

---

## Rebranding Pemasaran Internasional Kopi Luwak Lampung Barat

| Diterima: 19 April 2022

| Direview: 2 Mei 2022

| Disetujui: 20 Juni 2022 |

**\*Nedi Hendri<sup>1</sup>, Fenny Thresia<sup>2</sup>**  
Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Indonesia<sup>12</sup>

Email : [nedi\\_hendri@yahoo.com](mailto:nedi_hendri@yahoo.com)

### ABSTRAK

Kopi Luwak merupakan icon unggulan produk perkebunan di Lampung Barat, yang telah dikenal di hingga mancanegara sejak tahun 2006. Selama beberapa tahun belakangan semenjak Indonesia dilanda pandemi covid 19, pergerakan perekonomian petani kopi luwak turun drastis akibat tidak adanya wisatawan dalam dan luar negeri yang berkunjung. Solusi atas masalah ini adalah pengembangan potensi Ekowisata Kopi Luwak di Kelurahan Way Mengaku akan dikembangkan menggunakan konsep digital branding. Adapun tujuan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memperkuat Branding Kopi Luwak ke level Internasional dengan menggunakan profil Bahasa Inggris. Pembuatan video profil yang menampilkan proses pembuatan kopi luwak hingga tahap produksi dengan menggunakan narasi berbahasa Inggris diharapkan dapat meningkatkan promosi penjualan kopi luwak ke level internasional.

**Kata Kunci :** Ekowisata, Kopi Luwak, Profil

### ABSTRACT

*Kopi Luwak is the flagship icon of plantation products in West Lampung, which has been known internationally since 2006. Over the past few years since Indonesia was hit by the COVID-19 pandemic, the economic movement of civet coffee farmers has fallen drastically due to the absence of domestic and foreign tourists visiting. The solution to this problem is the development of the Kopi Luwak ecotourism potential in the Way Mengaku Village which will be developed using the concept of digital branding. The purpose of this Community Service Program is to strengthen Kopi Luwak branding to the international level by using an English profile. The creation of a profile video showing the process of making Kopi Luwak to the production stage using English narration is expected to increase sales promotion of Kopi Luwak to the international level.*

**Keywords:** Ecotourism, Kopi Luwak, Profile

## PENDAHULUAN

Kabupaten Lampung Barat secara geografis memiliki luas wilayahnya lebih kurang 3.368,14 km<sup>2</sup>. Setelah pemekaran Kabupaten Pesisir Barat atau 10,6 % dari luas wilayah Provinsi Lampung. Lampung Barat terletak pada koordinat 4<sup>o</sup>,47',16" - 5<sup>o</sup>,56',42" lintang selatan dan 103<sup>o</sup>,35',08" - 104<sup>o</sup>,33',51" Bujur Timur. Wilayah Lampung Barat berbatasan dengan: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Barat, Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Hindia dan Teluk Semangka, Sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Hindia, dan Sebelah Timur berbatasan dengan Kab. Lampung Utara, Kab. Way Kanan, dan Kab. Tanggamus.

Secara administratif terdiri dari 15 kecamatan dengan 131 pekon dan 5 kelurahan serta jumlah penduduk sebesar 280.307 jiwa. Sesuai peraturan daerah nomor 1 tahun 202 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lampung Barat telah ditetapkan 4 kawasan Strategis daerah yaitu:

- Kawasan Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS). Kawasan ini memiliki tipe ekosistem terlengkap dan merupakan kawasan konservasi terbesar di Asia Tenggara.
- Kebun Raya Liwa (KRL). KRL ini terletak di Kelurahan Way Mengaku Kecamatan Balik Bukit**, berfungsi sebagai tempat pelestarian alam endemis dan menjadi wahana pendidikan serta rekreasi masyarakat juga peneliti.
- Kawasan Agropolitan. Kawasan ini terletak di kecamatan Way Tenong sebagai pusat agropolitan yang didukung lima kecamatan sekitarnya. Merupakan kawasan kopi robusta yang merupakan sentra *cluster* industri kopi Lampung Barat.
- Kawasan Panas Bumi Suoh. Potensi panas bumi yang dimiliki mencapai 430 MW. Saat ini sedang dalam tahap persiapan ekspolarasi oleh PT. Chevron.

Potensi wisata Lampung Barat yang telah terkelola dan menjadi unggulan wisata selama ini adalah:

- Wisata terpadu Lombok-Danau Ranau. Potensi ini didukung dengan adanya keindahan alam panorama Danau ranau, Gunung Seminung dan sumber air panas. Dengan fasilitas yang tersedia antara lain: Seminung Lombok Resort, Home Stay dan Pondok Wisata.
- Wisata Alam TNBBS. Potensi terletak di Pekon Kubu Perahu yang didukung dengan ekosistem alam yang masih alami serta adanya keindahan air terjun sepeka kanan dan sepeka kiri.
- Wisata Budaya. Tatanan budaya di Kabupaten Lampung Barat masih akrab dan terjaga. Keberadaan Kerajaan Paksipak Skala Brak sebagai asal usul suku Lampung menjadikan masyarakat Lampung Barat terus memelihara budayanya. Pesta Sekura Cakak Biah, Tari Kenui, tari Batin dan arsitektur rumah adat tradisional di Pekon Hujung. Beberapa objek wisata budaya yang dimiliki antara lain: Situs Batu Brak, Situs Batu Jagur, Makam Raja Selalau, Makam Cambai Mak Bejujung, Rumah Ijuk Kenali, Batu Tulis Hara Kuning, dan Desa Wisata hujung.

Walaupun sektor wisata bukan sektor andalan bahkan terkecil dalam penyumbang PDRB, karena saat ini Komoditas unggulan penyumbang PDRB terbesar mencapai 58,95% besar dari sektor pertanian yang bersumber dari Kopi Robusta dengan luas lahan 60.638,29 Ha dengan produksi mencapai 61.807 Ton pertahun (*penyumbang ekspor kopi tertinggi di Indonesia*) dan Sayuran dataran tinggi dengan produksi mencapai 93.287 Ton. Kebijakan pembangunan pemerintah Lampung Barat dalam pengembangan perekonomian daerah

berbasis komoditas pertanian antara lain: pengembangan kawasan klaster kopi kecamatan Air Hitam, Pekon gunung Terang dan Pengembangan fasilitas sentra penghasil Kopi Luwak di Kelurahan Way Mengaku. Jika melihat potensi-potensi diatas bukan mustahil kedepan sektor wisata disandingkan dengan potensi utama pertanian menjadi potensi PDRB baru, misalnya dengan membuat pusat-pusat ekowisata kedepannya.

- a) Kopi Luwak masuk dalam Kebijakan pembangunan pemerintah Lampung Barat dalam salah satu rencana Pengembangan perekonomian daerah berbasis komoditas pertanian dalam program ***Pengembangan fasilitas sentra penghasil Kopi Luwak di Kelurahan Way Mengaku*** (Rencananya akan dibuat pusat penangkaran luwak dan pusat produksi kopi luwak di kawasan Taman Ham Tebiu).
- b) Semakin meningkatnya kunjungan turis mancanegara yang melakukan surfing ke Pantai Tanjung Setia Kabupaten Pesisir Barat, seiring itu ***semakin sering juga turis mancanegara yang berkunjung ke pusat-pusat produksi Kopi Luwak*** di Way Mengaku untuk melepas lelah sembari menikmati sensasi Kopi Luwak langsung dipusat penagkarannya.
- c) Kebun Raya Liwa (KRL) juga berlokasi di kelurahan Way Mengaku. KRL termasuk dalam prioritas perencanaan revitalisasi dan pembangunan kebun raya oleh pemerintah pusat melalui kementerian PU periode 2015-2019.

Solusi yang ditawarkan pada pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan video profil mencakup proses produksi kopi luwak dengan menggunakan narasi berbahasa Inggris. Video profil ini tidak hanya menampilkan produk-produk kopi luwak namun juga proses pembuatannya.

Selain itu, akan dibuatkan katalog virtual yang bisa diakses oleh calon pembeli secara mudah dan dimana saja tanpa harus mengunjungi lokasi produksi. Ini tentunya sesuai dengan keadaan sekarang yang mobilitasnya terbatas, terutama lokasi yang susah dijangkau berupa akses yang rusak untuk dilewati, serta pandemi covid-19 ini yang mengharuskan masyarakat atau calon pembeli untuk mengurangi pengadaan intraksi secara langsung.

## METODE PELAKSANAAN

Ada dua luaran yang dihasilkan dari program Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu:

- a. Video profil  
Video profil yang akan dibuat pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah video yang berisikan rangkaian pembuatan kopi luwak hingga ke tahap produksi dengan menggunakan narasi berbahasa Inggris.
- b. Katalog produk.  
Katalog produk sangat penting untuk dimiliki setiap usaha guna mempromosikan produk-produk yang dimiliki dengan warna yang menarik dan Bahasa yang jelas.

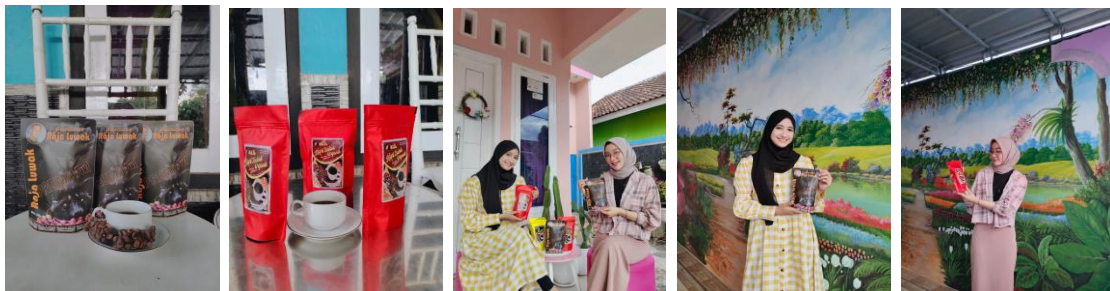
Secara umum, proses pelaksanaan pembuatan video profil ini diadakan Lampung Barat. Pengambilan video profil ini dilaksanakan di kandang luwak dan rumah produksi kopi luwak. Kemudian pembuatan katalog produk-produk yang ada di UKM Raja Luwak.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UM Metro melaksanakan pendampingan di CV. Raja Luwak Adapun pelaksanaan pendampingan diawali dengan beberapa tahapan, yaitu:

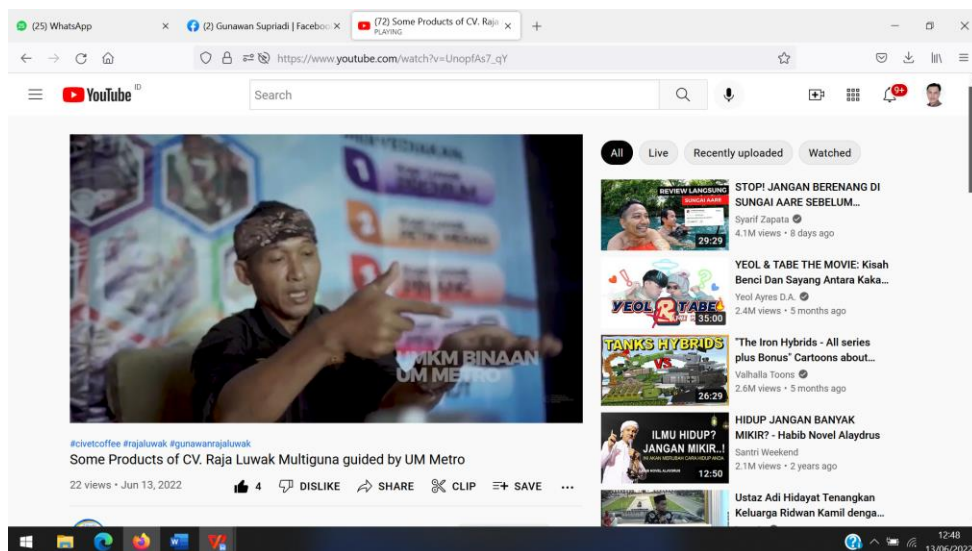
1. Kordinasi untuk pembuatan video profil
2. Survei lokasi, produk, harga jual,
3. Pengambilan dokumentasi produk untuk dibuatkan katalog

Pada Tahap Pelaksanaan, tim pengabdian melakukan dokumentasi produk-produk yang ada di CV. Raja Luwak. Tidak hanya kopi luwak namun juga ada kopi organik, kopi petik merah dan juga ada gula semut.



Gambar 1. Dokumentasi Produk Mitra

Selain itu juga tim pengabdian mengambil dokumentasi berupa video terkait profil CV. Raja Luwak yang dimulai dari proses pembuatan hingga akhir. Setelah proses pengambilan gambar dilanjut dengan proses penyusunan narasi video. Kemudian Tim melakukan edit video dan pengisian suara video profil. Adapun hasil video profil CV. Raja Luwak dapat dilihat pada link youtube berikut: [https://www.youtube.com/watch?v=UnopfAs7\\_qY](https://www.youtube.com/watch?v=UnopfAs7_qY)



Gambar 2. Video Profil Versi Inggris

Selanjutnya pembuatan katalog online yang berisi produk-produk kopi luwak juga sangat membantu proses promosi penjualan. Mengingat tidak semua masyarakat sudah mengenal semua produk kopi luwak Lampung Barat.



Gambar 3. Katalog produk Versi Inggris

Adapun hasil katalog produk online CV. Raja Luwak dapat dilihat pada link berikut ini: <https://s.id/bookletGunRajaLuwak>

## SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini memiliki luaran yaitu video profil berbahasa Inggris dan katalog produk.

- Tahap awal;** koordinasi pembuatan video dan dilanjutkan dengan survei lokasi, produk, harga jual, pengambilan dokumentasi produk, dan sosialisasi awal yang sederhana mengenai pembuatan video profil berbahasa Inggris.
- Tahap Pelaksanaan;** pembuatan Video Profil berupa; Pengambilan gambar proses pembuatan kopi luwak dan Pengeditan gambar atau video produk agar menarik untuk ditampilkan di katalog.
- Tahap akhir;** Publish video profil ke youtube

Guna menjaga keberlanjutan program binaan dan perkembangan usaha mitra. Kedepan perlu ada tindak lanjut berupa program desa binaan dengan membentuk sentra kopi luwak berbasis ekspor atau kawasan ekowisata kopi luwak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Laudon and Traver. (2017). E-commerce 2017: Business, Technology, and Society. New Jersey: Pearson.
- Kalakota, R. dan Whinston, A. B. (1997). Electronic commerce: a manager's guide. Addison-Wesley Professional.

Shelly Cashman. (2007). *Discovering Computers; Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek.

Mardatila, Ani. (2020). *Mengenal Apa Itu E-commerce Beserta Kelebihan dan Kekurangannya*. (Online) <https://www.merdeka.com/sumut/mengenal-apa-itu-e-commerce-beserta-kelebihan-dan-kekurangannya-kln.html?page=2>. Diakses pada 24 Januari 2021.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Way\\_Mengaku,\\_Balik\\_Bukit,\\_Lampung\\_Barat](https://id.wikipedia.org/wiki/Way_Mengaku,_Balik_Bukit,_Lampung_Barat). Diakses tanggal 10 Desember 2021

[http://bidangekonomibappedalampungbarat.blogspot.co.id/2014/06/sekilas-potensi-komoditas-perekonomian\\_29.html](http://bidangekonomibappedalampungbarat.blogspot.co.id/2014/06/sekilas-potensi-komoditas-perekonomian_29.html). Diakses tanggal 10 Desember 2021

[.https://m.tempo.co/read/news/2016/05/24/090773490/produksi-kopi-luwak-di-lampung-barat-naik-jelang-panen- raya](https://m.tempo.co/read/news/2016/05/24/090773490/produksi-kopi-luwak-di-lampung-barat-naik-jelang-panen- raya). Diakses tanggal 10 Desember 2021