

Kopi Luwak sebagai Representasi Identitas Budaya Indonesia di ASEAN

Putri Dina Ellyana¹, Bunga Adya Mashuri², Nehemia Christy³, M. Fahmy Maulana⁴

Universitas Negeri Surabaya¹²³⁴

24041184300@mhs.unesa.ac.id¹, 24041184054@mhs.unesa.ac.id²,

24041184209@mhs.unesa.ac.id³, 24041184202@mhs.unesa.ac.id⁴

Artikel diserahkan pada : 10-11-2025; direvisi pada : 20-11-2025; diterima pada: 05-12-2025.

ABSTRAK: Kopi luwak merupakan salah satu komoditas kopi paling unik di dunia yang merepresentasikan identitas budaya Indonesia. Dalam perspektif ASEAN, kopi luwak tidak hanya dipandang sebagai produk ekonomi bernilai tinggi, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi budaya yang merefleksikan kearifan lokal, praktik tradisional, serta nilai sosial masyarakat Indonesia. metode kualitatif berbasis studi literatur dari sumber-sumber akademik dan laporan resmi untuk menelaah posisi kopi luwak dalam dinamika komunikasi budaya ASEAN. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana kopi luwak menjadi media representasi identitas Indonesia, berperan dalam pertukaran budaya kawasan, sekaligus menghadapi tantangan etika dan keberlanjutan. Hasil kajian menunjukkan bahwa kopi luwak memiliki nilai simbolik yang kuat dalam membangun narasi budaya Indonesia di kawasan ASEAN. Dengan pendekatan kearifan lokal dan komunikasi lintas budaya, kopi luwak dapat memperkuat peran Indonesia dalam keragaman identitas budaya ASEAN.

Kata Kunci: Kopi luwak, Komunikasi budaya ASEAN, Kearifan lokal, Identitas budaya, Gastrodiplomasi, Keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan bagian integral dari budaya dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Tidak hanya menjadi minuman sehari-hari, kopi juga mencerminkan interaksi sosial, tradisi, dan identitas lokal yang kaya. Menurut Amalia, (2025) budaya kopi telah menyebar secara global dan tumbuh menjadi budaya perilaku dan gaya hidup yang mencerminkan nilai-nilai sosial masyarakat penghasil kopi. Indonesia sendiri dikenal sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, dengan berbagai jenis kopi unik yang berasal dari Aceh, Sumatera, Jawa, hingga Sulawesi. Di antara jenis kopi ini, kopi luwak menempati posisi istimewa karena keunikannya. Proses produksi kopi luwak yang melibatkan sistem pencernaan hewan luwak menjadikan biji kopi berbeda dari kopi biasa, baik dari segi cita rasa maupun citra eksotis yang melekat. Yang membuat kopi luwak unik berasal dari proses pembuatannya. Sesuai dengan namanya, kopi ini

diproses oleh luwak. Biji kopi dipilih secara selektif oleh luwak, sehingga sudah pasti biji kopi yang digunakan berkualitas, karena luwak memiliki instingnya yang tajam untuk memilih biji kopi yang berkualitas dan matang. Biji kopi lalu dimakan oleh luwak dan difermentasi secara alami dalam sistem pencernaan luwak. Lalu, biji kopi dikeluarkan oleh luwak diproses kembali kembali oleh manusia dicuci, dikeringkan, disangrai dan dikemas (ottencoffee, 2024).

Kopi ini telah diakui secara global sebagai produk premium dengan nilai ekonomi tinggi, dipandang sebagai warisan agrokomoditas unik yang mengangkat nama Indonesia di kancah internasional ([Andri, 2025](#)). Lebih dari sekadar produk minuman, kopi luwak menjadi representasi budaya Indonesia yang menarik perhatian pasar dunia sekaligus tantangan etika dan keberlanjutan produksi yang perlu dijaga demi mempertahankan citra positif bangsa (Erlangga, 2025).

Dalam konteks ASEAN, kopi luwak menjadi media komunikasi budaya yang memperkenalkan identitas Indonesia sebagai bangsa dengan tradisi agrikultur dan gastronomi yang kuat. Dikutip dari Widya (2025) Sejarahnya berakar sejak masa kolonial Belanda, ketika pekerja pribumi menemukan biji kopi dari kotoran luwak yang menghasilkan rasa lebih halus dan aroma yang unik. Dari sana, kopi luwak berkembang menjadi simbol kreativitas masyarakat sekaligus warisan budaya yang bernilai tinggi. Dalam praktiknya, minum kopi luwak di Indonesia tidak sekadar soal menikmati rasa, melainkan juga bagian dari tradisi sosial, menjadi teman saat berkumpul, sarana interaksi, dan bahkan simbol prestise karena harga dan proses pembuatannya yang eksklusif. Selain itu, kopi luwak turut merepresentasikan perhatian bangsa Indonesia terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab etis. Upaya edukasi kepada petani tentang kesejahteraan hewan dan

kelestarian lingkungan menunjukkan bahwa produksi kopi luwak bukan hanya soal ekonomi, tetapi juga menjaga warisan budaya untuk generasi mendatang. Dengan perpaduan sejarah, tradisi sosial, cita rasa unik, serta komitmen terhadap kelestarian, kopi luwak hadir bukan hanya sebagai komoditas minuman, tetapi juga sebagai cerminan identitas Indonesia dikacah internasional terutama di negara-negara ASEAN. Popularitasnya sebagai produk premium memang meningkat pesat, terutama setelah dipromosikan di berbagai media internasional dan selebritas dunia (Kompasiana, 2024). Namun, di balik citra mewah tersebut, muncul isu serius terkait praktik produksi yang tidak etis. Penangkaran luwak dalam kandang sempit serta pemaksaan pola makan yang tidak alami menimbulkan kritik keras dari berbagai pihak, termasuk organisasi lingkungan internasional. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada kesejahteraan hewan, tetapi juga

menurunkan kualitas kopi yang dihasilkan (Damara, 2025). Selain isu kesejahteraan hewan, masalah pemalsuan produk turut menjadi tantangan utama. Menurut laporan Kompasiana (2024), sekitar 80% kopi luwak yang beredar di pasar global diduga palsu, hanya berupa kopi biasa yang diberi label kopi luwak. Hal ini memperlemah kepercayaan konsumen internasional. Sejalan dengan itu, Muzaifa (2019) menekankan pentingnya penerapan sertifikasi jaminan mutu untuk menjamin keaslian dan kualitas produk. Upaya sertifikasi seperti label “*wild-sourced*” atau “*cruelty-free*” dapat meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen, sekaligus mendorong praktik produksi yang lebih etis. Bahkan, penelitian alternatif yang meniru proses fermentasi alami dalam pencernaan luwak mulai dikembangkan untuk menciptakan kopi dengan cita rasa serupa tanpa melibatkan hewan secara langsung.

Di sisi lain, nilai ekonomi kopi luwak tetap menjanjikan di pasar global. Sebagai bagian dari industri kopi spesial, kopi luwak berkontribusi pada pertumbuhan pasar kopi premium dengan nilai miliaran dolar dan tingkat pertumbuhan yang stabil. Hal ini menunjukkan bahwa meski diterpa isu kontroversial, kopi luwak tetap memiliki daya tarik ekonomi yang signifikan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan pasar, produsen Indonesia perlu menyeimbangkan antara tuntutan konsumen global akan produk yang etis dengan kebutuhan menjaga kualitas dan keaslian produk. Sertifikasi mutu dan pengawasan distribusi menjadi langkah penting dalam menjawab tantangan ini (Muzaifa, 2019).

Dalam konteks yang lebih luas, diplomasi kopi menjadi instrumen strategis bagi Indonesia untuk memperkuat citra kopi luwak. Menurut Widiastutie, Kusuma, et al. (2024), diplomasi kopi dapat dilakukan melalui berbagai

pendekatan, baik bilateral, multilateral, maupun gastrodiplomasi. Kegiatan seperti festival kopi internasional, promosi oleh KBRI, hingga peran diaspora Indonesia di luar negeri menjadi sarana efektif untuk menampilkan kopi luwak sebagai simbol budaya sekaligus produk unggulan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, menjaga citra positif kopi luwak tidak hanya membutuhkan praktik produksi yang bertanggung jawab, tetapi juga strategi diplomasi yang menekankan nilai budaya, identitas nasional, dan komitmen pada keberlanjutan.

Penelitian oleh Yusianto, dkk (2010) menunjukkan bahwa kopi luwak memiliki nilai sejarah dan budaya yang kuat serta citra eksotis yang melekat sebagai simbol kebudayaan khas Indonesia di mata dunia. Sehingga tulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai kopi luwak sebagai warisan budaya Indonesia yang unik, sekaligus membuka wacana

tentang nilai filosofis dan proses produksi yang membuatnya spesial dan berbeda dari kopi biasa.

Tulisan ini juga mengangkat isu etika dan keberlanjutan dalam produksi kopi luwak. Penelitian oleh Sari dan Nugroho (2021) menyoroti pentingnya penerapan prinsip kesejahteraan hewan dalam budidaya kopi luwak untuk menjaga kualitas produk sekaligus memastikan perlindungan terhadap musang luwak. Selain itu, studi oleh Putra, dkk (2020) mengkaji praktik pengelolaan kopi luwak yang berkelanjutan di beberapa daerah di Indonesia, menekankan perlunya keseimbangan antara konservasi lingkungan dan produktivitas usaha. Dari perspektif etika bisnis, penelitian oleh Rahmawati (2019) menegaskan pentingnya aspek kebersihan dan kehalalan dalam proses produksi kopi luwak sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan moral produsen. Dari perspektif etika bisnis Islam, studi oleh Pranata Arianto (2021) juga menyoroti tentang pentingnya

menjaga kebersihan dan kehalalan dalam proses produksi sebagai bentuk tanggung jawab moral. Selanjutnya, tulisan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kalangan pelajar terutama mahasiswa, pelaku industri kreatif, dan masyarakat umum yang tertarik pada kajian budaya, ekonomi kreatif, dan diplomasi publik.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kopi Luwak layak disebut sebagai simbol identitas Indonesia?
2. Apa makna filosofis dan sosial dalam budaya Kopi Luwak?
3. Apakah ada isu mengenai etika dan keberlanjutan produksi kopi luwak

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kopi luwak layak disebut sebagai simbol identitas Indonesia.

2. Untuk mengetahui makna filosofis dan sosial dalam budaya Kopi Luwak.
3. Untuk mengetahui isu mengenai etika dan keberlanjutan produksi Kopi Luwak.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). “Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna subjektif dan memahami konteks sosial secara mendalam” (Creswell, 2014). Tujuannya adalah untuk menggali secara mendalam makna budaya yang melekat pada kopi luwak dan bagaimana ia merepresentasikan identitas Indonesia di mata dunia. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menangkap kompleksitas dari fenomena sosial dan budaya, serta memungkinkan peneliti memahami simbol, praktik, dan narasi yang berkembang dalam masyarakat. Moleong (2012) menyatakan bahwa pendekatan ini efektif untuk menelaah

fenomena sosial dari sudut pandang partisipan dan dalam konteks yang menyeluruh.

Studi literatur dilakukan dengan menelusuri berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti jurnal ilmiah, artikel media, buku akademik, laporan riset, dan dokumen kebijakan yang membahas kopi luwak, budaya kopi di Indonesia, serta diplomasi budaya.

Pemilihan sumber dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan kesesuaian dan kredibilitasnya terhadap fokus kajian. Zed (2008) menekankan bahwa studi literatur merupakan metode yang tepat untuk membangun kerangka teoritis dan pemahaman konseptual, terutama ketika penelitian tidak melibatkan observasi langsung atau wawancara.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-kritis. Artinya, peneliti tidak hanya mendeskripsikan isi literatur secara sistematis, tetapi juga menginterpretasikan dan mengkritisi makna yang terkandung di dalamnya. Fokus analisis diarahkan pada keterkaitan antara kopi luwak sebagai

produk budaya, nilai sosial dan etika yang menyertainya, serta peran strategisnya dalam diplomasi budaya Indonesia. Peneliti berupaya mengidentifikasi pola pemaknaan yang muncul dalam berbagai narasi, baik dari perspektif lokal maupun global, dan menghubungkannya dengan teori identitas budaya serta konsep gastrodiplomasi.

Selain itu, analisis juga mempertimbangkan isu-isu kontemporer yang relevan, seperti keberlanjutan produksi, kesejahteraan hewan, dan sertifikasi etis. Aspek-aspek ini penting untuk memahami bagaimana kopi luwak diposisikan dan diterima secara global. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan reflektif tentang kopi luwak sebagai simbol budaya Indonesia yang khas dan bernilai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi Luwak sebagai Representasi Kearifan Lokal Indonesia dalam Konteks Budaya ASEAN

Kopi luwak bukan hanya sekedar minuman eksklusif dengan harga yang

tinggi namun kopi luwak Adalah representasi dari Sejarah, kreativitas, dan identitas budaya Indonesia. Asal-usul kopi luwak bermula dari masa penjajahan belanda, Ketika para pekerja pribumi dilarang menikmati hasil panen kopi dari Perkebunan kolonial. Dalam keterbatasan itu, Masyarakat lokal menemukan cara unik untuk tetap menikmati kopi, mereka mengumpulkan biji kopi yang telah dimakan dan dikeluarkan kembali oleh luwak (*Paradoxurus hermaphroditus*), sejenis musang liar yang hidup di hutan tropis Indonesia (KopiTime.id). dari proses fermentasi alami dalam sistem pencernaan luwak menghasilkan cita rasa kopi yang lebih halus dan kompleks. Dikutip dari Merdeka.com penemuan kopi luwak di era kolonial Belanda tidak hanya merevolusi cara pengolahan kopi, tetapi juga menjadi simbol dari keresahan yang dialami petani dalam menghadapi pembatasan akses terhadap hasil Perkebunan mereka.

Proses ini bukan hanya menjadi simbol perlawanan terhadap sistem kolonial

yang menindas, tetapi juga menunjukkan kecerdasan lokal karena alih-alih Masyarakat menyerah pada larangan kolonial, mereka memanfaatkan pengetahuan lokal dan sumber daya alam untuk menciptakan sesuatu yang baru. Proses pengumpulan dan pengolahan kopi luwak dilakukan secara manual, menunjukkan keterampilan dan ketekunan masyarakat. Seiring berjalannya waktu, kopi luwak berkembang menjadi produk khas Indonesia yang dikenal dunia karena metode fermentasi alaminya yang menghasilkan cita rasa lembut, rendah asam, dan kompleks. Menurut (Muzaifa et al., 2016) "Kopi luwak liar merupakan hasil kreativitas Masyarakat lokal dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia, sekaligus menjadi simbol identitas budaya yang unik di Indonesia".

Dalam kopi luwak juga mengandung nilai-nilai budaya Masyarakat Indonesia dalam setiap prosesnya dari pengumpulan biji kopi luwak yang dilakukan secara gotong royong dengan kolektif oleh Masyarakat menunjukkan

semangat kerja sama dan kebersamaan. Ketekunan dalam proses pencarian biji kopi dari alam, pembersihan dan pengolahan membutuhkan kesabaran dan ketelitian yang tinggi. Lalu penghargaan terhadap proses alami dari fermentasi kopi melalui sistem pencernaan luwak, mencerminkan filosofi hidup selaras dengan alam. Kopi luwak bukan hanya minuman, akan tetapi narasi budaya yang mengandung Sejarah, nilai, dan identitas. Ia menjadi simbol bagaimana Masyarakat Indonesia mampu mengubah keterbatasan menjadi kekuatan, dan menjadi tradisi sebagai warisan yang mendunia. Dalam konteks ASEAN, narasi ini memperkuat keragaman budaya kawasan dan memperlihatkan bagaimana masyarakat Indonesia mengelola alam menggunakan kearifan lokal.

Makna Filosofis dan Sosial Budaya Kopi Luwak dalam Komunikasi Antarbudaya ASEAN

Makna filosofis dan sosial dalam budaya kopi luwak mencerminkan karakter masyarakat Indonesia yang menghargai proses alami, menjunjung

nilai sosial, dan menjadikan kopi sebagai medium interaksi budaya yang kaya makna. Filosofi utama yang terkandung dalam kopi luwak adalah bahwa kualitas sejati lahir dari proses yang alami dan penuh kesabaran. Proses fermentasi yang terjadi secara alami di dalam sistem pencernaan luwak mengubah biji kopi biasa menjadi minuman yang sangat bernilai, baik dari segi rasa maupun simbolisme. Hal ini mencerminkan pandangan hidup masyarakat Indonesia yang meyakini bahwa sesuatu yang baik membutuhkan waktu, ketekunan, dan keharmonisan dengan alam. Seperti yang dijelaskan oleh (Muzaifa, 2021), “Fermentasi alami yang terjadi dalam tubuh luwak menjadi simbol bahwa kualitas sejati lahir dari proses yang tidak tergesa-gesa, melainkan melalui perjalanan yang panjang dan alami” Hal ini menggambarkan pandangan hidup masyarakat Indonesia yang selaras dengan alam, nilai yang juga dijunjung tinggi oleh banyak negara ASEAN. Selain itu, kopi luwak juga memiliki makna sosial yang kuat sebagai simbol prestise dan alat komunikasi budaya.

Karena kelangkaan dan keunikan proses produksinya, kopi luwak sering diasosiasikan dengan status sosial tinggi. Menyajikan kopi luwak dalam sebuah pertemuan atau jamuan dianggap sebagai bentuk penghormatan terhadap tamu dan menunjukkan selera yang eksklusif. Dalam konteks ini, kopi luwak menjadi penanda kelas sosial dan simbol kebanggaan akan warisan budaya lokal. Lebih dari itu, kopi luwak juga berperan sebagai jembatan budaya yang memperkenalkan nilai-nilai lokal Indonesia ke dunia internasional. Seperti yang diungkapkan oleh (Khairunnisa et al., 2023), "Kopi bukan sekadar minuman, tetapi bagian dari gaya hidup dan interaksi sosial masyarakat Indonesia" menjelaskan bahwa kopi bukan sekadar minuman, tetapi juga bagian dari gaya hidup dan interaksi sosial. Dalam konteks ASEAN, tradisi minum kopi menjadi bahasa budaya bersama bagi masyarakat kawasan.

Kopi luwak juga memiliki nilai prestise karena harganya yang mahal dan prosesnya yang unik, menjadikannya simbol penghormatan dalam interaksi budaya, termasuk dalam acara diplomatik informal.

Tantangan Etika dan Keberlanjutan dalam Kerangka Komunikasi Budaya Regional

Produksi kopi luwak sebagai salah satu komoditas unggulan Indonesia menghadapi berbagai persoalan etika dan keberlanjutan yang kompleks. Meskipun dikenal sebagai kopi paling mahal di dunia, proses produksinya tidak terlepas dari praktik yang menimbulkan kekhawatiran terhadap kesejahteraan hewan, keaslian produk, serta tanggung jawab lingkungan. Permasalahan tersebut tercermin dari berbagai hasil kajian yang menyoroti kondisi penangkaran, standar kesejahteraan hewan, serta kerangka regulasi yang mengatur industri ini.

Menurut laporan BBPKCINAGARA (Satker, 2025), prinsip dasar dalam produksi kopi luwak seharusnya didasarkan pada kesejahteraan hewan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009, Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014, dan Peraturan Pemerintah

Nomor 95 Tahun 2012 tentang Kesejahteraan Hewan. Regulasi tersebut menegaskan bahwa setiap praktik pemeliharaan dan penangkaran hewan harus menghindari tindakan kekerasan, penyiksaan, serta pemaksaan perilaku alami. Namun, BBPKCINAGARA mencatat bahwa penerapan aturan ini di lapangan masih menghadapi tantangan besar, terutama karena belum adanya satuan tugas khusus yang mengawasi kesejahteraan hewan di sektor pertanian dan perkebunan. Lembaga tersebut juga mengusulkan pemanfaatan *Precision Livestock Farming (PLF)* sebagai pendekatan baru yang dapat membantu memantau kondisi hewan secara digital. Teknologi PLF ini memungkinkan pengawasan kesehatan, pola makan, dan perilaku hewan secara otomatis, sehingga kesejahteraan musang dapat terjamin dan produksi kopi luwak tetap efisien serta berkelanjutan.

Isu kesejahteraan hewan semakin mendapat perhatian global setelah temuan Jas Hooper (2022) yang mengungkap kondisi penangkaran

musang di Indonesia. Dalam laporannya, Hooper menjelaskan bahwa banyak musang ditangkap secara liar menggunakan jerat logam, menyebabkan luka serius, stres berat, hingga kematian. Setelah ditangkap, hewan-hewan tersebut dikurung dalam kandang sempit, dipaksa memakan buah kopi dalam jumlah besar, dan mengalami keracunan kafein akibat pakan yang tidak seimbang. Selain aspek kesejahteraan hewan, Hooper juga menyoroti adanya pemalsuan produk kopi luwak di pasar global. Sebagian besar kopi yang diklaim sebagai "*Wild Civet Coffee*" ternyata berasal dari musang yang dikurung, bahkan beberapa produk tidak memiliki keterlibatan luwak sama sekali. Hal ini menunjukkan adanya eksplorasi hewan sekaligus manipulasi terhadap konsumen, yang menurunkan integritas industri kopi luwak Indonesia di mata dunia (Hooper, 2023).

Temuan serupa diungkap oleh Beth Lewis Wehan (2023) dalam penelitiannya terhadap praktik wisata kopi luwak di Bali dan Lombok. Dari hasil pengamatan terhadap beberapa

perkebunan wisata, ditemukan bahwa sebagian besar musang tidak dipelihara sesuai prinsip kesejahteraan hewan. Hanya 77,14% musang yang memperoleh dua dari lima indikator *animal welfare*, sedangkan tidak ada satu pun yang memenuhi keseluruhan lima indikator kebebasan dasar (*five freedoms*), seperti bebas dari rasa lapar, rasa sakit, stres, serta bebas mengekspresikan perilaku alami. Penelitian ini juga mengungkap bahwa sistem wisata kopi luwak sering kali mengabaikan aspek kesejahteraan hewan demi kepentingan ekonomi dan promosi pariwisata. Selain itu, jumlah produksi yang tinggi pada lokasi wisata tidak sebanding dengan kemampuan alami musang untuk menghasilkan biji kopi, sehingga memperkuat dugaan bahwa sebagian produk yang dijual kepada wisatawan merupakan campuran atau tiruan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan etis tentang keaslian kopi luwak serta dampaknya terhadap citra Indonesia sebagai penghasil kopi berkualitas (Lewis-Whelan et al., 2024).

Meski demikian, terdapat contoh praktik penangkaran yang berupaya memadukan kesejahteraan hewan dengan produktivitas. Berdasarkan penelitian Dinda Purnomo Putri (2022) mengenai penangkaran musang di Pegunungan Malabar, Bandung, diketahui bahwa beberapa pengelola telah menerapkan prinsip dasar kesejahteraan hewan secara konsisten. Musang diberikan pakan beragam dua kali sehari, air minum disediakan sepanjang waktu, lingkungan kandang dijaga kebersihannya, serta pencahayaan diatur agar sesuai dengan siklus alami hewan nokturnal. Pendekatan ini membuktikan bahwa sistem penangkaran yang baik dapat dilakukan tanpa harus mengorbankan kesehatan dan kesejahteraan hewan. Praktik tersebut sekaligus menunjukkan potensi bagi pengembangan kopi luwak yang etis dan berkelanjutan apabila diikuti oleh standar pengawasan dan sertifikasi yang jelas (Malabar et al., 2022). Dari keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dilema etika dalam produksi kopi luwak terletak

pada ketegangan antara nilai ekonomi tinggi dan prinsip kesejahteraan hewan. Di satu sisi, kopi luwak memberikan kontribusi terhadap ekspor dan citra budaya Indonesia di pasar global. Namun di sisi lain, praktik yang tidak etis dan lemahnya pengawasan berpotensi mencoreng reputasi tersebut. Upaya menuju keberlanjutan perlu melibatkan penguatan kebijakan hukum, penerapan teknologi pengawasan modern seperti PLF, serta penyusunan sertifikasi berbasis *cruelty-free* dan *wild-sourced coffee*. Dengan demikian, produksi kopi luwak dapat diarahkan untuk tidak hanya mengutamakan keuntungan ekonomi, tetapi juga tanggung jawab moral terhadap hewan dan lingkungan (Eleanor, 2025).

Kopi Luwak sebagai Medium

Diplomasi Budaya di Kawasan ASEAN
Menurut Kuntoro Boga Andri, daya tarik kopi luwak di pasar ekspor ditunjukkan oleh tingginya permintaan dari negara-negara dengan budaya konsumsi kopi premium seperti Jepang, Korea Selatan, Amerika Serikat, Italia, Jerman, dan Tiongkok. Di Jepang, kopi

luwak sering dijadikan hadiah eksklusif, sementara di Korea Selatan harga jualnya mencapai Rp2,7 juta per kilogram. Bahkan ekspor dari desa Marangkayu di Kalimantan Timur mencapai Rp5 juta per kilogram. Fakta ini menunjukkan bahwa kopi luwak telah menjadi simbol kemewahan dan status sosial yang dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen kopi premium dunia. Meskipun kontribusi kopi luwak terhadap volume ekspor kopi nasional masih kecil, yakni sekitar 0,5% dari total ekspor senilai USD 1,64 miliar, nilai ekspornya mencapai USD 8–10 juta per tahun atau sekitar Rp130–163 miliar menunjukkan margin keuntungan yang jauh lebih tinggi dibandingkan kopi biasa(Perkebunan, 2025) .

Di tingkat domestik, pengembangan kopi luwak juga berimplikasi positif terhadap ekonomi lokal. Pengolahan kopi luwak di berbagai daerah, seperti Aceh Gayo dan Kalimantan Timur, telah membuka peluang ekonomi baru bagi petani, pelaku BUMDes, serta pariwisata berbasis desa. Melalui

pendekatan koperasi dan kemitraan industri, kopi luwak dapat menjadi katalis bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan posisi Indonesia dalam rantai pasok global kopi. Namun demikian, praktik produksi kopi luwak tidak lepas dari tantangan etika dan keberlanjutan, terutama terkait kesejahteraan hewan dalam proses penangkaran musang. Kritik dari LSM internasional mendorong produsen Indonesia untuk beralih ke sistem semi-lier dan konsep eduwisata berbasis konservasi. Pendekatan ini tidak hanya menjawab isu etika, tetapi juga memperkuat citra kopi luwak sebagai produk ramah lingkungan dan berkelanjutan. Sertifikasi halal, organik, dan animal-friendly menjadi nilai tambah yang penting dalam diplomasi dagang dan kultural di pasar global.

Dalam konteks diplomasi budaya, kopi telah lama menjadi bagian dari strategi *gastrodiplomasi* Indonesia. Seperti dijelaskan oleh Rohman, praktik *gastrodiplomasi* bertujuan memperkenalkan identitas kuliner nasional sebagai bagian dari strategi

soft power diplomacy. Pemerintah Indonesia mulai secara resmi mengadopsi konsep *gastrodiplomasi* pada tahun 2011 melalui Forum Group Discussion bertema “Promosi Kuliner Indonesia di Luar Negeri”, yang kemudian dikembangkan dalam program *Wonderful Indonesia* dan *Indonesia: Spice Up The World*. Dalam konteks ini, kopi khususnya kopi luwak menjadi representasi penting dari warisan agrikultural dan gastronomi Indonesia yang memiliki nilai global. Program seperti *One Day With Indonesia Coffee, Fruit, Floriculture and Food Corps* (ODICOFF) menunjukkan peran aktif pemerintah dalam memperkuat diplomasi kopi. Program ini menjadi wadah bagi petani untuk berpartisipasi dalam pameran kopi internasional seperti *Specialty Coffee Association of America Expo (SCAA Expo)*, yang memungkinkan kopi luwak dan kopi Indonesia lainnya dipromosikan langsung ke konsumen dan investor global. Melalui kegiatan semacam ini, Indonesia tidak hanya menonjolkan produk eksport bernilai tinggi, tetapi juga memperkenalkan

filosofi dan budaya yang melekat di balik setiap cangkir kopi nusantara(Nur Fajar Rohman & Puspita Sari, 2024). Salah satu contoh keberhasilan praktik gastrodiplomasi kopi Indonesia dapat dilihat dari implementasinya di Jerman pada tahun 2019–2020. Dalam acara *World of Coffee 2019* di Berlin, pemerintah Indonesia melalui Kedutaan Besar RI Berlin memperkenalkan kopi arabika dan luwak Indonesia kepada publik Jerman melalui kegiatan *coffee cupping* (Strategi Gastrodiplomasi Kopi Indonesia di Jerman, 2019–2020). Meskipun pandemi COVID-19 membatasi aktivitas tatap muka, promosi kopi Indonesia tetap berlanjut melalui media digital, webinar, dan *online tasting events*. Pemerintah juga menggandeng distributor seperti MYBALI Coffee dan PT. Nabu Kopi Ranah Indonesia untuk memperluas jaringan promosi melalui supermarket besar Jerman seperti EDEKA dan REWE, yang kini menjual produk kopi Indonesia di lebih dari 330 gerai (Ranti, 201 C.E.).

Selain itu, kerja sama strategis juga dilakukan dengan industri kapal pesiar seperti TUI Cruise dan AIDA, menjadikan kopi Indonesia sebagai sajian resmi di atas kapal. Upaya ini memperluas jangkauan diplomasi kuliner Indonesia ke sektor pariwisata premium. Dalam ranah media, strategi promosi kopi Indonesia di Jerman juga menggunakan saluran radio, koran, dan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan kopi nusantara kepada publik Jerman. Pendekatan multi-platform ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya tidak hanya berlangsung di ruang diplomatik formal, tetapi juga di ranah gaya hidup dan konsumsi masyarakat global (Ranti, 201 C.E.).

Melalui sinergi antara pemerintah, produsen, dan masyarakat, kopi luwak telah berkembang menjadi simbol diplomasi budaya Indonesia yang menggabungkan nilai ekonomi, etika, dan identitas nasional. Keberhasilannya menembus pasar premium dunia bukan hanya mencerminkan keunggulan produk, tetapi juga

keberhasilan Indonesia dalam membangun citra sebagai negara yang kaya budaya, kreatif, dan adaptif terhadap tantangan global. Dengan narasi keberlanjutan dan keunikan yang kuat, kopi luwak tidak hanya sekadar komoditas ekspor, melainkan juga *cultural ambassador* yang membawa aroma Indonesia ke meja dunia. Upaya promosi melalui pameran seperti World of Coffee di Jerman Ranti, (201 C.E.) memperkuat citra Indonesia di ASEAN dan global.

KESIMPULAN

Kopi luwak merupakan ikon kearifan lokal Indonesia yang memiliki nilai sejarah, sosial, dan filosofis. Dalam perspektif ASEAN, kopi luwak berfungsi sebagai media komunikasi budaya yang memperkuat identitas Indonesia di tengah keragaman budaya kawasan. Tantangan etika dan keberlanjutan perlu menjadi perhatian untuk menjaga citra positif produk ini. Dengan memperkuat praktik produksi etis serta diplomasi budaya, kopi luwak dapat menjadi representasi Indonesia dalam hubungan budaya ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Damara, Y. D. (2025, 21 Mei). Kopi Luwak Kisah di Balik Secangkir Eksotisme Alam Indonesia. Radar Tulungagung – JawaPos. Diakses dari <https://radartulungagung.jawapos.com-serba-serbi/766040721/kopi-luwak-kisah-di-balik-secangkir-eksotisme-alam-indonesia?page=2>
- Eleanor. (2025, March 2). Keuntungan Industri Peternakan yang Ramah Lingkungan. Eleanorfarm. <https://eleanorfarm.com/blog/keuntungan-industri-peternakan-yang-ramah-lingkungan>
- Hooper, J. (2023). Civet Coffee: The Rising Animal Welfare Crisis of Southeast Asia. Registered Charity in England & Wales No.1165941. <https://wildwelfare.org/civet-coffee-crisis/>
- Kompasiana. (2024, September 24). Market global kopi luwak: Pasar eksklusif dan tantangannya. Kompasiana. Diakses dari

- https://www.kompasiana.com/dilarangruwet/66f29baec925c43c8c25e182/market-global-kopi-luwak-pasar-eksklusif-dan-tantangannya?page=3&page_images=1
- Lewis-Whelan, B., Ardiansyah, A., Roberts, P. D., Nijman, V., Damianou, E., Morcatty, T. Q., Birot, H., Imron, M. A., & Nekaris, K. A. I. (2024). Welfare and Management of Civets in Civet Coffee Tourism Plantations. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 27(3), 561–574.
<https://doi.org/10.1080/10888705.2023.2270414>
- M Muzaifa et al 2019 IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 365 012041
- Malabar, P., Barat, J., Purnomo Putri, D., Mayasari, N., Hiroyuki, A., & Raya Bandung Sumedang, J. K. (2022). Gambaran Kesejahteraan Musang Luwak Tangkar (Paradoxurus hermaphroditus) Penghasil Biji Kopi Luwak. *ACTA VETERINARIA INDONESIANA*, 10(1), 58–70.
<http://www.journal.ipb.ac.id/index.php/actavetindones>
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Fajar Rohman, R., & Puspita Sari, V. (2024). Gastrodiplomasi Kopi Indonesia melalui Specialty Coffee Association of American Expo 2021. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 6(1), 29–46.
<https://doi.org/10.24198/padjirv6i1.43129>
- Ottencoffee (2024) Keistimewaan Kopi Luwak: Kopi Paling Eksklusif + Mahal di Dunia
<https://ottencoffee.co.id/majalah/keistimewaan-kopi-luwak-kopi-paling-eksklusif-mahal-di-dunia>
- Perkebunan, P. (2025, June 13). Nilai Ekonomi dan Potensi Ekspor Kopi Luwak Indonesia. Pusat Perakitan Dan Modernisasi Pertanian (PRMP) Perkebunan .
<https://perkebunan.brmp.pertanian.go.id/berita/nilai-ekonomi-dan-potensi-ekspor-kopi-luwak-indonesia>
- Ranti, C. (201 C.E.). STRATEGI GASTRO DIPLOMASI KOPI INDONESIA DI JERMAN TAHUN 2019-2020 [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA].
http://digilib.uinsa.ac.id/49418/2/Cindi%20Sofia%20Ranti_I72217034.pdf
- Satker, A. (2025, July 2). Kesejahteraan Hewan di Indonesia: Peternakan, Tantangan, dan Kebijakan. BBPKHCinagara.
<https://bbpkhcinagara.bppsdmp.pertanian.go.id/artikel/kesejahteraan-hewan-di-indonesia-peternakan-tantangan-dan-kebijakan>

- Widya. (2025, Mei 1). Kopi Luwak dalam Budaya Indonesia. Kopitime. Diakses dari <https://kopitime.id/kopi-luwak-dalam-budaya-indonesia>
- Widiastutie, S., Kusuma, C. S. D., Pradhanawati, A., & Sardjono, M. A. (2022). Diplomasi kopi Indonesia di kancah dunia. *Indonesian Perspective*, 7(2), 180–204.
- Zed, M. (2008). *Literatur dan Studi Kepustakaan: Suatu Pengantar Praktis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.