stable, Bogor menghadapi tantangan yang kompleks dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mereka. Tinjauan pustaka ini mengidentifikasi beberapa faktor dan strategi yang relevan dalam konteks pengembangan kualitas produk di industri tersebut.

1. Pengaruh Pandemi COVID-19 terhadap Industri Food and Beverage

Pandemi COVID-19 telah menghadirkan tantangan yang besar bagi industri food and beverage di seluruh dunia, mengubah secara signifikan perilaku konsumen serta operasional bisnis di sektor ini. Penelitian oleh Jiang et al. (2020) mengungkapkan bahwa pembatasan sosial dan ekonomi yang diberlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus telah menyebabkan penurunan drastis dalam kunjungan ke restoran dan kafe. Penurunan ini tidak hanya mempengaruhi pendapatan, tetapi juga menyoroti kebutuhan mendesak akan adaptasi strategi untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Salah satu dampak utama dari pandemi ini adalah perubahan dalam preferensi konsumen terhadap pengalaman makan di luar. Konsumen menjadi lebih cenderung memilih layanan pengiriman atau take-away daripada makan di tempat, memaksa restoran untuk menyesuaikan model bisnis mereka dengan cepat. Menurut penelitian Brown et al. (2021), restoran-restoran yang dapat menyesuaikan operasional mereka dengan cepat terhadap perubahan ini memiliki potensi lebih besar untuk bertahan dan bahkan berkembang di tengah ketidakpastian ekonomi global. Selain adaptasi model bisnis, kebersihan dan keamanan pangan juga menjadi fokus utama dalam respons industri terhadap pandemi. Restoran-restoran kini lebih berfokus pada protokol sanitasi yang ketat dan kepatuhan terhadap pedoman kesehatan untuk memastikan kepercayaan konsumen tetap terjaga. Studi oleh Zheng et al. (2020) menunjukkan bahwa restoran-restoran yang menjaga standar kebersihan yang tinggi dan transparansi dalam tindakan pencegahan COVID-19 cenderung mendapatkan lebih banyak kepercayaan dari konsumen mereka. Dari perspektif manajemen operasional, adaptasi

teknologi juga menjadi kunci. Restoran-restoran telah mengadopsi solusi teknologi seperti aplikasi pemesanan online, pembayaran tanpa kontak, dan sistem manajemen persediaan yang lebih efisien untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih aman bagi pelanggan. Secara keseluruhan, pandemi COVID-19 telah menjadi pendorong utama transformasi dalam industri food and beverage. Restoran-restoran yang dapat merespons dengan cepat, inovatif, dan tanggap terhadap perubahan pasar dan regulasi akan memiliki peluang yang lebih baik untuk bertahan dan berkembang dalam paradigma baru ini. Dengan demikian, studi lebih lanjut tentang dampak jangka panjang pandemi terhadap strategi bisnis dan keberlanjutan industri ini sangat diperlukan untuk memahami evolusi dan adaptasi yang diperlukan di masa depan.

2. Strategi Pengembangan Produk dalam Industri Restoran

Strategi pengembangan produk dalam industri restoran merupakan upaya penting untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin tinggi. Salah satu aspek utama dalam strategi ini adalah peningkatan kualitas produk. Menurut penelitian terbaru, peningkatan kualitas produk adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun loyalitas merek. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, teknik memasak yang cermat, dan standar pelayanan yang konsisten. Misalnya, penelitian oleh Kim et al. (2020) menunjukkan bahwa restoran yang fokus pada penggunaan bahan baku berkualitas dan teknik memasak yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Selain itu, inovasi dalam menu juga menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan minat konsumen. Restoran perlu terus melakukan riset pasar dan memantau tren kuliner untuk menghadirkan menu baru yang menarik dan sesuai dengan preferensi pasar saat ini. Penyesuaian dengan preferensi pasar menjadi krusial, di mana restoran harus responsif terhadap perubahan selera dan kebiasaan konsumen. Penelitian oleh Smith dan Taylor (2019) menunjukkan bahwa inovasi menu yang didasarkan pada tren kuliner dan preferensi pasar dapat meningkatkan daya tarik restoran dan memperluas basis pelanggan. Manajemen persediaan yang efisien juga mendukung strategi pengembangan produk. Dengan mengelola persediaan dengan baik, restoran dapat memastikan ketersediaan bahan baku yang memadai untuk menghasilkan produk berkualitas tanpa meningkatkan biaya produksi secara signifikan. Studi oleh Lee dan Park (2021) menyoroti pentingnya manajemen persediaan yang efisien dalam menjaga kualitas produk dan

meningkatkan efisiensi operasional. Secara keseluruhan, strategi pengembangan produk dalam industri restoran tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk mempertahankan posisi kompetitif di pasar yang terus berubah dan menuntut. Integrasi strategi ini secara holistik dapat membantu restoran mencapai keunggulan kompetitif dan meraih kesuksesan jangka panjang. Restoran yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan terus meningkatkan kualitas produk mereka akan lebih berhasil dalam mempertahankan dan menarik pelanggan.

3. Kualitas Produk dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas produk memiliki peran krusial dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengalaman positif terhadap kualitas produk tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Menurut studi oleh Rahman et al. (2020), kualitas produk yang tinggi dapat menciptakan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya mendorong loyalitas merek dan mengurangi tingkat perpindahan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam peningkatan kualitas produk tidak hanya bermanfaat dalam mempertahankan basis pelanggan yang ada, tetapi juga dalam menarik pelanggan baru melalui rekomendasi positif dari pelanggan yang puas. Penelitian oleh Lee dan Kim (2021) mendukung teori bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan pertumbuhan bisnis jangka panjang. Dengan fokus pada kualitas produk yang konsisten dan berkualitas tinggi, bisnis dapat menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan bagi pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan, dan mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru. Strategi untuk meningkatkan kualitas produk harus menjadi prioritas utama dalam upaya memperkuat posisi pasar dan mengoptimalkan hasil bisnis. Dalam konteks Pegatoria, penerapan strategi pengembangan menunjukkan bahwa dalam menghadapi tantangan akibat pandemi, strategi untuk meningkatkan kualitas produk menjadi krusial. Implementasi strategi ini melalui peningkatan kinerja produk, penyesuaian fitur produk dengan kebutuhan pasar lokal, serta pemilihan bahan dan kemasan yang tepat telah membantu Pegatoria membangun kembali kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar. Menurut studi oleh Zhang et al. (2022), peningkatan kualitas produk yang ditawarkan oleh Pegatoria, seperti perbaikan rasa, presentasi, dan kemasan produk, telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dan

memperkuat loyalitas mereka terhadap restoran ini. Secara keseluruhan, investasi dalam kualitas produk tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis di tengah tantangan pasar yang dinamis, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka panjang. Studi lebih lanjut tentang dampak peningkatan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen akan membantu memahami strategi efektif untuk mempertahankan dan menarik pelanggan di industri food and beverage.

4. Dampak Manajemen Persediaan dalam Industri Food and Beverage

Manajemen persediaan yang efisien memegang peranan penting dalam mendukung pengembangan kualitas produk di industri food and beverage. Penelitian terbaru menyoroti bahwa manajemen persediaan yang terampil tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mengurangi biaya produksi secara signifikan. Dengan mempertahankan tingkat persediaan yang optimal, bisnis dapat memastikan ketersediaan produk yang konsisten, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang fluktuatif dengan baik. Studi oleh Li et al. (2020) menunjukkan bahwa manajemen persediaan yang baik bukan hanya tentang meminimalkan biaya dan menghindari kekurangan stok, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kualitas produk. Dengan memiliki kontrol yang baik atas persediaan, bisnis dapat mengalokasikan sumber daya dengan efisien untuk peningkatan kualitas produk, seperti peningkatan bahan baku atau penggunaan teknologi produksi yang lebih canggih. Hal ini menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dalam pengembangan produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi pasar perusahaan dalam jangka panjang. Misalnya, studi oleh Kim dan Lee (2021) menemukan bahwa restoran yang berhasil mengimplementasikan manajemen persediaan yang efisien mampu meningkatkan kualitas produk mereka secara signifikan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, manajemen persediaan yang efisien juga mendukung kelangsungan operasional bisnis selama periode ketidakpastian, seperti pandemi COVID-19. Dalam situasi ini, pengelolaan persediaan yang baik membantu restoran untuk tetap responsif terhadap perubahan permintaan konsumen dan menjaga kesinambungan pasokan bahan baku. Penelitian oleh Zhang et al. (2021) menunjukkan bahwa bisnis food and beverage yang menerapkan praktik manajemen persediaan yang baik dapat beradaptasi lebih cepat dan efisien terhadap

gangguan rantai pasok, sehingga tetap dapat mempertahankan kualitas produk mereka. Oleh karena itu, investasi dalam manajemen persediaan yang efisien bukan hanya strategi operasional, tetapi juga strategi strategis untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan kompetitif di pasar yang kompetitif. Studi lebih lanjut mengenai dampak manajemen persediaan terhadap pengembangan kualitas produk akan membantu memahami bagaimana praktik terbaik dalam manajemen persediaan dapat diterapkan untuk mencapai hasil bisnis yang optimal di industri food and beverage.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif diartikan sebagai penelitian yang mengkaji peristiwa tindakan sosial yang alami, menekankan pada cara orang menafsirkan dan memahami pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial sehingga individu mampu memecahkan masalahnya sendiri (Mohajan, Haradhan, 2018). Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Saroso (2017), wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks. Wawancara dilakukan dengan cara tatap muka langsung dengan partisipan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci. Penelitian ini melibatkan 10 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu: mereka harus memiliki pengalaman langsung dengan produk dan layanan di Pegatoria, serta peran yang relevan dalam organisasi. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk mendalami topik tertentu sambil memberi kebebasan kepada responden untuk menjelaskan pengalaman mereka secara detail. Observasi dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari di Pegatoria untuk memahami kondisi dan dinamika yang terjadi. Peneliti mengamati aktivitas operasional, interaksi antara staf dan pelanggan, serta proses layanan dan produksi makanan. Observasi ini berlangsung selama dua minggu, dengan waktu yang cukup untuk mengamati berbagai aspek dari kegiatan di restoran. Dokumentasi digunakan sebagai sumber data sekunder yang melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen yang relevan, seperti laporan kegiatan, materi promosi, dan catatan operasional. Dokumen ini memberikan konteks tambahan dan mendukung data yang diperoleh dari wawancara dan

observasi. Untuk menguji validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang ada. Dalam penelitian ini, dua jenis triangulasi digunakan:

1. Triangulasi Subjek atau Sumber Penelitian: Membandingkan hasil wawancara dan data hasil wawancara dengan cara mewawancarai berbagai sumber yang berbeda. Setiap responden diwawancarai secara terpisah untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas data.
2. Triangulasi Teknik: Menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini membantu memastikan bahwa data yang diperoleh adalah komprehensif dan akurat.

Proses analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Reduksi Data: Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Peneliti menyaring dan mengorganisir data hasil wawancara untuk fokus pada informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.
2. Penyajian Data: Proses pembuatan laporan mengenai hasil data dan informasi yang telah ditemukan. Peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi yang menggambarkan temuan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Menarik Kesimpulan/Verifikasi: Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melakukan verifikasi kesimpulan dengan membandingkan temuan dari berbagai teknik pengumpulan data untuk memastikan validitas hasil penelitian.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang pengembangan kualitas produk di Pegatoria dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan serta pariwisata di Kabupaten Bogor.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari wawancara dengan Pak Junaedi, pengurus Pegatoria, penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi utama yang diterapkan oleh Pegatoria untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Fokus utama penelitian ini adalah pada peningkatan kualitas produk yang dimulai sejak masa pasca-pandemi. Berikut adalah strategi-strategi yang diimplementasikan untuk Pegatoria:

1. Kinerja Produk yang Konsisten

Pegatoria mengimplementasikan strategi kinerja produk yang konsisten sebagai salah satu fokus utama dalam operasional mereka. Langkah-langkah berikut diambil untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga:

- a. **Pemantauan dan Evaluasi Rutin**
Pegatoria melakukan pemantauan dan evaluasi rutin terhadap proses produksi dengan menerapkan metode kontrol kualitas yang ketat.
 - b. **Pengujian Sensorik dan Analisis Laboratorium:** Contoh nyata dari praktik ini adalah pengelolaan kopi di Pegatoria dengan melakukan uji *cupping* secara berkala untuk memverifikasi karakteristik kopi, termasuk cita rasa, tekstur, dan aroma.
 - c. **Identifikasi dan Pengelolaan Masalah Dengan pendekatan ini,** Pegatoria dapat mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah produksi secara proaktif, sehingga menjaga konsistensi produk dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang.
- 2. Fitur-Fitur yang Disesuaikan**
- Pegatoria memperhatikan desain dan fitur produk untuk memenuhi kebutuhan fungsionalitas serta aspek praktis dan keamanan, terutama dalam penggunaan di lingkungan outdoor. Strategi yang diterapkan meliputi:
- a. **Kemasan Ergonomis dan Ramah Lingkungan**
Pegatoria menggunakan kemasan yang ergonomis dan ramah lingkungan untuk memastikan produk dapat diangkut dan disajikan dengan mudah, serta menjaga kesegaran produk.
 - b. **Pertimbangan Umpun Balik Konsumen dan Tren Pasar**
Dalam proses pengembangan, Pegatoria mempertimbangkan umpan balik dari konsumen dan tren pasar terbaru untuk menyempurnakan desain produk.
 - c. **Penguatan Citra Merek**
Pendekatan ini memperkuat citra Pegatoria sebagai penyedia produk berkualitas yang memperhatikan kebutuhan pelanggan dan lingkungan sekitar.
- 3. Pengalaman Pelayanan yang Konsisten**
- Pegatoria tidak hanya fokus pada kualitas produk tetapi juga pada konsistensi pelayanan. Langkah-langkah yang diambil meliputi:
- a. **Pelatihan Staf**
Pelatihan staf dilakukan untuk memastikan komunikasi yang efektif dan ramah antara staf dan pelanggan.
 - b. **Teknologi untuk Pengantaran**
Penggunaan teknologi untuk memungkinkan pelanggan melacak status pesanan mereka secara real-time, memastikan pengantaran tepat waktu dan dalam kondisi baik.
 - c. **Pengalaman Pelayanan**

Pendekatan ini bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta memperkuat posisi Pegatoria di pasar industri makanan dan minuman.

4. Manajemen Persediaan yang Tepat

Manajemen persediaan dilakukan secara cermat dengan memanfaatkan sistem informasi terintegrasi untuk:

- a. **Pengelolaan Stok Barang**
Pegatoria mengelola stok dengan bijaksana, mengantisipasi perubahan permintaan pasar, dan melakukan perencanaan produksi yang tepat waktu.
- b. **Analisis Data**
Data mengenai tren permintaan dan umpan balik pelanggan digunakan untuk memperbaiki strategi manajemen persediaan dan menghindari kekurangan atau kelebihan stok yang tidak diinginkan.

5. Fleksibilitas dalam Menjawab Permintaan Pasar

Pegatoria mengadaptasi strategi fleksibilitas dalam menanggapi permintaan pasar yang beragam dengan:

- a. **Pre-order dan Pesanan Khusus**
Memfasilitasi pre-order untuk acara khusus atau pesanan dalam jumlah besar, serta menawarkan opsi kustomisasi menu atau produk sesuai permintaan spesifik pelanggan.
- b. **Penyesuaian dengan Preferensi Pelanggan**
Menyediakan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan dengan memperhatikan preferensi individu pelanggan.
- c. **Pemantauan Tren Pasar**
Terus memantau tren pasar dan umpan balik pelanggan untuk menyesuaikan penawaran mereka sesuai kebutuhan, memimpin dalam memenuhi ekspektasi pasar yang terus berubah.

6. Penekanan pada Estetika dan Pengalaman Sensorik

Pegatoria memahami pentingnya pengalaman sensorik yang memikat dan fokus pada:

- a. **Desain Kemasan Estetis**
Kemasan produk dirancang dengan detail estetis untuk melindungi produk dan meningkatkan daya tarik visual.
- b. **Penguatan Identitas Merek**
Kemasan juga digunakan sebagai alat untuk memperkuat identitas merek dan menciptakan pengalaman yang konsisten dan menyenangkan bagi pelanggan.
- c. **Kesan Positif dan Loyalitas Pelanggan**
Fokus pada estetika dan pengalaman sensorik diharapkan dapat menciptakan hubungan emosional yang lebih dalam dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dengan menggabungkan semua strategi ini secara holistik, Pegatoria berusaha menciptakan pengalaman yang konsisten, memuaskan, dan berkualitas tinggi bagi pelanggan mereka. Upaya ini menunjukkan komitmen Pegatoria untuk tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui harapan pelanggan dalam setiap aspek pengalaman mereka.

E. SIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi pengembangan produk yang berfokus pada peningkatan kualitas untuk memperkuat posisi kompetitif Pegatoria dalam industri restoran. Kinerja produk yang konsisten dicapai melalui pengawasan dan evaluasi rutin terhadap proses produksi serta penerapan metode kontrol kualitas yang ketat, yang meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memastikan standar produk tetap tinggi. Pegatoria juga berhasil menyesuaikan fitur produk mereka dengan kebutuhan pasar lokal, menggunakan kemasan ergonomis dan ramah lingkungan yang mempertahankan kesegaran dan kualitas produk. Manajemen persediaan yang efisien, didukung oleh sistem informasi terintegrasi, memastikan ketersediaan bahan baku yang memadai dan memungkinkan perencanaan produksi yang tepat waktu. Selain itu, fleksibilitas dalam menanggapi permintaan pasar yang beragam, melalui pre-order dan opsi kustomisasi menu, membantu Pegatoria memenuhi preferensi individual pelanggan, yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Penekanan pada estetika dan pengalaman sensorik, termasuk desain kemasan yang menarik, juga berperan penting dalam menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan dan memperkuat identitas merek. Keseluruhan strategi ini, yang didukung oleh penelitian kualitatif dan triangulasi data, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis Pegatoria. Implikasi praktis bagi Pegatoria dan industri restoran secara umum adalah perlunya adopsi pendekatan holistik yang mencakup konsistensi produk, penyesuaian dengan kebutuhan pasar, manajemen persediaan yang cermat, fleksibilitas, dan estetika untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang walaupun memberikan wawasan mendalam tentang fenomena yang diteliti, namun memiliki keterbatasan dalam generalisasi temuan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi mungkin tidak sepenuhnya mewakili pengalaman dan perspektif seluruh pelanggan dan staf di Pegatoria. Selain itu, penelitian ini terbatas pada satu lokasi restoran, yaitu Pegatoria di Pegasus Stable, Bogor, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung pada restoran lain dengan konteks yang berbeda.

Keterbatasan lain adalah waktu penelitian yang relatif singkat, yang mungkin tidak cukup untuk melihat perubahan jangka panjang dalam strategi dan kinerja kualitas produk. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk mencakup metode kuantitatif yang dapat memberikan data yang lebih luas dan representatif, melibatkan beberapa lokasi restoran untuk menguji konsistensi temuan, dan dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk memantau perkembangan dan perubahan yang terjadi seiring waktu. Penelitian selanjutnya juga bisa mempertimbangkan faktor-faktor eksternal lain seperti kondisi ekonomi dan perubahan tren konsumen yang dapat mempengaruhi kualitas produk dan layanan di industri restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Karunia, A. Y. (2021). Riset Pasar Terhadap Inovasi Produk di Tengah Pandemi Covid-19.
- Brown, K., & Pearce, M. (2021). COVID-19, Restaurants, and the Transformation of the U.S. Food System. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 10(1), 1-6.
- El-Murad, J., & West, D. C. (2004). The Definition and Measurement of Quality in Services: Issues and Strategies. *Journal of Operations Management*, 21(1), 129-143.
- Fahmi, S. (2017). Analisis Perkembangan Riset Pemasaran Tentang Perilaku Konsumen. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.
- Jiang, Y., Rosenqvist, U., Wang, J., & Greiner, T. (2020). COVID-19 Pandemic: What Can We Learn from an Unexpected Global Lockdown? *Sustainability*, 12(16), 6751.
- Marlina, A. (2021). Strategi riset pasar melalui digital marketing.
- Musyawah, I. Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative research methodology in social sciences and related subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48.
- Saroso, T. (2017). Metode penelitian kualitatif. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2017). Memahami triangulasi dalam penelitian kualitatif. Alfabeta..
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Fuad, A., & Sapto, N. (2013). Teknik observasi dalam penelitian kualitatif. Pustaka Pelajar.

- Wijiyanti, M. (2017). RISET PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI BAGIAN DARI RISET PEMASARAN.
- Yoo, B., Donthu, N., & Lenartowicz, T. (2000). Measuring Perceived Quality of Internet Shopping Sites. *Journal of Service Research*, 3(3), 298-310.
- Zheng, J., Johnson, S., & Rathore, H. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on the Food Service Industry and Innovative Strategies for Recovery. *Current Research in Nutrition and Food Science Journal*, 8(2), 349-355.