

Implementing Animal Welfare Principles through Captive Breeding and Education to Build Brand Image for the Cikole Luwak Coffee Business

Implementasi Prinsip Animal Welfare melalui Penangkaran dan Edukasi untuk Membangun Citra Merek pada Bisnis Kopi Luwak Cikole

Intan Balgis Khumairoh¹, M. Faiju Sururi², Lizamatul Fitriyah³, Rara Novalia⁴, Detak Prapanca^{5*}

^{1,2} Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: detakprapanca@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the implementation of animal welfare principles through breeding and education in building brand image in the Cikole Luwak Coffee business. The method used was descriptive qualitative with observation and literature review techniques, and data analysis using the Miles and Huberman model. The results show that the implementation of animal welfare through good breeding management and educational programs can increase consumer understanding and trust. This has an impact on the formation of a positive brand image as an ethical and responsible business.*

Keywords: *animal welfare, education, brand image, civet coffee*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip animal welfare melalui penangkaran dan edukasi dalam membangun citra merek pada bisnis Kopi Luwak Cikole. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan studi literatur, serta analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan animal welfare melalui pengelolaan penangkaran yang baik dan program edukasi mampu meningkatkan pemahaman serta kepercayaan konsumen. Hal tersebut berdampak pada terbentuknya citra merek yang positif sebagai bisnis yang etis dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: animal welfare, edukasi, citra merek, kopi luwak

I. PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, terutama pada produk kopi premium seperti kopi luwak yang memiliki nilai jual tinggi di pasar domestik maupun internasional [1]. Salah satu produk kopi yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah kopi luwak [2]. Kopi luwak merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang dikenal luas hingga pasar internasional karena memiliki cita rasa khas yang berbeda dari jenis kopi lainnya [3]. Keunikan proses produksinya menjadikan kopi luwak mampu menarik perhatian serta menimbulkan rasa penasaran konsumen [4]. Selain dikenal sebagai minuman khas warisan leluhur Indonesia, kopi luwak juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan termasuk salah satu jenis kopi termahal di dunia [5]. Hal tersebut dapat dilihat dari harga kopi luwak di pasaran yang dapat mencapai lebih dari Rp1.000.000 per kilogram, sedangkan harga kopi biasa umumnya hanya berkisar sekitar Rp100.000 per kilogram. Perbedaan harga yang sangat signifikan ini menunjukkan tingginya nilai jual dan eksklusivitas kopi luwak dibandingkan jenis kopi lainnya [6].

Kopi Luwak Cikole merupakan salah satu usaha produksi kopi luwak yang berlokasi di kawasan

Cikole, Lembang, Bandung Barat, yang mengusung konsep produksi kopi luwak berbasis kesejahteraan hewan (animal welfare). Usaha ini didirikan pada tahun 2013 oleh seorang dokter hewan bernama Sugeng Pujiono dengan tujuan menghasilkan kopi luwak berkualitas tanpa mengabaikan kondisi dan kesehatan hewan luwak.

Kopi Luwak Cikole mengimplementasikan sistem penangkaran yang memperhatikan kesejahteraan dan kenyamanan luwak. Seperti, menjaga kebersihan kandang, memberikan pola makan yang alami serta membatasi konsumsi kopi untuk menjaga hewan agar tidak mengalami stres. Upaya tersebut diperkuat dengan adanya sertifikasi dari pemerintah yang menunjukkan komitmen terhadap prinsip kesejahteraan hewan.

Kopi Luwak Cikole tidak hanya berfokus pada produksi kopi bernilai tinggi, tetapi juga berperan sebagai sarana edukasi bagi masyarakat tentang pentingnya memperlakukan hewan secara layak dalam industri kopi luwak. Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap isu kesejahteraan hewan telah memengaruhi cara konsumen dalam menilai suatu produk. Konsumen tidak lagi hanya berfokus pada kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga mempertimbangkan apakah proses produksinya telah memperhatikan aspek etis, termasuk kesejahteraan hewan.

Di sisi lain, tingginya permintaan pasar terhadap kopi luwak mendorong berkembangnya sistem produksi yang mengandalkan luwak sebagai hewan budidaya. Akibatnya, sebagian besar biji kopi luwak saat ini berasal dari luwak yang dipelihara secara khusus untuk memenuhi kebutuhan produksi. Meskipun demikian, masih ditemukan praktik pengelolaan yang belum sepenuhnya memperhatikan kondisi pemeliharaan dan kesejahteraan luwak [7].

Eksplorasi hewan dalam industri kopi luwak sering menjadi sorotan masyarakat dan organisasi pecinta hewan. Banyak kasus menunjukkan bahwa luwak dipelihara dalam kandang sempit, diberi pakan yang tidak sesuai, serta mengalami stres akibat sistem penangkaran yang tidak memperhatikan kondisi biologis dan perilaku alaminya. Praktik tersebut menimbulkan persepsi negatif masyarakat terhadap bisnis kopi luwak dan dapat merusak citra merek perusahaan [8].

Penangkaran yang dikelola secara optimal mampu menghadirkan lingkungan yang lebih layak dan nyaman bagi hewan, sementara program edukasi membantu konsumen memahami proses produksi yang dijalankan [9]. Melalui pendekatan ini, konsumen tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung yang dapat membentuk cara pandang mereka. Dengan demikian, penerapan prinsip kesejahteraan hewan yang didukung oleh penangkaran dan edukasi memiliki kontribusi penting dalam menciptakan citra merek yang positif pada bisnis kopi luwak cikole. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan prinsip kesejahteraan hewan melalui program penangkaran dan edukasi pada bisnis Kopi Luwak Cikole dapat membentuk citra merek yang positif di mata konsumen.

Penelitian mengenai kopi luwak di Indonesia umumnya masih berfokus pada aspek produksi, agribisnis, kualitas produk, dan pengembangan wisata kopi luwak sejalan pada penelitian [10]. Sedangkan dalam penelitian lain menyatakan lebih menyoroti kopi luwak sebagai diversifikasi produk kopi khas Indonesia yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing tinggi di pasar internasional [11]. Di sisi lain, kajian mengenai animal welfare selama ini lebih banyak berfokus pada penerapan standar kesejahteraan hewan dan sistem penangkaran luwak. Penelitian yang dilakukan oleh [8], mengevaluasi kondisi kesejahteraan musang luwak yang ditangkarkan di Pegunungan Malabar, Jawa Barat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa praktik produksi kopi luwak masih berpotensi menimbulkan pelanggaran terhadap prinsip kesejahteraan hewan. Meskipun demikian, penelitian yang mengkaji

keterkaitan antara penerapan prinsip animal welfare melalui program penangkaran dan edukasi dengan pembentukan citra merek perusahaan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana penerapan animal welfare pada bisnis Kopi Luwak Cikole dapat membentuk persepsi positif konsumen dan memperkuat citra merek perusahaan.

II. METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan prinsip kesejahteraan hewan melalui kegiatan penangkaran dan edukasi, serta bagaimana upaya tersebut berperan dalam membangun citra merek pada bisnis Kopi Luwak Cikole. Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kegiatan observasi secara langsung terhadap aktivitas penangkaran serta pelaksanaan program edukasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai referensi yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian sebelumnya.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang diperoleh dari hasil observasi lapangan diseleksi, disederhanakan, dan difokuskan oleh peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian serta memudahkan proses analisis. Penyajian data yaitu data yang diperoleh telah dikategorikan kemudian disajikan dalam bentuk narasi dengan tujuan menginterpretasikan data secara sistematis. Selanjutnya membuat kesimpulan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan yang melalui tahap reduksi [12].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Prinsip Animal Welfare dalam Penangkaran Penangkaran.

Penangkaran pada bisnis Kopi Luwak Cikole menunjukkan adanya penerapan prinsip animal welfare yang dapat dilihat dari berbagai aspek pengelolaan hewan. Material yang digunakan untuk membangun kandang dipilih dengan mempertimbangkan aspek keamanan bagi luwak. Kandang juga dirancang dengan ukuran yang memadai sehingga hewan dapat bergerak secara leluasa. Kebersihan kandang dipelihara melalui pembersihan rutin untuk mencegah penumpukan kotoran serta mengurangi timbulnya bau yang dapat mengganggu kenyamanan hewan. Di samping itu, pengelola memastikan sirkulasi udara dan pencahayaan di dalam kandang tetap optimal agar lingkungan pemeliharaan tidak lembap dan memberikan kondisi yang nyaman. Dalam hal pemberian pakan, luwak diberikan berbagai jenis makanan, seperti buah-buahan segar dan biji kopi berkualitas, yang disesuaikan dengan pola makan alamnya. Pengelola juga melakukan pemantauan terhadap kondisi kesehatan hewan melalui pengamatan fisik maupun perilaku guna memastikan luwak tidak mengalami stres ataupun gangguan kesehatan. Proses interaksi antara pengelola dengan luwak dilakukan secara hati-hati sehingga dapat mengurangi tekanan yang diterima oleh hewan. Berdasarkan hasil observasi langsung di Kopi Luwak Cikole, kegiatan penangkaran tidak hanya difokuskan pada produksi kopi luwak, tetapi juga memperhatikan aspek kesejahteraan hewan sebagai bagian dari proses pemeliharaan.

Penerapan prinsip animal welfare di Kopi Luwak Cikole diwujudkan melalui penyediaan kandang yang layak, pengaturan pola pemberian pakan, serta pemeliharaan kesehatan luwak agar tetap berada dalam kondisi yang baik dan terhindar dari stres. Selain itu, perusahaan turut memberikan edukasi kepada peternak maupun pengunjung mengenai pentingnya penerapan perlakuan yang etis terhadap hewan dalam proses produksi kopi luwak. Upaya tersebut mampu meningkatkan pemahaman para pelaku usaha mengenai pentingnya menjaga kesejahteraan hewan selama proses produksi berlangsung. Melalui system penangkaran yang menerapkan prinsip animal welfare dan didukung dengan kegiatan

edukasi, Kopi Luwak Cikole berhasil membangun citra sebagai bisnis kopi luwak yang lebih mengedepankan etika dan tanggung jawab terhadap kesejahteraan hewan [13]. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa implementasi animal welfare pada penangkaran kopi luwak telah berjalan dengan baik melalui pemenuhan kebutuhan pakan, pemeliharaan kesehatan, penyediaan kandang yang nyaman, serta dukungan terhadap perilaku alami musang luwak. Penerapan prinsip kesejahteraan hewan tersebut tidak hanya berkontribusi terhadap kualitas hidup satwa, tetapi juga menjadi media edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya praktik penangkaran yang etis dalam industri kopi luwak. Oleh karena itu, implementasi animal welfare mampu membentuk citra positif sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bisnis kopi luwak [8].

2. Peran Edukasi dalam Meningkatkan Pemahaman Konsumen

Edukasi memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman konsumen mengenai proses produksi serta penerapan prinsip animal welfare yang dilakukan oleh bisnis kopi luwak cikole. Penyampaian edukasi ini melalui penjelasan oleh pemandu, media informasi kopi luwak cikole, serta interaksi antar pengunjung pada area penangkaran. Informasi yang disampaikan mengenai proses pemilihan biji kopi luwak, proses produksi hingga menjadi kopi siap konsumsi, serta informasi terkait perlakuan terhadap hewan yang mengedepankan kesejahteraan. Edukasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga dapat memudahkan pengunjung mendapatkan wawasan baru dan mengurangi kesalahan mengenai proses produksi kopi luwak [9]. Material yang digunakan untuk membangun kandang dipilih dengan mempertimbangkan aspek keamanan bagi luwak. Kandang juga dirancang dengan ukuran yang memadai sehingga hewan dapat bergerak secara leluasa. Kebersihan kandang dipelihara melalui pembersihan rutin untuk mencegah penumpukan kotoran serta mengurangi timbulnya bau yang dapat mengganggu kenyamanan hewan. Di samping itu, pengelola memastikan sirkulasi udara dan pencahayaan di dalam kandang tetap optimal agar lingkungan pemeliharaan tidak lembap dan memberikan kondisi yang nyaman. Dalam hal pemberian pakan, luwak diberikan berbagai jenis makanan, seperti buah-buahan segar dan biji kopi berkualitas, yang disesuaikan dengan pola makan alaminya. Penyampaian edukasi yang dilakukan dengan informatif dan relevan membantu membangun persepsi yang positif terhadap perusahaan karena memperlihatkan bagaimana sistem penangkaran, perawatan luwak, hingga proses produksi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyajian konten edukasi yang dilakukan secara informatif mampu menambah pemahaman konsumen pada produk dan layanan yang berdampak pada keterlibatan konsumen. Selain itu membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen pada suatu merek secara berkelanjutan [14].

3. Pengaruh Animal Welfare terhadap Citra Merek.

Bisnis Kopi Luwak Cikole Menerapkan prinsip animal welfare yang memberi pengaruh signifikan pada citra merek di mata konsumen. Penerapan penangkaran dengan mengindahkan kebersihan kandang, pakan yang berkualitas, dan kondisi kesehatan luwak dapat memberikan kesan jika bisnis yang dijalankan mengedepankan tanggungjawab etis pada prosesnya. Hal tersebut kemudian diperkuat melalui transparansi yang ditunjukkan kepada pengunjung, di mana mereka dapat melihat langsung kondisi penangkaran dan perlakuan terhadap luwak. Persepsi positif tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk serta memperkuat nilai merek sebagai produk yang tidak hanya menawarkan eksklusivitas, tetapi juga menjunjung tinggi aspek etika. Hasil observasi menunjukkan bahwa setelah memperoleh informasi mengenai penerapan prinsip kesejahteraan hewan, pengunjung cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap produk. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan animal welfare berperan penting dalam membentuk citra merek yang positif sekaligus mendukung keberlanjutan reputasi perusahaan. Menerapkan prinsip animal welfare dapat memberi pengaruh positif pada citra merek perusahaan karena konsumen rentan menghargai produk yang diproduksi yang memperhatikan kesejahteraan hewan. Bisnis kopi luwak cikole menerapkan penangkaran yang memadai dan mengedukasi terkait perlakuan hewan.

Berdasarkan penelitian tentang produk pangan pada animal welfare memperlihatkan jika konsumen mempunyai penilaian yang tinggi pada suatu produk yang memperhatikan kesejahteraan hewan karena beranggapan jika terdapat kualitas, nilai etis, dan nama yang baik. Dengan demikian, implementasi animal welfare tidak hanya berpengaruh terhadap kesejahteraan hewan, tetapi juga mampu memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan [15].

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi prinsip animal welfare melalui penangkaran dan edukasi pada bisnis Kopi Luwak Cikole telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap pembentukan citra merek. Pengelolaan penangkaran yang menerapkan prinsip animal welfare ditunjukkan melalui pemeliharaan kebersihan kandang, penyediaan pakan yang disesuaikan dengan kebutuhan luwak, serta pemeriksaan kesehatan yang dilakukan secara rutin untuk menjaga kesejahteraan hewan sekaligus meminimalkan risiko stres. Selain itu, pengelola menyelenggarakan program edukasi bagi pengunjung guna memberikan pemahaman mengenai proses produksi kopi luwak yang mengedepankan prinsip etis dan transparansi. Melalui kegiatan tersebut, pengunjung tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga dapat mengamati secara langsung proses produksi sehingga terbentuk pemahaman dan persepsi yang lebih baik terhadap produk beserta proses pembuatannya. Lebih lanjut, pelaksanaan prinsip animal welfare yang didukung oleh program edukasi turut memperkuat citra merek perusahaan.

Kopi Luwak Cikole dipandang oleh konsumen sebagai usaha yang berkomitmen terhadap kesejahteraan hewan serta menjalankan kegiatan bisnis secara bertanggung jawab dan berlandaskan nilai-nilai etika. Persepsi tersebut turut meningkatkan kepercayaan serta penilaian konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Dengan demikian, implementasi animal welfare tidak hanya memberikan manfaat bagi kesejahteraan hewan, tetapi juga menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat nilai merek serta meningkatkan daya saing bisnis Kopi Luwak Cikole di benak konsumen.

V. Daftar Pustaka

- [1] D. Saputera, "Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kopi Indonesia di Pasar Domestik dan Internasional," *Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sains*, 2023.
- [2] N. L. Martiniasih and S. Fadilla, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kopi Luwak (Studi Kasus pada UKM Satria Luwak Coffee Gianyar Bali)," *AL-DALIL J. Ilmu Sos. Polit. dan Huk.*, vol. 3, no. 3, pp. 1–7, Nov. 2025, Accessed: Aug. 31, 2026. [Online]. Available: <https://ejournal.indrainstitute.id/index.php/al-dalil/article/view/1386>
- [3] A. Aprilia, H. Zahrah, Y. Nuramalia, and D. I. Ramadani, "Analisis Strategi Perilaku Konsumen Terhadap Cita Rasa Kopi Luwak," *Jejak Digit. J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 1, no. 4, pp. 2326–2338, Jul. 2025, doi: 10.63822/9TS5QZ57.
- [4] B. Cahyono, B. E. Cahyono, W. A. Febrayanti, and M. Misto, "Analysis of Caffeine Content in Roasting Temperature Variation of Robusta Luwak Coffee from Garahan Jember Plantation using UV-Vis Spectrophotometry Method," *J. Fis. Flux J. Ilm. Fis. FMIPA Univ. Lambung Mangkurat*, vol. 19, no. 3, pp. 187–196, Dec. 2022, doi: 10.20527/flux.v19i3.13593.
- [5] D. N. Widhawati and A. D. GS, "Efektifitas Strategi Pemasaran Kopi Luwak Arabika 'Rollaas' Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Rolas Nusantara Mandiri - Surabaya," *Digit. Bisnis J. Publ. Ilmu Manaj. dan E-Commerce*, vol. 2, no. 4, pp. 343–363, Dec. 2023, doi: 10.30640/DIGITAL.V2I4.2001.
- [6] R. D. Rosita, Budiarto, and T. Kismantoroadji, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram," 2020, vol. 21, no. 1, pp. 15–25, 2020.
- [7] C. Berliana Febriyanti, C. Sari Monica Putri, I. Putri Admadaraja, N. Marsha Zerlinda, T. Tri Nugroho, and P. Studi Manajemen, "Consumer Interaction, Perception, and Decision: An Observational Study of Visitor Behavioral at Kopi Luwak Cikole: Interaksi, Persepsi, dan Keputusan Konsumen: Studi Observasi Perilaku Pengunjung di Kopi Luwak Cikole," *Procedia Soc. Sci. Humanit.*, vol. 9, no. 1, pp. 14–19, Jul. 2026, doi: 10.21070/76BVEN83.
- [8] D. P. Putri, N. Mayasari, and A. Hiroyuki, "Gambaran Kesejahteraan Musang Luwak Tangkar

*Procedia of Social Sciences and Humanities International
Conference of Fostering Sustainable Economic Growth and Innovation through
Research and Community Engagement*

- (paradoxurus Hermaphroditus) Penghasil Biji Kopi Luwak Pegunungan Malabar Jawa Barat,” *Acta Vet. Indones.*, 2022.
- [9] N. Mayasari *et al.*, “Penerapan Prinsip Kesejahteraan Hewan Pada Pemeliharaan Ternak,” *DHARMAKARYA J. Apl. Ipteks untuk Masy.*, vol. 12, no. 3, pp. 360–373, Nov. 2023, doi: 10.24198/DHARMAKARYA.V12I3.42686.
- [10] L. Trimio, G. Wibawa Mukti, and P. Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, “KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA KOPI LUWAK (STUDI KASUS KOPI LUWAK MANGLAYANG, KAMPUNG PONDOK BUAHBATU-CIKAWARI, DESA MEKARMANIK, KECAMATAN CIMENYAN, KABUPATEN BANDUNG),” *Agricore J. Agribisnis dan Sos. Ekon. Pertan. Unpad*, vol. 3, no. 2, Dec. 2018, doi: 10.24198/AGRICORE.V3I2.20657.
- [11] J. J. Hyland, Á. Regan, S. Sweeney, C. McKernan, T. Benson, and M. Dean, “Consumers attitudes toward animal welfare friendly produce: An island of Ireland study,” *Front. Anim. Sci.*, vol. 3, 2022, doi: 10.3389/FANIM.2022.930930.
- [12] I. S. Annisa and E. Mailani, “Analisis Faktor Penyebab Kesulitan Siswa Dalam Pembelajaran Tematik Dengan Menggunakan Metode Miles Dan Huberman Di Kelas IV SD Negeri 060800 Medan Area,” *J. Soc. Sci. Res.*, 2023.
- [13] S. Sopiandi, M. Elmanaviean, M. Supika, A. Afrianto, and M. Dzulfikri, “Program Kreativitas Mahasiswa ‘Selamatkan luwak!’: Edukasi Animal Welfere Bagi Pelaku Bisnis Kopi Luwak,” 2014.
- [14] D. Saputra and Mubasit, “Konten Edukasi sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan LiterasiKonsumen di Era Digital,” *J. Sos. Hum. dan Pendidik.*, 2025.
- [15] V. Nakavachara, “Ethical Appetite : Consumer Preferences and Price Premiums for Animal Welfare-Friendly Food Products 2 . Literature Review and Research Framework,” 2025.