

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data temuan peneliti dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai “Kopi Luwak Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi Di Desa Cikole Kabupaten Bandung Barat (Studi Kasus Pada Kopi Luwak Cikole)”, dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, observasi, dan wawancara, Kopi Luwak Cikole memenuhi sembilan unsur gastronomi yang telah diteliti sebelumnya. Kopi luwak secara filosofi merupakan kopi yang dihasilkan dari biji kopi yang dimakan luwak, kemudian terjadi *enzymatic process* di dalam pencernaan luwak, dan dikeluarkan bersama kotorannya berupa biji kopi luwak yang masih utuh karena terbungkus kulit tanduk. Jika dilihat dari aspek sejarah, penemuan kopi luwak berawal dari keinginan para petani untuk mengonsumsi kopi namun dilarang oleh pemerintah pada saat itu, akhirnya petani menemukan kotoran luwak yang berupa biji, kemudian dicuci, diolah, akhirnya kopi luwak ditemukan pada awal abad 18 ketika pemerintah Hindia Belanda sedang gencar-gencarnya membuka lahan perkebunan kopi di Pulau Jawa. Aspek sosial di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim, yaitu mengenai hukum kehalalannya, Kopi Luwak Cikole sudah memiliki tersertifikasi halal dari MUI, karena biji kopi luwak masih utuh setelah dicerna oleh luwak, sehingga bagian dalam biji kopi tidak tercemar kotoran. Etika dan etiket dalam proses pembuatan kopi luwak yaitu harus berlandaskan pada prinsip kesejahteraan hewan atau *animal welfare* dengan konsep *five freedoms*. Bahan baku utama kopi luwak adalah buah/ceri kopi, ada 4 jenis kopi yang ada di Indonesia, yaitu arabika, robusta, liberika, dan ekselsa, kopi yang digunakan harus berkualitas baik, merah, matang, dan tanpa cacat. Cara pengolahan kopi luwak yang pertama pastinya memberi makan luwak dengan ceri kopi, kemudian diambil kotorannya setelah di cerna 12-14 jam oleh luwak, dicuci, dikeringkan hingga kadar airnya 12%, lalu dikupas kulitnya, kemudian disortir biji yang bagus dan tidak, kemudian dipisahkan antara biji kopi betina dan jantan, setelah itu dipanggang hingga tingkat *medium roast*, lalu di giling

dengan tingkat gilingan *fine to medium*, berikutnya dilakukan pengecekan pada standar rasa dan kualitas, dan kopi luwak siap dihidangkan. Cara menghidangkan kopi luwak tergantung pada cara masing-masing, namun untuk mempertahankan keotentikan disarankan menggunakan metode penyeduhan kopi tradisional yaitu “*tubruk*”. Mencicipi kopi luwak sama dengan minum kopi pada umumnya, namun disarankan tidak tergesa, serta ada yang disebut dengan *the three ways to enjoy* Kopi Luwak Cikole, langkahnya yaitu mencoba untuk menghirup aromanya terlebih dahulu, kemudian diminum dan lakukan identifikasi pada rasa asam, pahit, manis, dan keseimbangan antara ketiganya, terakhir deteksi *aftertaste*, aroma, dan tingkat kekentalan pada kopi luwak. Kopi Luwak Cikole yang berasal dari biji kopi arabika memiliki kandungan kafein sebesar 0,2550 yang 10 kali lipat lebih rendah dibanding kopi biasa, selain itu C melindungi gigi, dan aman bagi penderita maag/asam lambung dan jantung. Keunikan kopi luwak adalah prosesnya yang berasal dari kotoran, namun menjadi satu di antara kopi termahal di dunia, dan kandungan kafeinnya yang berbeda dengan kopi biasa. Pengetahuan kopi luwak diwariskan dengan cara memberikan edukasi pada wisatawan sehingga masyarakat mengetahui tentang kopi luwak, dan juga terdapat dokumen mengenai proses pengolahan kopi luwak yang telah menjadi Peraturan Menteri Pertanian (Permentan) No. 37 Tahun 2015 yang berjudul “Cara Produksi Kopi Luwak Melalui Pemeliharaan Luwak Yang Memenuhi Prinsip Kesejahteraan Hewan”.

2. Pengembangan wisata gastronomi dan pelestarian Kopi Luwak Cikole tidak terlepas dari peran para pemangku kepentingan atau *salapan cinyusu/nona helix*, yang telah bekerja sama dengan baik dan suportif. Satu di antara upaya pemerintah dan LSM adalah melakukan pemberdayaan pada petani kopi selaku pemasok utama bagi KLC, meliputi pemberian sarana produksi pertanian (SAPRODI), dan pembinaan penanaman kopi di lahan jami (masyarakat) maupun hutan. Petani selaku pemasok selalu berusaha memberikan kualitas kopi yang terbaik untuk bahan baku produksi kopi luwak. Lalu pengusaha dan pekerja berperan dalam memproduksi serta berinovasi pada produk kopi luwak dengan tetap mempertahankan keotentikan kopi luwak, dan berusaha

memberikan edukasi gastronomi kopi luwak kepada masyarakat dan wisatawan. Adapun berbagai upaya yang dilakukan pihak *stakeholder* lainnya meliputi, pemerhati, pakar, teknologi informasi, dan penikmat dalam mendukung adanya pengembangan wisata gastronomi kopi luwak, dan pelestarian kopi luwak di Desa Cikole, dengan cara mempromosikan KLC melalui media sosial pribadi, dan menceritakan mengenai Kopi Luwak Cikole kepada orang terdekat seperti teman, keluarga, dan khalayak umum.

3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai lingkungan internal Kopi Luwak Cikole (KLC), hasil analisis faktor kekuatan (*strengths*) KLC adalah:

- a. Tersedia berbagai macam metode pembayaran
- b. Kopi luwak yang disajikan otentik
- c. Terdapat berbagai varian produk kopi luwak
- d. Adanya kerja sama dengan travel agent
- e. Tersedia fasilitas edukasi gastronomi yang lengkap
- f. KLC sudah memiliki beberapa izin usaha
- g. Mempunyai SOP dalam pekerjaan dan pelayanan kepada konsumen

Kemudian kelemahan (*weaknesses*), yakni:

- h. Terdapat rangkap tugas dan tanggung jawab dalam struktur karyawan
- i. Kapasitas produksi kopi luwak yang terbatas
- j. Tidak mempunyai marketplace online
- k. Jam operasional KLC hanya sampai pukul 5 sore

Selanjutnya analisis dari lingkungan eksternal KLC, faktor peluang (*opportunity*), sebagai berikut:

- a. Kepemilikan sertifikasi halal MUI
- b. KLC merupakan *pilot model* cara produksi kopi luwak sesuai prinsip kesejahteraan hewan di Indonesia
- c. Adanya edukasi gastronomi yang didapatkan konsumen
- d. Harga produk KLC yang bersaing dengan kompetitor produsen kopi luwak lainnya.
- e. Memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran berbasis teknologi digital

Adapun faktor ancaman (*threats*), yaitu:

- f. Adanya pesaing utama yang sejenis
- g. Harga bahan baku fluktuatif
- h. Akses lokasi sulit dilewati oleh bus besar
- i. Adanya *negative campaign* terhadap kopi luwak di Indonesia

Selanjutnya berdasarkan semua analisis SWOT yang dilakukan sebelumnya, peneliti memperoleh 9 pilihan alternatif strategi yang diolah menggunakan teknik analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* yang menghasilkan prioritas strategi sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelayanan yang baik, serta produk yang otentik, bervariasi, dan berkualitas dengan harga yang lebih murah dari pesaing.
 - 2) Menawarkan paket wisata gastronomi kopi luwak yang bekerja sama dengan *travel agent*.
 - 3) Optimalisasi peningkatan kapasitas produksi dan menyediakan layanan pesanan online untuk menghadapi persaingan bisnis kopi luwak.
 - 4) Membuat *campaign* di media sosial mengenai kopi luwak halal dengan produksi yang berprinsip *animal welfare* untuk meningkatkan kredibilitas produk.
 - 5) Memberikan edukasi kepada semua pengunjung mengenai pengolahan kopi luwak yang sesuai dengan prinsip *animal welfare*.
 - 6) Penggunaan media sosial dalam mempromosikan atraksi gastronomi untuk meningkatkan minat kunjungan konsumen.
 - 7) Menyediakan tempat parkir untuk bus besar, dan menyiapkan akomodasi khusus menuju KLC.
 - 8) Melakukan kontrak dengan petani untuk menjaga harga bahan baku tetap stabil.
 - 9) Mengembangkan produk inovasi kopi luwak dan juga cendramata, serta kemudahan transaksi sebagai diferensiasi keunggulan dari pesaing yang ada.
4. Paket wisata gastronomi *halfday* menjadi durasi yang paling tepat untuk merasakan pengalaman atraksi wisata gastronomi kopi luwak. Dengan harga Rp. 175.000/orang, wisatawan sudah bisa menikmati paket wisata gastronomi Kopi Luwak Cikole (KLC), yang menyajikan edukasi pengetahuan kopi luwak

seperti sejarah, etika dan etiket, dan juga kandungan gizi, lalu atraksi cara produksi kopi luwak melalui pemeliharaan yang memenuhi prinsip kesejahteraan hewan (*animal welfare*), dan penghidangan serta penyajian kopi luwak, selain itu wisatawan juga bisa melihat pohon kopi arabika dan robusta, serta berinteraksi dengan luwak yang ada di penangkaran KLC, dan membeli beragam varian produk inovasi kopi luwak sebagai oleh-oleh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran mengenai pelestarian kopi luwak yang dapat ditindak lanjuti oleh pihak-pihak terkait, serta beberapa rekomendasi bagi pihak Kopi Luwak Cikole (KLC).

1. Diharapkan pemerintah dapat memberikan dukungan yang lebih besar pada produsen dan juga *stakeholder* pendukung agar tetap bisa melestarikan kopi luwak dan mengembangkan wisata gastronomi kopi luwak di Desa Cikole, seperti pembenahan akses dan juga fasilitas publik yang ada di sekitar lokasi KLC.
2. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta mempertahankan harga produk KLC yang bersaing, sehingga dapat menjaga loyalitas konsumen dan diharapkan dapat mendatangkan konsumen baru.
3. Mempertahankan cara pengolahan kopi luwak yang memenuhi prinsip kesejahteraan hewan (*animal welfare*), agar tidak ada hewan yang tersiksa dalam proses pengolahan, dan dapat menjadi *pilot model* pengolahan kopi luwak di Indonesia maupun dunia.
4. Melakukan pembaharuan dan inovasi secara berkala pada juga varian produk dan juga kemasan seperti menambahkan informasi tanggal produksi atau *roasting* biji kopi luwak, agar dapat terus menarik perhatian konsumen.
5. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi dasar pengembangan wisata gastronomi kuliner tradisional di Desa Cikole, Kabupaten Bandung Barat, khususnya mengenai kopi luwak.